

Onderneem niet blindelings

Via marktonderzoek, geeft Devroe & Partners gericht advies. Met kennis van zaken... én van de markt!





1968

- Opgericht als commercieel adviesbureau naar verkoop & marketing

Inge

- Marktonderzoek sedert 1991
- Docent marktonderzoek Syntra
- Coach Start & Go POM

Erkend

- Kmo-portefeuille

Klanten

- Starters, innovatie, KMO, grote bedrijven, overheid B2B & B2C

Advies

- Gericht onderzoek, maatwerk
- Nauwe samenwerking, persoonlijk advies



Inhoud namiddag

- 2 definities
- Stappenplan bij marktonderzoek
- Stap per stap uitdiepen
- Praktische sessie rond klantentevredenheid
- Praktische sessie rond haalbaarheid nieuwe producten / diensten
- Terugkoppeling 3 vragen



Theorie : wat is marktonderzoek ?





Beetje theorie : definitie 1

Marktonderzoek is de onderzoeksactiviteit die in elk stadium van het managementproces voor de nodige beleidsondersteunende informatie zorgt.



Beetje theorie : definitie 2

Marktonderzoek is het systematisch en objectief verzamelen, analyseren en interpreteren van relevante gegevens voor het nemen van betere marktbeslissingen.



Stappenplan bij een marktonderzoek

- 1) Omschrijving probleemstelling
- 2) Bepaling doelstelling van het onderzoek
- 3) Doelgroepbepaling
- 4) Desk Research
- 5) Steekproefbepaling
- 6) Opmaak vragenlijst
- 7) Veldwerk, wijze van bevraging
- 8) Analyse resultaten en conclusies



1. Probleemstelling / 2. Doelstelling

- Goede voorbereiding
- Probleem schetsen
- Waarom
- Voor welke beleidsbeslissingen
- Wat wil men eruit halen
- Voor wie
- Doelstelling onderzoek bepalen

