

Verandering productkwaliteit traag opgemerkt

27-03-2007 00:00

Consumenten reageren traag op veranderingen in de productkwaliteit. De mening verandert weliswaar, maar die verandering verloopt niet snel. Dat blijkt uit onderzoek van de University of Florida's Warrington College en de Leonard N. Stern School of Business. De studie onderzocht de relatie tussen de werkelijke en de waargenomen kwaliteit van 241 producten in 46 categorieën.

De waarneming verandert pas beduidend in het tweede jaar na de verandering. De werkelijke kwaliteit en de waargenomen kwaliteit van een product zijn pas gelijk na gemiddeld vijf tot zeven jaar. De snelheid van dit proces is afhankelijk van verschillende factoren als merksterkte, hoe vaak een product gekocht wordt en het soort product.

Belangrijke conclusie van de onderzoekers is dat de marketingstrategie geïntegreerd moet worden met de productkwaliteitsstrategie: een productverbetering heeft immers geen impact als hij pas na jaren opgemerkt wordt.