

Verwachtingen overal: De veeleisende consument na de pandemie

Consumenten bereiden zich voor op een wereld na corona waarin zij een nieuwe beleving hebben, nieuwe eisen stellen en van plan zijn geld uit te geven. Freshworks heeft 10.500 consumenten wereldwijd ondervraagd, waaronder 500 in Nederland, om een beeld te krijgen van deze hedendaagse consument.

Nederlandse consumenten zijn loyale klanten

Slechts **16%** van de Nederlandse consumenten was geneigd van merk of winkel te switchen vanwege de kosten

Slechts **19%** veranderde van winkel als ze vonden dat een ander bedrijf zijn werknemers eerlijker behandelde



Nederlandse consumenten willen weer winkelen, uit eten en naar het buitenland

- ✓ **50%** Restaurants en de kroeg
- ✓ **39%** Reizen
- ✓ Slechts **13%** is van plan te sparen

Nederlandse kleine bedrijven pasten zich beter aan op consumentenwensen tijdens de pandemie

Top 3 redenen die de respondenten noemden:

- 50%** bood een meer gepersonaliseerde dienstverlening
- 45%** gestart met de mogelijkheid van online bestellen
- 44%** gestart met afleverservice

Nederlanders hunkeren naar menselijke interactie

Slechts **28%** van de Nederlandse consumenten zegt na de pandemie de interactie met merken digitaal/op afstand voort te willen zetten

35% wil na de pandemie terug naar face-to-face-interacties met merken



Nederlanders dragen hun hart op de tong

Nederlanders uiten hun kritiek op social media of laten een slechte review achter als de customer service slecht is (**52%**)



45%

van de Nederlanders vroeg om een korting als vorm als goedmakertje wanneer winkels niet konden leveren

Slechts **13%** wil met een manager spreken als ze ontevreden zijn

