

Persbericht

Hoofddorp, 3 september 2018

## Back to school: volop kansen voor retailers om online schoolspullen te verkopen

Hoofddorp, 3 september 2018 - Het is voor zowel ouders als schoolgaande kinderen ieder jaar weer een uitdaging - waar vind ik het perfecte kaftpapier, de mooiste schriften en de agenda die klasgenoten steil achterover laat slaan? Schoolartikelen zijn niet slechts noodzaak, ze zijn onderdeel van de identiteit van kinderen op de middelbare school. Ingenico, wereldwijd marktleider in betalingen, vroeg ouders in Nederland en België het hemd van het lijf over de aankoop van schoolspullen. Dat leverde [interessante resultaten](#) op: zo koopt slechts een kwart van de ouders schoolspullen online. Dat biedt mogelijkheden voor online retailers!

Hoewel consumenten zich steeds vaker tot webshops wenden voor de aankoop van dagelijkse benodigdheden, lijken schoolspullen het online domein nog niet veroverd te hebben. Slechts 24,3% van de Nederlandse en Belgische ouders doet zijn aankopen online. Opvallend hierbij is het verschil tussen Nederland (29,3%) en België (19,6%). Nederlandse ouders die hun spullen liever in een winkel aanschaffen kiezen daarbij vooral voor een voordeelwarenhuis (70,3%), terwijl Belgische ouders voornamelijk supermarkten afstruinen (69%).

### Online versus offline: uitje of gemak?

Waarom blijft online shopping op dit domein zo achter? Als belangrijkste reden geldt daarbij toch de productbeleving: 44,2% van de ondervraagde ouders geeft er de voorkeur aan de spullen te kunnen zien en aanraken voor ze tot aankoop overgaan. Bovendien is het kopen van schoolspullen de aftrap en opwarmer voor een nieuw schooljaar. Voor 23% van de ouders is schoolspullen kopen een uitje met de kinderen - een ervaring waar geen webwinkel tegenop kan. Bovendien is winkelen volgens veel ouders sneller (21,4%) en goedkoper (18%) dan online shoppen.

Hoe kunnen online retailers de 'offline' ouder toch naar hun webshop trekken? Van de ouders die wél online aankopen deed, deed 71,3% dit uit gemak: 41,8% vindt het prettig dat webwinkels 24/7 open zijn en 29,5% vindt het prima om er dan niet de deur voor uit te hoeven. Ook voor een breder aanbod komen ouders bij webwinkels uit (35,4%). Slechts 15% geeft aan vrijwel alles online te kopen en daarom voor schoolspullen geen uitzondering te maken.

### Andere hoogtepunten uit het onderzoek:

- Nederlandse noch Belgische ouders zijn erg gevoelig voor last-minute deals: 88% van de ouders heeft vóór september alle aankopen al in huis. Het hoogtepunt ligt daarbij in augustus: in die maand slaat 56% van de ouders schoolspullen in.

- Van de Belgische ouders geeft 4,8% aan online betalingen niet prettig te vinden. Onder de Nederlandse ouders is dat slechts 1,2%.
- In Nederland betaalt 67,9% online het liefst met iDeal, en slechts 7,1% met creditcard. In België is de creditcard veel populairder: daar wordt 23,7% van de aankopen met creditcard afgerekend, en 46,4% met Bancontact.
- Hoewel mobiel shoppen voor veel retailers steeds belangrijk wordt, worden schoolspullen voornamelijk op pc en laptop besteld (70,9%). In België is mobiel shoppen wel meer ingeburgerd: daar wordt 35,1% van de aankopen op mobiel of tablet afgerond, tegenover 22,1% in Nederland.
- Vanuit scholen wordt vooral de online aanschaf van boeken gestimuleerd: zo'n 15% van de ouders die online spullen aanschafden, deden dit omdat de school hen een bepaalde website voor de boeken aanraade.

Waar veel online retailers marktaandeel blijven veroveren op de bakstenen winkel, lijkt dat bij schoolspullen voorlopig nog niet het geval te zijn. Daarbij spelen er factoren die voor webwinkels moeilijk te overbruggen zijn (de aankoop van schoolspullen als dagje uit), maar op andere gebieden als aanbod, prijs en efficiëntie kunnen webshops nog zeker sprongen maken.

#### Leerpunten voor (web)winkeleigenaars:

- Combineer on- en offline. Winkeliers die zowel een bakstenen winkel als een webshop runnen, moeten zorgen dat beide kanalen op elkaar aansluiten door te kijken naar een omnichannelpakket dat inzicht biedt in on- en offline aankopen. Zo kunnen winkeliers trends volgen en krijgen ze een verbeterd inzicht in het consumentengedrag op hun diverse verkoopkanalen.
- Maak het online shoppers makkelijk. Maar liefst 21,4% van de shoppers vindt dat online shoppen langzamer gaat dan een bezoek aan een winkel, terwijl gemak juist een veel gegeven argument is om voor online shopping te kiezen! Loop daarom het aankoopproces nog eens door: zijn de producten goed vindbaar? Is alles gesorteerd in de juiste categorie en wordt bij een agenda ook direct een bijpassend schrift aangeraden? Is de betaalpagina makkelijk vindbaar en hoe verloopt het betaalproces? Door een frisse blik op het aankoopproces te combineren met de juiste websiteanalytics kunnen verkopers hun website en betaalproces optimaliseren en zo de verkoop stimuleren.
- Blijf in contact met de klant. Het opbouwen van een relatie met de klant is niet altijd eenvoudig, maar levert vaak wel een hoop op. Wanneer klanten in de winkel hun schoolspullen kopen, zorg dan dat ze op de hoogte zijn van het bestaan van de webshop, bijvoorbeeld via een flyer. Mochten ze iets vergeten zijn, dan is de kans groot dat ze dit online bijbestellen (het 'uitje' met de kinderen hebben ze immers al *in the pocket!*). Dit geldt ook voor webshoppers: houd hen op de hoogte met relevante aanbiedingen (benader ze het volgende jaar aan het begin van de zomer met back-to-school-aanbiedingen) en breng ze op de hoogte van het bestaan van de bakstenen winkel bij hen om de hoek.

#### Over het onderzoek

Dit onderzoek werd in opdracht van Ingenico in samenwerking met Yellow Communications uitgevoerd door Kien Marktonderzoek. Voor het onderzoek werden 1000 ouders in Nederland en België ondervraagd. <http://www.ingenico.nl/backtoschool>

### **Over Ingenico Group**

Ingenico Group is wereldwijd marktleider in betalingen en voorziet in seamless, betrouwbare en veilige oplossingen om verkoop op alle fronten te versterken, of dat nou in-store, online of mobiel is. Met het grootste payment acceptance netwerk ter wereld levert het bedrijf veilige betaaloplossingen op lokaal, nationaal en internationaal niveau. Ingenico is een betrouwbare partner van wereldklasse voor financiële instellingen en retailers, van kleine winkeliers tot bij iedereen bekende multinationals. De oplossingen van Ingenico stellen winkeliers in staat het betaalproces te vereenvoudigen en hun merkbepalende waar te maken.

[www.ingenico.com](http://www.ingenico.com)   [twitter.com/ingenico](https://twitter.com/ingenico)

### **Perscontact**

Ingenico ePayments Persdesk  
Lisa Elzinga  
+ 31 (0)23 555 34 24  
[ingenico@yellow-communications.com](mailto:ingenico@yellow-communications.com)  
[www.ingenico.nl](http://www.ingenico.nl)