Juist input => juist output



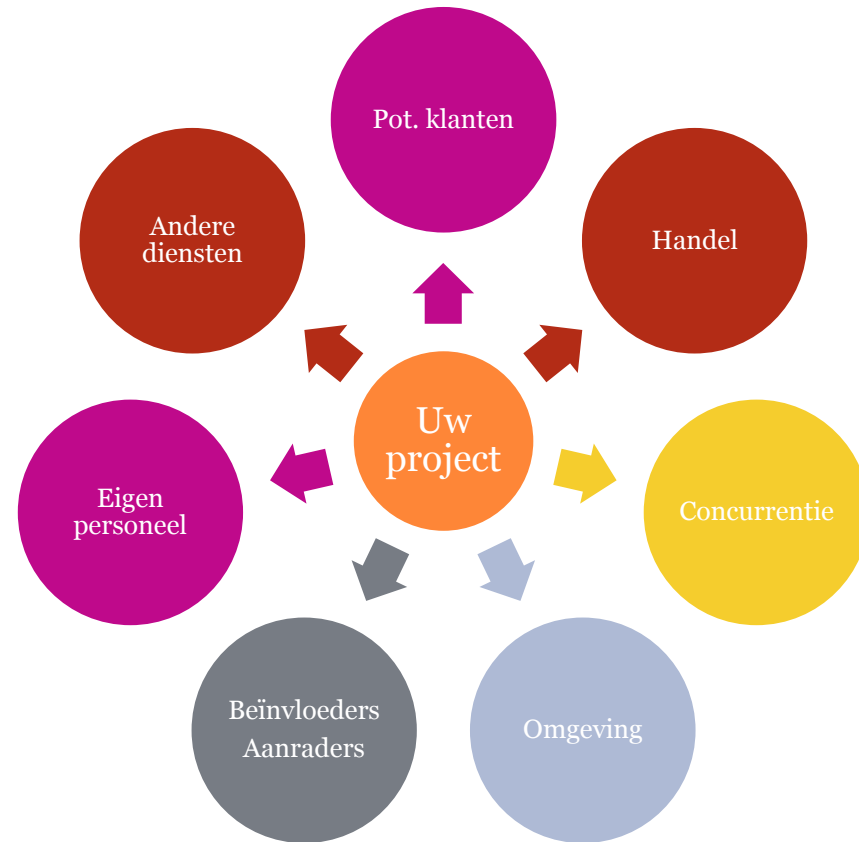
Voorbeeld

- Probleemstelling : mensen meer bewust maken van erfelijke ziektes
- Doelstelling : kunnen we via een interactieve tentoonstelling mensen aantonen van de erfelijke ziektes die ze kennen hoe ze ontstaan en wat de gevolgen zijn en kennis laten maken op een speelse manier met wat ze niet kennen

=> Resultaat de interactieve tentoonstelling “De Zaak DNA”

3. Doelgroepbepaling

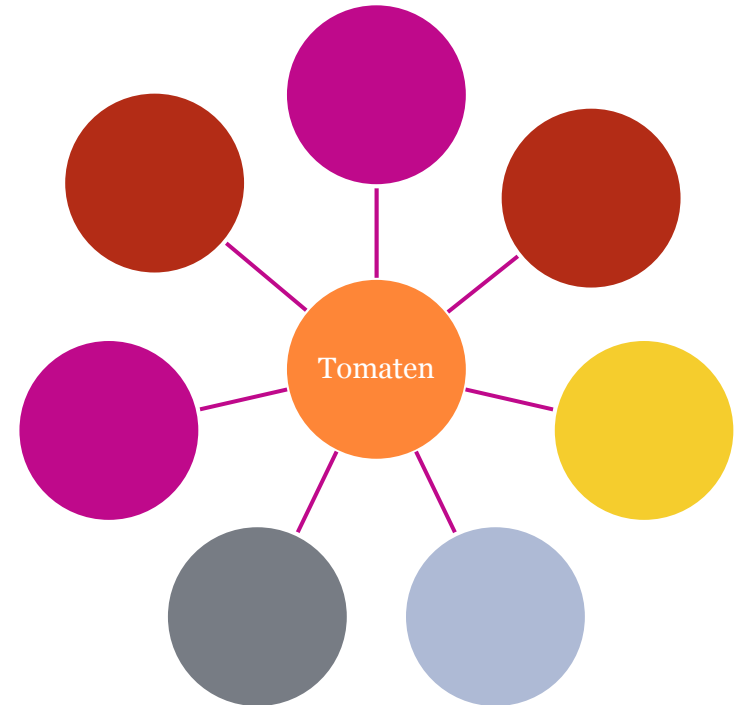
Wie kan
antwoord
geven op
mijn
probleem ?



