

'Helft van de consumenten haakt af bij incomplete productinformatie'

18-07-2019 15:00



Incomplete onlineproductinformatie zorgt ervoor dat consumenten afhaken en het product zoeken bij een concurrent. Dat blijkt uit een onderzoek van GS1, uitgever van EAN-codes (European Article Numbers).

Hoewel de online-omzet van webwinkels stijgt, zo blijkt uit recente cijfers van het CBS, geeft de helft van de consument aan af te haken bij incomplete productinformatie. "Iedereen is gewend geraakt om op ieder moment toegang te hebben tot productgegevens. Daarom moeten de voordelen die productinformatie voor retailers en consumenten opleveren, niet onderschat worden", stelt Pieter Maarleveld, directeur van GS1 Nederland.

GS1 stelt dat voor producten als voeding informatie over ingrediënten, voedingswaarde en prijs niet genoeg is. Ook vermelding van dieetvoorschriften of herkomst wordt op prijs gesteld. Hetzelfde geldt voor productinformatie binnen de mode. 'Zestig tot vijftig procent van alle retourzendingen komt omdat er een verkeerde maat is gekozen. Het is dus heel belangrijk om klanten te helpen bij het kiezen van de juiste maat om het aantal retouren - en de daarmee gepaard gaande kosten - zo veel mogelijk terug te dringen.'