

'Reviews zijn goud waard tijdens feestmaand'

13-12-2019 14:30



Ruim een derde van de Nederlanders gebruikt reviews van andere consumenten bij het kopen van cadeaus in de decembermaand. Vooral jongeren laten zich beïnvloeden door de mening van eerdere klanten. Dat blijkt uit een rapport van Manhattan Associates, dat 1003 Nederlandse consumenten vroeg naar hun koopgedrag in aanloop naar de feestdagen.

Ruim 30 procent van de ondervraagden gebruikt online reviews om meer te weten te komen over een product en 32 procent laat zich daardoor wel eens beïnvloeden in zijn aankoopbeslissing. Vooral jongeren tussen de 18 en 43 jaar zijn gevoelig voor reviews: bij 88 procent van hen kunnen reviews doorslaggevend zijn, ten opzichte van 66 procent van de consumenten tussen 35 en 54 jaar oud. "Stimuleer klanten niet alleen tijdens december, maar het hele jaar om na hun aankoop een review te plaatsen", raadt Manhattan Associates retailers aan. "Daarnaast moeten deze reviews eenvoudig te bekijken zijn wanneer consumenten online winkelen."

Uit het onderzoek blijkt ook dat 40 procent eerdere ervaringen met een (web)winkel meeneemt in zijn uiteindelijke aankoopbeslissing. Positieve ervaringen leveren bij ongeveer een vijfde van de gevallen een nieuwe bestelling op voor de retailer. De decembermaand is tot slot niet alleen feestelijk voor de consument: het meest maakt hij zich zorgen over de geschiktheid van het cadeau, maar ook over het wel of niet op tijd arriveren van zijn bestelling.