

Google: 'Er is geen klantloyaliteit meer'

27-07-2021 15:29



Online klantloyaliteit bestaat niet meer. Dat is de voornaamste conclusie die Google trekt op basis van recent onderzoek. "Als retailer denk je de klant te kennen, maar uit dit onderzoek kun je concluderen dat dat niet het geval is", vertelt Diana van Roest, director Google Retail aan RetailTrends.

Google stelt dat er een *messy middle* is ontstaan online, mede door de coronacrisis. Het proces van idee tot aankoop is niet langer een rechte weg of hobbelig pad, maar 'een gebied vol mogelijkheden en onmogelijkheden' geworden.

Om die complexe ruimte beter te begrijpen is Google samen met onderzoeksbureau The Behavioural Architects het onderzoek Decoding Decisions gestart. Duizend klanten zijn door Google gevolgd in hun klantreis in het kader van een winkelexperiment. In die reis zijn zes gedragsfactoren toegevoegd in een poging om het aankoopproces te beïnvloeden en zo de klant te verleiden van merk over te stappen.

"De uitkomsten zijn vrij schokkend. Er is geen loyaliteit meer", stelt Van Roest. "Op het moment dat je alle zes de gedragsfactoren toepast op het messy middle is 72 procent van de Nederlanders geneigd te switchen van merk A naar merk B."

De kans dat die complexe ruimte verdwijnt is volgens Google nihil, maar als retailer kun je je wel wapenen en

ervoor zorgen dat de klant voor jou kiest. Hoe je dat doet lees je in het complete artikel op [RetailTrends](#).