

Online apotheek onderzoekt vrouwelijk koopgedrag

Het grote online onderzoek van Newpharma, waaraan bijna 6000 vrouwen hebben deelgenomen, laat toe het gedrag van de belangrijkste consument van medicijnen en drogisterijartikelen beter te begrijpen.

Ter gelegenheid van de Internationale Vrouwendag wordt hier het “profiel” van de vrouwelijke Belgische e-shoppers van de online apotheek geschetst.

Luik, 3 maart 2016 – Begin januari 2016 heeft Newpharma via zijn website bijna 6.000 Europese vrouwen ondervraagd, waaronder 4.000 Belgische vrouwen. De resultaten onthullen ons de tot nu toe onbekende kenmerken van de verschillende online shoppers.

- **De 3 vrouwelijke klantprofielen**



< 25 jaar



30 – 50 jaar



+ 50 jaar

Vrouwen tot 30 jaar, die aan het begin van hun loopbaan staan en geen enkele gezinsverplichting hebben, besteden veel zorg aan hun uiterlijk en 69% onder hen besteedt haar vrije tijd aan hobby's (lezen, muziek beluisteren,...).

Hun gedrag verandert duidelijk wanneer zij – gewoonlijk na haar 30^{ste} – zorg voor een gezin

beginnen dragen. 50% van de respondenten gaven aan dat ze hoofdzakelijk aankopen doen voor andere gezinsleden (kinderen, partner en huisdieren). Een groot deel van hun vrijetijdsbesteding draait dus om kinderen.

Enmaal de professionele carrière ten einde loopt en de kinderen het huis uit zijn, houdt 83% van de vrouwen ouder dan 55 jaar zich bezig met verschillende activiteiten (lezen, muziek beluisteren, schilderen,...) en krijgt de persoonlijke verzorging weer meer aandacht.

- **Wie zijn die Belgische vrouwen?**

Het leeuwendeel van de respondenten heeft een baan (ongeveer 65% waarvan 47% voltijds), krijgt haar eerste kind net voor haar 30^{ste} en heeft gemiddeld twee kinderen. De kwaliteit van hun leven lijken ze heel belangrijk te vinden. Ze geven namelijk aan 65% van hun vrije tijd te besteden aan hun welzijn (41% aan hobby's, 15% aan sport en 9% aan uitgaan), tegenover 29% aan de opvoeding van de kinderen. Slechts 6% zegt verslaafd te zijn aan haar werk. De online consument neemt dus de tijd om slim te winkelen, en bij gebrek aan tijd is online winkelen zelfs des te meer de ideale oplossing. In termen van gebruikerservaring laat dit toe te stellen dat e-commerce spelers hun platforms dus moeten aanpassen aan het profiel van de vrouwelijke online consumenten, en dit voor de “levensgenietster” en/of “working girl”.

- **Waarom online shoppen?**

Het onderzoek toont aan dat de meeste vrouwen op het internet surfen om een aankoop te doen, maar ook – en dat is heel interessant – dat 30% van de ondervraagde vrouwen het vooral gebruikt om de prijzen van de verschillende leveranciers te vergelijken. Nog opmerkelijker is dat 10% van de vrouwen de tijd neemt om productinformatie te bekijken, wat vereenvoudigd wordt doordat het online beschikbaar is. Dit stemt dus niet overeen met het beeld van de e-shopper die blindelings koopt.

