

'Helpt fysieke kledingshoppers denkt niet aan online'

06-07-2018 15:10



45 procent van de consumenten koopt alleen kleding in fysieke winkels. Van die groep zou 44 procent nooit overwegen om die aankopen in de toekomst online te doen, blijkt uit onderzoek van Simon-Kucher & Partners.

Het kunnen bekijken en passen van kleding wordt het vaakst genoemd als reden om niet online te kopen. Het beoordelen van de kwaliteit en de expertise van het winkelpersoneel worden als tweede en derde reden genoemd. Vooral consumenten met hoge inkomens geven aan waarde te hechten aan de assistentie van medewerkers in fysieke winkels. Tegelijkertijd winkelt deze groep vaker bij pure onlinespelers als Zalando en Wehkamp dan consumenten met lage inkomens.

Vooral financiële argumenten spelen een rol bij de keuze om kleding wel online te kopen. Gratis bezorging van de bestelling wordt met 42 procent als belangrijkste triggers genoemd, terwijl gratis retourneren voor 35 procent een reden is. Consumenten met een hoog inkomen geven vaker aan online te shoppen omdat ze hiermee tijd besparen en buiten openingstijden kunnen winkelen.

Consumenten blijven waarde hechten aan de ervaring van fysieke winkels, concludeert senior director Jos Eeland van Simon-Kucher. "Ondanks dat het aantal consumenten dat online shopt groeit, zijn fysieke winkels nog lang niet uit het straatbeeld verdwenen."