

'Try before you buy neemt vlucht'

23-03-2018 15:10



Consumenten kunnen volgend jaar bij ongeveer een kwart van de Amerikaanse en Britse retailers online gekochte producten eerst proberen, voordat ze moeten betalen. Dat verwacht omnichannelplatform Brightpearl op basis van onderzoek onder tweehonderd retailers.

Nu biedt 17,5 procent van de ondervraagden al een *try before you buy*-service aan. Van de groep die dat nog niet doet, verwacht acht procent daar dit jaar al verandering in te brengen. Zij spelen daarmee in op de opkomst van het 'intentioneel retourneren' door online shoppers, stelt Brightpearl. Ruim de helft van de vierduizend onderzochte Amerikaanse consumenten tussen achttien en 24 jaar geeft aan wel eens meerdere producten te kopen, met de bedoeling een deel terug te sturen.

Hoewel de ondervraagde consumenten aangeven bereid zijn meer te kopen bij webshops die *try before you buy* aanbieden, zullen ze ook meer terugsturen. 87 procent van de consumenten geeft aan tussen de één en zeven items extra terug te sturen, als zo'n model wordt aangeboden. De netto extra verkopen dreigen daardoor verwaarloosbaar te worden: van gemiddeld twee onder achttien- tot 24-jarigen tot minder dan een half product bij 35 tot 44-jarigen. Gemiddeld kunnen retailers die nu gemiddeld drie maandelijkse aankopen per klant aanhouden dat misschien verhogen tot vier, maar verdrievoudigt tegelijkertijd het aantal retouren.

Lees op [RetailTrends](#) meer over de kansen en gevaren van de toenemende retourzucht.