

De Binnenstad in het Internettijdperk

Dr. Jesse Weltevreden

NVBO Themadag, 09-10-2006, Ede

Inhoud Presentatie

- 1. Internet & De Consument: Hoe verandert het winkelgedrag?**
- 2. Internet & De Winkelier: Hoe reageert de winkelier op Internet?**
- 3. Conclusies & Aanbevelingen**

Internet & De Consument

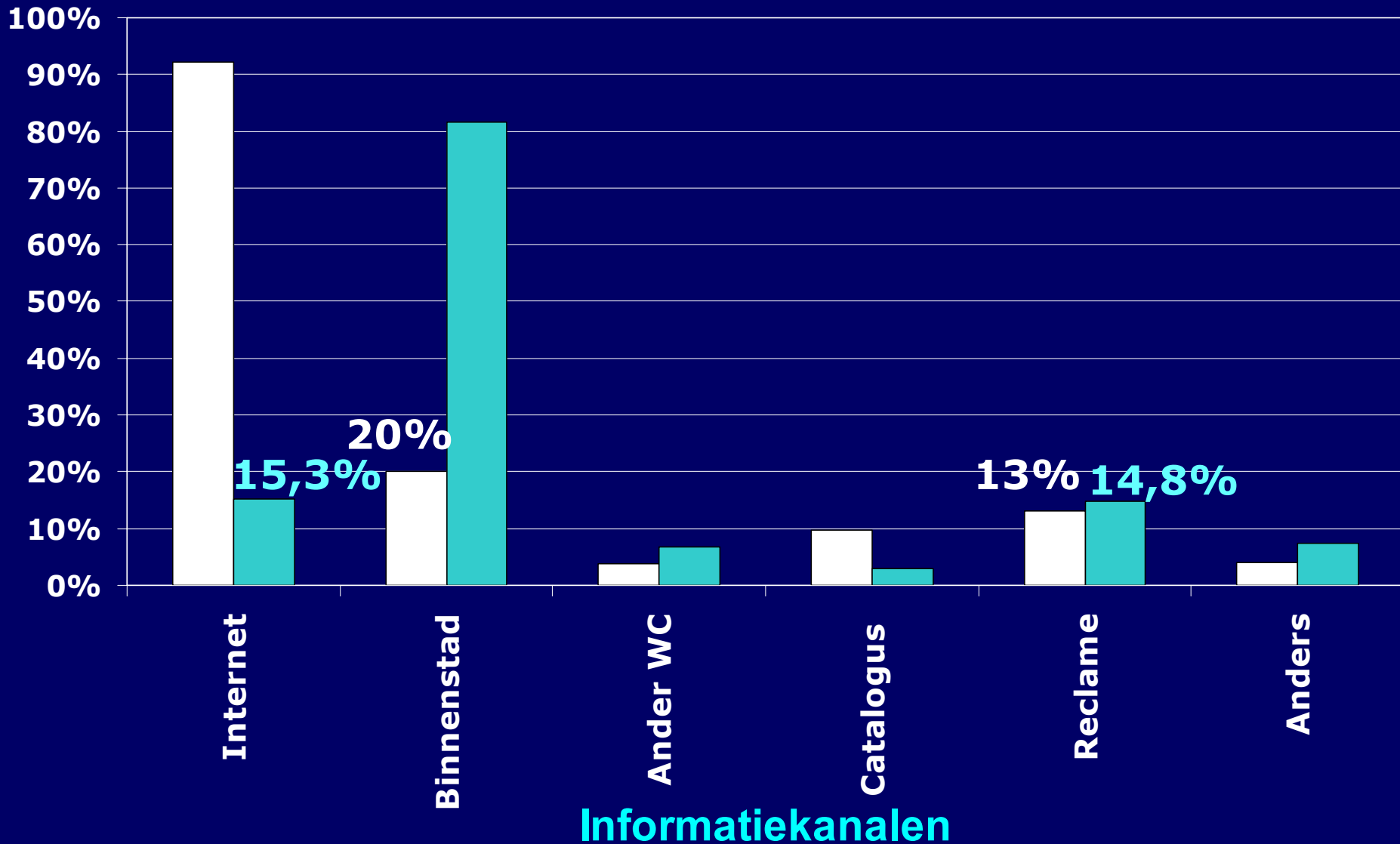
Top 10 Aankopen Internet & Binnenstad

Internet	%	Binnenstad	%
CD's, DVD's & Video's	16%	Bovenkleding	23%
Boeken	13%	Schoenen	11%
Bovenkleding	9%	CD's, DVD's & Video's	7%
Theatertickets, etc.	8%	Persoonlijke verzorging	7%
Computer hardware	7%	Levensmiddelen	6%
Bus/Trein/Vliegtickets	6%	Boeken	5%
2e hands artikelen	6%	Ondergoed/Lingerie	5%
Vakantiereizen	4%	Parfum/Cosmetica	4%
Ondergoed/Lingerie	4%	Theatertickets, etc.	4%
Software	3%	Cadeau artikelen	3%

Oriëntatie op Producten

■ Internet aankopen

■ Binnenstad aankopen



Prijsbewustheid & Populariteit type webwinkels

Door Internet winkel ik prijsbewuster:	
Mee eens	59%
Neutraal	20%
Mee oneens	21%

Populariteit type webwinkel:	
E-tailer	34%
Postorder	19%
Detaillist	14%
Producent	12%
Particulier	9%
Anders	2%
Onbekend	10%

Veranderende consument

- **Populaire producten op Internet worden voornamelijk in de binnenstad verkocht;**
- **De binnenstad is het belangrijkste informatiekanaal voor Internetaankopen en visa versa;**
