

Vijf belangrijke trends in retailland

07-10-2019 13:46



Door Matthias Meijer

Sales director bij eSpirit (leverancier van marketingtechnologie)

De wereld van de retail is de laatste jaren bijzonder dynamisch. Concurrentie neemt van alle kanten toe en technologische ontwikkelingen zorgen ervoor dat marktverhoudingen onder druk staan. Wat zijn de belangrijke trends en ontwikkelingen voor retailers?

1. Webshops bestormen de winkelstraat

De klantreis van een consument begint voor verreweg de meeste mensen online. Toch is het aantal dat uiteindelijk in de webwinkel koopt beperkt: meer dan zestig procent van de consumenten gaat uiteindelijk toch naar de winkel om een product aan te schaffen. Succesvolle e-commercebedrijven als Coolblue, Mobiel.nl en Suitsupply openen daarom eigen winkels in de winkelstraat. En die filialen zijn ook meteen succesvoller dan de bestaande grote merken die daar zijn gevestigd.

2. Leveranciers van eindproducten gaan directe verkoop doen

E-commerce was eerder vooral toevertrouwd aan partijen die zich hier volledig op toelieden of grote retailmerken met diepe zakken. Maar dat is aan het veranderen. Kleine leveranciers hebben steeds meer mogelijkheden om via het digitale kanaal klanten te bereiken. Technologieën als Spryker en Shopify stellen bedrijven in staat om snel en met weinig moeite visueel aantrekkelijke e-commercesites te maken. Shopify

claimt ondertussen dat meer dan 218 miljoen consumenten via zo'n independent Shopify-brand kochten. E-commercepartijen hebben er dus concurrenten bij die zelf aan directe verkoop doen.

3. Webshops worden markplaatsen

Een aantal grote e-commercepartijen zijn bezig met het openstellen van hun platformen. Amazon werkt al een aantal jaren zo en heeft laten zien dat dit een succes is: zo'n 2,5 miljoen venders verkopen ondertussen via de webgigant. In Nederland is bol.com met iets vergelijkbaars bezig. En ook Zalando heeft zijn platform opengesteld voor derden die via hen kleding willen verkopen. Het bedrijf claimt de nummer één marketplace in Europa te zijn.

4. Crossborder e-commerce groeit

Steeds meer e-commerce-partijen opereren internationaal. En dan heb ik het niet alleen over Amazon en Alibaba waar de Nederlandse retailers zich zorgen om maken, maar ook over kleinere leveranciers en etailers. Thuiswinkel.org becijferde een tijdje geleden dat Nederlanders ongeveer 880 miljoen euro uitgeven via buitenlandse webwinkels. In 2018 was twintig procent van de Europese detailhandel (negen miljard euro) cross border trade. In 2020 zal die handel naar verwachting groeien naar vijftien miljard euro. Crossborder e-commerce groeit momenteel dan ook twee keer sneller dan nationale verkopen via internet.

5. Voice en virtual: de nieuwe UI's

De komende jaren gaat er ruimte komen voor nieuwe interfaces voor e-commerce. Op één staat daarbij de opkomst van smarthome-systemen, zoals Amazon Echo. In theorie kunnen deze systemen belangrijk worden als alternatief retailkanaal. Een andere interessante nieuwe interface is augmented reality. Mensen kunnen de technologie gebruiken om een visuele voorstelling te krijgen van een aankoop en zijn zo beter betrokken bij een aankoop.

Matthias Meijer