

Is Black Friday de belangrijkste dag van het jaar voor retail?

25-11-2019 14:20



Door Carly Leget
Marketing & communication manager PFM

Stunten, acties en heel veel kortingen. Dat is hoe we Black Friday inmiddels kennen. Door de jaren heen is deze hype dermate in populariteit toegenomen dat het tijd wordt eens te kijken naar hoe belangrijk Black Friday daadwerkelijk voor retail is.

Geschiedenis

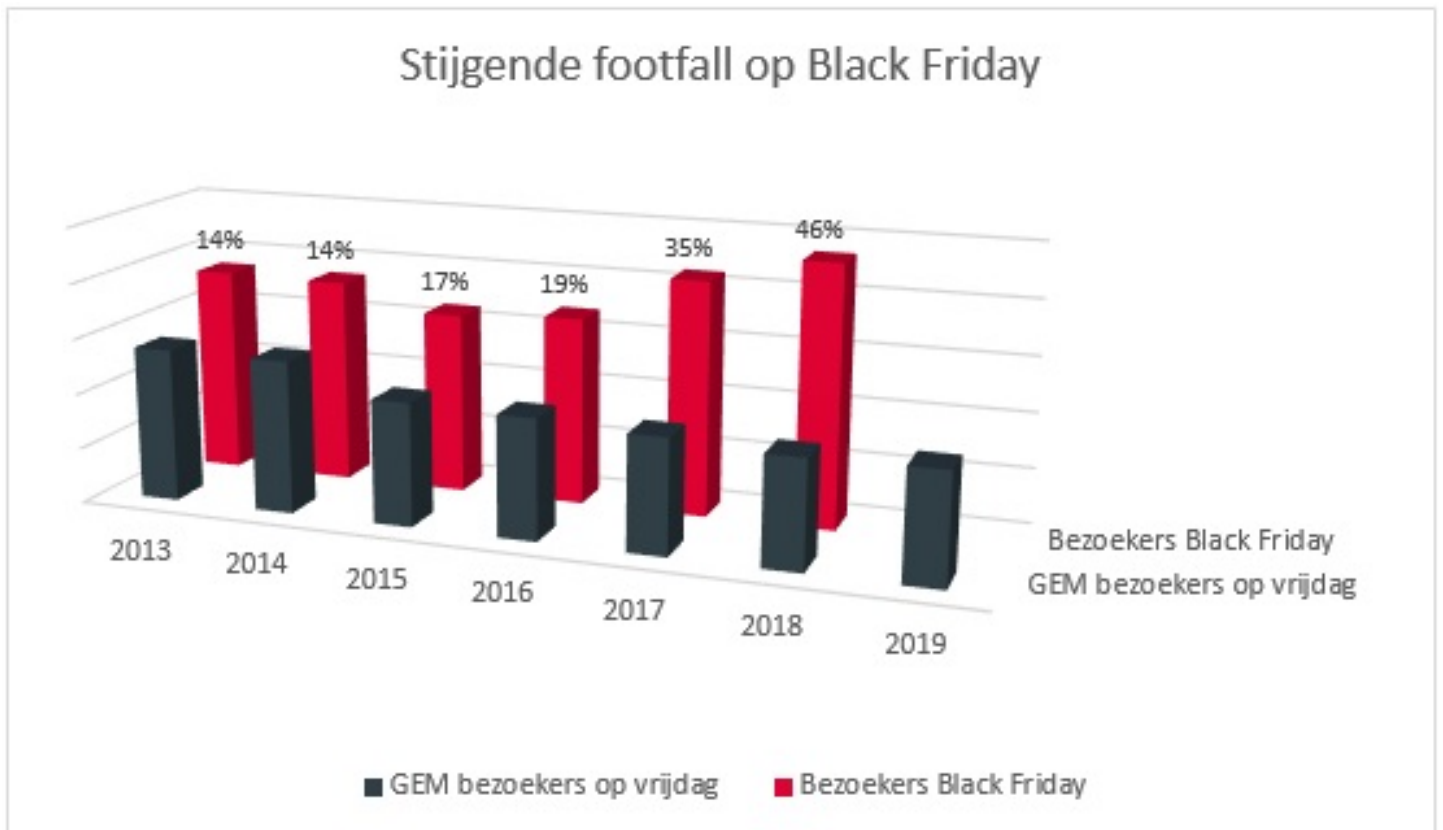
Er is wat onduidelijkheid over het ontstaan van de naam Black Friday. Het is naar alle waarschijnlijkheid begonnen in Philadelphia in 1965 als verwijzing naar de enorme drukte in de stad de dag na Thanksgiving. De term zwarte zaterdag, die in Europa vaak wordt gebruikt voor de extreme vakantiedrukke, is een vergelijkbare verwijzing. In 1981 is een andere theorie aan het licht gekomen. Hierin werd aangegeven dat deze dag de eerste was dat winkels uit de 'rode cijfers' en dus in het zwart kwamen. Inmiddels wordt Black Friday gezien als de start van de aankopen voor de december feestmaand.

