



QUDATA CONSUMENTENONDERZOEK

Bij de consumentenonderzoeken naar de 'customer journey' van merken en producten in de woonbranches verricht Qudata sedert enkele jaren ook onderzoek naar de verschillende aankoopkanalen. De respondent wordt niet alleen gevraagd wat men gekocht heeft, maar ook waar en vooral waarom. Deze resultaten geven een aardig inzicht in de positionering van retailketens.

POSITIONERING VAN WINKELMERKEN



De kwalificaties waarop de ondervraagde consumenten retailketens konden beoordelen verschilden in het verleden per markt. Daardoor is het (nog) niet goed mogelijk om vergelijkingen over de gehele woonbranche te kunnen maken. Dat zal met ingang van de Qudata-onderzoeken van dit jaar wel mogelijk zijn. Op deze pagina's vindt u enkele ranglijstjes, die gebaseerd zijn op de combinatie van verschillende consumentenonderzoeken van Qudata Markt & Trendanalyses.

Prijs

Prijs is altijd een belangrijke middel geweest in de concurrentiestrijd. Een lage prijs is altijd een duidelijk en absoluut kenmerk geweest. Zeker in deze tijd van internet is de laagste prijs

altijd binnen enkele seconden gevonden. Dat heeft niet alleen een effect op de aanbiedingen van discounters, maar ook op retailers die zich richten op kwaliteit, design en dergelijke. Uit onderzoeken blijkt, dat de consument weer geïnteresseerd is in kwaliteit, maar wel tegen de laagst mogelijke prijs. Hoewel de omzetten weer aantrekken staan daardoor de marges stevig onder druk.

In de meeste markten scoren de webshops -zoals te verwachten- hoog op prijs als reden voor de aankoop. Daarnaast blijkt ook, dat de bouwmarkten een steeds grotere rol spelen in de verkoop van badkamers en keukens, maar dan vooral in het prijssegment.

Kwaliteit

Waar de grote ketens dikwijls

Tabel 1: Rangorde retailketens naar kenmerk Badkamermarkt



	Prijs	Betrouwbaar	Deskundig	Service/ garantie	Maatwerk	Groot assortiment	Totaal- oplossing
1	Jysk	Jan van Erp	Warmteservice	Piet Klerkx	Piet Klerkx	Hornbach Bouwmarkten	Sanisale.nl
2	Sanidump	Warmteservice	Piet Klerkx	Jan van Erp	Jan van Erp	Jan van Erp	Jan van Erp
3	Gamma	Plieger.nl	Nijhof	Warmteservice	Sanisale.nl	Nijhof	Nijhof
4	Sanidirect.nl	Hornbach Bouwmarkten	Jan van Erp	Sanisale.nl	Brugman	Sanisale.nl	Baderie
5	Praxis	Sanidrome	Brugman	Baderie	Baderie	Sanidump	Sanidrome
6	Karwei	Brugman	Baderie	Sanidrome	Sanidirect	Warmteservice	Brugman
7	Hornbach Bouwmarkten	Nijhof	Sanidrome	Brugman	Warmteservice	Ikea	Plieger.nl
8	Sanisale.nl	Baderie	Plieger.nl	Sanidirect	Plieger.nl	Sanidirect	Sanidirect
9	Ikea	Ikea	Sanidirect	Plieger.nl	Sanidrome	Plieger.nl	Ikea
10	Bouwmaat	Formido Deco Bouwmarkt	Hornbach Bouwmarkten	Ikea	Jysk	Sanidrome	Hornbach Bouwmarkten

@Qudata 2016. Alle rechten voorbehouden



goed scoren bij 'meetbare' kenmerken, doen de kleinere ketens het meestal beter bij de minder 'meetbare' kenmerken, zoals 'kwaliteit', 'betrouwbaar' en 'deskundig'. Overigens blijkt uit de meeste Qudata-onderzoeken, dat 'bekende' merken duidelijk beter scoren. Onbekend maakt echt onbemand.

Waar de consument de afgelopen jaren duidelijk op zoek was naar een lage prijs, is de focus nu duidelijk gevarieerder. Men koopt graag bij retailers die 'betrouwbaar' zijn en 'deskundig'.

Specialiseren

Hoewel de ketens met de hoogste omzetten in de marktsegmenten vaak geen speciaalzaak zijn, zien we toch dat de laatste zich goed weten te handhaven. Er is nog een goede boterham te verdienen voor de specialist. Mogelijk zal hij zich echter moeten gaan 'super'-specialiseren, omdat de bredere ketens (zoals Ikea) duidelijk aan marktaandeel lijken te winnen in alle woonbranches. Bredere ketens moeten het meestal hebben van de top 20 procent van het assortiment in een bepaald segment. De speciaalzaak zou zich meer

kunnen richten op bijzondere en innovatieve assortimenten. Bij de DIY-markt wisselen Gamma en Hornbach elkaar af bij de eerste plaatsen van alle kenmerken. Bovendien is opvallend dat Hornbach laag scoort bij het kenmerk 'prijs' en hoog bij 'kwaliteit'. Gamma wint duidelijk aan naamsbekendheid over de afgelopen jaren en dat tekent zich ook af in de rangordes.

Trends

Ook deze analyses laten zien, dat de retailmarkt in beweging is. Internetwinkels worden belangrijker, grote ketens domineren met (mogelijk) een plek voor de kleinere ketens en onafhankelijken in de specialisatie. Meer hierover kunt u lezen in het Qudata®-rapport 'Trends in shopping', die te koop is in de webshop van uw vakblad (qushop.nl).

