

Helpt consumenten verandert van merk na raadpleging websites

07-12-2004 00:00

Consumenten hebben veel vertrouwen in de informatie die zij over producten vinden op websites. Bovendien veranderen veel consumenten van merk nadat zij er online informatie over hebben ingewonnen. Dit blijkt uit onderzoek van het Britse Henley Centre in opdracht van AOL UK. Bijna de helft van de respondenten gaf aan na raadpleging van merk te veranderen, hoewel zij van tevoren in hun hoofd hadden welk merk ze wilden kopen. Dit koopgedrag deed zich vooral voor bij consumenten die naar eigen zeggen het meest merktrouw waren. Blijkbaar verandert het gedrag van consumenten als ze online zijn. Ze proberen eerder iets nieuws uit en dat gaat ten koste van hun oude, vertrouwde merk. Zelfs als ze een merk al heel lang gebruiken en het als eigen beschouwen, veranderden veel ondervaagden hun keuze. Ruim de helft van de deelnemers zei een betere opinie over een merk te krijgen nadat ze er online informatie over gevonden hadden. 53% was een nieuw merk tegengekomen op het internet waar ze voordien nooit van gehoord hadden. 45% kocht een dergelijk nieuw merk ook daadwerkelijk, terwijl 43% het na het inwinnen van informatie juist niet kocht.