

De 7 principes van Cialdini – Schaarste

Op basis van de 7 principes van Cialdini heb ik onderzoek gedaan naar de beïnvloedingsprincipe schaarste op de website van Crownsburg.

De 7 principes van Cialdini zijn beïnvloedingsprincipes die veel gebruikt worden als communicatie- en marketingmiddel. Ze passen de overtuigingsprincipes toe om invloed te krijgen op het (koop)gedrag van de consument.

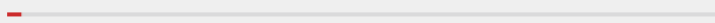
De 7 principes zijn:

1. **Wederkerigheid**, mensen voelen zich verplicht om iets terug te doen wanneer ze iets ontvangen. Gratis testproduct is een goed voorbeeld
2. **Consistentie**, mensen willen consistent blijven met hun eerdere beslissingen. Eenmaal een kleine toezegging gedaan te hebben, zijn ze eerder geneigd om door te gaan met grotere acties. Proefabonnement is een goed voorbeeld.
3. **Sociale bewijskracht**, mensen nemen gedrag van andere over. Reviews zijn hierbij een goed voorbeeld of 'duizenden klanten gingen je voor'.
4. **Sympathie**, mensen zeggen sneller ja tegen mensen of merken die ze leuk vinden. Denk gemeenschappelijk interesses, fysieke aantrekkelijkheid of (klant)vriendelijkheid zijn hierin essentieel. Ze moeten een "klik" met het bedrijf/merk voelen.
5. **Autoriteit**, mensen volgen eerder advies van experts op. 'Dermatologisch getest, tandartsen bevelen aan, etc.'
6. **Eenheid**, mensen zijn geneigd meer beïnvloed te worden door groepen waar zij zich mee verbonden voelen. Fans, community, etc.
7. **Schaarste**, Hoe schaarser iets is, hoe meer mensen het willen hebben. Wekt een gevoel van urgentie op. Nog maar 2 stuks op voorraad, laatste dag dat de aanbieding nog geldt, zolang de voorraad strekt, etc.

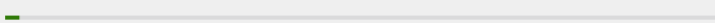
Toepassing op Crownsburg

Iets wat mij is opgevallen terwijl ik voor Crownsburg werk is dat (bijna) alle kleding op hun website een schaarste principe heeft (Zie bijlage). Daarbij valt op dat wanneer ik op een kledingstuk klik de maat die opent altijd S is en dan (meestal) in een rode tekst staat 'nog 1 stuk resterend', zo valt het meteen op dat er lage voorraad is. Maar wanneer je naar een andere maat klikt, waar er soms ook maar 1 beschikbaar is dit is het groen staat met '1 op voorraad' (zie afbeeldingen hieronder)

Nog 1 stuk resterend



1 op voorraad



Persoonlijk gesproken verliest dit overtuigingskracht en geloofwaardigheid voor mij, daarom dat ik besloot een paar mensen in mijn omgeving te vragen hoe zij hierover

dachten. Om een beter beeld te krijgen of de schaarste principes effectief zijn in deze maten of juist tegen het bedrijf werken. Ik heb hierbij de website van Crownsburg laten zien en mijn eigen mening **niet** gegeven, alleen gevraagd hoe dit overkomt op hen en wat dit voor invloed heeft op hun koopgedrag.

Wat zeiden de ondervraagde?

Leeftijden ondervraagde (zes personen totaal):

- 26 jaar
- 26 jaar
- 28 jaar
- 34 jaar
- 58 jaar
- 61 jaar

Zowel de jongeren als de oudere ondervraagde geven aan de aantallen niet te geloven, sommige voelen zich zelfs bedrogen wanneer ze dit zien.

Geen van de ondervraagde geloofd deze aantallen. **Alle** ondervraagde geven wel aan dat ze normaliter een schaarste wel geloven. Een van de ondervraagde zei (26 jaar): “Stel je hebt een aanbieding en de standaardmaat bij een schoen zoals 42 is op een gegeven moment voor nog maar 2 stuks beschikbaar is dat prima. Maar als je letterlijk 90% van de maten en producten zo hebt, ook de niet hardlopers denk ik alleen maar wat een slechte onderneming die heeft gewoon zijn zaken niet op orde.”. Een andere gaf aan (58 jaar) er niet te kopen uit principe omdat ze het gevoel heeft opgelicht te worden door de verkoper. “je krijgt het gevoel dat hij net iets te graag wil verkopen, zeker bij die dure truien” (58 jaar).

“Als je alles niet op voorraad hebt, stel het is echt waar, moet je dan niet iets dringends aan gaan passen? Of hogere voorraden of wat dingen van je website halen, maar niet zo laten staan. Dit komt over als een scam waardoor mensen het allemaal niet geloven.” (28 jaar).

“Ja, het is dat ze eigenlijk niet veel producten hebben en dat de meeste personen niet op meerdere truien of maten klikken en er nooit achter komen. Maar als je zo door de maten/kleuren heen gaat is het wel een lachertje.” (61 jaar).

