



Yolanda Moons, Gen Y (21-37)



UX-designer



28 jaar



Single



Antwerpen



Geen

Koopt het meest online

Digitaal is normaal

User-generated content

Introvert

Extrovert

Analytisch

Creatief

Loyaal

Disloyaal

Traditioneel

Trendy

“Reviews geven voor mij vaak de doorslag. Daarnaast vind ik één-en-dezelfde merkervaring over verschillende kanalen heen belangrijk.”

Doelen

Deelt dingen op sociale media (#) en vindt het belangrijk wat anderen delen

Shoppen moet aangenaam en gemakkelijk zijn

Staat het meest open om persoonlijke data te delen als er iets tegenover staat, namelijk een gepersonaliseerde aanpak (op maat aanbevelingen, coupons, promoties, boodschappen)

Doet onderzoek op smartphone alvorens iets te kopen, zowel prijsvergelijkingssites als sociale media voor het opdoen van inspiratie

Vindt loyaliteitsprogramma's belangrijk

Motivaties

Emotionele connectie
► meer impulsaankopen

Experience (uniform over kanalen heen, inspirerend, sfeer)

Personalisatie/gerichte promoties

Reviews - vrienden & familie, maar ook door influencer marketing door beroemdheden

Ethiek & moraal/duurzaamheid = maatschappelijk bewustzijn

Snelheid en gemak (checkout)

Prijs

Frustraties

Geen naadloze klantenervaring, m.a.w. de ervaring verschilt naargelang het kanaal.

Ze verwacht een single "conversation", niet eentje die verandert bij gebruik van een ander kanaal.

Geen mogelijkheid tot snelle checkout of snelle, eenvoudige betaalmogelijkheden (mobiel betalen)

Geen goede WiFi in de winkel

Ontbreken van technologische ondersteuning in de winkel (touchscreens, stockraadpleging...)

Adoptie van technologie

Algemeen

Smartphone 95% Tablet 58% +5u per dag 29%

Online bankieren 92% Online aankopen 61% Netflix 59%

AI Houding tov AI 50%

Sociale netwerken: 99%

f 90% YouTube 75% Instagram 60%



Yolanda Moons, Gen Y (21-37)



- UX-designer
- 28 jaar
- Single
- Antwerpen
- Geen

Reviews geven voor mij vaak de doorslag. Daarnaast vind ik één-en-dezelfde merkervaring over verschillende kanalen heen belangrijk.

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
 Social 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