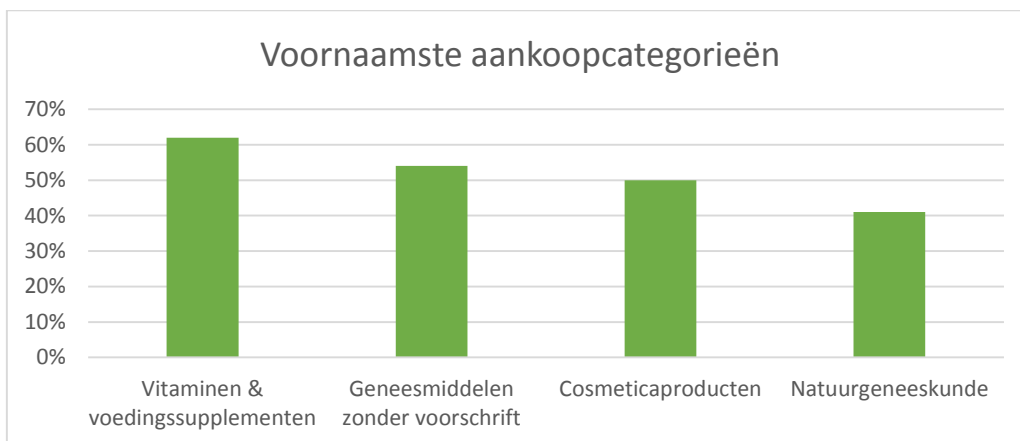
- **Redenen voor aankoop:**

Lage prijs	70,67%
Mogelijkheid om op eender welk moment te bestellen	52,65%
Gemak van bezorging aan huis of op kantoor	48,78%
Ruimere productkeuze	26,73%
Autonomie van de consument bij productkeuze	24,73%
Uitgebreidere productinformatie beschikbaar	17,27%
Sommige artikelen alleen online verkrijgbaar	0,08%
Discretie bij aanschaf intieme producten	11,15%

Toch is het niet enkel rozengeur en maneschijn. De ondervraagden hadden enkele bedenkingen over het gebrek aan het advies van een deskundige (31%), twijfel aan de echtheid van de producten of het online betalen. Bijna 10% van de respondenten zou graag meer garanties willen ten aanzien van het gebruik van hun persoonlijke en medische gegevens. De voordelen van e-commerce worden getemperd wanneer er een apotheek is in de buurt van het werk of huis.

- **Haar voornaamste aankopen**

Het is geen verrassing voor professionals dat de meest gekochte productfamilies door vrouwen de volgende zijn:



“Net als in de ‘echte’ apotheek is de vrouw de voornaamste koper bij online apotheken,” concludeert Mike Vandenhooft, CEO van www.newpharma.be. “Het is al meermaals aangetoond dat vrouwen zich meer bekommeren om gezondheidsaspecten, meer investeren in eigen welzijn en uiterlijk en dat ze de rol van “het geweten en bewaakster van de gezondheid” van het hele gezin spelen. Het omvangrijke onderzoek toont gelukkig aan dat de vrouw zichzelf niet vergeet, goed voor zichzelf blijft zorgen en zeer hoge eisen stelt aan wat ze koopt, tegen welke prijs en bij wie. E-commerce is daarom een alternatief dat haar in staat stelt meer tijd te besteden aan zichzelf en haar omgeving.”

Over Newpharma:

Newpharma, de eerste online apotheek in België, werd opgericht in 2008 en is de online uitloper van een fysieke apotheek. Als online apotheek met een Europese dimensie en 750.000 patiënten levert Newpharma in 12 landen via zijn oorspronkelijke website www.newpharma.be en beschikt het bovendien over 4 andere lokale websites voor [Frankrijk](#), [Nederland](#), [Duitsland](#) en [Oostenrijk](#). Met meer dan 30.000 producten en 750 merken onderscheidt Newpharma zich eveneens op de markt door een specifiek geoptimaliseerde logistiek en het vermogen om het merendeel van de Belgische bestellingen binnen de 24 uur te leveren als deze vóór de middag geplaatst werden. In 2015 verstevigde Newpharma zijn positie op de Franse markt door de sites Paraseller en Parafemina over te nemen. Hiermee zette het de trend verder, die het in 2014 begon met de aankoop van de website MonGuideSanté, één van de historische spelers inzake parafarmacie in Frankrijk. De online apotheek bekleedt tevens een 31ste plaats in de top 100 van Belgische e-commerce en werd 4 keer bekroond tijdens de BeCommerce Awards.

Het bedrijf maakt eveneens deel uit van de EAMSP (European Association for Mail Service Pharmacies). Newpharma, dat zijn ontwikkeling financierde met eigen fondsen, behaalde in 2014 een omzet van 18 miljoen euro, en een groei van meer dan 50% in 2015.

Meer informatie vindt u op www.newpharma.be.

Voor meer informatie, contacteer:

Guillaume Herinckx
VADEMECOM sprl
Avenue des croix de feu, 173
1020 Bruxelles
T : [+ 32 2 269 50 21](tel:+3222695021)
E-mail: gh@vademecom.be
www.vademecom.be