Voorbeeld : case tomaten

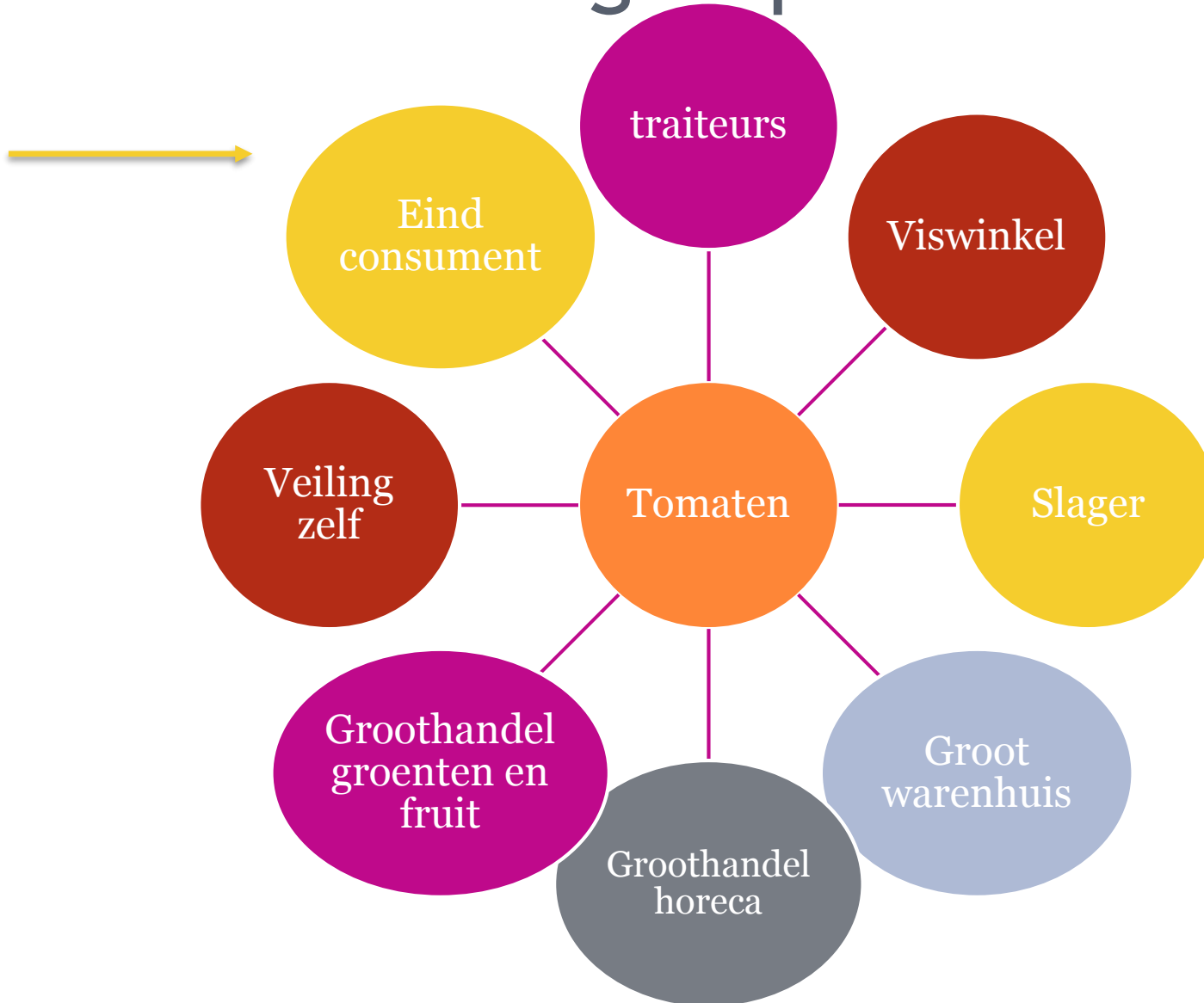


Doelgroep ?





Tomaten : doelgroep ?





4. Desk research

- Bestaande studies
- Archief kranten / tijdschriften
- Consumentendata : statbel.fgov.be
- Bedrijvendata : vb. Trendstop
- Sectorfederaties
- Sociale media
- Sites collega's / concurrentie
- Mr. Google !

5. Steekproefbepaling

Steekproeftrekking (sampling) is het selecteren van een aantal elementen uit een te bestuderen populatie, met als doel uit de kenmerken van de steekproef de kenmerken van de volledige populatie af te leiden



Steekproeftrekking

- Non respons beperken
=> online / telefonisch
- Populatiespecificatiefout
=> onderzoek bepaalde krant is gekleurd
- Ad random steekproeftrekking
=> vb. numerieke lijst maken $1^e - 7^e - 14^e$

Steekproefcalculator : grootte

Met deze calculator bereken je de steekproefomvang, zowel voor een **gelimiteerde populatie** als een **ongelimiteerde populatie**.

