

Verpakking beïnvloedt keuze klant

14-07-2006 00:00

Een opvallende verpakking beïnvloedt de keuze van consumenten voor een product. Als een klant bij een bezoek aan een winkel een product ziet, zonder hier naar op zoek te zijn, is de kans groter dat juist dat product bij een volgend bezoek wordt aangeschaft. Dat stelt Ralf van der Lans van de Erasmus Universiteit in Rotterdam. Hij onderzocht met behulp van oogmetingen de bepalende factoren tijdens het shoppen.

Van der Lans stelt in zijn proefschrift ook dat producenten niet moeten vergeten welke uitstraling en ontwerp het best bij hun product en strategie past. Dat kan wel eens uit het oog verloren worden doordat verpakkingsdesign vooral een creatieve aangelegenheid is.