

'Nederlandse retailer toont zich bovengemiddeld veerkrachtig'

26-11-2020 08:59



Europese retailers denken in de nasleep van de coronacrisis eerder aan het uitbreiden dan inkrimpen van hun activiteiten. Dat blijkt uit onderzoek van Forrester onder 495 besluitvormers bij retailers, waarvan 221 uit Europa.

Het zogenoemde resilience in retail-onderzoek, uitgevoerd in opdracht van betaalplatform Stripe, is bedoeld om de veerkrachtigheid van retailers na een crisis te peilen. Na een zwaar jaar noemt de meerderheid van alle Europese retailers (56 procent) het vergroten van het reactievermogen als een hoge- of topprioriteit. In Nederland is dat met 64 procent nog meer. Bovendien overweegt 51 procent van de Europese respondenten om de komende anderhalf jaar nieuwe businessmodellen aan te boren, zoals een abonnementsdienst.

Meer dan de helft van de respondenten geeft verder aan plannen te hebben om uit te breiden naar het buitenland. Daarnaast zegt 56 procent aan dat het verbeteren van de klantervaring een cruciale doelstelling is het komende jaar.