“Misschien een tip voor dit bedrijf is i.p.v. alles zo per kledingstuk neer te zetten gewoon op de website zelf duidelijk te maken dat ze met beperkte voorraden werken, zo dek je jezelf wel in maar loop je geen risico dat het er zo uitziet.” (34 jaar).

De meeste gaven aan dat het wel hun koopgedrag beïnvloedt wanneer ze door hebben dat zo’n schaarste over de gehele website wordt doorgetrokken. Ze zouden helemaal niet meer een aanschaf hier doen of het niet geloven en potentieel hun aanschaf uitstellen omdat ze niet de druk voelen die schaarste normaliter laat voelen. De meerderheid bevestigt wel dat, omdat Crownsburg een klein assortiment heeft en je dus niet uren scrollt om van alles in je winkelmand te zetten het waarschijnlijk niet opvalt. Want je zal maar bij 1 à 2 producten kijken, geven ze aan.

Conclusie

Uit de antwoorden van de ondervraagde is gebleken dat het schaarse principe op de website van Crownsburg eerder wantrouwen opwerkt dan dat het leidt tot een verhoogde conversie. De feedback van de ondervraagde laat zien dat het huidige gebruik van lage voorraad meldingen als ongeloofwaardig of misleidend kunnen worden ervaren. Dit kan ervoor zorgen dat de reputatie van Crownsburg een negatieve draai krijgt.

Daarbij geeft het wisselend gebruik van schaarse meldingen, zoals rode tekst bij maat S en groene tekst bij andere maat een verwarrende indruk. De ondervraagde noemen dit oplichterij achtig en geven aan dat hun koopgedrag negatief beïnvloed wordt. Dit is niet altijd bij iedere schaarse melding, maar vooral bij de website van Crownsburg omdat het wordt doorgetrokken over bijna alle producten. Hierdoor ontstaat de indruk dat Crownsburg zijn zaken niet op orde heeft of bewust koopgedrag aan het manipuleren is. Vooral wanneer de schaarse wordt doorgetrokken over bijna alle producten, ontstaat de indruk bij de ondervraagde dat Crownsburg zijn zaken niet op orde heeft of bewust probeert te manipuleren.

Advies voor Crownsburg

1. Beperk de toepassing van de schaarse principes → Het werkt ongeloofwaardigheid op wanneer te veel toegepast.
 - a. Transparantie over beperkte voorraden → Een algemene boodschap dat Crownsburg een beperkte voorraad hanteert zou in dit geval beter zijn dan bij ieder product de melding te zetten. Dit zal de geloofwaardigheid versterken en alsnog gebruik maken van de schaarse principes als beïnvloedingsprincipe.
2. Consistentie in kleuren → Consistent gebruik van kleuren en meldingen over dezelfde voorraadindicaties is beter dan soms groen en de ander keer rood. Dit voorkomt verwarring bij de consument.
3. Voorraadbeheer optimaliseren → Indien de voorraden accuraat zijn, is het wijselijk om het aanbod te vergroten of bepaalde producten tijdelijk van de website te halen. Zo wordt voorkomen dat de website onbetrouwbaar overkomt en heb je altijd producten op voorraad voor de consument om aan te schaffen.

Uiteraard is dit advies op basis van de ondervraagde (6 personen totaal) en mijn mening, voor een optimalisatie van de website is het goed om na het toepassen van de adviezen een **A/B testing** te doen. Hier kunnen verschillen schaarse principes worden getest en worden gekeken naar welke het beste werkt.

Bijlage

Kleur: Olive



Ons model draagt maat M en is 180 cm.

Kies je maat:

L

- 1 +

***Inclusief luxe geschenkverpakking!**

2 op voorraad

Kleur: Navy



Ons model draagt maat M en is 180 cm.

Kies je maat:

M

- 1 +

***Inclusief luxe geschenkverpakking!**

1 op voorraad

Kleur: Black



Ons model draagt maat M en is 180 cm.

Kies je maat:

S

- 1 +

***Inclusief luxe geschenkverpakking!**

Nog 1 stuk resterend

Kleur: Navy



Ons model draagt maat M en is 180 cm.

Kies je maat:

S

- 1 +

***Inclusief luxe geschenkverpakking!**

Nog 1 stuk resterend

Kleur: Navy



Ons model draagt maat M en is 180 cm.

Kies je maat:

L

- 1 +

***Inclusief luxe geschenkverpakking!**

3 op voorraad

Kleur: Black



Ons model draagt maat M en is 180 cm.

Kies je maat:

S

- 1 +

***Inclusief luxe geschenkverpakking!**

Nog 1 stuk resterend

Kleur: Black



Ons model draagt maat M en is 180 cm.

Kies je maat:

XL

- 1 +

***Inclusief luxe geschenkverpakking!**

1 op voorraad

Kleur: Olive



Ons model draagt maat M en is 180 cm.

Kies je maat:

S

- 1 +

***Inclusief luxe geschenkverpakking!**

1 op voorraad

Kleur: Black



Ons model draagt maat M en is 180 cm.

Kies je maat:

XXL

- 1 +

***Inclusief luxe geschenkverpakking!**

Binnenkort op voorraad