

Shoppers schrappen haperende branded apps

22-10-2014 13:12

Bijna de helft van de consumenten wisselt van merk of aanbieder als diens applicatie slecht functioneert. Dat blijkt uit het MobileMarketing.nl Consumentenonderzoek 2014 dat Adformatie onder 1038 consumenten hield.

Een slecht werkende app van een merk of onderneming is voor 46 procent van de respondenten reden om van merk of aanbieder te wisselen. Een nipte meerderheid (51 procent) kiest in een dergelijk geval voor een ander kanaal.

Bijna vier procent geeft aan dat zijn beeld van de aanbieder negatief is beïnvloed door de app. “Het is opvallend dat een slecht functionerende app een negatieve impact kan hebben op een de relatie tussen de consument en het merk of onderneming”, zegt medeonderzoeker Edward Hölsken van MediaBunker. Een app moet volgens hem diensten en oplossingen bieden die consumenten ergens bij helpen.

Ruim driekwart (73 procent) van de respondenten heeft een branded app op zijn smartphone gedownload. Daarvan beschikt 29 procent over de Appie-app van Albert Heijn, terwijl 24 procent de applicatie van McDonald's heeft. Voor 35 procent is het toegang tot informatie de belangrijkste reden om een app van een merk te downloaden, terwijl 21 procent het handig vindt voor het aanschaffen van producten.