CUSTOMER JOURNEY OPTIMALISATIE-ONDERZOEK

Helpt klantreizen te begeleiden en beïnvloeden

"Je wilt je dienstverlening verbeteren en je doelgroepen beter begeleiden tijdens hun klantreis. Alle onderzoek dat hieraan bijdraagt, is Customer Journey Optimalisatie-onderzoek."

Mindset onderzoek

Segmentatie-onderzoek op basis van motieven om klantreizen te volgen. Het doel van dit onderzoek is klantreisdoelgroepen te bepalen en reisverschillen tussen hen te verklaren.

Effect onderzoek

Welke veranderingen leiden tot welk gedrag van consumenten? Het gedrag van doelgroepen monitoren om uw beleid te kunnen bijsturen.

Journey onderzoek

Wat is het reisgedrag van consumentgroepen? En welke touchpoints zijn daarbij belangrijk? De klantreis van doelgroepen in kaart brengen.

Merkbelofte onderzoek

Onderscheid maken met uw merk. Merkbeloften waarmaken. U wilt weten of en waar tijdens de Customer Journey u daarin slaagt.

Direct Research
maakt het makkelijk

Mindset onderzoek

Deelt doelgroepen in naar klantreismotieven

Mindset onderzoek bestaat uit **twee fasen**. In de **eerste kwalitatieve fase** vertellen respondenten aan de hand van trefwoorden over hun ervaringen, motieven, gewoonten en gedrag (storytelling). De trefwoorden hebben allemaal te maken met de Customer Journey van die respondent.

Hoe meer de respondent vertelt, des te uitgebreider het woordennetwerk ten aanzien van de Journey wordt.

Respondenten blijken verschillende reismotieven te hebben en zich niet allemaal hetzelfde te gedragen.

Het doel van deze onderzoeksfase is houding- en gedragspatronen van consumenten te leren (her)kennen. Dit leidt tot een voorlopige segmentatie.

De gesignaleerde verschillen worden vervolgens naar hypothesen vertaald. In een **kwantitatief vervolgonderzoek** worden de hypothesen getest.

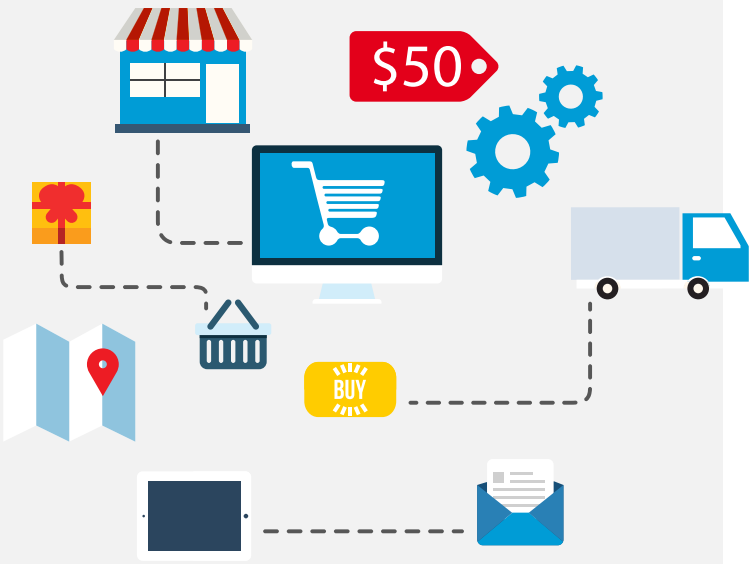
Na vaststelling van de definitieve segmenten kunt u uw dienstverlening per segment aanpassen.

Journey onderzoek

Journey onderzoek is stuurinformatie

Dit type onderzoek registreert **oriëntatie- en koopgedrag van doelgroepen.** Het geeft inzicht in hun reispatronen.

Gerapporteerd wordt welke **touchpoints** door doelgroepen worden bezocht en hoe belangrijk zij in het koopproces zijn. Cruciale scores worden in de vorm van KPI's gepresenteerd.



