

Online winkelen om maandagblues te verjagen

31-07-2012 00:00

In Amerika, Engeland en Duitsland proberen consumenten de maandagblues te verdringen door online te winkelen. Op de maandagochtenden worden de hoogste browsingcijfers gemeten. Dat blijkt uit onderzoek door online retailer Rakuten.

De Fransen breken juist de week met een piek in online shoppen op woensdag. In Brazilië wordt veel via internet gewinkeld tijdens de lunchpauze. Mobiel winkelen doen de Engelsen en Amerikanen het liefst 's ochtends, terwijl Fransen dit liever 's avonds rond zes uur doen.

Consumenten in de Verenigde Staten bekijken computers, elektronica, kleding of tassen gemiddeld 4,4 tot 4,7 minuten voor zij een product aanschaffen. Goedkopere aankopen verdienen een bedenktijd van drie minuten. Britten hebben maar veertig seconden nodig om een beslissing te nemen over de aanschaf van een kledingstuk, een minuut voor een boek en twee minuten voor de aankoop van een televisie. Brazilianen lijken helemaal geen bedenktijd nodig te hebben. Zij bekijken een product maar kort voor zij richting de online kassa gaan. De onderzoekers vermoeden dat zij al eerder productresearch hebben gedaan.