

'Retailer laat kansen liggen in aanloop naar Black Friday'

25-11-2019 14:08



Bijna de helft van de Nederlandse consumenten weet nog niet of hij gebruik gaat maken van de vele Black Friday-aanbiedingen. Dat blijkt uit onderzoek van Kieskeurig.nl onder ruim 5200 consumenten. De prijsvergelijker zegt dat retailers grote winst kunnen behalen door deze groep consumenten aan te spreken.

Van de consumenten die vorig jaar gebruikmaakten van de Black Friday-aanbiedingen geeft 66 procent aan dit op vrijdag 29 november weer te willen doen. Maar er is volgens Kieskeurig.nl een grote groep consumenten die nog niet heeft geproefd van de koopdag.

"Er ligt een enorme kans voor retailers om tijdens Black Friday extra omzet te genereren. Als we kijken naar 2018, dan geeft bijna 77% van de Kieskeurig.nl bezoekers aan dat zij in 2018 geen aankoop tijdens Black Friday hebben gedaan. En ook voor 2019 geldt dat consumenten nog niet echt warm draaien voor Black Friday. Bijna 50% geeft aan nog niet te weten of zij een product tijdens Black Friday 2019 willen kopen, dat is een vrij grote groep consumenten", zegt marketeer Frank van Kesteren.

Van de ondervraagde consumenten geeft 57 procent aan goede ervaringen te hebben met Black Friday, tegenover 43 procent die een negatieve kijk op de koopdag heeft. Deze groep is sceptisch en associeert het fenomeen met misleidende aanbiedingen.

Pakketdienst DPD noemt de bewuste vrijdag 'het startsein voor de drukste decembermaand ooit', maar geeft aan wel klaar te zijn voor de drukte. Het bedrijf voorspelt een volumegroei van twintig procent in vergelijking met normale werkdagen en een verdubbeling op piekdagen, zoals Black Friday en 2 december. DPD verwacht op die laatste dag een recordaantal van tien miljoen pakketten te bezorgen in heel Europa.