

Kwalitatief onderzoek via face to face interviews



Customore... meer waarde voor uw klant, dus voor u!

Als u meer betekent voor uw klant, betekent de klant vanzelf steeds meer voor u

Kwalitatief onderzoek, de methode:

De methode zorgt voor diepgang en concreetheid

- Doel is het identificeren van concrete verbeterpunten voor de commerciële organisatie vanuit het gezichtspunt van hun klanten.
- De methode;
 - Kwalitatief onderzoek via Face to Face interviews.
 - Interviews via gestructureerde vragenlijsten van ca. 1,5 uur met
 - De belangrijke personen/beslissers aan klanzijde. De opdrachtgever bepaalt.
 - Rapportage van de resultaten
 - 18 gevalideerde onderwerpen worden beoordeeld via rapportcijfers en voorzien van concrete verbeterpunten door klanten.
 - Beoordeling van 18 onderwerpen in vergelijking met de belangrijkste concurrenten.
 - Vaststellen van focusonderwerpen n.a.v. de resultaten
 - Focusonderwerpen via een workshop van 1 dag concreet en uitvoerbaar maken

Kwalitatief onderzoek, het resultaat:

De resultaten moeten leiden tot gerichte acties, hogere NPS-scores en omzetgroei

- Het houden van een kwalitatief onderzoek levert u:
 - Inzicht in de belangrijkste onderwerpen vanuit klant perspectief.
 - Beoordeling in relatie tot de belangrijke concurrenten.
 - Een concrete verbeteragenda per onderwerp vanuit het gezichtspunt van de klant.
Geaggregeerd en klant specifiek.
 - Inzicht in de mening van de klant op belangrijkste onderwerpen zoals professionaliteit account management, klantgerichtheid en partnership.
 - Inzicht in de mate waarin uw bedrijf aanbevelenswaardig is. De NPS-score.
 - Focus op de sales agenda richting klant. De eerste stap naar Customer Obsession.
 - Een actie programma richting klanten met als doel een NPS-score van 9 of 10 en een omzet groei van tussen de 10 – 20%.
 - Een effectieve, efficiënte, wederkerige, volwassen en open relatie met de klant door het bespreken van de resultaten.

Kwalitatief onderzoek, wat Customore Consulting doet:

- Customore Consulting voert het onderzoek uit in opdracht van.
- Customore Consulting is verantwoordelijk voor de uitvoering, dat wil zeggen dat zij:
 - de interviews voorbereidt
 - de interviews plant
 - de interviews afneemt
 - resultaten verzamelt
 - resultaten analyseert
 - conclusies en aanbevelingen formuleert
 - de resultaten rapporteert
 - de resultaten presenteert
 - In overleg met de opdrachtgever de workshop opzet
 - de workshop faciliteert
 - de workshop resultaten vastlegt en rapporteert

Kwalitatief onderzoek, enkele voorbeelden van concrete verbeterpunten zoals door de klant geformuleerd op het onderwerp klantgerichtheid.

Kwalitatief onderzoek, het resultaat: Klantgerichtheid, fictief voorbeeld.

Suggesties ter verbetering

Verdiep je en toon ondernemerschap

Grossiers;

- Wij zijn een nieuw bedrijf dat alles verkoopt via internet. Zij zijn 2x aan tafel geweest. Hebben niets laten zien. Kortzichtig bedrijf. Zien bij ons de kansen niet! Offerte ontvangen die veel hoger ligt dan de prijzen bij anderen. Geen ondernemersgeest.
- We hebben weinig contact met ze maar als we contact hebben, is dat goed. We hebben nu een assortiment en soms komt er iets nieuws. Soms is het succesvol soms niet.
- Erg arrogant. Hun aandeel wordt steeds kleiner. Ik voel me niet serieus genomen. Folderacties worden obligaat ingevuld met geen enkel zicht op resultaat. Het lijkt allemaal nog strakker te moeten, geen slagvaardigheid, volume zakt weg.
- Ik ken ze onvoldoende.
- Gaat de goed kant op.
- Iets meer vanuit de gehele categorie denken. Teveel nog een WC-eend gehalte.
- Is op de goede weg. De eerste stappen zijn positief. Vervolgens geen woorden maar daden.
- Goede relatie.
- Ik heb heel weinig contact. Ik ken hen niet en zijn kennen mij niet.
- Kwaliteit niet goed, prijsstelling niet goed.

Kwalitatief onderzoek, het resultaat: Klantgerichtheid, fictief voorbeeld

Suggesties ter verbetering

Meer contact en vreet je in

Eindverbruikers:

- Te traag. Te koppig! Ze kunnen nut en noodzaak van hun assortiment niet uitleggen.
- Meer contact met ons/mij. Ik sta open voor innovatie.
- Ik heb ze hier nog nooit gezien. Het gaat via de groothandel.
- Doen we eigenlijk niet heel veel mee. We gebruiken het wel, maar is geen sprake van samenwerking of gezamenlijke projecten.
- We doen er heel weinig mee. Prijs kwaliteit verhouding niet goed. Te hoog in prijs.
- Meer met ons meedenken en flexibiliteit tonen. Ze hebben een product voorgesteld. Dat hebben we in het menu verwerkt. Blijkt dat niet in het standaard assortiment te zitten! Wat nu!
- Zorg ervoor dat hij meer tijd aan ons spendeert en we gebruik kunnen maken van zijn expertise.

Kwalitatief onderzoek, het resultaat: Klantgerichtheid, fictief voorbeeld

Suggesties ter verbetering

Ga echt in gesprek en kom met oplossingen

Eindverbruikers:

- Door ons unieke bedrijf is het moeilijk om op ons te ontwikkelen. Men kent voor ons bepaalde toepassingen.
- Doen we een tonnetje mee. Wisseling van de wacht nu. Afspraak moet nog gemaakt worden. Tot die tijd was het 1 gesprek per jaar, t.w. het jaargesprek. Ze lijken het contact met ons ook niet te zoeken.
- Doen we heel weinig mee. Is voor ons niet relevant.
- Op het gebied van duurzaamheid meedenken. Wij vragen ze b.v. recepturen aan te passen en ze voeren dat door. Ik heb hints aan ze verstrekt en zij doen er niets mee. Lijkt alsof ze geen beslissingsbevoegdheid hebben over de receptuur.
- Ze willen wel maar hebben de producten niet. Vervolgstappen?
- Ben meer onderscheidend. Geen grote leverancier. Ca. 60k. De industrie moet meer ondernemerschap gaan tonen. Er is altijd wel 20% ruimte om te bewegen buiten de strakke budgetten om.
- Gerichter met oplossingen komen en met mij in gesprek gaan over mogelijke oplossingen. Ik spreek ze eens per jaar en dan komen ze met een brochure.
- Ik zie ze niet zo vaak en de producten gebruiken wij ook niet zo vaak.
- Geen preferred supplier.
- Zijn minder arrogant geworden. Probeer nu met onderscheidende producten te komen. Wordt onderscheidend voor mij!