

'Bijna één op de vijf koopt via Facebook'

30-10-2014 00:00

Een commercieel bericht op Facebook leidt na e-mail het vaakst tot een aankoop. Achttien procent van de consumenten heeft de afgelopen twaalf maanden iets aangeschaft naar aanleiding van een bericht op Facebook. Dat blijkt uit Het Nationaal E-mail Onderzoek van e-mailmarketingbureau Blinker, waarvoor 1902 respondenten zijn ondervraagd.

E-mail blijft met zeventig procent het kanaal dat de meeste consumenten aanzet tot een aankoop, evenveel als vorig jaar. In het onderzoek van dit jaar zijn voor het eerst ook andere verkoopkanalen meegenomen. Na Facebook blijkt Google+ met zes procent de meeste kopers te trekken. SMS, WhatsApp, Twitter en LinkedIn volgen met percentages van vijf procent of lager.

Een meerderheid van de consumenten heeft het afgelopen jaar meer dan één aankoop gedaan vanuit e-mail. 36 procent geeft aan dat twee tot vijf keer te hebben gedaan, twaalf procent zes tot tien keer en acht procent nog vaker.

Persoonlijke berichten van vrienden of familie blijken consumenten aan te zetten om producten te kopen. 38 procent geeft aan weleens wat naar aanleiding van een dergelijke e-mail te hebben gekocht, gevolgd door 23 procent via WhatsApp. Facebook staat met dertien procent op de derde plaats. Het verschil tussen de laatste twee kanalen met e-mail is hier een stuk kleiner, concludeert Blinker. Waar commerciële berichten op deze kanalen niet gewenst zijn en ook niet echt aanzetten tot aankopen doen privéberichten dat volgens het marketingbureau wel.

De laptop blijft dit jaar het meest favoriete apparaat voor online aankopen met iets meer de helft van de stemmen. Tablets en smartphones groeien het hardst van respectievelijk zeven naar twaalf en twee naar vier procent.