

'Generatie Z geeft voorkeur aan fysieke winkel'

16-01-2017 08:37



Twee op de drie jonge consumenten winkelt het meest in de fysieke winkel. Daarnaast komt nog eens 31 procent van generatie Z zo nu en dan in de winkel. Dat betekent dat 98 procent van deze groep fysiek winkelt, concludeert IBM uit onderzoek onder ruim vijftienduizend consumenten tussen de 13 en 21 jaar uit zestien landen.

Deze jonge consumenten zijn volgens de onderzoekers voor retailers belangrijk, omdat ze toegang hebben tot 44 miljard dollar aan koopkracht. Driekwart geeft aan dat ze elke maand meer dan de helft van het geld dat beschikbaar komt uitgeven.

Generatie Z groeit tot 2020 uit tot een omvang van 2,6 miljard consumenten wereldwijd. Om deze 'altijd verbonden, op mobiel gerichte' groep aan te spreken, moeten retailers volgens de studie 'een interactieve betrokkenheid rond hun merk creëren'. "Generatie Z verwacht dat technologie intuïtief, relevant en aantrekkelijk is", zegt Steve Laughlin, general manager of global consumer industries bij IBM. "De laatste geweldige ervaring is hun nieuwe verwachting."

Het onderzoek is vlak voor de start van Retail's Big Show in New York gepubliceerd. Generatie Z wil een 'hands-on' ervaring in de winkel, stelt NRF-ceo Matthew Shay. "Retailers experimenteren constant met nieuwe innovaties om zowel online als in de winkel relevant te blijven voor de veranderende vraag van de consument."

Uit de studie blijkt verder dat 74 procent van de ondervraagde jongeren geregeld tijd doorbrengen op het internet. Een kwart is elke dag zelfs vijf uur of meer online. Ze gebruiken hun telefoon vooral om online te chatten, spelletjes te spelen of tv te kijken. Zeventien procent van generatie Z zet hun smartphone in om te shoppen.