

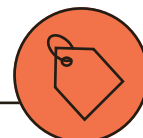
Diepteonderzoek naar koopgedrag in de Benelux



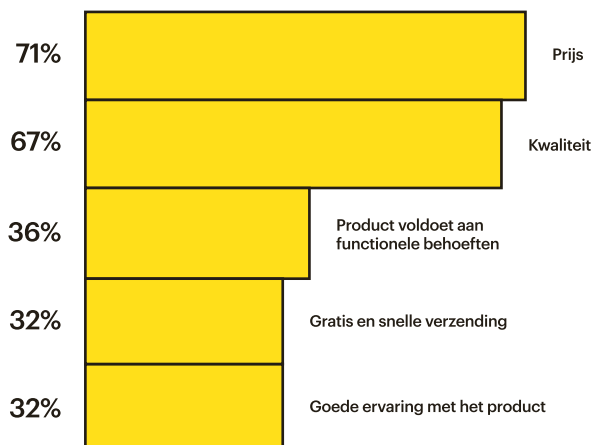
De Nieuwe E-commercekalender

Bij het plannen van je Nieuwe E-commerce marketingkalender is het cruciaal om ook goed naar het koopgedrag van consumenten op regionaal niveau te kijken. Als je de verschillen in lokale cultuur en gewoonten negeert, lijkt het alsof je weinig voeling hebt met de lokale markt en riskeer je je publiek van je te vervreemden. Een gelokaliseerde aanpak, aangepast aan regionale consumentenhoudingen en lokaal koopgedrag, is cruciaal om een kans van slagen te hebben in deze markten.

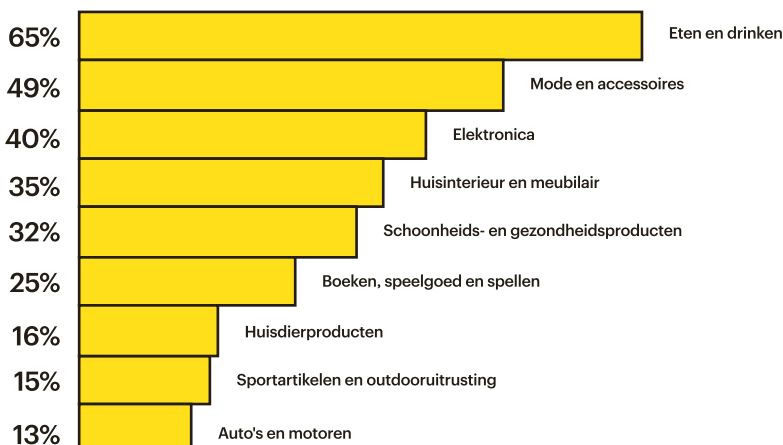
Samen met onze onderzoekspartner Canvas8 heeft Intuit Mailchimp consumenten uit negen verschillende markten gevraagd om te beschrijven hoe hun consumentenhouding en koopgedrag rond belangrijke kalendermomenten (in de afgelopen twee jaar) de Nieuwe E-commercekalender hebben beïnvloed, en vice versa.



De vijf belangrijkste factoren voor consumenten in de Benelux bij aankopen



De categorieën waar consumenten in de Benelux in de afgelopen twee jaar het meeste geld aan uitgegeven hebben



Houding en gedrag van consumenten in de Benelux

50% ↓ van consumenten in de Benelux zegt uit te kijken naar speciale kalender- en verkoopmomenten, de laagste score van alle negen ondervraagde regio's.

↑ Wereldwijd: 61%

56% ↓ van consumenten in de Benelux zegt het leuk te vinden om op koopjesjacht te gaan tijdens promotionele acties en verkoopmomenten, de laagste score van alle negen ondervraagde regio's.

↑ Wereldwijd: 70%

66% ↑ van consumenten in de Benelux zegt het niet erg te vinden om koopjes mis te lopen tijdens speciale verkoopmomenten, de hoogste score van alle negen ondervraagde regio's.

↓ Wereldwijd: 57%

61% ↓ van consumenten in de Benelux heeft in de afgelopen twee jaar aankopen gedaan tijdens officiële en onofficiële feestdagen en speciale verkoopmomenten in de koopkalender (bijv. de zomervakantie).

↑ Wereldwijd: 54%

55% ↑ van consumenten in de Benelux heeft in de afgelopen twee jaar tijdens de zomervakantie een aankoop gedaan.

↓ Wereldwijd: 31%

62% ↑ van consumenten in de Benelux heeft in de afgelopen twee jaar op Kerstavond een aankoop gedaan.

↓ Wereldwijd: 52%

Overall ter wereld

Meer weten over hoe onze Nieuwe E-commercekalender inspeelt op culturele regionale verschillen? Bekijk onze regionale diepteonderzoeken naar acht andere markten, waaronder Australië, Canada, Duitsland, Italië, Scandinavië, Spanje, het VK en de VS.



Download marktspecifieke inzichten →

Benelux-winkelmomenten per maand

Gerangschikt op bestedingsneiging



Januari	
Nieuwjaarsdag	55%
Winteruitverkoop	50%
Driekoningen	17%
Februari	
Valentijnsdag	50%
Chinees Nieuwjaar	6%
Maart	
Boekenweek ^{BE, NL}	13%
Internationale Vrouwendag	11%
Sint-Patricksdag	10%
April	
Pasen	47%
Koningsdag	37%
Suikerfeest	7%
Dag van de Aarde	5%
Mei	
Moederdag ^{BE/NL}	60%
Dag van de Arbeid	15%
Eurovisiesongfestival	6%
Juni	
Zomeruitverkoop	60%
Moederdag ^{LUX}	59%
Zomervakantie ^{NL}	51%
Vaderdag ^{BE, NL}	48%
Pride-maand	5%



Juli	
Zomervakantie ^{BE, LUX}	58%
Amazon Prime Day	31%
Augustus	
Schoolspullen kopen	32%
September	
Rosj Hasjana	4%
Oktober	
Vaderdag ^{LUX}	37%
Halloween	32%
Diwali	2%
November	
Black Friday	73%
Singles' Day	11%
Movember	5%
December	
Kerstavond	62%
Eerste Kerstdag	57%
Oudjaarsavond	50%
Sinterklaas	50%
Cyber Monday	26%
Super Saturday	17%
Adventstijd	8%
Groene Maandag	7%
Chanoeka	2%
Kwanzaa	1%