Door de jaren heen hebben warenhuizen, winkels en webshops de enorme populariteit van Black Friday in de VS geprobeerd te gebruiken om hun eigen verkopen een boost te geven. Sinds 2013 is dit ook in verschillende landen in Europa het geval. Hoewel het stunten met acties en lage prijzen voor veel winkels klinkt als verlies lijden, kan het ook een strategische zet zijn. Geselecteerde items worden met flinke kortingen aangeboden om zo plaats te maken voor nieuwe artikelen, die tijdens de feestdagen goed verkocht kunnen worden.

Druktebeeld

Met de start van de decembermaand zijn de straten en winkelcentra traditiegetrouw al drukker. Als je echt wilt

weten hoe druk het is op Black Friday, is het in de eerste plaats interessant te zien hoeveel bezoekers er op een normale vrijdag gaan winkelen. We kijken voor de volledigheid naar het gemiddelde van alle vrijdagen in een jaar en zetten dit af tegen de 'Black Friday' van hetzelfde jaar. Dit leidt, vanaf de introductie in 2013 tot nu, tot onderstaande grafiek voor Nederlandse winkelcentra:



De afgelopen jaren is de drukte op een normale vrijdag tussen 2013 en 2018 afgenomen. In 2019 is weer een hele lichte stijging. De bezoekersaantallen op Black Friday daarentegen groeien (met uitzondering van 2015) ieder jaar. Vooral in 2017 is een exponentiele groei gemeten. 2018 liet ook weer een mooie groei zien en verwacht wordt dat de stijging dit jaar door zal zetten.

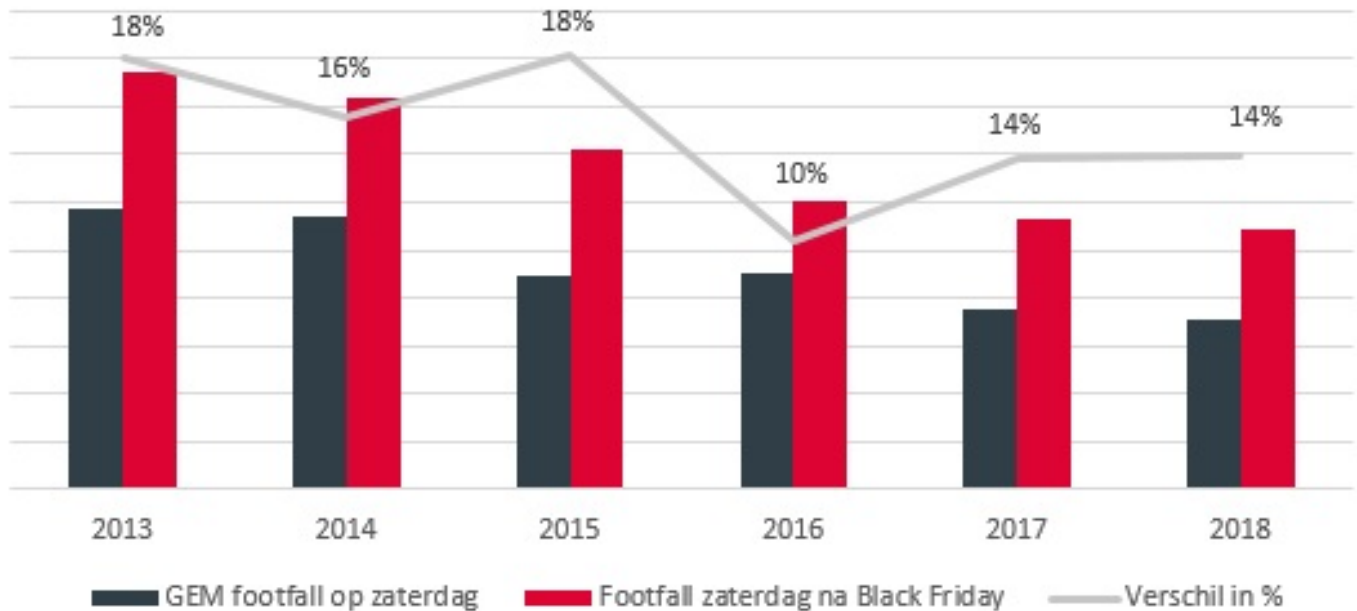
Footfall ontwikkeling op Black Friday



Deze grafiek laat de ontwikkeling op het gebied van bezoekersaantallen zien vanaf de introductie in 2013. Een stabiel begin in 2013-2014 met daarna een lichte daling in 2015. In 2016 was de eerste duidelijke groei waarneembaar, met een exponentiële groei van bezoekersaantallen in 2017. Met wederom positieve groeicijfers in 2018 is een duidelijke trend waarneembaar en de verwachting is dan ook dat de bezoekersaantallen op Black Friday in 2019 wederom een toename zullen laten zien.

