

FORESIGHT MODELLING

b l a u w

FORESIGHT MODELLING

Een instrument voor fact based beslissingen



HET ANTWOORD OP INNOVATIEVRAGEN

- Wat is het belang van product features, nu en in de toekomst?
- Waar moet ik innovatiebudget in investeren?
- Hoe sluit ik aan bij de veranderende klantbehoeften?



HET ANTWOORD OP MARKETINGVRAGEN

- Hoe kan ik mijn marktaandeel vergroten?
- Met welk positioneringsclaim behaal ik het beste resultaat?
- Welke behoefte-segmenten spreek ik aan?



HET ANTWOORD OP PRICINGVRAGEN

- Hoe creëer ik meer waarde voor de markt en kan ik dus meer omzet halen?
- Wat is de optimale prijsstelling?
- Hoe kan ik mijn marge vergroten?

WAT IS FORESIGHT MODELLING?

Vier onderscheidende elementen

Blauw Foresight Modelling is een combinatie van kwalitatief en kwantitatief onderzoek dat periodiek herhaald wordt en inzicht geeft in trends en toekomstige klantvoorkeuren. De monitor wordt door Blauw uitgevoerd. Door kosten te delen blijft het voor alle deelnemers betaalbaar.

Foresight Modelling is gebaseerd op een online onderzoek onder 1000 potentiële overstappers. Centraal staat de conjunct meten methode waarmee de voorkeuren van consumenten gemeten worden door ze keuzen te laten maken zoals dat op vergelijkingssites gebeurt.



KWALITATIEVE TREND INSIGHTS



BETAALBAAR



CONJUNCT METEN



TOEKOMSTSCENARIO'S

EEN INSTRUMENT VOOR FACT BASED BESLISSINGEN

Deliverables

De marktsimulator geeft inzicht in de gevolgen van het aanpassen van uw propositie.

- Hoe de markt gaat reageren als u een product introduceert met nieuwe features voor een hogere prijs
- Welke feature het meest waardevol is
- Wat de meerwaarde van mijn merk is

Dit is onmisbare informatie voor gefundeerde innovatie en pricing beslissingen.

Niet alle consumenten zijn gelijk. Segmentatie gebaseerd op consumentenbehoeften (need-based) geeft inzicht in de verschillen.

- Bij welk segment mijn merk de sterkste positie heeft
- Welk segment de meeste potentie heeft
- Wat de behoeften van dit segment zijn

Deze input is onontbeerlijk voor het bepalen van de juiste marketingaanpak.

De combinatie van het kwalitatieve en kwantitatieve onderzoek geeft inzicht in ontwikkelingen in de markt.

- Wat de nieuwe onderwerpen zijn waarover men spreekt
- In welke mate ontwikkelingen omarmd worden
- Hoe voorlopers afwijken van volgers

Hiermee worden de resultaten in een toekomstgerichte context geplaatst.



TRENDRAPPORTAGE



MARKTSIMULATOR



NEED BASED SEGMENTS

MAAK UW KEUZE

Bedragen zijn per jaar en exclusief BTW.



8.000,-

Tendrapport en marktsimulator

Extra opties

Het is mogelijk tegen meerkosten vragen aan het onderzoek toe te voegen. De meerkosten zijn € 500 per vraag.



9.500,-

Tendrapport, marktsimulator en need based segmentatie

Eigen inbreng mogelijk

Om zoveel mogelijk uit het onderzoek te halen is het van belang om de voor jullie organisatie belangrijke kenmerken op te nemen. Hierin kennen we twee smaken



12.500,-

Tendrapport, marktsimulator, segmentatie en sparks-workshop

OPENBAAR

De resultaten zijn voor iedereen beschikbaar (geen meerkosten)



AFGESCHERMD

Resultaten exclusief voor jullie organisatie (meerkosten)

CONTACT

Bel voor meer info



Binne Heida

Marketing & Innovation

E binne.heida@blauw.com

T 06-14174465



Michiel 't Hart

Consultant Marketing & Innovation

E michiel.thart@blauw.com

T 06-82684284

Blauw Research

Weena 125

3013 CK Rotterdam

T 010-4000900

E welcome@blauw.com

W www.blauw.com