- **Consument winkelt prijsbewuster in de binnenstad door Internet;**
- **Van alle e-shoppers gaat 20% minder vaak naar de binnenstad;**
- **Consument koopt op Internet het liefst bij e-tailers en postorderbedrijven.**

Internet & De Winkelier

10 Mogelijke Internetstrategieën

1. **Pre-Internet: geen (actieve) website**
2. **Billboard: contactinformatie**
3. **Brochure: beperkte productinformatie**
4. **Catalogus: uitgebreide productinformatie**
5. **Service: extra services**
6. **Export: enkel gericht op nieuwe klanten**
7. **Mirror: gericht op bestaande en nieuwe klanten**
8. **Synergy: integratie tussen website en winkel**
9. **Anti-mirror: Winkel ondergeschikt aan website**
10. **Virtueel: Geen winkel meer**



Geen website



Informatief



Online verkoop

Internetstrategieën in de binnenstad (2006)

Internet Strategie	Zelfstandigen	Ketens
Pre-Internet	60%	4%
Billboard	8%	5%
Brochure	19%	11%
Catalogus	2%	1%
Service	4%	44%
Export	0%	0%
Mirror	4%	3%
Synergie	3%	33%
Totaal	100%	100%

■ Geen website

■ Informatief

■ Online verkoop

Positieve effecten van website

Internet Strategie	Betere dienstverlening	Meer Naams-Bekendheid	Meer klanten	Meer omzet	Kosten-besparing
Billboard	21%	34%	12%	5%	2%
Brochure	30%	32%	15%	3%	1%
Catalogus	20%	29%	17%	6%	3%
Service	37%	27%	5%	5%	8%
Mirror	28%	23%	25%	11%	6%
Synergie	24%	13%	24%	13%	11%

