

Multibrandwinkels: directe verkoop door merken is bedreiging

20-09-2019 08:00



Bijna zes op de tien multibrandwinkels zien het als een bedreiging dat merken producten rechtstreeks aan consumenten verkopen. Ze verwachten niet alleen dat het ten koste gaat van hun omzet, maar ze vrezen ook slechts als etalage of marketingkanaal van merken te fungeren. Dat blijkt uit onderzoek van ABN Amro onder 123 retailers.

Driekwart van de multibrandwinkels signaleert dat merken steeds vaker voor direct-to-consumer kiezen. 84 procent verwacht dat deze ontwikkeling zich in de komende vijf jaar zal voortzetten. Merken kiezen er volgens ABN Amro voor, omdat ze zo producten tegen lagere kosten kunnen verkopen en hogere marges kunnen realiseren. Bovendien levert verkoop via bijvoorbeeld een eigen webshop rechtstreeks contact met consumenten op. Met de data die ze zo verkrijgen, denken ze hun assortiment en aanbod te kunnen verbeteren.

Acht op de tien multibrandwinkels geeft aan in te gaan spelen op deze nieuwe ontwikkeling. Als ze hierin slagen, behouden ze volgens ABN AMRO een goede kans om het favoriete verkoopkanaal van de consument te blijven. Zo blijkt dat ruim de helft (56 procent) van de 1212 ondervraagde consumenten hun merkproducten

zowel fysiek als online nog steeds het liefst bij een multibrandwinkel koopt. Dertien procent koopt merkproducten nu al liever rechtstreeks bij het merk. De belangrijkste reden om bij een multibrandwinkel te kopen, is de ruimere keuze.