Foutenmarge in %

[Hulp nodig?](#) [Meer lezen](#)

Betrouwbaarheidsniveau in %

[Hulp nodig?](#) [Meer lezen](#)

Onderzoekspopulatie

[Hulp nodig?](#) [Meer lezen](#)

Mate van spreiding in %

[Hulp nodig?](#) [Meer lezen](#)

GESPONSORDE ZOEKOPDRACHTEN

Auto waarde berekenen

Mate 1

Auto calculator

Automobile calculator

Length calculator

Vehicle calculator

Berekenen

Reset

Gewenste Steekproef: 377



6. Opmaak vragenlijst

- Goede structuur
- Niet afvuren van vragen
- Inleven leefwereld respondent
- Vermijdt vakjargon
- Geen suggestieve vragen
- Geen dubbele vragen / dubbele negatie
- Moeite respondent te antwoorden
- Bereid om op bepaalde gevoelige vragen te antwoorden
- Geen nutteloze vragen



Structuur goede vragenlijst

1. Inleiding huidige situatie
2. Specifieke vragen over onderwerp onderzoek
3. Toelichten, uitdiepen van 2
(aankoopmotieven, tevredenheid in detail)
4. Identificatievragen
(leeftijd, geslacht, opleiding,)



7. Veldwerk :wijze van bevraging

- Telefonisch
- Mail
- Online panel
- Schriftelijk
- Face to face
- Exit polls
- Focusgroep



8. Analyse resultaten / conclusies

- Dataverwerking : gespecialiseerde software
- Conclusie = antwoord op probleemstelling
doelstelling



