

Studie: verwachtingen online shoppers nemen met de dag toe

28-06-2022 10:37



De verwachtingen van shoppers ten aanzien van online winkelen nemen snel toe: snelle levering en een breed assortiment van behoren nu tot de must-haves, zo blijkt uit een nieuwe studie. Tegelijkertijd trekt social commerce klanten weg van online marktplaatsen.

Digitaal adviesbureau Wunderman Thompson Commerce ondervroeg 31.040 online shoppers uit de hele wereld en ontdekte dat 70% het serviceniveau dat ze bij Amazon Prime krijgen, ook bij andere merken wil.

Shoppers zeggen dat ze nu meer online kopen dan vroeger. Zestig procent is van plan in de toekomst meer online te kopen. 69% van degenen die vanuit huis werken zeggen dat ze als gevolg daarvan meer online hebben gekocht. 62% van de respondenten hebben nieuwe merken ontdekt nadat ze vanuit huis zijn gaan werken. Bijna een kwart (24%) van de respondenten zei binnen twee uur een bestelling te verwachten.

Levering

Bijna de helft (48%) wil een snellere levering, en meer dan twee derde (67%) zegt dat levering belangrijker is geworden, waarbij 66% zegt dat het tijdstip van levering nu belangrijker is. Shoppers zouden graag zien dat retailers investeren in opkomende technologie, zoals cashloze betalingen (58%) en kassavrije winkels (64%), zoals Amazon Go. Zes op de 10 shoppers zijn nu van plan meer te kopen.

Duurzaamheid

Tegelijkertijd wil 68% meer milieuvriendelijkheid - en 61% winkelt graag bij merken en detailhandelaren die een doel voor ogen hebben dat verder gaat dan de transactie. 23% van de online aankopen wereldwijd wordt geretourneerd; 39% zegt opzettelijk te veel te hebben besteld met de bedoeling ongewenste goederen terug te sturen.

Sociale handel

Sociale media profiteren van de verschuiving online: 56% wil op zijn sociale-mediaplatform blijven om te kopen, terwijl 65% al eens via een sociale-mediaplatform heeft gekocht. Bijna twee derde (64%) van de shoppers zegt dat ze het een goed idee vinden om alles via één retailer te kopen, terwijl 36% zijn shoppingtraject al op marktplaatsen begint. Het marktaandeel van marktplaatsen is dit jaar echter gedaald tot 35%, tegen 42% vorig jaar, omdat shoppers hun aankopen beginnen te doen via andere digitale kanalen, zoals sociale media, augmented en virtual reality.

Hugh Fletcher, global head of consultancy and innovation bij Wunderman Thompson Commerce, zegt: "TikTok, Twitter en Instagram, marktplaatsen en eCommerce meer in het algemeen bieden shoppers een directe manier om in contact te komen met hun favoriete producten en diensten, en deze te kopen. Dit betekent echter dat er hogere eisen worden gesteld, dat de verwachtingen hogergespannen zijn en dat consumenten minder geduld hebben; ze willen producten en diensten met één druk op de knop en nemen geen genoegen met het op één na beste. Koppel dit aan de stijgende kosten van levensonderhoud en detailhandelaren worden geconfronteerd met een strijd om het geld van consumenten te krijgen wanneer ze kiezen waar ze winkelen, in welke merken ze investeren en welke digitale diensten ze gebruiken.

"Ondanks alle technologische veranderingen van de afgelopen twee jaar, blijft de basis van winkelen hetzelfde: onvergetelijke, betrouwbare ervaringen creëren die ervoor zorgen dat de consument terugkomt voor meer. De marges zullen naar verwachting krapper worden en dat betekent dat retailers en merken moeten investeren in digitale platforms die shoppers tevreden stellen. De dagen van het kopiëren van wat Amazon, Walmart of de volgende beste concurrent doet, liggen al lang achter ons. Leer van uitdijende marktplaatsen of aanbieders van innovatietechnologie, ja, maar behoud je eigen karakter en neem klanten mee in een kooptraject, waarna ze terug willen komen voor meer."

Redactie