

# Onderzoek

# Marketingplan en verkoopstrategie

**Onderzoek**

(Product, concurrentie en gebruikers)



**Marketingplan**



**Influencers**

# Marketingplan en verkoopstrategie

**Onderzoek**

(Product, concurrentie en gebruikers)



**Marketingplan**



**Influencers**

# Hoe onderzoek je?



# Hoe onderzoek je?

1. Onderwerp, doel
2. Onderzoeksvragen
3. Onderzoeksmethode
4. Opbrengsten
5. Verslag  
(Trek conclusies! Doe aanbevelingen!)
6. Bronvermelding

# Onderzoeksmethoden



# Onderzoeksmethoden

- Verzamelen bestaand onderzoek
- Literatuuronderzoek (Internet)
- Enquête (minimaal drie personen)
- Interview (minimaal drie personen)

# Categorieën goederen (producten)





# Categorieën goederen (producten)

## **Dagelijkse gebruiksgoederen**

- Je dagelijkse boodschappen zoals koffie, tandpasta, frisdrank, wasmiddel enzovoort. Worden vaak gekocht en bij aanschaf worden prijs en kwaliteit weinig vergeleken. Je shopt vooral makkelijk en efficiënt, vaak bij een supermarkt (online en offline)

## **Voorkeursgoederen**

- Je koopt altijd van hetzelfde merk of bij dezelfde winkel. Je shopt vooral makkelijk en efficiënt, bijvoorbeeld bij Zeeman, Blokker of bol.com

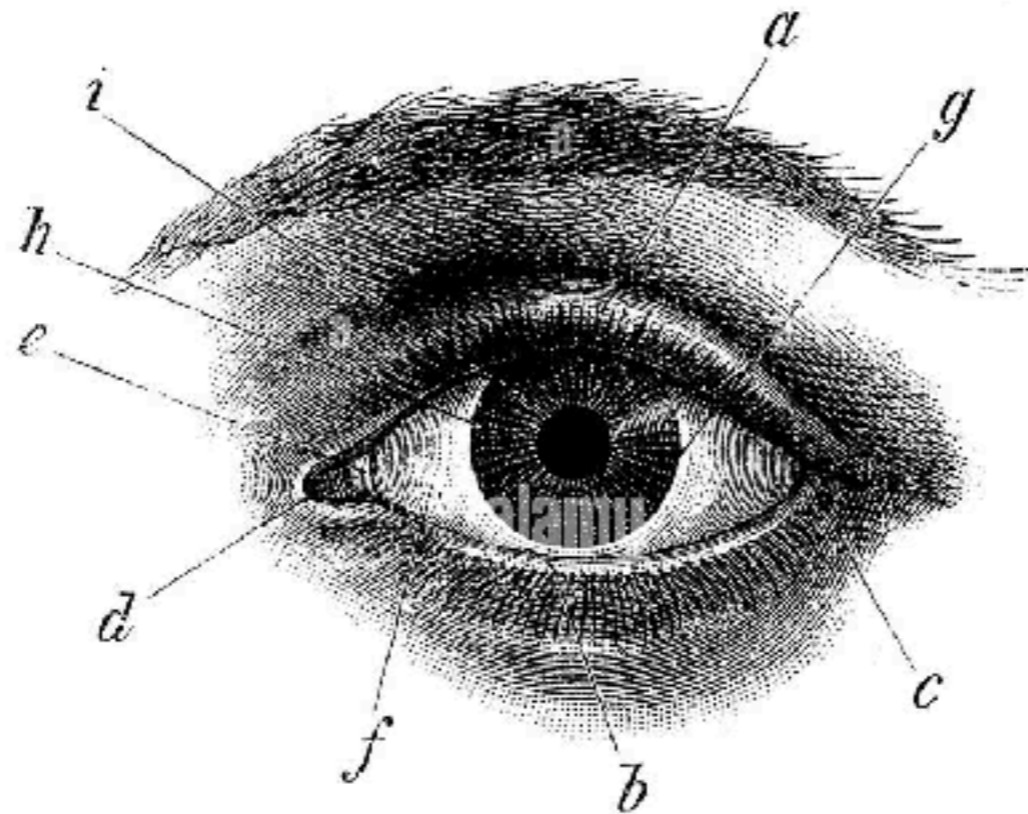
## **Shopping goods**

- Hier ga je echt voor 'shoppen'. Je vergelijkt prijs, kwaliteit en andere producteigenschappen, zoals bij het shoppen voor videorecorders, reizen, meubels of keukenapparatuur. Je zoekt actief naar informatie en shopt bij een gespecialiseerde winkel zoals D-reizen, Expert, (via) cheaptickets.nl, Coolblue.

