

Extra resultaten door klantinzicht



Iedere ondernemer is voorturend op zoek naar mogelijkheden om te groeien... in welke zin dan ook (klanten, omzet, plezier etc.). Maar heel veel ondernemers groeien niet of behalen tegenvallende resultaten terwijl er toch heel hard wordt gewerkt.

Er wordt bijvoorbeeld geïnvesteerd in een nieuwe website of in het opleidingsniveau van de medewerkers etc.... maar blijkbaar zorgen deze investeringen niet altijd voor het behalen van de gewenste resultaten.

Vaak wordt in de dagelijkse gang van zaken voorbij gegaan aan de belangrijkste factor bij het realiseren van groei: uw klant. Wat wil hij echt? Wat drijft hem, waarom is hij klant? hoe tevreden is hij over uw product / dienst? etc.

De antwoorden op deze en andere vragen vormen de voedingsbodem van succesvolle groei van uw organisatie. Dit artikel gaat over hoe u via klantinzicht extra resultaten kunt behalen en hoe u effectief en kostenefficiënt klantinzicht kunt verwerven.

Redenen om niet met klantinzicht bezig te zijn

Allereerst is het noodzakelijk om bewust te worden waarom vele organisaties het nalaten om extra groei te boeken door simpelweg goed te luisteren naar hun eigen klanten. Een paar redenen:

1. We kennen onze klanten door en door! Dit hoor je vaak, herkenbaar? Maar wat hier vergeten wordt is dat hier vaak sprake is van een vorm van bedrijfsblindheid. Er blijkt vaak een groot verschil te zijn tussen wat de klant echt wil en wenst (de feiten) en hoe de mensen in de organisatie denken hun klant te kennen (onbewust gecreëerde overtuigingen door de loop van de jaren heen).

2. Klantinzicht / marktonderzoek is leuk, maar levert niets op. Dit klopt als het gaat om een niet goed opgezet onderzoek dat tussen de bedrijven door even snel is opgezet. Een goed onderzoek heeft aandacht en betrokkenheid van de medewerkers nodig.



3. Goed opgezet marktonderzoek is duur. Dat een investering nodig is om waardevol inzicht boven tafel te krijgen is een feit. Maar er zijn tal van slimme manieren en methoden waardoor het verkrijgen van klantinzicht ook betaalbaar kan zijn. Meer hierover verder in dit artikel.

Hoe kunt u via klantinzicht extra resultaten behalen?

Diepgaand en goed verkregen klantinzicht kan uw organisatie helpen op een aantal verschillende fronten:

1. Aanscherpen / innoveren van uw aanbod. Of het nu gaat om B2C of B2B klanten, scherp inzicht in hun behoeften, wensen, gewoontes, tevredenheid etc. biedt u ongekende mogelijkheden om uw aanbod te verscherpen. Zeker als het meer dan 2 jaar geleden is dat uw klanten bij een marktonderzoek zijn betrokken: krijgt u hier waardevolle informatie.

2. Vasthouden van klanten / loyaliteit. Anno 2008 heeft de klant het nog meer voor het zeggen dan ooit. Doordat vele markten in een rap tempo transparanter worden, wordt het voor uw klant steeds makkelijker om een betrouwbare partij te vinden. Het betrekken van uw klanten bij een onderzoek heeft op zich al een loyaliteitsverhogende werking. Bovenal bieden de uitkomsten houvast voor het opzetten / optimaliseren van loyaliteitsprogramma's.

3. Effectiever maken van uw marketingboodschap. Uw klanten kunnen u, mits u erom vraagt, heel goed aangeven hoe ze bij u terecht zijn gekomen, wat ze van uw marketingmaterialen (website, brochure etc.) vinden, hoe de marketingboodschap overgekomen etc.

4. Optimaliseren van uw strategie. Zeker als u vaker marktonderzoek uit laat voeren onder uw klanten, worden ontwikkelingen zichtbaar. Welke trends verklaren het gedrag van uw klanten? Het kennen van deze trends en ontwikkelingen bieden prachtige handvaten om uw strategie eens goed onder de loep te nemen.

5 Tips om kostenefficiënt en effectief klantinzicht te verwerven

Tip 1: Start een online marktonderzoek

Natuurlijk zijn er ook andere media om marktonderzoek uit te voeren, maar online marktonderzoek is een zeer betaalbaar medium met een minimum aan inspanningen voor u als organisatie.



Tip 2: Hanteer resultaatgericht marktonderzoek

Resultaatgericht marktonderzoek vraagt naar wat uw klant wil dat uw product / dienst voor hem doet. Deze vraagstelling zoekt naar onderliggende drijfveren en zorgt voor extra kwaliteit in de resultaten.

Tip 3: Maak uw vragenlijst effectief

Heel handig voordat u met het marktonderzoek start is om de vragenlijst te testen binnen uw klantengroep. Is de vragenlijst duidelijk? Loopt hij goed door? Zo voorkomt u een boel ergernis en bouwt u aan kwaliteit.

Tip 4: Werk met voorgecategoriseerde vragen

Maak het uw klanten zo makkelijk mogelijk om deel te nemen aan het onderzoek. Open vragen is prima, maar beperk het aantal. Zo kost deelnemen aan uw onderzoek slechts 'enkele minuten' en zo bespaart u veel tijd in de verwerking van de gegevens.

Tip 5: Stimuleer deelname

Over het algemeen zijn klanten best bereid om aan een onderzoek deel te nemen. Zeker als u een kleine beloning hier tegenover stelt. Bijvoorbeeld waardevolle content of een leuk presentje.

Ook aan de slag met klantinzicht?

Ik hoop dat u veel aan deze nieuwe inzichten heeft gehad en geïnspireerd bent geraakt om ook zelf ook aan de slag te gaan met het verbreden van uw inzicht.

Of het nu gaat om klantinzicht, marktinzicht, inzicht in nieuwe doelgroepen, online-marktonderzoek.com begeleidt u graag bij het in kaart brengen van essentiële informatie en inzichten.

Meer weten over onze aanpak en betaalbare tarieven, neem dan nu [contact](#) met ons op.

Hartelijke groet,

Marco Bouman & Albert-Jan van der Neut

ONLINE-MARKTONDERZOEK.COM

Vondellaan 84

3521 GH Utrecht

030-2819796

info@online-marktonderzoek.com

