

"Winkelen zorgt regelmatig voor teleurstellingen bij consument"

16-04-2024 10:46



Eén op de vijf consumenten wordt regelmatig teleurgesteld tijdens fysieke winkelervaringen. Vooral mensen in de leeftijdscategorie tussen de 18 en 30 jaar (27%) en tussen de 31 en 40 jaar (31%) voelen deze teleurstelling regelmatig. Dit blijkt uit recent onderzoek van full-service digitaal bureau NOBEARS onder meer dan 1.000 Nederlandse consumenten tussen de 18 en 80 jaar. Deze tegenvallende ervaring kan voortkomen uit het feit dat 37 procent van de consumenten vindt dat fysieke winkelervaringen niet overeenkomen met webshopervaringen van de desbetreffende winkel. Opvallend, aangezien bijna de helft van de consumenten (45%) aangeeft het wél belangrijk te vinden dat online en offline shopervaringen overeenkomen.

Shopper doet iedereen op zijn eigen manier. Zo geeft 40 procent van de consumenten tussen de 18 en 40 jaar aan dat ze liever fysiek shoppen, maar dat ze door tijdgebrek toch maar online winkelen. Lang niet iedereen geeft de voorkeur aan fysiek shoppen. Eén op de vijf consumenten (21%) geeft aan liever online te shoppen door de lange wachttijden in winkels. Ook het hebben van een kortingscode motiveert mensen om online te bestellen. Sterker nog: 16 procent geeft aan alleen online te bestellen, wanneer ze een kortingscode hebben.

Winkelen draait steeds meer om beleving, zowel online als offline. Ruim één op de drie consumenten (36%) bekijkt eerst een webshop voordat hij of zij naar een fysieke winkel toegaat. Hier kan uit geconcludeerd worden dat de zoektocht naar een nieuw product vaak online start. Als we inzoomen op de aspecten die ervoor zorgen dat de consumenten terugkeren bij dezelfde webshop, geven ze aan vooral te kijken naar of de

producten van goede kwaliteit (45%) zijn. Andere redenen om terug te keren zijn een eerlijke prijsstelling (29%), een gebruiksvriendelijke website (27%) en een snelle levering (26%).

Ook tijdens het fysiek shoppen heeft de consument redenen om opnieuw een aankoop te doen bij dezelfde winkel. Zo zijn vriendelijk en behulpzaam personeel (49%), deskundige medewerkers (45%) en een makkelijk bereikbare locatie (36%) redenen om terug te keren.

Rens van Geel, partner en CMO bij NOBEARS: "Ondanks de berichtgeving in de media over het uitsterven van fysieke winkels, geloven wij bij NOBEARS sterk in het tegenovergestelde. Zo laat ons onderzoek zien dat 40 procent van de consumenten nog altijd de voorkeur geeft aan het bezoeken van een fysieke winkel. Wij zijn van mening dat het realiseren van een gelijkwaardige online shop-ervaring en fysieke winkelbeleving elkaar juist versterken. Door beide ervaringen in lijn te brengen, ontstaat er een naadloze klantreis waarin de unieke charme van de fysieke winkel zich vertaalt naar de digitale wereld en vice versa. Dit kan je realiseren door in te zetten op een 360-graden klantbeleving. Deze omvat alle interacties en touchpoints die een klant heeft met een bedrijf, vanaf het allereerste contactpunt tot aan aftersales. Een 360-graden klantbeleving bouwt vertrouwen op, versterkt loyaliteit en laat zien dat de klant centraal staat. Dit leidt uiteindelijk tot langdurige relaties en zakelijk succes."

Redactie