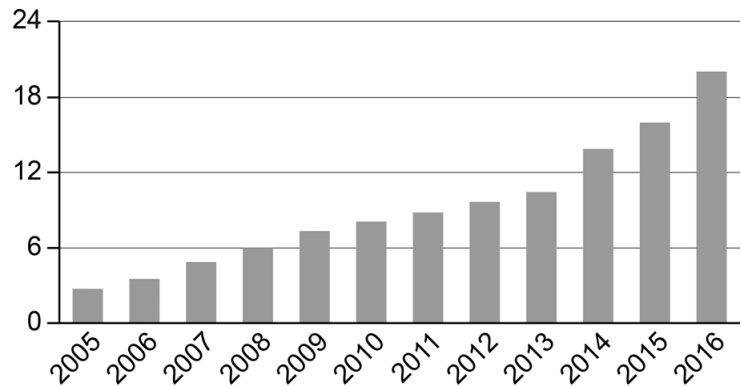


## Online consumptie

In 2017 kochten veel Nederlandse consumenten een of meer producten via internet.

In 2017 waren er 200 miljoen online aankopen met een totale waarde van € 22,5 miljard.



online consumentenbesteding Nederland in miljarden euro's

- 2p **32** In 2017 kocht de Nederlandse consument gemiddeld 13 producten online.  
→ Bereken de gemiddelde totale online besteding van een Nederlandse consument in 2017. Schrijf je berekening op.

De totale waarde van de online aankopen groeide met 13% ten opzichte van 2016. Het aantal online aankopen groeide met 17% ten opzichte van 2016.

- 1p **33** Is het gemiddelde aankoopbedrag in 2017 lager of hoger vergeleken met het gemiddelde aankoopbedrag in 2016? Leg je antwoord uit.

Uit onderzoek blijkt dat consumenten in hun consumptiebeslissing sterk beïnvloed worden door de mening van andere consumenten. Producenten spelen hier steeds meer op in met influencermarketing.

Een influencer is iemand die actief is op sociale media met veel volgers en het koopgedrag van anderen kan beïnvloeden.

- 2p **34** Alle handel via elektronische netwerken valt onder de term 'e-commerce'. Het kopen en verkopen van goederen en diensten via internet is een onderdeel hiervan.

→ Maak van onderstaande zinnen een economisch juiste tekst door de juiste woorden te kiezen.

*Doe het zo: Noteer de nummers (1), (2) en (3) op je antwoordblad. Vul bij de nummers de juiste woorden in. Kies uit de woorden die tussen haakjes staan.*

Door het intensieve gebruik van internet neemt de aandacht voor e-commerce steeds meer toe. Het ontstaan van influencers is een ...(1)... (gevolg / oorzaak) van e-commerce. Een influencer is een nieuw beroep en daarmee een ...(2)... (nieuwe specialisatie / nieuwe techniek).

Goede influencers verdienen hiermee een inkomen en producten, zoals een auto. Het ontvangen van producten is een vorm van inkomen, dit is ...(3)... (inkomen in natura / inkomen uit bezit / inkomen uit overdrachten).

Op de afbeelding poseert een bekende influencer. Ze laat het kledingmerk en de tas aan haar volgers zien.



- 1p 35 Welke instrumenten van de marketingmix worden in deze afbeelding gebruikt?
- A personeels- en plaatsbeleid
  - B presentatie- en plaatsbeleid
  - C presentatie- en promotiebeleid
  - D prijs- en personeelsbeleid
  - E prijs- en promotiebeleid
- 1p 36 Volgers van influencers hebben het gevoel dat zij een intieme band hebben met de influencers die zij volgen, een soortgelijke band als met een vriend of familielid. De beïnvloeding van influencers noemen we sociale beïnvloeding.
- Is er ook sprake van commerciële beïnvloeding?
- A Ja, het is beïnvloeding door consumenten met winst oogmerk.
  - B Ja, het is beïnvloeding door producenten met winst oogmerk.
  - C Nee, het is beïnvloeding door consumenten zonder winst oogmerk.
  - D Nee, het is beïnvloeding door producenten zonder winst oogmerk.

#### Bronvermelding

Een opsomming van de in dit examen gebruikte bronnen, zoals teksten en afbeeldingen, is te vinden in het bij dit examen behorende correctievoorschrift.