'Eén op de drie consumenten bezoekt minder winkels'

13-09-2018 09:24



Het aantal consumenten dat zegt minder fysieke winkels te bezoeken blijft oplopen. 32 procent geeft aan tegenwoordig minder of veel minder fysieke winkels te bezoeken, tegenover 21 procent in 2015. Dat blijkt uit onderzoek van Q&A onder 1.881 consumenten, in opdracht van ABN Amro.

Vooral de branches wonen, sport en schoenen hebben volgens het onderzoek te maken met teruglopende bezoekersaantallen. Voor jongere consumenten geldt in sterkere mate dat ze minder winkels bezoeken dan voorheen.

Verder laten steeds minder consumenten weten dat ze een voorkeur voor fysieke winkels hebben. Waar in 2015 nog 74 procent het liefst in een fysieke winkel winkelde, ligt dat aandeel nu op 63 procent. Zestien procent geeft de voorkeur aan webwinkels, terwijl twintig procent aangeeft geen voorliefde te hebben.

Het bieden van beleving en expertise kan volgens ABN Amro een reddingsboei zijn voor fysieke winkels. Zo is de mogelijkheid om producten uit te proberen, te passen of te testen de hoofdreden voor consumenten om fysieke winkels te bezoeken (35 procent). Verder geeft 27 procent aan voor fysieke winkels te kiezen omdat ze snel iets willen hebben en 26 procent als ze nog niet precies weten wat ze willen kopen.

Om de juiste beleving en expertise te bieden, is deskundig personeel volgens sector banker Henk Hofstede de belangrijkste voorwaarde. Goed personeel zorgt voor tevreden en loyale klanten, stelt hij. “Durf als winkelier

aanpassingen door te voeren met strategische focus op beleving en expertise in de winkel. Want uiteindelijk maakt het juiste personeel het grote onderscheid ten opzichte van fysieke en online concurrenten.”