Onderneem niet blindelings

Devroe & partners biedt antwoord op al uw commerciële vragen


**Devroe &
partners**
commercieel advies & marktstudies

www.marktonderzoek.be



Haalbaarheidsonderzoek

Klanten-
tevredenheids-
onderzoek

Image-
onderzoek

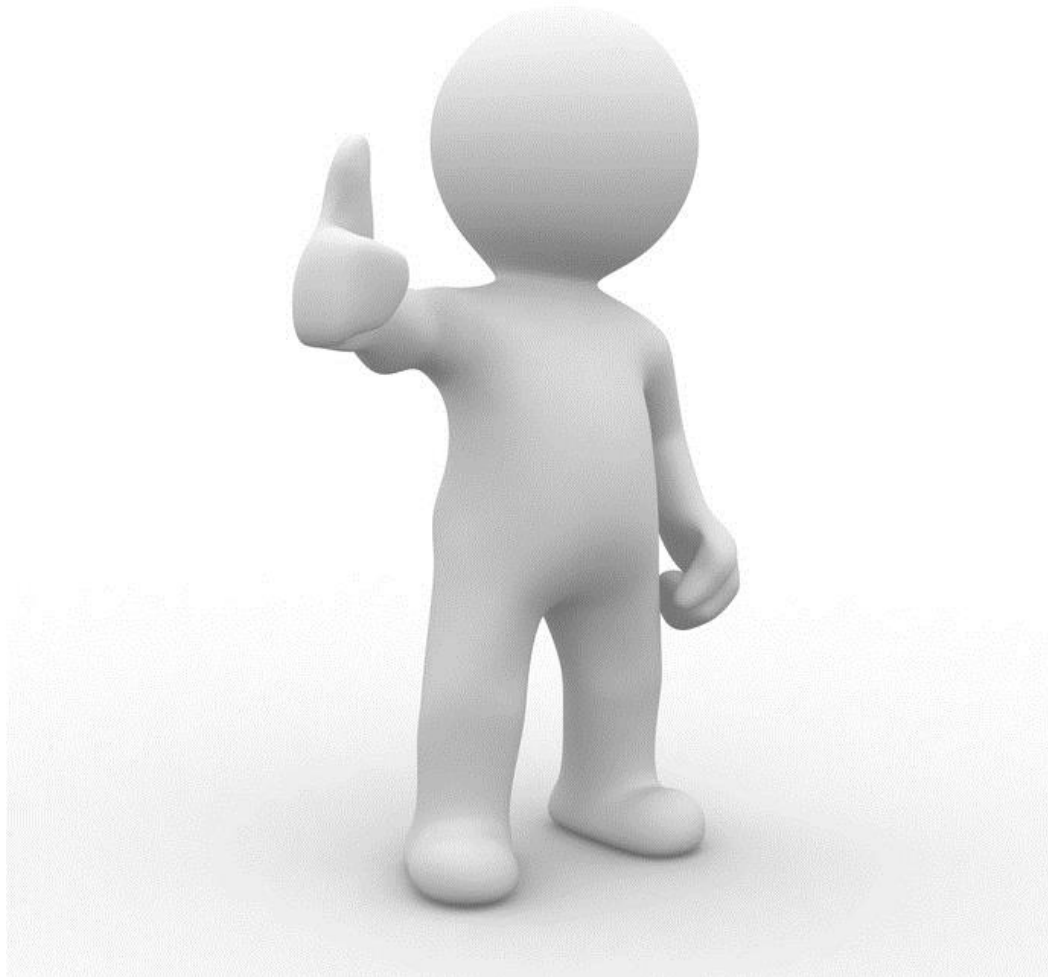
Concurrentie-
analyse

Behoeftanalyse

Onderzoek
naar
naambekendheid

Marktverkenning
onderzoek

Tevredenheidsonderzoek





Ervaring uit de groep ?



Bevragen over :

- Bevraging van de klant – patiënt – leden - personeel
- Meten van de wijze van tevredenheid
- Flow in kaart brengen van contactpunten
- Opsporen van verbeterpunten
- Wensen op vlak van optimale dienstverlening
- Net promotorscore meten



Bevragen over :

- Customer effort score
- Customer Journey : klantenreis
- Customer experience : beleving
- Customer loyalty : trouw
- Customer intimacy : lange termijn relatie, klantenwensen kennen



