



Bert Houben, Baby Boomer (54-71)



Leraar



61 jaar



Gehuwd



Maaseik



2 kinderen

Informatieve content

Lokaal winkelen

Volgt de kinderen via facebook

Introvert ————— Extrovert



Analytisch ————— Creatief



Loyaal ————— Disloyaal



Traditioneel ————— Trendy



“Ik wil het product kunnen ervaren alvorens het te kopen. Kwaliteit primeert hierbij.”

Doelen

Prijsbewust, maar hecht veel belang aan de waarde van het product eerder dan aan de prijs

Vindt de relatie met de winkel belangrijk, het is een bron van informatie en advies en geeft hen een gevoel van zekerheid

Staat meer open voor traditionele marketing en verkoopstrategieën

Motivaties

Klantenservice (kennis/hulpvaardigheid personeel)

Value for money/productkwaliteit

Gevoel van zekerheid

Persoonlijke relatie en loyaliteitsprogramma's

Assortiment

Toegankelijkheid

Frustraties

Onbekwaam/onvriendelijk personeel

Te ingewikkelde loyaliteitsprogramma's

Ingewikkeld retourbeleid

Moeilijk te bereiken winkels (parkeergelegenheid, maar ook interne navigatie)

Adoptie van technologie

Algemeen



Smartphone 80%



Tablet 54%



+5u per dag 6%



Online bankieren 75%



Online aankopen 23%



Netflix 16%



Houding tov AI 31%

Sociale netwerken: 82%



64%



48%



20%



Bert Houben, Baby Boomer (age 54-71)



- Leraar
- 61 jaar
- Gehuwd
- Maaseik
- 2 kinderen



Ik wil het product kunnen ervaren alvorens het te kopen. Kwaliteit primeert hierbij



Oriëntatie

- Advertenties (print, tv, radio, digital)
- Vlogs/blogs, reviews, artikelen
- Merk of retailer website(s)
- Mobiele apps
- Sociale media: Instagram, Facebook, Pinterest
- Word of Mouth
- Winkels

Koopbeslissing

- Etalage
- Winkel
- Winkelbediende
- Webshop
- Voice assistant

Consumptie

- Uitpak-ervaring (mooie verpakking)
- Bel/sms/whatsapp/e-mail met winkelmedewerker / contact center
- Sociale media

Ontstaan/erkennen behoefte

- Advertenties (print, tv, radio, digital)
- Email marketing
- Sociale media: Facebook, YouTube, Instagram, Pinterest
- Word of Mouth
- Winkel

Vergelijkend onderzoek

- Vlogs/blogs, reviews, artikelen (Vergelijkings)website(s)
- Mobiele apps
- Sociale media
- Winkels

Aankoop

- Kassa
- Winkelbediende

Post-aankoop evaluatie/sharing

- Post-aankoopcommunicatie
- Productetiketten, instructies (onderhoud, hoe te installeren, etc.)
- Eerste gebruikservaring
- Productgebruik in de loop der tijd
- Productondersteuning
- Retourbeleid
- Sociale media

