



Survey og kundeanalyser

Kunderejsen – Undervejs

Et survey er en forbrugerundersøgelse. Forbrugerundersøgelsen afklarer købsmotiver og købsbarrierer, og andre forhold, der udløser en given købsadfærd.

Vi kan tilbyde undersøgelser af kundetilfredshed for dine eksisterende kunder og til de højpotentielle emner. Spørgeskemaundersøgelser kan være skriftlige offline eller online. Ved online undersøgelser kan spørgeskemaet udsendes til eller præsenteres for målgruppen på forskellige måder, hvor de vigtigste indsamlingsmetoder er:

1. kontakt til befolkningspaneler.
2. kontakt til egne eksisterende kunder. Indsigt til forbrugerundersøgelsen, skaber aktuel købsadfærd/købstrigger.

Profilanalysen og Indsigtsanalysen fortæller noget om forskelligheden af styrken og værdien og hvor præcist, man kan kommunikere i salgskanalerne. Profilanalysen giver dig indsigt i dit marked, med opland eller områder i tekst, diagrammer og på kort.

Vi skræddersyer rapporten, så den passer til dine behov og giver dig den indsigt, der skal til for at styrke din forretning.

Profilanalysen er et overordnet snapshot i forhold til dine kunder og den opbygges ens, så det er nemt og overskueligt at sammenligne resultater og profiler. Profilanalyse viser en tydelig indsigt i forhold til forbrugertyper, alder, kønsfordeling, uddannelse, husstandsindkomst, geografi og meget andet.

Indsigtsanalysen afdækker profilen på dine mest lønsomme og attraktive eksisterende kunder med henblik på, at identificere de kunder som kan løfte salget. Udgangspunktet er for effektiv udvikling til fastholdelse salg, Mer -og krydssalg, Churn reduction og Win Back.

Vi benytter RMF-metoden (Recency, Frequency, Monetary Value):

- Hvornår kunden sidst har handlet
- Hvor hyppigt kunden handler.
- Hvor mange penge kunden handler for.
- Hvor har de fundet tilbuddet.

Databasen inddeles og beskrives således at vi kan beskrive de kunder som er de mest lønsomme. Vi udarbejder en tydelig kundeprofil til mer- og krydssalg, samt fastholdelse af dine kunder.

