



Kompetencer

Indsigtsanalyser

Indsigtsanalyser og målinger er rettet mod emner og kunder samt markedet generelt.

Vi tillader os at stille disse spørgsmål:

- Hvem er kunderne?
- Tjener I nok på dem?
- Er det overhovedet de rigtige kunder I har?

Mogensen & Sommer har en række metoder og analyser, der kan hjælpe med at kaste lys over den viden og de holdninger, der ligger hos kunderne. Hvorfor kunderne handler som de gør og hvad der især kendetegner de forskellige kunder. Informationer, som også er særdeles relevante, når det handler om at tiltrække og fastholde nye kunder.

Her følger en kort beskrivelse af de forskellige analyser og metoder som Mogensen & Sommer bruger til at hjælpe dig med at opbygge den viden, der skal til for at kunne arbejde mere effektivt i dit marked.

- **Triggeranalyse:** ad hoc forbrugerundersøgelse, som afklarer købsmotiver og købsbarrierer, og andre forhold, der udløser en given adfærd.
- **Customer Base line (CBL):** Grundmodel for segmentering af kunder ud fra transaktionsdata og kan suppleres med yderligere data såsom demografiske data eller data anskaffet ved spørgeskema - undersøgelser.
- **Bidragfremskrivning:** Udarbejdes på baggrund af Customer Base Line og giver mulighed for cost/benefit segmentering.
- **Imageanalyse:** Forbrugerundersøgelse, hvordan opfattes produktet i forhold til marked, pris og konkurrenter.
- **Kendskabsanalyse:** Kendskabsgrad i forhold til en konkret markedsindsats fx reklamefilm eller i forhold til konkurrenter.
- **Loyalitetsmåling:** Måler kundens loyalitetsgrad.

Indsigt og viden om kunden, vil bidrage til at fastholde og udvikle samarbejdet med kunden.

Når du skal tiltrække nye kunder, er det vigtigt at du kan gå meget målrettet efter de emner, som både har størst sandsynlighed for at blive kunder - og som kan bidrage positivt til indtjeningen. For eksempel ved at vælge emner, der ligner de gode eksisterende kunder mest muligt.

