Web-omzet BMH marginaal

10-12-2019 00:09



De fysieke locatie blijkt nog steeds het belangrijkste verkoopkanaal en is sinds de vorige meting in belang toegenomen. Verkoop uit voorraad of ter plaatse bestellen zijn goed voor 55% van de omzet (voorjaar 2019: 42%). E-mail is goed voor 24% terwijl 17% van de aankopen telefonisch wordt gedaan. Het percentage internetverkopen is met 3,6% nog steeds relatief laag, maar is wel aan een gestage opmars bezig (voorjaar 2019: 3,2%).

Deze cijfers komen uit de Conjunctuurmeting die Buildsight voor Hibin uitvoerde. Daarin ook gegevens over de omzetgroei van de bouwmaterialenhandel.

In 2020 start RMB Data met een omzetmonitor op basis van de reëele verkoopdata van alle grote organisaties in de bouwmaterialenhandel. Daarmee zetten ze de omzetmonitor op de bouwgroothandel van GfK in verbeterde vorm door.

Marc Nelissen