

# **'Consumenten verleiden met emotie'**

02-04-2007 00:00

De concurrentie tussen bedrijven gaat zich steeds meer afspelen op het gebied van emotionele meerwaarde van producten. Voor deze strategie, als veel producten en diensten steeds goedkoper zullen worden, geldt het alternatief om bij lage winstmarges toch winstgevend te zijn.

Dat stelt hoogleraar toekomstverkenning Wim de Ridder. De strategie zal maar voor een klein aantal spelers zijn weggelegd, terwijl steeds meer bedrijven voor de beleveniseconomie gaan kiezen. Zo zullen in de voedingssector de kwaliteitsverschillen tussen merken afnemen, waardoor goedkope producten populairder worden. Emotie speelt dan straks een grote rol, aldus de Ridder