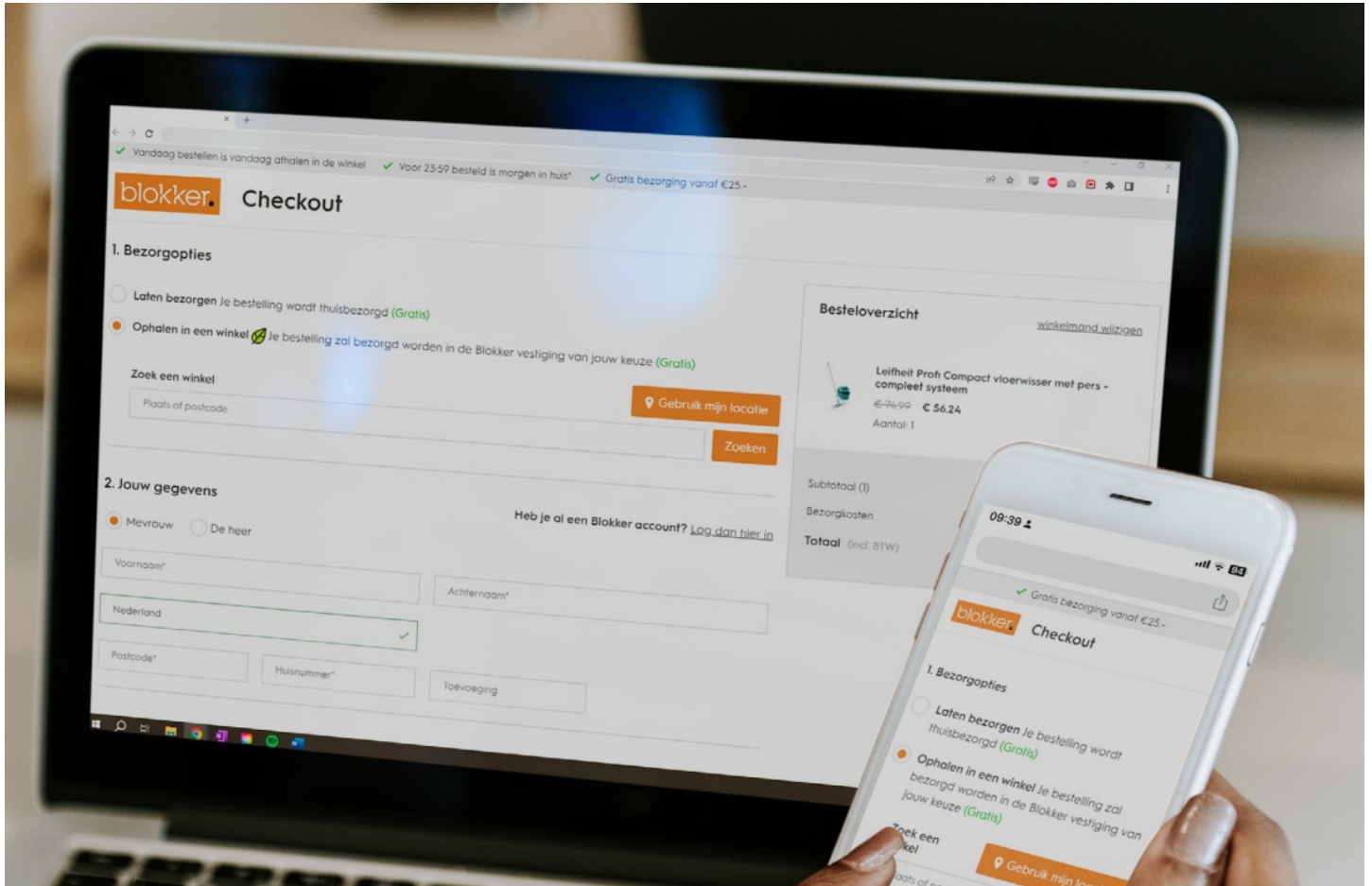


'Webshop kan makkelijk aanzetten tot duurzamere bezorging'

28-06-2023 15:36



Consumenten kiezen sneller voor een duurzamere bezorgoptie als webshops hen daar actief toe aansporen. Dat blijkt uit onderzoek in opdracht van Thuiswinkel.org.

Voor het onderzoek werd AB-getest met in totaal 35.000 online klanten van Blokker, Hunkemöller, Prénatal en Lobbes.nl. Relatief simpele aanpassingen bleken al veel verschil te maken. Zo leidt het standaard aanvinken van de duurzaamste bezorgoptie in combinatie met een duurzaamheidslogo of tekst tot ruim twee keer zoveel duurzamere bezorgkeuzes.

Ook het informeren van consumenten over de keuze met de laagste CO2-uitstoot levert 'substantiële duurzaamheidswinst' op, zonder dat het ten koste gaat van conversie.

In het onderzoek werd gebruik gemaakt van verschillende gedragsbeïnvloedingstechnieken, waaronder associaties via logo's en teksten als 'deze optie wordt vaak gekozen'. Het combineren van meerdere technieken bleek beduidend effectiever.

Al langer is bekend dat consumenten wel duurzamer willen winkelen maar niet weten hoe ze dat moeten doen, zegt Thuiswinkel.org-directeur Marlene ten Ham. "Ik verwacht zeker dat webwinkels en pakketvervoerders deze kansen gaan benutten."