Bol.com handhaaft positie als sterkste retailmerk

06-04-2018 09:46



Bol.com is voor het vierde jaar op rij het sterkste retailmerk van Nederland. Dat blijkt uit het Retail Merkenonderzoek 2018 van Hendrik Beerda Brand Consultancy, dat traditiegetrouw in het aprilnummer van RetailTrends is gepubliceerd.

De top drie is in de vierde editie van het onderzoek onveranderd gebleven. Achter bol.com staat zusterformule Albert Heijn op de tweede plek, gevolgd door Kruidvat. Action en IKEA zijn HEMA voorbijgestoken, terwijl Etos nieuw binnen komt in de top tien. De drogisterijformule van Ahold Delhaize klom van de zestiende naar de tiende plaats. Gamma valt daardoor net buiten de top tien.

Voor het Retail Merkenonderzoek zijn de honderd belangrijkste retailers op basis van omzet geselecteerd. Elk merk wordt onderzocht op veertig factoren onderzocht, waaronder merkkracht, merkpersoonlijkheid, merkprestatie, aankoopintentie, aankoop en groeiverwachting. De succesfactoren zijn volgens merkexpert Hendrik Beerda niet wezenlijk veranderd: een goede prijs-kwaliteitverhouding en aantrekkelijke aanbiedingen staan nog altijd op plaats één en twee.

Bol.com, Action en Lidl hebben net als de voorgaande edities de grootste groeiverwachting voor 2018. Coolblue, Amazon en Wehkamp zitten tussen de snelste stijgers in die lijst. Verder bestaat een kwart van de top twintig van retailers met aantrekkelijkste winkelervaring uit onlinespelers. De uitkomsten zijn volgens Beerda ‘exemplarisch voor de verschuiving die gaande is in de retailbranche’. “Terwijl retailexperts nog

regelmatig roepen dat het echte funshoppen in fysieke winkels gebeurt, denkt de consument daar heel anders over", stelt hij in de nieuwe RetailTrends.

Top 10 sterkste retailmerken 2018
(= positie 2017)
1. (1) Bol.com
2. (2) Albert Heijn
3. (3) Kruidvat
4. (6) Action
5. (5) IKEA
6. (6) HEMA
7. (7) Lidl
8. (9) Jumbo
9. (8) Blokker
10. (9) Etos

Meer en uitgebreidere resultaten staan in het aprilnummer van RetailTrends, dat deze week is verschenen. Klik hier om het magazine digitaal te lezen. Nog geen member van RetailTrends? Kijk dan hier voor meer informatie.