

Crosschannel belangrijk voor retail

22-05-2013 02:00



Dit stelt ABN Amro in zijn jaarlijkse [Visie op Retail](#). Volgens deze uitgave is vooral de integratie van clicks en bricks van belang.

Het online-aandeel van producten in de totale retail is nu nog 'slechts' 5,6%, maar volgens de bank groeit dit aandeel de komende jaren. Zo oriënteerde 49% van de consumenten zich online bij woonzaken, maar kocht 16% ook daadwerkelijk iets in de webshop. Volgens ABN Amro zal met name de trend van pick-up-points zich dit jaar voortzetten.

Marc Nelissen