

Chocoladeliefhebber is merktrouw

29-05-2008 00:00

Chocoladeliefhebbers zijn merktrouw. Dat blijkt uit een onderzoek van de Zwitserse chocoladeproducent Callebaut in de belangrijkste chocolademarkten. Voor 59 procent van de ondervraagde consumenten in zowel de Verenigde Staten als Duitsland is het merk het meest belangrijke aankoopmotief.

Daarnaast is voor 35 procent van de Duitse consumenten de prijs de meest doorslaggevende factor, op de voet gevolgd door Amerikanen (31 procent) en Fransen (27 procent). Fransen en Amerikanen geven aan promoties nauwgezet in het oog te houden. Een derde van de Amerikanen die een chocoladeproduct bij een sampling-actie op de winkelvloer proeven, koopt de lekkernij meteen.