

'Bezorgkosten grootste struikelblok bij online boodschappen'

26-06-2018 14:50



Ruim de helft van de Nederlandse consumenten zou overwegen online boodschappen te doen als de bezorging gratis was. Dat blijkt uit onderzoek van Simon-Kucher & Partners.

Naast de leveringskosten speelt de versheid van producten een belangrijke rol in de overweging om al dan niet online boodschappen te doen. Van alle productcategorieën worden producten van de bakkerij en de groenteafdeling het minst vaak online gekocht, met in beide gevallen een kwart van de respondenten die ze wel eens online koopt. Niet-bederfelijke levensmiddelen worden met zestig procent het vaakst online gekocht. "Veel consumenten hebben er moeite mee dat ze de producten niet kunnen controleren op kwaliteit en versheid", aldus senior director Jos Eeland van Simon-Kucher.

Het wegnemen van een minimale bestelwaarde zou voor dertig procent van de consumenten reden zijn om online boodschappen doen te overwegen. Om consumenten te verleiden om een keer online boodschappen te doen, is korting op de eerste bestelling voor zeventien procent een trigger.

Tien procent van de consumenten zegt nu gebruik te maken van de bezorgdienst van een supermarkt, terwijl zeven procent ervoor kiest om de boodschappen zelf af te halen. Verder worden traditionele supermarkten door 86 procent van de consumenten genoemd als plek waar zij wel eens boodschappen doen. Discounters, de markt en gemakswinkels volgen met 54, zestien en twaalf procent. Twee procent van de respondenten doet

wel eens boodschappen in een pure online winkel als Picnic.