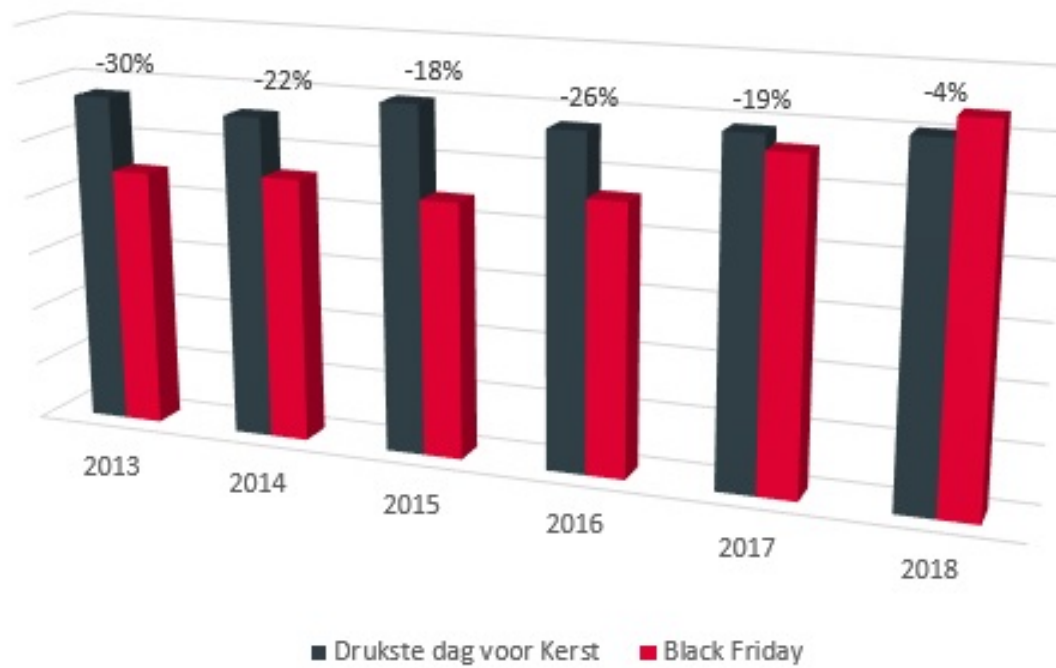
Eigenlijk kunnen we op basis van bovenstaande al concluderen dat Black Friday een belangrijke dag is voor retailers en winkelcentra. We vergeten hierbij echter een belangrijke dag, die we graag nog even willen aanhalen: de zaterdag na Black Friday. Uit bezoekersdata blijkt namelijk dat de afgelopen jaren op deze dag gemiddeld aanzienlijk meer bezoekers worden gemeten dan op een gemiddelde zaterdag, zoals te zien in de grafiek hieronder. Zeker gezien het feit dat bezoekersaantallen op een normale zaterdag geleidelijk afnemen, is het van nog groter belang dat men deze zaterdag wel als een kans ziet en gebruikt. Als retailer kun je bijvoorbeeld kiezen om de Black Friday-aanbiedingen ook de zaterdag nog te laten gelden.

Footfall zaterdag na Black Friday hoger dan gemiddeld op zaterdag



Als laatste is het nog interessant Black Friday te vergelijken met de drukste dag van het jaar, wat doorgaans de zaterdag voor Kerst is. In onderstaande grafiek is te zien dat in (middel)grote winkelcentra in Nederland in 2013 de zaterdag voor Kerst verreweg de drukste dag van het jaar was. De jaren erna bleven deze bezoekersaantallen relatief constant. Op Black Friday echter heeft zich sindsdien een trend ingezet van toenemende bezoekersaantallen. In 2018 was Black Friday voor het eerst in de geschiedenis de drukste dag van het jaar. Is Black Friday de belangrijkste dag van het jaar voor retail? De cijfers liegen er niet om.

Footfall (middel)grote Nederlandse winkelcentra Black Friday versus drukste dag in aanloop naar Kerst



Carly Leget