

# De Stijging van E-commerce in de nasleep van f COVID-19

Dr. Els Breugelmans

Hoorzitting (handels)kernversterking  
Commissie Economie

10 December 2020



1

## Who

- Els Breugelmans
- Hoogleraar KU Leuven (@Antwerpen)
- Faculteit Economie en Bedrijfswetenschappen
- Onderzoekseenheid Marketing Management
- Onderzoeksexpertise in Retail Management
  - Online & multi-channel aankoopgedrag
  - Getrouwheidskaarten
  - Retailer-producent relaties
- Academisch onderzoek van bedrijfsrelevante onderzoeksvragen
- [Els.Breugelmans@kuleuven.be](mailto:Els.Breugelmans@kuleuven.be)



@ElsBreugelmans

KU LEUVEN

2

## Vlak voor de lock-down

The collage features two main news articles. The left article, from 'DE TIJD', is titled 'Belgen spenderen recordbedrag aan e-commerce' and includes a photo of hands using a tablet. The right article, from 'INFO', is titled 'Les Belges ont dépensé 11,46 milliards d'euros en ligne en 2019, un record' and includes a photo of a laptop with a cardboard box. Below these is a larger article titled 'Belgen shoppen recordbedrag van 11,46 miljard euro online, jaarlijks gemiddeld 1.363 euro per Belg' with a photo of a tablet showing an online shopping interface. A 'KU LEUVEN' logo is visible in the bottom right corner of the collage.

3

## Vlak voor de lock-down

← Nieuwsoverzicht

### Winkelleegstand stijgt sterker dan ooit

VANDAAG 00:01 • REAL ESTATE • DOMINIQUE SOENENS

- 11,2% van de winkels staat leeg (+ 0,9% tegenover het jaar ervoor), een historisch hoog record
- In 12 jaar tijd is de leegstand meer dan verdubbeld
- De sterkste afname van het aantal handelspanden is te vinden in de branche antiek/kunst



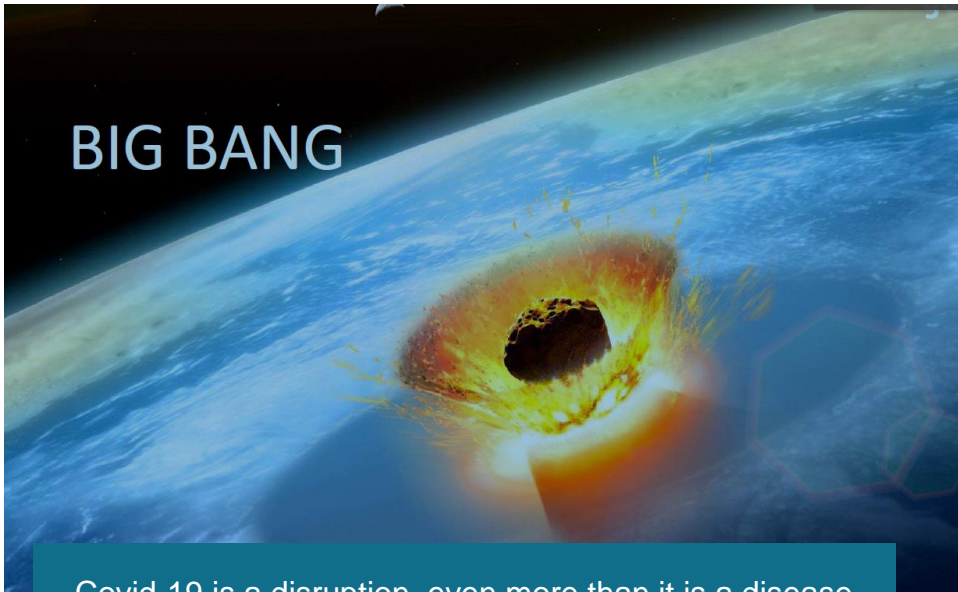
IN DIT ARTIKEL  
Real estate →  
Locatus →

**D**e winkelleegstand in ons land heeft een historisch hoog niveau bereikt. 11,2% van de winkels staat leeg, een stijging van 0,9

Meest gelezen

**KU LEUVEN**

4



Covid-19 is a disruption, even more than it is a disease

Rik Vera



5

## Trends die er al waren... en door COVID-19 versneld zijn



Gemak Automatisering Snelheid



Beleving Plezier Inspiratie



Op maat Relevant To-the-point



Maatschappelijk verantwoord Duurzaam Ethisch



6

## Fysieke winkels in de toekomst

PRODUCT  
FOCUS



Customer-centric

TRANSACTION

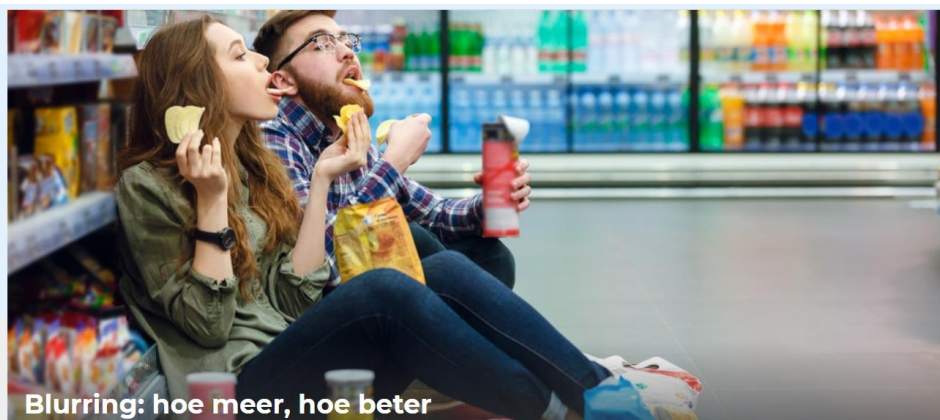


Brand-building

KU LEUVEN

7

## Fysieke winkels in de toekomst



Blurring: hoe meer, hoe beter

KU LEUVEN

8

## Fysieke winkels in de toekomst



Combating Showrooming

KU LEUVEN

9

## Fysieke winkels in de toekomst

### Kiosks help keep brick and mortar stores relevant as e-commerce expands

Interactive kiosks offer retailers a tool for allowing customers to join the e-commerce experience with in-store purchasing by allowing shop to shop for both the physical and online product offerings.



Photo courtesy of Elo.

KU LEUVEN

10

## Fysieke winkels in de toekomst



KU LEUVEN

11

## Kernversterking

- Overheden creëren de randvoorwaarden, zij faciliteren
- Winkelen = convenient
  - (Vandaag: veilig)
  - Frictionless: gemakkelijk te bereiken, gemakkelijk te parkeren,...
- Winkelen = experiential
  - Fun: horeca, creatief, inspirerend, ...
  - Bedrijvigheid
- Winkelen = relevant
  - Op maat: plaats de klant in het centrum
- Winkelen = sustainable
  - Maatschappelijk verantwoord: groene leveropties, lokaal, ...

KU LEUVEN

12



Thank you!

