

‘A-merken moeten nú investeren’

NUNSPEET – Fabrikanten van A-merken moeten in deze recessietijd vooral niet korten op hun uitgaven.

Dat zegt hoogleraar Jan-Benedict Steenkamp aan de University of North Carolina. Door te snijden in investeringen houden de fabrikanten weliswaar hun winst op peil, maar verliezen ze klanten voor het leven. ‘De loyaliteit daalt in een recessie. Dan moet je klanten bij de les houden. Het rendement van merkinvesteringen is in goede tijden veel kleiner dan in slechte tijden. Het is verleidelijk om als het goed gaat meer leuke dingen met dat geld te doen. Maar de merkindustrie moet dan, net als de banken, geld reserveren voor moeilijker tijden’, aldus Steenkamp tijdens het jaarlijkse retailcongres van het kennisinstituut Efmi.

Natuurwet

In recessies verliezen bekende merken de meeste klanten aan huismerken, zo blijkt uit zijn onderzoek over tientallen jaren. ‘Het is een natuurwet dat consumenten in bange tijden goedkopere producten van huismerken uitproberen. Dat gebeurt snel, maar als het weer goed gaat, komen ze maar langzaam terug. Of helemaal niet. Dat komt doordat consumenten feller reageren op negatief nieuws dan positief nieuws. ‘Vervolgens merken ze ook nog dat hun haar niet uitvalt als ze shampoo gebruiken van een huismerk.’