Winkels naar internetstrategie, binnenstad Amersfoort

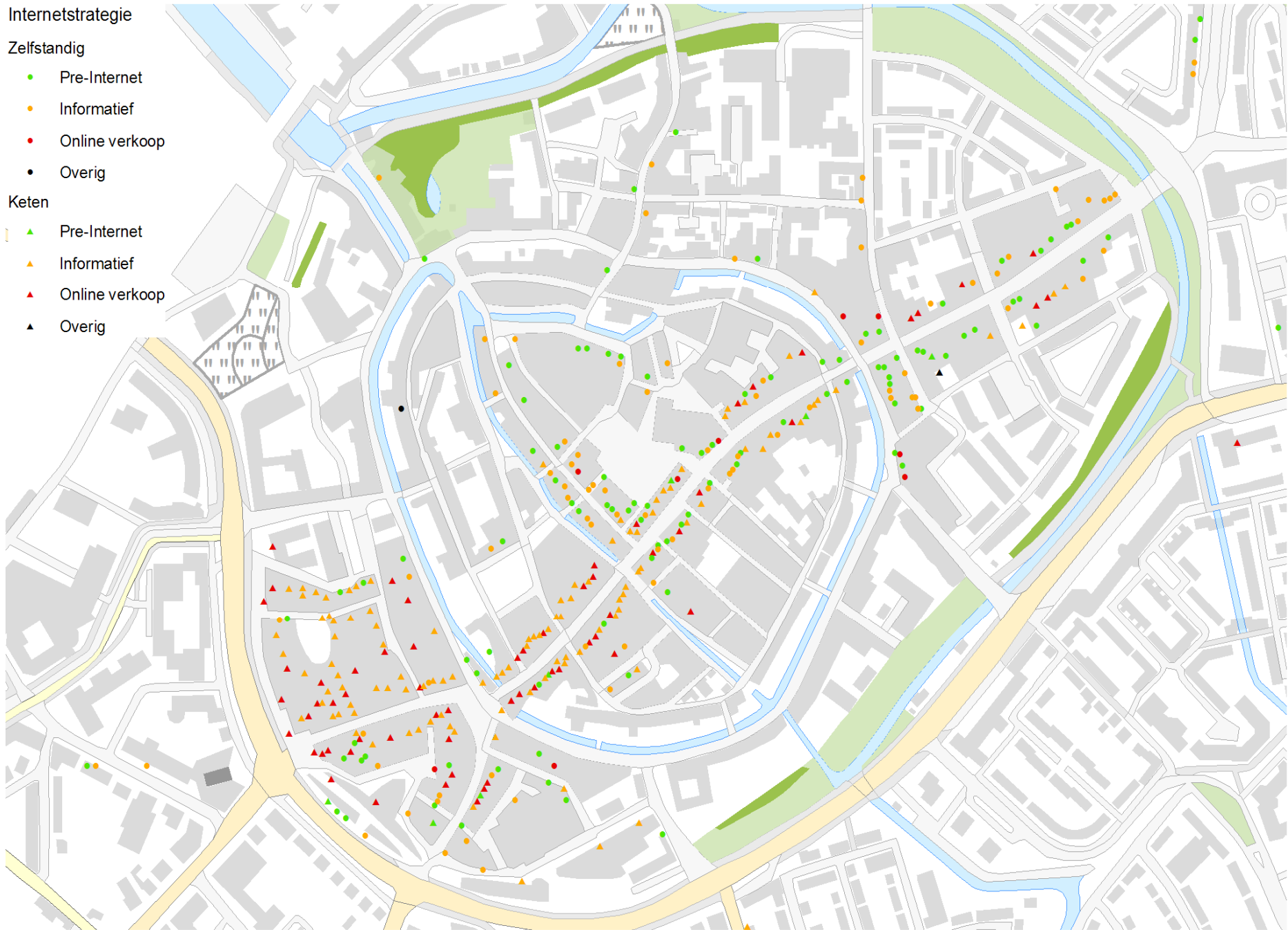
Internetstrategie

Zelfstandig

- Pre-Internet
- Informatief
- Online verkoop
- Overig

Keten

- ▲ Pre-Internet
- ▲ Informatief
- ▲ Online verkoop
- ▲ Overig



Winkels naar internetstrategie, binnenstad Haarlem

Internetstrategie

Zelfstandig

- Pre-Internet
- Informatief
- Online verkoop
- Overig

Keten

- ▲ Pre-Internet
- ▲ Informatief
- ▲ Online verkoop
- ▲ Overig



Winkels naar internetstrategie, binnenstad Utrecht

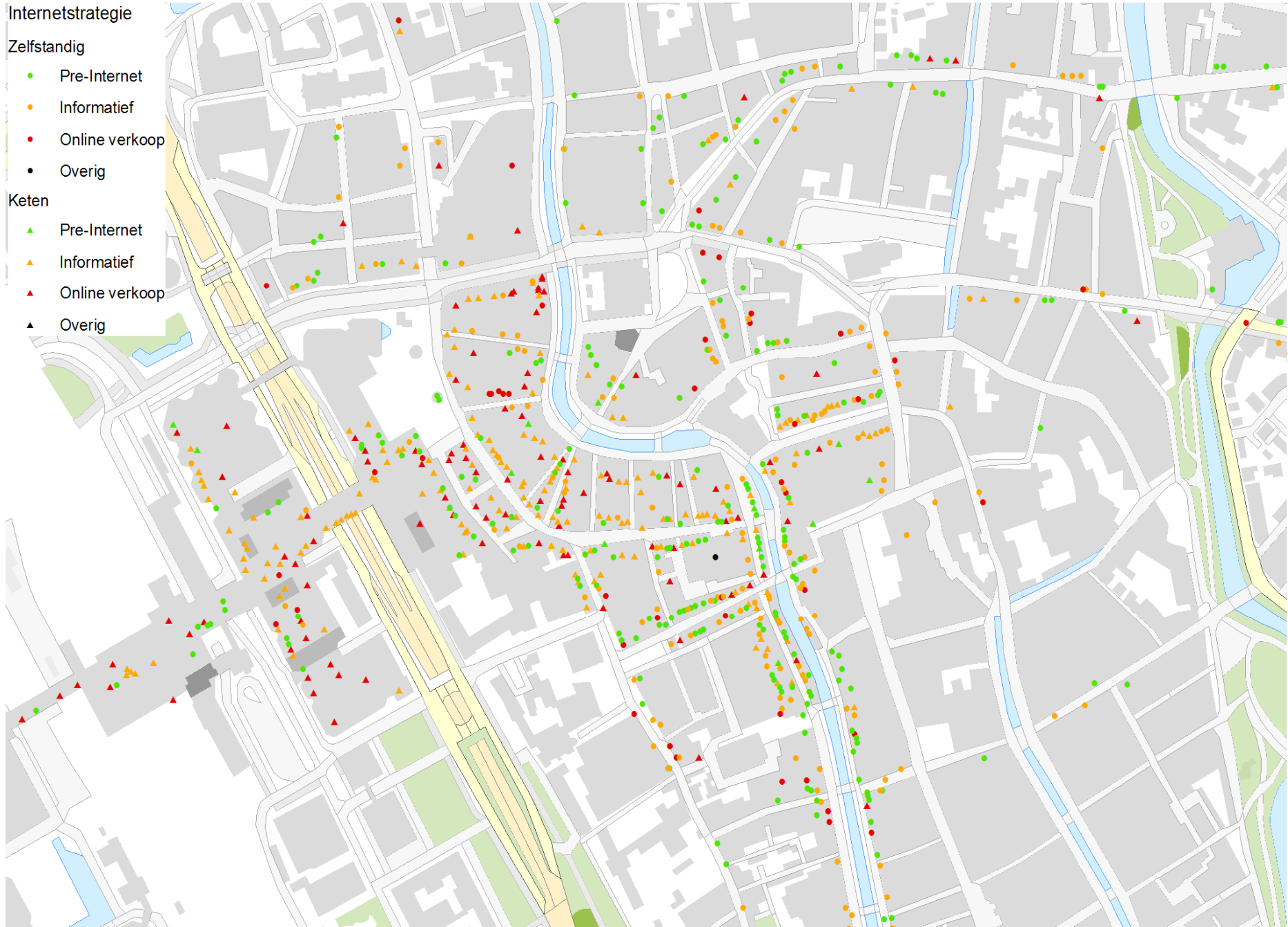
Internetstrategie

Zelfstandig

- Pre-Internet
- Informatief
- Online verkoop
- Overig

Keten

- ▲ Pre-Internet
- ▲ Informatief
- ▲ Online verkoop
- ▲ Overig



Functioneren websites (2006)

- Zelfstandigen: **25% slecht**, **75% goed**;
- Ketens: **6% slecht**, **94% goed**.

Probleem	
Verouderde informatie	9%
Informatie ontbreekt	42%
Plaatjes ontbreken	15%
'Dode' links	15%
Algemene Voorwaarden ontbreken	28%
Informatie over betalen ontbreekt	27%

Redenen winkeliers voor geen of slechte website

Waarom geen website?

Geen tijd	26%
Geen kennis	14%
Levert geen voordelen op	11%
Te duur	9%
Overig	40%

Waarom ontevreden met website?

Content voldoet niet	36%
Bijwerken kost veel tijd	17%
Website is verouderd	12%
Website levert weinig voordelen op	9%
Overig	26%

Conclusies & Aanbevelingen

- **Zelfstandig winkeliers in de binnenstad laten kansen liggen m.b.t. e-commerce.**
- **Bedenk wat mogelijk is gegeven de beschikbare middelen.**
- **Individueel versus Collectief?**
- **Beter geen website dan een slechte website!**

Einde

Voor meer informatie:

<http://www.jesseweltevreden.com/>

<http://www.rpb.nl/nl-nl/content.aspx?cid=676>