

Bricks naar clicks: kansen voor uitgevers

12-11-2020 10:00



Als de huidige crisis iets duidelijk maakt, is het de verschuiving van de fysieke winkel naar het online-shoppen. Een onderzoek in de USA voorspelt dat er zo'n 25000 winkellocaties zullen sluiten in 2020 terwijl de verschuiving naar online shoppen gestaag door blijft gaan. Wat betekent dit voor uitgevers & adverteerders? Een kans!

Het lijkt duidelijk dat de relatie tussen content en commerce een nieuwe dimensie zal krijgen en dat deze elementen meer naar elkaar zullen kruipen. De kansen voor uitgevers zullen vooral liggen in hun eigen online propositie: de websites, digitale magazines en mobiele apps. Online retailers zullen zoeken naar gepaste manieren om direct contact te leggen met (potentiële) klanten om zo direct ook transacties tot stand te brengen.

Uitgevers kunnen ervoor zorgen dat adverteerders opvallen tussen alle online informatie en hen zo helpen aan dat directe contact. Een onderzoek van hetzelfde IAB in de USA wees uit dat vooral affiliate verkopen een belangrijke en groeiende bron van inkomsten kunnen zijn voor uitgevers. Consumenten zullen producten die door de redacties van merken worden aanbevolen vaak eerder kopen of die keuzes meer vertrouwen. Branded content en affiliate verkopen zullen dus een belangrijke kans zijn voor uitgevers.

Tegelijk liggen hier ook de kansen voor de retailers die nu wellicht omzet uit de fysieke winkels zien verdampen: in tegenstelling tot de USA, waar partijen als Amazon en Walmart inmiddels de online markt lijken te verdelen, is het online landschap in Nederland nog open. Er zijn grote retailers, maar de gekende en vertrouwde winkelketens kunnen online, zeker in combinatie met sterke uitgeefmerken, een flinke slag slaan.

David Huijzer