

40% van de e-commerce bedrijven in Europa is van plan een fysieke winkel te openen

21-07-2022 15:00



Zo'n twee op de vijf (40%) e-commerce bedrijven in Europa zeggen dat ze van plan zijn de komende drie jaar een fysieke winkel te openen. Nu de overheden initiatieven steunen om winkelstraten te redden en te promoten, zou een ommekeer in het lot van de fysieke winkels op komst kunnen zijn?

De trend om fysieke winkels te openen wordt aangewakkerd door een aantal ontwikkelingen waaraan winkeliers zich de komende vijf jaar zullen moeten aanpassen. Uit een nieuw rapport van Tribe Payments, een aanbieder van betalingstechnologie die online en multi-channel retailers in Duitsland, Litouwen, Spanje, Nederland en het Verenigd Koninkrijk ondervroeg, blijkt dat de meerderheid van de winkeliers vindt dat het winkelend publiek steeds meer verlangt naar een betere klantervaring (84%), naar grensoverschrijdend winkelen (81%), naar betalen met meerdere soorten apparatuur (80%) en naar meer personalisatie (79%).

Om aan deze wensen tegemoet te komen, erkennen retailers dat ze een aantal uitdagingen moeten overwinnen. In het algemeen zegt 50% van de handelaren dat ze moeite hebben om te concurreren met grotere ketens die een innovatieve klantervaring bij de kassa bieden. 46% van alle handelaren zegt dat naleving van regelgeving een uitdaging is, 46% worstelt met het navigeren door consumententrends zoals BNPL, multicurrency en contactloos. Voor 27% ligt een uitdaging in het terugdringen van fraude, waarbij deze problemen nijpender zijn voor e-commerce handelaren.

34% van de handelaren in heel Europa is van plan deze uitdagingen te overwinnen door de consument meer manieren van betalen aan te bieden. Verrassend is dat fysieke winkels (13%) voorop lopen wat betaalmogelijkheden betreft, terwijl de e-commerce (10%) spelers een inhaalbeweging maken. Iets minder dan een derde van de handelaars verwacht eigen merkwinkelkaarten en mobiele apps te lanceren en hun aanbod aan betaalmogelijkheden uit te breiden om beter te kunnen concurreren. Geografisch uitbreiden is een andere tactiek die overwogen wordt (59%), vooral door Britse (88%) en Spaanse (80%) merken.

"Berichten over de dood van de winkelstraat zijn misschien voorbarig... of zelfs gewoon fout," zegt Alex Reddish Managing Director van Tribe Payments. "Winkeliers reageren op de vraag van de consument en willen een multi-channel, sterk gepersonaliseerde winkelervaring bieden. Dit houdt ook in dat ze hun eigen financiële aanbod via kaarten en ingebouwde financieringsmogelijkheden lanceren. Het is aan acquirers en infrastructuurpartners om de technologie en innovatie te leveren waarmee retailers zowel online als in de winkel met hun rivalen kunnen concurreren en de vraag van de consument kunnen bijhouden."

Redactie