



Inside (nl)

01.04.2008

Page: 5

Circulation: 16000

c7fbc

92

De Belg en consumptie op Internet: “dat kan beter!”

Het Interactive Advertising Bureau (IAB) publiceerde onlangs de laatste resultaten van zijn sectorbarometers met als thema's; reizen, auto's, telecom en spelen en vrije tijd. De enorme studie (InSites Consulting) bracht aan het licht dat de Belgische internetsurfer nog niet massaal de reflex vertoont om op Internet te consumeren. De tendens naar e-Commerce is wel aan een opmars bezig, maar de Belg is nog vrij terughoudend tegenover andere markten. Wat moeten we zoal onthouden? Ongeacht de sector zorgen meer dan 9 op 10 Belgen dat ze eerst goed geïnformeerd zijn voordat ze iets kopen. Internet komt hierbij over het algemeen op de tweede plaats, na een gesprek met vrienden/kennissen. Voor de vier betrokken sectoren willen de internetsurfers eerst en vooral de prijs van een product of een dienst kennen, en ze zoeken informatie op over producten, zowel voor als na de aankoop. Een andere tendens die sterk naar voren kwam in de studie is dat internetsurfers worden aangetrokken door goed opgebouwde sites (van uitstekende kwaliteit). Online aankopen daarentegen is nog maar weinig ingeburgerd bij de Belgen: de reissector lokt de meeste bezoekers (29% van de online-kopers), maar ook de sites met spelen en vrije tijd (26%). Ze hebben beide bovendien een grote voorsprong op telecom (14%) en de automobielsector (7%). Deze 4 studies vullen de andere sectorgebonden resultaten aan die in 2007 werden geanalyseerd (voeding, dranken, cosmetica, onderhoudsproducten, geneesmiddelen, kleinhandel, mode, banken, openbare diensten (energie en transport) en eGovernment). De barometers kwamen tot stand via een online-enquête bij zo'n 2000 internetsurfers tussen 15 en 65 jaar oud. Ze kunnen integraal worden geraadpleegd op de site van IAB: <http://www.iab-belgium.be/>.