## **Specialty goods**

- Je weet vaak precies wat je wilt kopen: een kaartje voor een festival, een paar Nikes, een Rolls Royce! Sterke merkenvoorkeur en je koopt ze veelal bij een speciaalzaak of op een product site (bijvoorbeeld voor software of games).

# Onderzoeksvragen



Das linke Auge, von vorn gesehen.  
a Oberes, b. unteres Lid mit den Augenwimpern. c. Aeußerer, d. innerer Augenwinkel mit der Thränenkarunkel. e. Halbmondformige Falte. f. Das Weiße des Auges (weiße Augenhaut und Bindehaut). g. Hornhaut. h. Regenbogenhaut. i. Schloch oder Pupille.

# Onderzoeksvragen

## Onderzoek concurrent

- Vind drie concurrenten die hetzelfde of een soortgelijk product aanbieden. Motiveer je keuze en laat de concurrenten visueel zien.
- Beschrijf en laat zien van iedere concurrent de prijs en positionering, de doelgroep en het marketingplan.
- Beschrijf en laat zien wat iedere concurrent uniek maakt.
- Leg uit welk van de drie marketingplannen geschikt zou kunnen zijn voor jou product en welke aanpassingen er nodig zouden zijn.

## Onderzoek product

- Beschrijf het product in woord en beeld: verzamel minimaal drie bestaande beschrijvingen en foto's van hetzelfde of soortgelijke producten.
- Wat is het doel, nut of de toepassing van je product?
- Hoe, wanneer, waar en hoe vaak wordt je product gebruikt?
- Voor wie is je product bedoeld?
- Welke rol(len) speelt je product in het leven van de gebruiker?
- In welk goederencategorie(ën) valt jouw product?

# Onderzoeksvragen

## Doelgroeponderzoek + Persona

- Onderzoek in welke categorie goederen (producten) jouw product kan vallen en welke doelgroep daarbij past. Beschrijf alle mogelijkheden.
- Kijk bij de concurrentie wie daar de doelgroep is. Beschrijf en laat dit zien dit per concurrent.
- Maak een gedetailleerd doelgroeponderzoek gebaseerd op jouw onderzoek en een bijbehorende persona gebaseerd op demografische én psychografische gegevens.  
Gebruik NIET het doelgroeponderzoek-template dat je in het tweede jaar gebruikte: maak iets gebaseerd op je EIGEN inzicht.

# Positioning/PVS



# Positionering/PVS

**Voor** (doelgroep)

**Die** (iets willen of nodig hebben)

**Is** (naam van het product)

**Een** (productsoort of vorm)

**Dat** (belangrijkste voordelen)

**In tegenstelling tot** (huidige alternatieven)

**Is ons product** (opsomming van onderscheidende kenmerken)

# Positionering

## Brouwerij Bennebroekcks

**Voor** Liefhebbers van speciaalbier

**Die** Graag een moment pakken om van een biertje te genieten

**Is** Bennebroecks

**Een** speciaal bier

**Dat** kwaliteit boven kwantiteit plaatst

**In tegenstelling tot** andere bedrijven die zich vooral richten op het maken van zoveel mogelijk bier

**Is ons product** Lokaal, Ambachtelijk en exclusief

# Wat lever je op?

1. Je beantwoord (beeld en tekst) de onderzoeksvragen voor **concurrentie onderzoek** en **productonderzoek**;
2. Je doet **doelgroeponderzoek** en ontwikkelt een **persona**;
3. Je schrijft een **conclusie** en een **aanbeveling** voor ieder van de drie onderzoeken;
4. Je schrijft een **Product Vision Statement** zoals getoond in het voorbeeld.

## PDF (A4) - programma vrij

- Voorblad met titel, naam, datum;
- Inhoudsopgave;
- Paginering;
- Bronvermelding.



# Wanneer lever je op?

**Maandag 26 September 18:00 uur via teams.**

Volgende week bespreken we Marketingplan en Influencers.