

Zoeken

- In onze sites
 In de branche
 In de shop

Zoek

40 jaar Tijdschrift voor
Marketing

ABONNEREN? >>

IN DIT NUMMER >>

Nieuwsbrief

Wekelijks het marketingnieuws per e-mail. E-mailadres:

Aanmelden

> [Preview nieuwsbrief](#)

zustersites



Marketing Online is een productie van Kluwer.

> [Auteursrechten](#)

Tijdschrift voor Marketing > Nieuws > week 50, maandag 11 december 2006

Waar shopt de senior?



De oudere consument is in drie groepen te verdelen. Detaillisten kunnen daarmee gericht inspelen op deze consumentengroep. Dat is een van de conclusies uit het afstudeeronderzoek 'Winkelkeuzegedrag senior consumenten'. Saskia van Hilst MSc. studeerde onlangs af in Marketing Management aan de Faculteit

Economie en Bedrijfswetenschappen van de Universiteit van Tilburg. Van Hilst vond tijdens haar onderzoek naar het winkelgedrag van oudere consumenten (60+) drie consumentenprofielen:

- Groep 1 stelt hoge en duidelijke eisen aan de te bezoeken winkels, zoals een passende imago en de aansluiting winkel/product.
- Groep 2 prefereert gunstig gelegen winkels.
- En groep 3 gaat voor ervaring en zekerheid bij de winkelkeuze.

De groep oudere consumenten (60+) wordt steeds groter en zal in 2042 ongeveer 4 miljoen mensen bevatten (tegenover 2,3 miljoen in 2005).

Het onderzoek werd uitgevoerd in opdracht van Accent Grave, exploitant van de website www.shoppenopzondag.nl. De volledige scriptie en de appendices zijn digitaal beschikbaar op www.shoppenopzondag.nl, hoofdstuk 'Stage of afstuderen?' of op www.accentgrave.nl, hoofdstuk 'De mensen', met inachtneming van de regels voor copyright.

> [WEEK 49, 04-12-2006](#): Voor het eerst onderzoek naar online Umfeld - Brand Momentum: financiële dienstverleners onder de loep - Tien products trends voor 2007 - Marketeers schuiven budget richting mobiel - Ook ceo doet aan zoekmachinemarketing - Feitenkennis niet voldoende voor stimuleren duurzaam ondernemen - Albert Heijn: succes berust op twee pijlers - De staart van het assortiment - 'Gezond' en 'massa' gaan moeilijk samen - De digitalisering komt er nu echt aan - Medianeutraal graag - Nuon wint DDMA Data Quality Award 2006

> [WEEK 48, 27-11-2006](#):

Consumententrends in beeld - Alfred Levi weg bij Nima - Zes tactieken voor deelname aan consumer generated content - Europese bloggers onderzocht - 'Onlinereclamefilmjes effectiever dan banners' - Social sponsoring: Go for Goals - Europese mobiele telefoniemarkt groeit door - Retailers willen geen 'vette' winst maken - Snacken in pretparken - 'Nederlandse vrouw keurt, flirt, snoept en smoest' - Red Bull verliest weer van Procter & Gamble - Rabobank opent beleveniswinkel - De basisprincipes van Hugo Boss - Harley Davidson: succes door emotie - Afgelopen week op MolBlog.nl

> [WEEK 47, 20-11-2006](#): 'Nederlandse retailers zijn kruideniers gebleven' - Slechte service zorgverzekeraar belangrijkste reden om over te stappen -