

COMMUNICATION CRACKDOWN

RICOH
imagine. change.

EUROPESE CONSUMENTEN PLEITEN VOOR PERSOONLIJKE COMMUNICATIE

Europese consumenten worden overspoeld door irrelevante communicatie en junkmail. Zeven op de tien ondervraagden is gefrustreerd door de hoeveelheid die ze ontvangen. Als gevolg heeft:



69% van de consumenten zich uitgeschreven bij een mailinglijst

18% besloten niets meer te kopen van het betreffende bedrijf

1 OP DE 10 één op de tien consumenten de tijd genomen om zich te beklagen bij een bevoegde instantie

CONSUMENTEN ERVAREN NADELIGE GEVOLGEN VAN SLECHTE EN OVERVLOEDIGE COMMUNICATIE:

25% **14%**

zegt door de overvloed aan irrelevante communicatie wel eens een betalingstermijn te missen



is daardoor wel eens afgesloten van bepaalde diensten

Meer dan een derde is advies misgelopen waarmee geld bespaard had kunnen worden



MERKEN EN BEDRIJVEN MOETEN OPLETTEN! De overvloed aan irrelevante communicatie stelt het geduld van consumenten op de proef...



57% overweegt om helemaal niets meer te kopen bij deze bedrijven



63% besteed minder



Twee derde is minder loyaal aan bedrijven die irrelevante informatie gebruiken en versturen

Om de loyaliteit van consumenten te behouden, moet de communicatie van bedrijven relevant en zoveel mogelijk gepersonaliseerd zijn.

64% Van alle consumenten vindt 64% dat bedrijven meer moeten doen om communicatie af te stemmen op persoonlijke omstandigheden

CONSUMENTEN HELPEN GRAAG!

80% is bereid om meer persoonlijke gegevens te verstrekken om er zo voor te zorgen dat communicatie doelgericht en relevant wordt

18% is bereid om hun browsing activiteiten of salaris te delen

1 OP DE 10 Eén op de tien is bereid zijn medische dossier te delen