Stap 1

- Contactpunten bepalen die de “klant” heeft met uw organisatie

Offertefase

Telefonisch
contact

E-mail contact

Medewerkers

Kwaliteit /
service

Marketing
ondersteuning

Technische
ondersteuning

Levering /
plaatsing

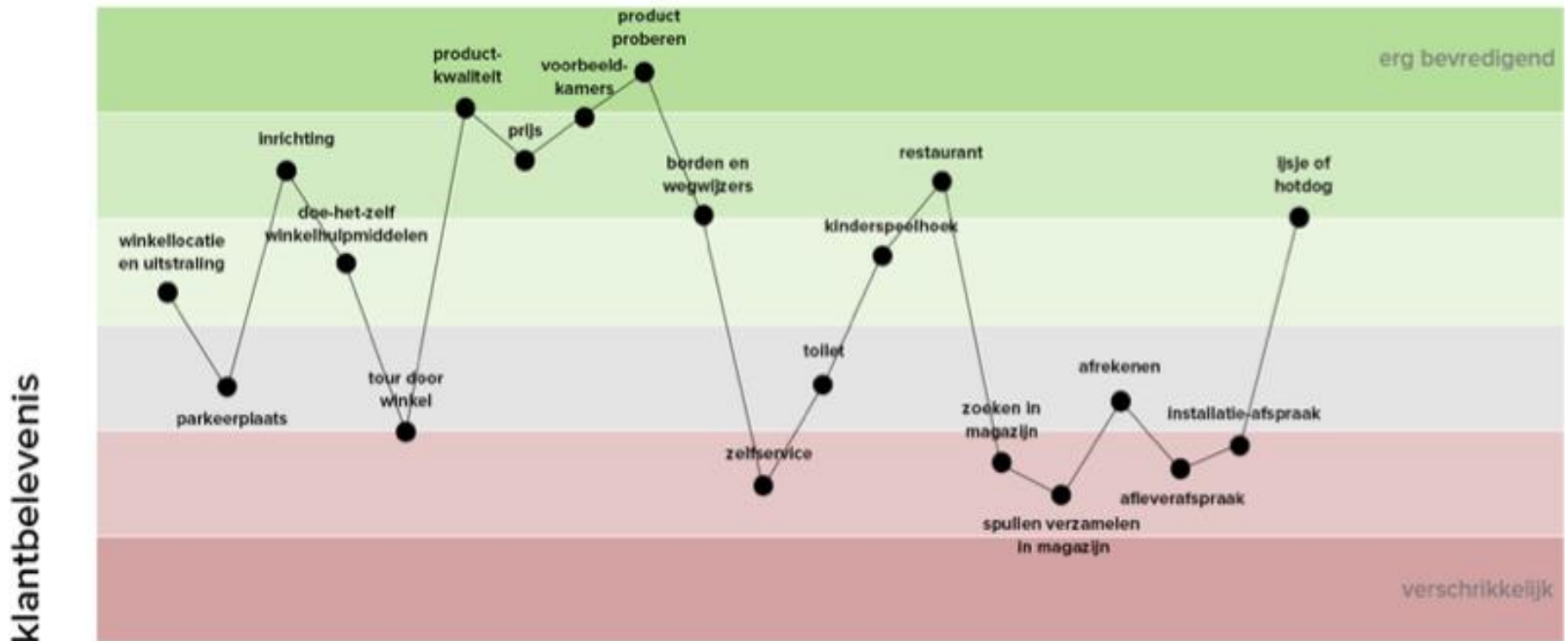
Dienst na
verkoop

Voorbeeld tevredenheid klantenbelevenis Ikea

Devroe & Partners
www.marktonderzoek.be



customer journey IKEA



klantenbelevenis

interactiemomenten

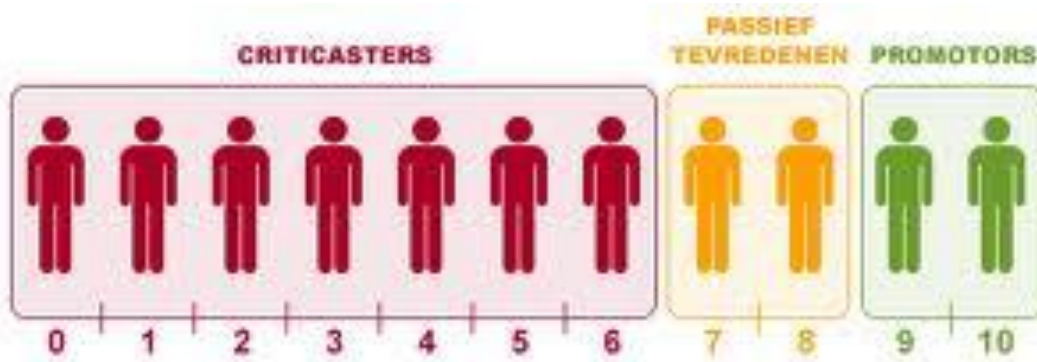
Bron: TOTE-M



Oefening : eigen klantenreis

Net Promotor Score

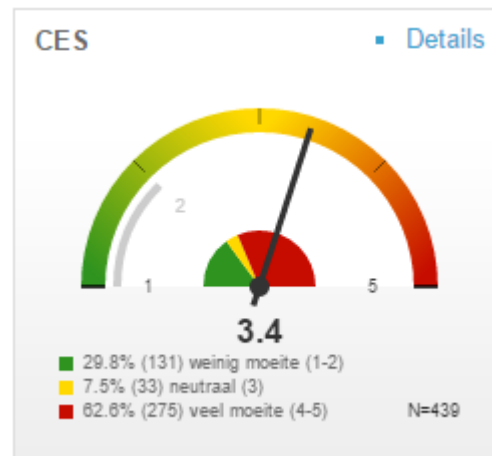
- Mate van aanbevelen : mond aan mond reclame
- Promotoren : 9-10
- Criticasters : 0-6



$$\text{Net Promoter Score} = \% \text{ Promotors} - \% \text{ Criticasters}$$

Customer effort score

- Mate waarin de klant moeite moet doen om van uw organisatie iets gedaan te krijgen





Flow enquête tevredenheidsonderzoek

- Algemene score tevredenheid
- Positief – Negatief
- Tevredenheid navragen per fase
- Verbeterpunten
- Net promotor Score
- Customer effort score

Haalbaarheidsonderzoek





Haalbaarheidsonderzoek :

- Onderzoeken van iets “nieuw”
 - ⇒ Nieuw product ontworpen
 - ⇒ Nieuw product zoeken vanuit de markt
 - ⇒ Nieuwe dienstverlening
 - ⇒ Nieuwe afzetkanalen zoeken
 - ⇒ Nieuwe concepten, ideeën toetsen
 - ⇒ Nieuwe locaties zoeken



