# Advertorial: Retailers missen omzet in piekperiodes door ontbrekende informatie

28-05-2018 10:13

In piekperiodes kunnen retailers hun omzet verhogen met slimme aanbiedingen. Uit onderzoek door Sapio Research namens supplychainspecialist Zetes blijkt echter dat ze maar liefst 35 procent van de door klanten geplande uitgaven mislopen door ontbrekende realtime informatie. Veertig procent van alle klanten ervaart problemen tijdens het bestellen van een aanbieding, bijvoorbeeld omdat het artikel niet meer op voorraad was. Met als gevolg dat 45 procent van hen besluit het betreffende product niet te kopen. Het wordt voor retailers belangrijker het juiste product voor de juiste prijs aan klanten aan te bieden en te zorgen dat het op het juiste moment en op de juiste plek beschikbaar is.

Uit het retailonderzoek blijkt verder dat 22 procent van alle klanten meer geneigd is te kopen als producten te retourneren zijn. Ruim een kwart van de retailers gaf echter aan dat ze tijdens piekperiodes minder goed in staat zijn om retouren te verwerken. 92 procent van de klanten vindt het belangrijk om op de hoogte te worden

gehouden van de leveringsstatus, terwijl maar een derde van alle retailers gedetailleerde leveringsinformatie verschaft. Klanten met weinig tijd die een fysieke winkel bezoeken in een piekperiode vinden bovendien dat de processen en systemen niet op elkaar zijn afgestemd. 47 procent van de winkelmedewerkers moet de klant alleen achterlaten als ze in het magazijn de voorraad gaan controleren.

62 procent van de retailers geeft toe dat ze niet beschikken over realtime informatie over de productbeschikbaarheid. 72 procent is niet in staat om klanten tijdig te waarschuwen bij problemen met een bestelling of levering tijdens piekperiodes. Gareth Thomas, Retail Business Consultant bij Zetes, legt uit: “Retailers staan onder hoge druk om te presteren tijdens opruimingsacties en aanbiedingen, terwijl die belangrijk zijn om klanten te trekken. Behalve het feit dat ze omzet mislopen als de prijzen van aanbiedingen en voorraadinformatie niet up-to-date zijn, kan de merkreputatie ook beschadigd raken. Retailers moeten er daarom beter voor zorgen dat hun prijs- en etiketteersystemen zowel in de winkel als online op elkaar zijn afgestemd en dat alle informatie beschikbaar en correct is. Een consistente ervaring over alle kanalen is tegenwoordig cruciaal om de omzet tijdens toekomstige piekperiodes te kunnen maximaliseren."

Sapio Research heeft in januari 2018 senior managers bij meer dan 120 grote retailers in Europa en zo'n 2030 consumenten ondervraagd.