

Nieuwe onderzoeksmethoden VLAM moeten consumptie lokale producten stimuleren

Het Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing (VLAM) gaat nieuwe onderzoekstechnieken testen om het aankoopgedrag van Vlamingen beter te begrijpen. Door meer informatie te hebben over het aankoopgedrag en factoren die hierop van invloed zijn, kunnen verkoopkanalen hun promotieactiviteiten gericht en efficiënter aan te pakken. Uiteindelijk doel is het stimuleren van de consumptie van lokale producten.

🕒 20 JANUARI 2022 – LAATSTE UPDATE 20 JANUARI 2022 14:12

Lees meer over:

VLAM

supermarkt

lokaal



VLAM heeft zich binnen Vlaanderen ontwikkeld tot een marketingkenniscentrum dat kennis bezit over de markt, het consumentengedrag continu opvolgt en trends detecteert. Deze kennis wordt ingezet om de Vlaamse landbouw, tuinbouw, visserij en agrovoeding te ondersteunen en een gezonde, lokale en duurzame voeding te stimuleren bij de consument.

De organisatie ziet nu mogelijkheden om deze rol nog verder te verbeteren. “De toegepaste methoden van VLAM brengen de voorkeuren en de intenties van de consument al goed in kaart, maar geven nog onvoldoende inzicht in het effectieve gedrag van de consument”, klinkt het bij VLAM.



Meer behoefte aan lokale producten sinds corona

Zo weet de organisatie uit onderzoek dat de consument steeds meer belang hecht aan de herkomst van zijn voeding en nood heeft aan meer herkenbaarheid van lokale voeding. De coronacrisis heeft hier ook toe bijgedragen. Zo geeft 49 procent van de Vlaamse gezinnen aan in de toekomst meer lokale voeding te willen kopen en 32 procent zegt dit nu al vaak te doen. “Of deze goede intenties daadwerkelijk vertaald worden in aankoopgedrag van de consument weten we minder goed”, vertelt VLAM-projectleider Leen Jolling.

Hier wil VLAM verder werk van maken met de steun van het Programma Innovatieve Overheidsopdrachten (PIO). PIO biedt begeleiding en cofinanciering aan overheidsorganisaties die via overheidsopdrachten innovatieve producten en systemen willen laten ontwikkelen, testen en aankopen. “Met de PIO-ondersteuning kan VLAM gebruik maken van nieuwe onderzoeksmethoden om het consumptiepatroon van de Vlaming nog meer uit te diepen en te begeleiden naar een gezonde, lokale en duurzame voedingskeuze”, becommentarieert Vlaams minister van Economie en Landbouw Hilde Crevits.

Nieuwe onderzoeksmethoden die de komende tijd getest worden zijn digitale conceptstore, neuromarketing en kennisgrafieken. Deze moeten VLAM in staat stellen om meer inzicht te krijgen in het consumentengedrag. Hierdoor kunnen winkels hun promotieactiviteiten gericht en efficiënter uitvoeren.



Met een VR-bril wordt winkelervaring nagebootst

In de digitale conceptstore testen proefpersonen bijvoorbeeld verschillende concepten en productopstellingen. “Dit geschiedt met een virtual reality bril”, begint Jolling haar uitleg. Daardoor waant de proefpersoon zich in de winkel. “Door bijvoorbeeld de positie van lokale producten in de winkelschappen te veranderen, moet blijken hoe het consumentenpatroon hierdoor beïnvloed wordt. Of welk effect heeft het labelen of anderszins labelen op de verkoop van lokale producten”, geeft zij een ander voorbeeld.

Met het PIO-project “Consumenten begeleiden naar lokale voeding” zullen methoden in een nog wetenschappelijke of conceptuele fase getest worden voor toepassing op een bredere schaal. Er wordt onderzocht welke inzichten deze nieuwe technieken kunnen bieden in de herkenbaarheid van voedingsproducten en het aankoopgedrag van de consument.

Bron: Eigen berichtgeving

VILT vzw

Koning Albert II Laan 35
1000 Brussel
Belgium

Contact

T • 0473 59 41 39
M • info@vilt.be

Volg ons op:

screenreader.visit us on our facebook page: <https://www.facebook.com/vilt.nieuws/>
screenreader.visit us on our twitter page: https://twitter.com/vilt_nieuws
screenreader.visit us on our linkedin page: <https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/>
screenreader.visit us on our instagram page: <https://www.instagram.com/vilt.nieuws>

© 2024 VILT vzw, all rights reserved |

[Privacy policy](#)

[Copyright](#)

[Cookie Policy](#)

Webdesign by Who Owns The Zebra