

# 'Merken en marktplaatsen winnen terrein op retailers'

17-08-2018 14:10



De helft van de consumenten geeft voor een eerste aankoop de voorkeur aan een retailer. Marktplaatsen en merken winnen echter terrein, met respectievelijk 31 procent en negentien procent van de stemmen. Dat blijkt uit onderzoek van Salesforce onder zesduizend consumenten in zes landen.

Retailers krijgen de voorkeur vanwege de service, terwijl marktplaatsen goed worden gewaardeerd om de prijs, variatie, beschikbaarheid en inspiratie. Merken scoren weer goed als het gaat om kwaliteit, innovatie en samenstelling.

Bij herhalingsaankopen zijn marktplaatsen al populairder dan retailers. 47 procent van de consumenten zou een product de volgende keer kopen via een platform als Amazon of Zalando. Retailers volgen met 34 procent, terwijl merken van twintig procent de voorkeur krijgt. Wendbaarheid, loyaliteit en personalisatie zijn volgens Salesforce noodzakelijk voor retailers en merken om te differentiëren en de strijd om de herhalingsaankopen te winnen van marktplaatsen.

Ook in ons land worden marktplaatsen als bol.com, Zalando en Amazon steeds sterker, stelt director of retail industry solutions EMEA Nick Botter. Retailers moeten volgens hem steeds vernieuwend zijn en klanten via de mobiel behouden en aan zich binden. 64 procent van de consumenten stelt dat retailers hen niet kent, waardoor er volgens hem geen sprake is van een relatie. "Dit resulteert nu vaak in een gemakkelijke switch naar de marktplaats. De vraag hoe je van een eerste transactie naar een relatie gaat, moet nu de nieuwe focus

zijn voor retailers om dit te voorkomen.”