

'Gros Nederlanders niet tevreden over inzet technologie in retail'

05-07-2022 15:23



Twee derde van de consumenten is niet tevreden over de manier waarop retailers technologie inzetten om de winkelervaring offline of online te verbeteren. Nederlanders zijn het positiefst gestemd over digitale kassabonnetjes.

Technologie en online winkelen worden steeds belangrijker, blijkt uit onderzoek van GfK dat in opdracht van ShoppingTomorrow is uitgevoerd. Verwacht wordt dat het online omzetaandeel in 2027 41 procent bedraagt. Het leeuwendeel (58 procent) van de consumenten voorziet dat e-commerce zich tegen die tijd vooral afspeelt via marketplaces; 61 procent verwacht dat het aanbod van (online) retail kleiner wordt en enkele grote bedrijven overeind blijven.

Geen onbemande winkels

Technologische oplossingen omtrent digitale kassabonnen worden het best beoordeeld: 89 procent is tevreden over de niet-papieren variant van het bonnetje. Daarentegen zijn onbemande winkels onder 61 procent van de consumenten nog steeds niet populair; Nederlanders bezoeken een winkel het liefst offline voor het inwinnen van advies of informatie (63 procent).

Toch zijn er ook zorgen over de groeiende rol van e-commerce. Zo zegt 33 procent van de consumenten het onprettig te vinden wanneer nieuwsbrieven van retailers zijn gepersonaliseerd – ook 33 procent vindt dit geen probleem. Privacyschending vormt voor veel Nederlanders een bron van ongerustheid: 78 procent denkt dat e-

commercebedrijven persoonlijke informatie kunnen misbruiken.