

'Consument wil online meer betalen dan in de winkel'

24-05-2018 16:07



De groeiende invloed van smartphones, AR en VR in retail betekent een keerpunt voor de focus op lage prijzen. Fysieke winkels zullen zich vaker op koopjes richten, terwijl consumenten juist bereid zijn meer te betalen voor de steeds betere online ervaringen. Die verwachting spreekt telecombedrijf Ericsson uit in zijn rapport *Beyond smartphone shopping*.

Terwijl online winkelen lange tijd grotendeels werd gedreven door prijsconcurrentie, vinden steeds meer consumenten andere aspecten belangrijker worden. Zo wordt het gemak om overal en on-demand mobiel te kunnen winkelen door 66 procent van de geavanceerde internetgebruikers genoemd. Bovendien vindt 36 procent van de regelmatige smartphoneshoppers dat fysieke winkels lagere prijzen zouden moeten rekenen dan webshops, aangezien ze de moeite moeten nemen er naartoe te gaan.

Intensieve gebruikers van augmented en virtual reality verwachten dat de rol van winkels afneemt, blijkt verder uit het onderzoek. 64 procent van hen denkt dat over drie jaar bijna alle boodschappen via de smartphone worden gedaan en fysieke winkels verdwijnen. Ook denkt 69 procent dat de technologie dan zover is dat smartphones alle voordelen van fysieke winkels bieden. Tegelijkertijd waarderen de onderzochte *urban early adopters* nog wel het fun- en sociale aspect van winkelen.

Als mogelijk toekomstperspectief voor de rol van fysieke winkels wordt de opkomst van pop-upwinkels met tijdelijke aanbiedingen op toplocaties genoemd. 72 procent van de gebruikers van augmented en virtual reality

denkt dat pop-upstores over drie jaar mainstream zullen zijn, waardoor winkels daar kunnen zijn waar de consument is.

Lees op [RetailTrends](#) meer over hoe de groeiende rol van de smartphone retail verandert.