

Hoe verleid je de Nederlandse consument als (nieuw) elektrisch automerk?

ADD A LITTLE.. RESEARCH

Ad Alliance doet continu onderzoek naar trends en branches. In deze infographic worden de belangrijkste inzichten uit het onderzoek naar Elektrisch rijden gedeeld.

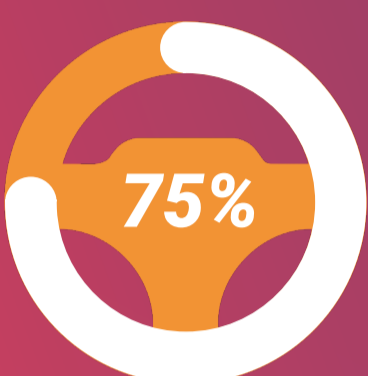


Research

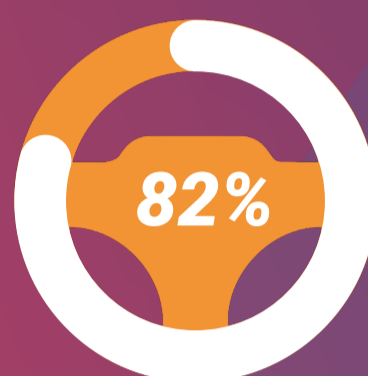
Dit onderzoek is uitgevoerd onder 1150 Nederlanders 18+ die soms/regelmatig autorijden. Het onderzoek is uitgevoerd in mei 2024 i.s.m. onderzoeksbureau Dynata. Onderzoekresultaten kunnen worden geselecteerd op merk, leeftijdscategorie en geslacht.

Interesse & merkbekendheid

Nederlanders geven aan open te staan voor nieuwe elektrische automerken. Nieuwe elektrische Chinese automerken zijn nog relatief onbekend, terwijl een hoge merkbekendheid essentieel blijkt in de overweging van een nieuw merk. De meer gevestigde elektrische merken verschillen onderling nog sterk in de mate van merkbekendheid.



Is geïnteresseerd in of in bezit van een elektrische auto



Vindt merkbekendheid van een elektrisch automerk belangrijk



Is de gemiddelde merkbekendheid van nieuwe elektrische Chinese automerken



Is de gemiddelde merkbekendheid van de meer **gevestigde** elektrische automerken (met uitschieters daargelaten)

Ervaring & Overweging

Ervaring met de nieuwere elektrische automerken blijft nog uit, men heeft meer ervaring met de meer gevestigde merken.

70-90% * Geeft aan van de (nieuwere) automerken te hebben gehoord, maar er geen ervaring mee te hebben.

* o.b.v. een lijst van meer dan 40 elektrische automerken

Nieuwe Chinese elektrische modellen laten groeipotentieel zien.

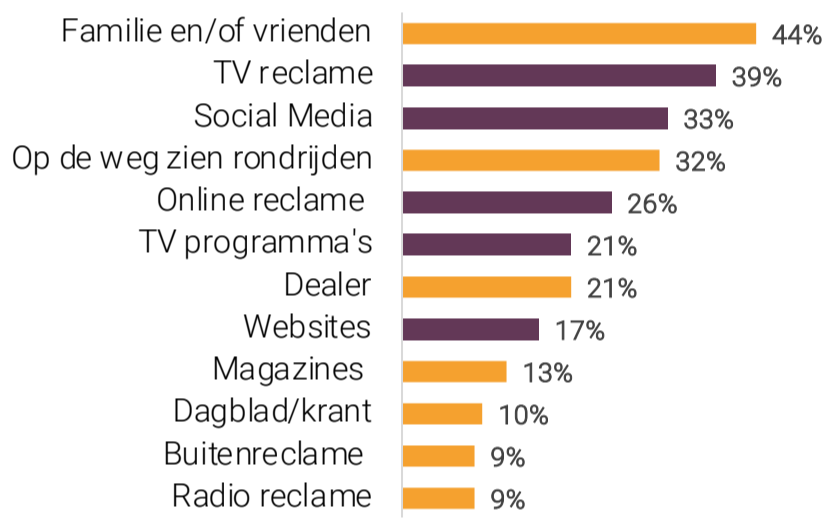
17% Geeft aan een elektrische auto van een nieuw Chinees merk **zeker** te overwegen.

62% Geeft aan deze **misschien** te overwegen.

Inspiratiebronnen

Naast de aanbevelingen van familie/vrienden zijn TV en Social Media belangrijk voor het verhogen van merkbekendheid van elektrische automerken

Op welke manieren raakt men bekend met elektrische automerken?



