“Webwinkels moeten meer verleiden”

20-09-2006 00:00

Webwinkels in ons land laten nog veel kansen liggen op het gebied van verleiding. Dat blijkt uit het Jungle Rating Webwinkel Onderzoek 2006, onder de 25 grootste internetwinkels van ons land. Vier op de tien webwinkels verwijst bijvoorbeeld niet naar gerelateerde producten bij een bestelling. En 48 procent geeft geen advies over bijpassende artikelen.

Een andere manier om de webshopper effectiever te verleiden is volgens de onderzoekers het herinneren aan eigen voorkeuren en bekeken artikelen. Slechts 24 procent van de digitale winkels houdt de inhoud van het virtuele winkelmandje vast tussen twee bezoeken in. En slechts acht procent van de webshops toont welke producten de bezoeker recent heeft bekeken. Tot slot bieden maar zestien van de honderd webshops een online cadeauwinkel. Matthijs van Gaalen van Jungle Rating noemt dat een gemiste kans. “Immers, de online uitgaven stijgen bijvoorbeeld met zo'n 50% rond de kersttijd.”

De onderzoekers stellen verder dat de kracht van mond-tot-mond-reclame onvoldoende wordt benut. “Webwinkels stimuleren hun bezoekers nog niet of nauwelijks om contact te hebben met andere bezoekers.” Zo geeft minder dan de helft (48 procent) een lijst weer van de best verkochte artikelen, en biedt iets meer dan de helft (56 procent) webshoppers de mogelijkheid om bekenden te mailen over een artikel.

Joost Wolzak, ook van Jungle Rating: “Het stimuleren van contact tussen consumenten als insteek voor het verkopen van producten of diensten zal een vlucht nemen. Vooral webwinkels met een diep aanbod kunnen profiteren van social commerce.”

Kijk voor meer nieuws op de grens van retail en technologie op RetailTech.nl.