

'Millennial winkelt net als oudere consument'

17-08-2015 07:22

Millennials winkelen voor een groot deel hetzelfde als consumenten van 35 jaar en ouder. Dat concludeert marketingbureau Android Digital na [onderzoek](#) onder duizend Amerikaanse consumenten.

Het grootste deel van de millennials (57 procent) oriënteert zich in fysieke winkels op producten, tegen 61 procent van de 35-plussers. Gevraagd naar welk social media-kanaal de meeste invloed heeft op winkelaankopen, blijkt dat zowel millennials als de oudere consumenten het meest worden beïnvloed door online reviews. Van de millennials laat 55 procent zich daardoor beïnvloeden, terwijl dat bij de 35-plussers 54 procent is. Het enige verschil zit in Instagram, dat bij drie procent van de millennials de koopintentie beïnvloedt. Consumenten van 35 jaar en ouder laten zich daar niet door beïnvloeden.

Beide consumentgroepen noemen 'one-click' aankopen verder als een belangrijker aanjager voor het aanschaffen van een product. Retailers zouden deze functionaliteit dan ook meer onder de aandacht moeten brengen, aldus de researchers.