

Vragen die ik wil stellen aan Eefje:

- Wat is volgens jou het belangrijkste punt in shopperonderzoek?
Koopedrag, routinematig rondlopen van de klant
- Hoe kan je als bedrijf hier het beste op insprijgen?
- Op welk punt zou je de klanten het meeste mee krijgen in verandering?
- 70% van de aankopen wordt voor het schap/in de winkel genomen. Wat is het ultieme idee hoe hier op in te spelen?
-En gerelateerd met Oil en Vinegar?
- Gaaf dit volgens jou dan grotendeels om reclame/advertenties of juist het gedrag van de klant?

Wat mij opvalt vanuit het boek, is dat je het grotendeels kunt splitsen in:

- De winkel
- De klant
- Reclame

Ze hangen allemaal met elkaar samen. Zodra er 1 verandert heeft dit impact op de ander. Zo moet een winkel voldoen aan ruimte, producten, merchandising en goed personeel. De klant heeft behoefte aan goed personeel, uitleg, koopt op emotie en zintuigen. Zij bepalen of ze de winkel in gaan of niet. Dit door middel van weer diezelfde ruimte en of er veel andere klanten staan. Voor deze stap, tijdens deze stap en na deze stap zit reclame. Dit in de breedste zin van het woord. De winkel is een 3d reclame en uitzending van waar je voor wilt staan, advertenties maken mensen nieuwsgierig en halen ze eventueel over, reclame in de winkel legt uit en reclame nadat er gewinkeld is, houdt op de hoogte.

- Hoe ver staat Oil en Vinegar hier nu in?
 - Wat zou jij graag anders willen zien?
 - Wat is jouw uiteindelijke doel? Dromen mag
-
- QR code toegevoegd aan stands, helpt dit/valt dit onder shopper onderzoek?
 - Afhaakmomenten in het shoppen, waar liggen deze volgens jou?
(Kassa, te veel producten, veel te zien kan ook storend en onrustig zijn)
Waar ligt de grens van pushen om wat te kopen (verplicht voelen) en producten uitstallen?
-
- Welke gedragsverandering zou jij graag zien in de klant gerelateerd naar Oil en Vinegar?
 - Hoe sterk is shopperonderzoek gerelateerd aan winst maken?
-
- Online winkelen --> hier valt het aspect zintuigen weg.
-Hoe kun je de klant nog steeds hetzelfde aanbieden als in de winkel?
 - Heeft dit niet te maken met imago en uiteindelijk branding?
-Valt storytelling hier dan ook onder?
-Hoe denk jij dat deze verbonden zijn?
-
- Klant is koning, maar hoe wordt die gediend?!