

Woensdag 28 april 2010

508 keer gelezen Nu reageren

## **Bijna tweederde shoppers koopt voor het gemak online**



Nederlanders noemen gemak het vaakst als reden waarom ze kiezen voor kopen op het web. Pas ver daarna volgen de prijsstelling van producten online en de snelheid waarmee die kunnen worden gekocht.

Dat zei Bart Roozen van Blauw Research gisteren op de Thuiswinkel Vakbeurs, waar hij een presentatie gaf over de Thuiswinkel Markt Monitor. Over de basisrapportage, gratis voor leden van Thuiswinkel.org en te koop voor andere geïnteresseerden, kwam al een aantal cijfers naar buiten. Overigens zijn daarnaast branchespecifieke rapporten te bestellen.

### **Bonbedrag lager**

Twinkle meldde eerder onder meer al dat de online-consumentenbestedingen vorig jaar uitkwamen op 6,38 miljard euro, 17 procent meer dan in 2009. Hoewel het gemiddelde bonbedrag (119 euro) afnam, steeg het gemiddeld besteedde bedrag per online-koper tot 737 euro voor het hele jaar. Kort en goed: meer webkopers deden ieder meer online-bestellingen van gemiddeld minder waarde.

### **Beweegredenen**

Vandaag dus meer over de beweegredenen van consumenten om online te kopen. Na koploper gemak (63 procent), volgen de lagere prijs (40 procent) en de snelheid waarmee producten kunnen worden besteld (39 procent).

Daarachter komen de mogelijkheid om 24 uur per dag te kunnen kopen (27 procent), de breedte van het assortiment (26 procent), de optie tot vergelijken (24 procent) en de zoekmogelijkheden (19 procent).

### **Categorie speelgoed sterskt gegroeid**

In een recente presentatie op de Full Service E-commerce Summit vertelde Wijnand Jongen ook het een en ander over de Thuiswinkel Markt Monitor. De directeur van Thuiswinkel.org zei daar dat speelgoed de sterkst gegroeide productcategorie is online, gevolg door verzekeringen en dvd's & films.



Doorsturen

Print

Reageer

Onderwerp(en) & tags voor dit artikel:

[Thuiswinkel Markt Monitor](#)  
[Wijnand Jongen](#)  
[Thuiswinkel.org](#)  
[Bart Roozen](#)  
[Thuiswinkel Vakbeurs](#)  
[Blauw Research](#)