3

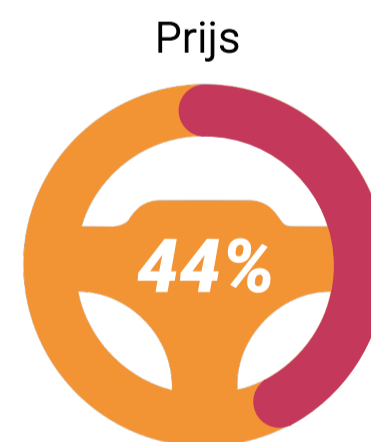
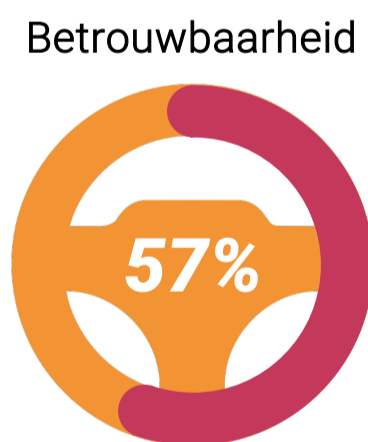
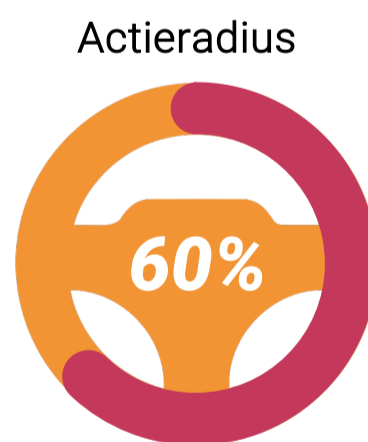
Campagne must do's

Hoe spreekt een (nieuw) elektrisch automerk de Nederlandse consument nu écht aan in een campagne? Drie tips die hierbij helpen:

1

Focus op aspecten die overweging beïnvloeden

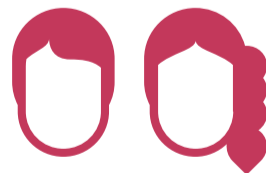
Vraag: Welke aspecten zijn belangrijk voor jou bij het overwegen van een (nieuwe) elektrische auto?



2

Spreek de taal van jouw doelgroep

Vraag: Welke woorden of zinnen moeten volgens jou worden meegenomen in een elektrische autoreclame?



18-34 jarigen

- Duurzaam
- CO2 neutraal
- Innovatief
- Stil rijden
- Toekomstbestendig



35-54 jarigen

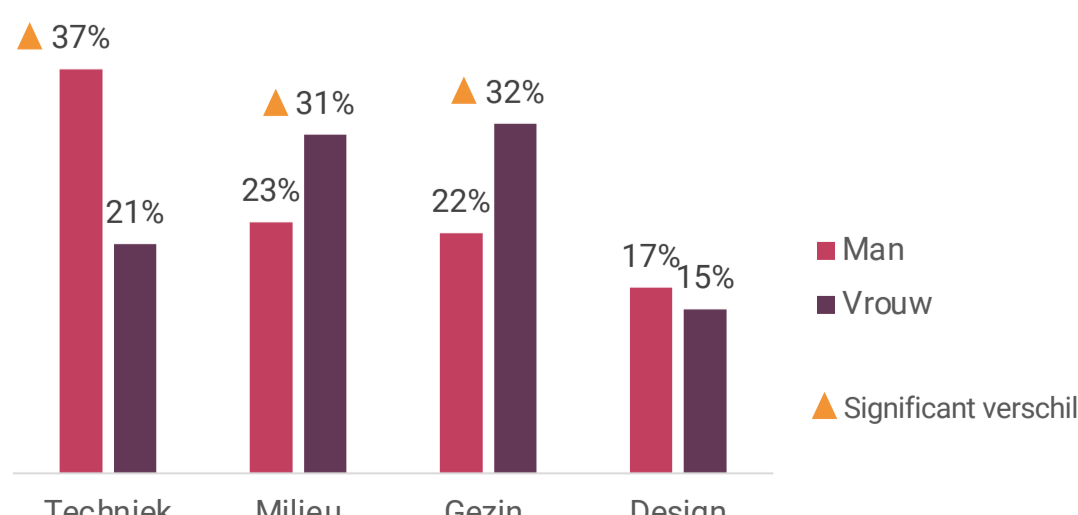
- Minder onderhoudskosten
- Hoge prestaties
- Actieradius
- Korte oplaadtijd
- Vermogen

3

Creatie per doelgroep is key

De reclame met de focus op techniek spreekt mannen meer aan, de focus op milieu meer vrouwen.

Vraag: Welk type reclame spreekt jou het meeste aan als je een (nieuwe) elektrische auto wilt kopen?



Benieuwd naar alle inzichten?

Of opzoek naar inspiratie over hoe je deze inzichten kan omzetten in een campagne? Neem contact op met jouw contactpersoon bij Ad Alliance of mail naar contact@adalliance.nl