Ansoff : groeistrategieën

	Huidige Producten / diensten	Nieuwe Producten / diensten
Huidige Markten	Markt penetratie	Product ontwikkeling
Nieuwe Markten	Markt ontwikkeling	Diversificatie

Marktpenetratie huidige product / markt

Vb. Beschutte werkplaats

- Analyse klantenbestand
- Opzoeken gelijkaardige potentiële klanten
- Bevraging uitbesteden / samenwerkingen / vooroordelen / mogelijkheden / behoeftes
-



Marktontwikkeling : bestaand product / nieuwe markt

Vb. fabrikant
diepvriesmaaltijden

Onderzoek bij :

- ziekenhuizen
- grote bedrijven
- avondscholen
- politie – brandweer
- transport – logistiek



Productontwikkeling : nieuw product / bestaande markt

Vb. Intercommunale

Bedrijfsverzamelgebouwen

Bevraging bij :

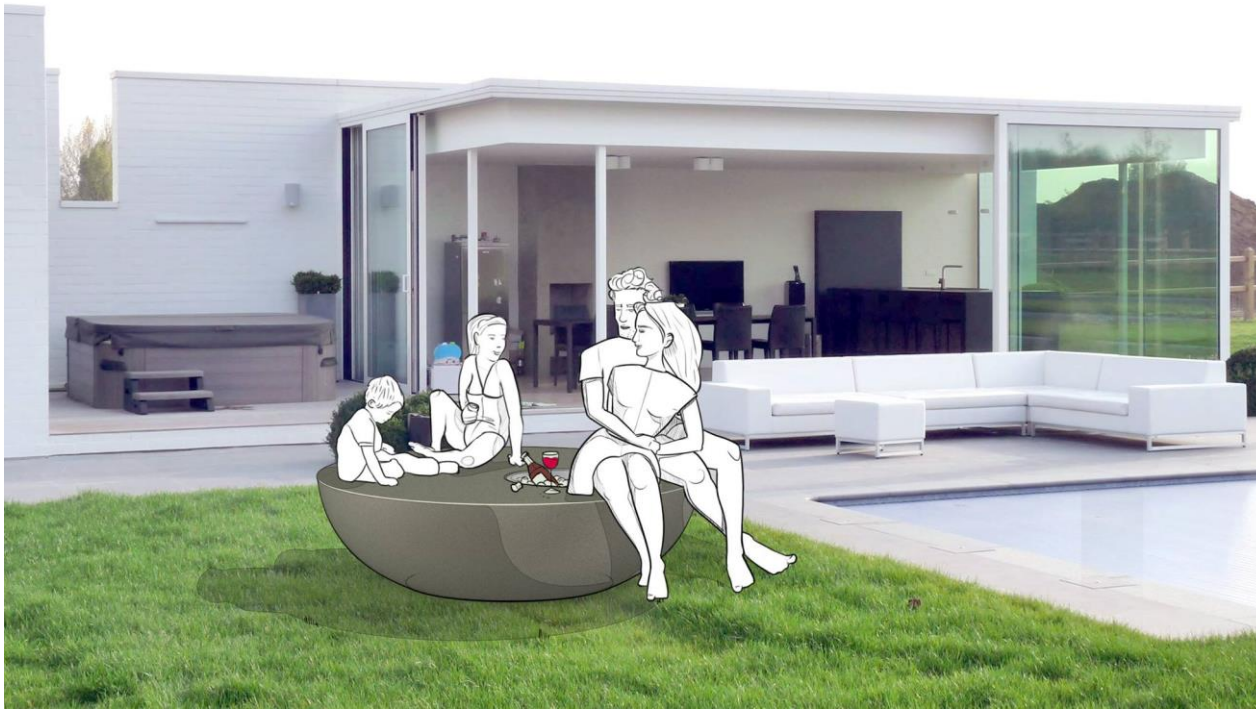
- Architecten
- Projectontwikkelaars
- Bouwheren
- Pot. Kopers





Diversificatie : nieuwe product / nieuwe markt

Binnenhuisarchitecte => zitbank met vlas





Waar kan jij groeien ? Ideeën ???

