

PEILING Bedrijven kunnen meer doen om surfers tevreden te stellen

Belgen nog niet zo tuk op kopen via internet

■ (tijd) - De Belgische internetgebruikers zijn nog niet zo happig op aankopen via het web. Slechts 14,5 procent van de surfers die sites bezoeken in 15 sleutelsectoren koopt er ook iets. Nog eens 8 procent verklaart van plan te zijn dat te doen. Dat blijkt uit een peiling van het Interactive Advertising Bureau (IAB), de belangengroepering van meer dan 200 Belgische internetondernemingen.

Het bedrag dat de Belgen besteden bij internetaankopen verdubbelt jaar na jaar. Toch blijven de reclamebestedingen op het web al bij al nog beperkt. In 2006 ging het volgens het IAB, dat een andere berekeningsmethode gebruikt dan het CIM (zie hiernaast), om 182 miljoen euro. Dat is naargelang het totaalcijfer dat men hanteert 3 tot 7,6 procent van de hele reclamemarkt in ons land. Vorig jaar steeg het bedrag tot ongeveer 273 miljoen euro. Het IAB wil het marktaandeel van internetreclame tegen 2010 opkrikken tot 10 procent.

Om dat doel te bereiken, is meer bewustwording nodig, oordeelt de belangengroepering. Daarom liet het IAB het Gentse bureau InSites de surfgewoonten en de perceptie van het internetaanbod van zo'n 1.000 internetgebruikers onderzoeken. Het gaat meer bepaald om de surfers die verantwoordelijk zijn voor aankopen (15 tot 65 jaar), de voor adverteerders interessante doelgroep, en 15 sectoren die belangrijk zijn voor de consumptie.

Eerder lichtte het IAB al de resultaten van elf sectoren toe. Gisteren volgden de laatste vier (reizen, ontspanning, telecom en auto's) en de slotconclusies. Gemiddeld, over de 15 sectoren heen, blijkt dat 14,5



34 procent van de internetgebruikers koopt in de onlinesupermarkt. FOTO: PHOTONEWS

procent van de internetgebruikers ook aankopen verricht. Dat cijfer valt lager uit dan wat BeCommerce, de vereniging van Belgische e-commercebedrijven, hanteert. Die belangengroep voert aan dat een derde van de Belgische webzoekers aan het kopen gaat.

Het cijfer verschilt sterk van sector tot sector. Het varieert van 4 procent voor geneesmiddelen tot 34 procent voor retail. Ook reizen (29%) en ontspanning/spelletjes (26%) scoren goed. Nog eens 8 procent van de surfers is van plan elektronisch te kopen en wie eens de stap deed, keert heel vaak terug voor nieuwe transacties.

INFORMATIE

Het internet is in alle 15 de sectoren een van de belangrijkste drie bronnen om aan informatie te geraken. Voor reizen en energie is het web zelfs de belangrijkste bron. Maar een van de oudste communicatiemiddelen, mond-tot-mondreclame of praten met vrienden en familieleden, staat ook nog steeds

in de top drie, net als informatie die vergaard wordt in een verkooppunt. De klassieke media vallen net buiten de top drie.

De meeste websites in de 15 onderzochte sectoren komen niet aan de tevredenheidsscore van 7,6 op 10 die een controlegroep van andere sites volgens InSites neerzet. 'Geen enkele sector komt boven de 7', zegt IAB-voorzitter Alain Heureux. 'Het belangrijkste zwakke punt is de kwaliteit van de antwoorden op vragen van consumenten. Ofwel voldoen de antwoorden niet, ofwel komen ze onvoldoende snel. Ook de kwaliteit van de informatie op de sites laat soms te wensen over en er zijn te weinig exclusieve aanbiedingen zoals promoties of stalen. Er is nood aan echte interactiviteit met de webgebruikers', vervolgt Heureux.

Het IAB, dat de studie wil herhalen, wijst er ook nog op dat bedrijven er soms op moeten letten dat ze hun klanten niet weggagen naar de concurrentie door een gebrek aan webaanbod. BB

