

‘Nederlander shopt vooral pragmatisch’

17-02-2017 14:52



Het direct in handen hebben van een product is voor bijna de helft van de consumenten een doorslaggevend argument om naar een fysieke winkel te gaan. Dat blijkt uit onderzoek van Manhattan Associates onder ruim tweeduizend Nederlanders.

Eveneens bijna de helft, zo’n 46 procent van de respondenten, zegt het kunnen uitproberen van een product een belangrijk voordeel te vinden ten opzichte van webshops. Het sociale aspect van winkelen blijkt minder belangrijk. Dertig procent van de ondervraagden noemt ‘gezellig winkelen’ als reden om naar de winkelstraat te gaan.

Consumenten die naar winkels gaan handelen een aankoop het liefst direct af, blijkt verder. Als een product niet direct leverbaar is, besluit achttien procent het alsnog online te kopen. Ruim een kwart zegt graag te willen dat een winkelmedewerker uitzoekt of een product in een andere vestiging wel op voorraad is. Daarnaast vindt ook bijna een kwart het nabestellen en thuis laten bezorgen of afhalen een goede oplossing bij een product dat niet op voorraad is.

De kennis van winkelmedewerkers is een belangrijk struikelblok voor consumenten, blijkt verder uit het onderzoek. Zo’n driekwart zegt zelf meer kennis te hebben dan de winkelmedewerker.