‘Eerst ruiken en proberen overtuigt consument’

07-01-2009 00:00

Laat de consument een product eerst ruiken, voelen of proberen. Zijn koopbereidheid zal daardoor toenemen. Dat stelt Sanoma Uitgevers in een persbericht naar aanleiding van eigen onderzoek.

Ondanks dat steeds meer aankopen via internet worden gedaan hecht de consument veel waarde aan het zien en uitproberen van producten, aldus Sanoma. De uitgever concludeert dat zogeheten pluspropositie s -advertenties met iets extra’s, zoals geuradvertenties en proefverpakkingen- goed scoren.

Negen van de tien tijdschriftlezers kent de geuradvertenties en proefverpakkingen in bladen; 95 procent haalt een proefverpakking uit een tijdschrift. Als proefverpakkingen eenmaal uit het tijdschrift zijn gehaald, dan gebruikt 93 procent de proefverpakking ook daadwerkelijk.

Opvallend is dat mannen aangeven zo’n sample sneller te gebruiken dan vrouwen: 55 procent van de mannen gebruikt de proefverpakking vrijwel direct of binnen een paar dagen, tegenover 32 procent van de vrouwen. Vrouwen bewaren een product wellicht liever voor ‘je weet maar nooit’. Ruim tweederde van alle proefverpakkingen wordt overigens binnen twee weken gebruikt.

Het online onderzoek werd uitgevoerd door Motivaction onder 848 mannen en vrouwen tussen achttien en 65 jaar (lezers van tijdschriften).