Effectonderzoek

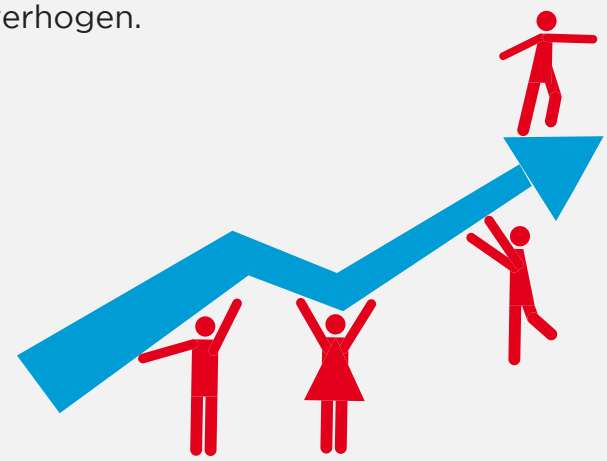
Veranderingen moeten waardevol zijn voor uw doelgroep

Iedere ondernemer voelt dat een veranderende markt om veranderingen in de bedrijfsvoering vraagt.

Optimaliseren heeft zin als uw doelgroepen deze verandering relevant vinden en dit leidt tot een verandering in hun houding en gedrag.

DirectResearch helpt u bij het benoemen van KPI's en stellen van KPI-doelen voor relevantie, kennis, houding en gedrag.

Door realistische KPI-doelen te stellen en KPI's te meten leert u welke onderdelen u aan kunt pakken om het effect van uw optimalisatieslag te kunnen verhogen.



Merkbelofte onderzoek

Beloften waarmaken tijdens de Customer Journey

Hoe transparanter de markt des te meer een merk op geleverde prestaties beoordeeld gaat worden. Voor een merk komt het leveren van prestaties neer op het **waarmaken van relevante merkbeloften**. Deze beloften moeten op die plaatsen tijdens de klantreis worden waargemaakt waar de consument dat verwacht.

Merkbelofte-onderzoek meet de recall, recognition en relevantie van een merkbelofte onder doelgroepen, de mate waarin men vindt dat de belofte wordt waargemaakt en de invloed hiervan op houding en gedrag.

Meer weten? Neem contact op!

020 770 75 79

Sara de Groot
sara@directresearch.nl

Ferdinand Kieboom
ferdinand@directresearch.nl

9 redenen om voor DirectResearch te kiezen

Korte doorlooptijden
Snel en flexibel. Door gebruik van eigen onderzoekpanels kunnen wij snel een marktonderzoek uitzetten.

Hoog rendement
Helder inzicht in reacties van uw doelgroep, lage kosten. Door betere beslissingen verdient u het weer terug.

Ervaren onderzoekers
Marktonderzoek is een vak, ons vak. Onze ervaren onderzoekers staan u met raad en daad terzijde.

Duidelijke tarieven
Geen verborgen kosten, u weet vooraf waar u aan toe bent. Vraag direct een offerte aan.

Innovatieve onderzoekvormen
Enquêtes worden soms niet erg gemotiveerd ingevuld. Wij bedenken vormen die wél uitnodigend zijn.

Samenwerken
DirectResearch maakt online marktonderzoek makkelijk. Voor u én voor de respondent.

Concrete resultaten
Wij leveren geen lange rapporten op, maar focussen ons op de resultaten op basis waarvan u kunt beslissen.

Online rapportages
Opdrachtgevers kunnen live meekijken en hebben 24×7 inzicht in de resultaten van marktonderzoek.

Kritisch meedenken
Wij zijn niet van 'u vraagt, wij draaien'. We denken kritisch mee welk type onderzoek het best past bij uw vraag.

Direct Research BV
Herengracht 454
1017 CA AMSTERDAM

020 770 75 79
info@directresearch.nl
www.directresearch.nl