

Directe verkopers zetten zestien procent meer om

28-06-2017 15:39



Netwerkmaking was in 2016 goed voor een retailomzet van 147,3 miljoen euro. Dat is een groei van zestien procent ten opzichte van 2015, blijkt uit cijfers van Vereniging Directe Verkoop Nederland.

De stijging betekent het derde jaar van groei op rij, en komt volgens de vereniging zowel doordat meer consumenten bij aangesloten business partners kopen als door een toename van het aantal directe verkopers. Waren er in 2015 nog 82 duizend directe verkopers, vorig jaar waren dat er 93 duizend. De bij de vereniging aangesloten partners groeiden harder, met negentien procent. Zelfstandig opererende verkopers boekten 13,4 procent meer omzet.

De stijging in ons land past volgens de vereniging in de groeitrend die de directe verkoopsector laat zien in andere Europese landen. "Directe verkoop is een uitstekend alternatief voor een baan in vaste dienst, omdat het past bij deze tijd waarin zelfstandig ondernemen meer regel dan uitzondering wordt", zegt voorzitter Peter Boots van de vereniging. Verder wijst hij op de lage opstartkosten en de flexibele tijdsindeling.

Wellnessproducten zijn met 72 procent goed voor het overgrote deel van de totale omzet. Daarna volgen cosmetica, met twintig procent. Boots verklaart dit doordat driekwart van de directe verkopers vrouw is.

Directe verkoop wordt steeds meer voor vol aangezien, stelt Boots. Dat komt volgens hem door de opkomst van social media, waardoor verkopers de interactie met klanten kunnen opzoeken.

