

Nederlandse webwinkels blinken uit in voorraadbeheer en kortingen

01-12-2023 14:54



Uit recent onderzoek van DataFeedWatch, gepubliceerd in het Multichannel Marketing Report 2023, blijkt dat Nederlandse webwinkels opvallend goed scoren op het gebied van voorraadbeheer. Maar liefst 91,9 procent van de in het tweede kwartaal van dit jaar geadverteerde producten was ook daadwerkelijk op voorraad. Deze score is aanzienlijk hoger dan het wereldwijde gemiddelde van 83,3 procent en toont een stijging ten opzichte van vorig jaar, toen Nederland al hoog scoorde met 90,2 procent.

Volgens het rapport is de hoge score van Nederland te danken aan de geavanceerde digitalisering in de logistieke sector. Nederlandse webwinkeliers gebruiken vaker voorraadbeheersystemen die automatisch producten van websites verwijderen zodra de voorraad slinkt. Dit minimaliseert het risico van verkopen zonder leveringsmogelijkheid, vooral wanneer producten op meerdere platforms worden aangeboden.

Interessant is dat Nederlandse webwinkeliers gemiddeld op 3,2 verkoopkanalen actief zijn, wat hoger is dan het wereldwijde gemiddelde van 2,8 kanalen. Toch blijkt dat slechts 16,8 procent van de Nederlandse webwinkels ook in het Engels adverteert, wat lager is dan in Duitsland en België (beiden rond de 24 procent) en veel lager dan het wereldwijde gemiddelde van 27,1 procent in niet-Engelstalige landen.

Op het gebied van kortingen zijn Nederlandse webwinkels ook opvallend genereus. Wereldwijd steeg het gemiddelde van afgeprijsde producten met 14 procent tussen 2022 en 2023. De gemiddelde korting die verkopers wereldwijd geven is 34,15 procent, terwijl dit percentage in Nederland hoger ligt, namelijk op 39,7 procent. Volgens de onderzoekers geven Nederlandse webwinkeliers liever hogere kortingen dan dat ze meer producten in de aanbieding zetten.

Redactie