	Huidige producten	Nieuwe producten
Huidige Markten		
Nieuwe Markten		

Drie vragen





1. Wie zijn mijn (potentiële) klanten en hoe weet ik wat ze willen?

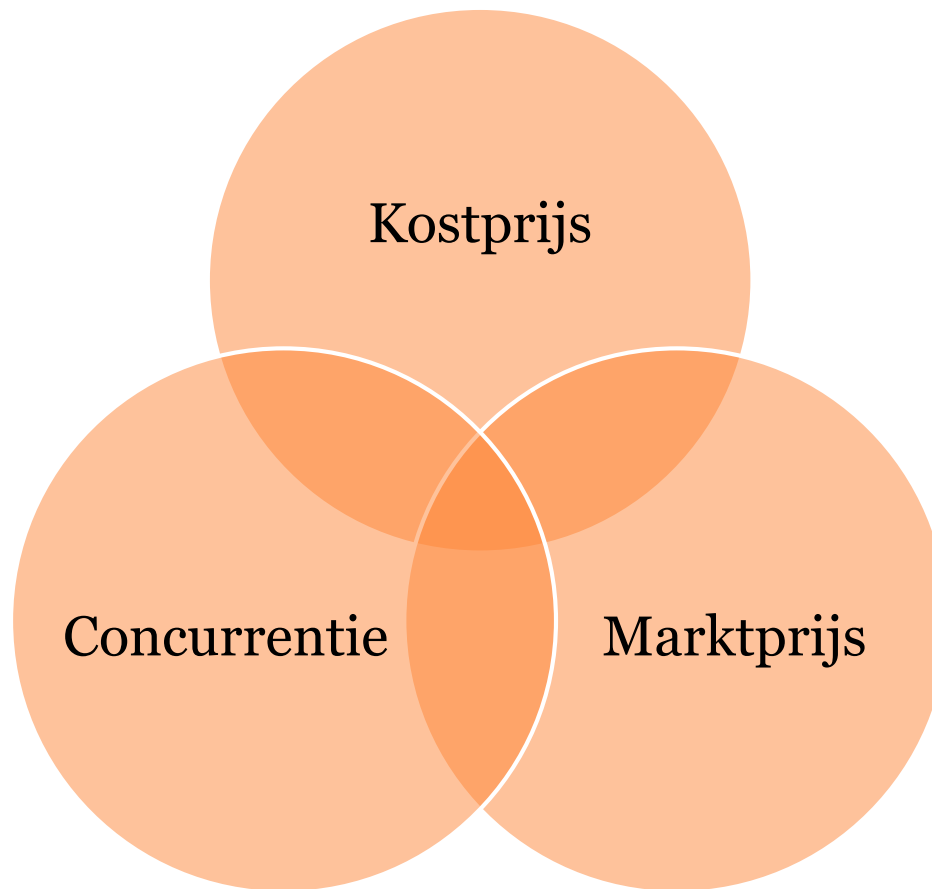
Potentiële klanten :

- Oefening huidige klanten => grotere doelgroep (marktpenetratie)
- Nieuw project => via onderzoek / testing (bloem bepalen)

Hoe weten wat ze willen :

- Behoeftanalyse
- Bevraging face to face of opzetten grootschaliger onderzoek

2. Hoe vind ik de psychologische prijs die klanten willen betalen





Marktprijs bepalen





3. Hoe groot is het marktpotentieel van mijn idee

- Marktpotentieel bepalen = kwantitatief onderzoek
- Steekproefsgewijs correct !
- Onderzoek = haalbaarheids-onderzoek

	Nieuwe Producten / diensten
Huidige Markten	Product ontwikkeling
Nieuwe Markten	Diversificatie

Vragen ?

Devroe & Partners

Inge Devroe

www.marktonderzoek.be

inge@marktonderzoek.be

0477 / 60 30 71