

# Só lyk die verbruiker van die toekoms

deur Karien Slabbert

In vandag se kompeterende handelsomgewing kan 'n mens nie aanneem dat jy jou kliënte besit nie – jy moet hulle verdien. Die dae is verby wat verskaffers bloot 'n produk op winkelrakke plaas en verwag dit sal verkoop. Só sê Ina Wilken, voorsitter van die Suid-Afrikaanse Nasionale Verbruikersunie. *M&J Retail* het met haar gaan gesels oor die veranderde verbruikerspatrone in Suid-Afrika en hoe die kleinhandel daarby kan baat.

Nuwe toetreders tot die verbruikersmark is een van die hoof dryfvere vir veranderde Suid-Afrikaanse verbruikerspatrone, sê Wilken. “Die verbruiker wat jare lank slegs die basiese kon bekostig, het nou in die middelklas inbeweeg. As gevolg van meer werkseleenthede en regeringsingryping, kan dié verbruikers nou meer luukse bekostig.”

## 'n Nuwe middelklas

Volgens Wilken het die ewig in die Suid-Afrikaanse verbruikersomgewing verander. “Swart ekonomiese bemagtiging het bygedra tot groter ekonomiese aktiwiteit en koopkrag in Suid-Afrika.” Ekonomiese groei het aanvanklik op 'n klein skaal plaasgevind, maar is besig om te eskaleer, sê Wilken.

Die ander kant van die muntstuk is egter dat daar steeds 'n groot groep mense is wat sukkel om te oorleef en wat slegs die basiese kan bekostig. “Baie vorige middelklas blankes sukkel ook tans weens ekonomiese omstandighede (werkverlies, aflegging, regstellende aksie).”

## Die verbruiker van die toekoms

“Persone wat tien jaar gelede tieners was, is nou ons koopkrag,” sê sy. “'n Toenemende hoeveelheid verbruikers, veral in die jonger

mark, is baie gekultiveerd en handelsmerke speel 'n groot rol.” Dié groep jong verbruikers sal ook 'n noemenswaardige rol in die verbruikersmark van die toekoms speel.

Die verbruiker van die toekoms sal, vanweë finansiële welvaart, al hoe meer na gesofistikeerde artikels neig. As hulle basiese behoeftes soos behuising eers bevredig is, sal verbruikers toenemend duurder produkte koop. Kwaliteit sal 'n groot rol speel, sê Wilken. “Hulle sal ook toenemend prysbewus raak. Die groot dryfveer sal verseker handelmerke wees wat hand-aan-hand met kwaliteit en kwantiteit gaan.”

## Kleinhandel se rol

Die kleinhandel moet beseft dat sy bestaan van die verbruiker afhanklik is en moet dus by verbruikerspatrone aanpas en aan verbruikersbehoefes voldoen. Wilken se advies aan die kleinhandel is om deurlopend patroonstudies oor verbruikersgedrag te doen. “Vra vir hulle wat wil hulle hê – waarvan hou hulle; wat is vir hulle 'n redelike prys?”

“Die verbruiker moet vertrou in 'n produk kry. Daar moet genoeg inligting vir die verbruiker beskikbaar wees om 'n ingeligte besluit te kan maak. Hou die verbruiker op hoogte van tendense in die mark. Moenie verbruikers se intelligensie onderskat nie.”

Voorts sê Wilken dat die kleinhandel na verbruikersprobleme moet luister. “Moenie dit ignoreer nie. Dit kan tot die kleinhandel se nadeel wees. Verbruikers raak al hoe meer bewus van hulle regte en begin daarop aanspraak maak. Moenie onkant gevang word nie,” sê sy.

Hedendaagse verbruikers weet wat hulle regte is en dring daarop aan. Dit is goed vir die ekonomie en vir besigheid. Ten spyte hiervan, sal daar sal altyd verbruikers wees wat ingelig moet word rakende kwaliteit en kwantiteit, sê Wilken. **M&J**