



De voordelen van marktonderzoek met House of Treats

Met welke drie woorden zou jij traditioneel marktonderzoek definiëren?

Wij zeggen: onpersoonlijk, ongericht en onbruikbaar. Terwijl de juiste consumer insights juist ongekende groei voor je merk kunnen genereren.



Daarom biedt House of Treats een vernieuwde manier van marktonderzoek, die zowel aansluit bij moderne marketing als bij de leefwereld van de consument anno 2019. Wij doen betaalbaar, kwalitatief en laagdrempelig onderzoek onder vrouwelijke Millennials. Onze zorgvuldig geselecteerde community ontvangt een luxe box met producten en in ruil hiervoor geven deze vrouwen hun ongezouten mening. Met als resultaat echte insights, trends en (praktische) consumentadviezen die jouw merk de kans geven om zich met de Millennial doelgroep te verbinden. En zo merkgroei te realiseren.

De voordelen voor jou

1. Inzichten Millennial doelgroep
2. Product wordt tastbaar
3. Nieuwe ambassadeurs
4. Bruikbare reviews

Je product mee laten gaan met onze luxe box levert je op die manier snel concrete en persoonlijke data op, direct uit de doelgroep. Zo leer je jouw doelgroep echt kennen, en kun je je met haar verbinden. Daarnaast wordt je product tastbaar. Door de positieve ervaring die de ontvanger met het product en merk opdoet, creëer je nieuwe ambassadeurs én genereer je reviews.

Hieronder lees je per benefit hoe dit precies werkt.





1. Inzichten Millennial doelgroep

Op basis van het soort inzicht waar jij behoefte aan hebt, wordt een onderzoek op maat gestart. Binnen 5 hoofdcategorieën kunnen we insights vanuit de doelgroep leveren.

Brand-awareness

Hoe leeft je merk binnen de doelgroep? Hoe wordt het ontvangen en waar liggen verbeterkansen? De House of Treats community brengt de huidige situatie in kaart. Hun insights leren hoe je jezelf nog krachtiger kan onderscheiden en hoe je online advertising, content marketing en social media beter kan inrichten.

Product, design en verpakking

Hoe scoort de productbeleving? Ga niet uit van assumpties, maar vraag het je consument. Wat wil zij graag zien? Test je (nieuwe) product of verpakking - de community geeft eerlijk feedback over hoe hoog ze deze waarderen op het gebied van kwaliteit, design, prijsverhouding of bijvoorbeeld innovatie. En door welke tweaks je de beleving kan verbeteren.

Websiteverbetering

De eerste kennismaking met je merk of product is vaak online. Bied je daar de perfecte ervaring, dan koopt de Millennial meer en komt ze altijd weer terug. Met House of Treats test je jouw online omgeving en kun je beter sturing geven aan de beste online merkbeleving en optimale (web) functionaliteit.

De customer journey

Weet jij precies waar je doelgroep zich bevindt? Onze community feedback en insights laten zien waar je haar (on- en offline) het best kunt bereiken. Analyseer en optimaliseer je customer journey, zodat je op de juiste momenten haar aandacht krijgt en aan merkloyaliteit bouwt.

Communicatie-uitingen

Wil je inspiratie voor een nieuwe campagne? Of best practices testen voor een lancering? Vraag feedback aan je consument! Wij testen je content, (offline en online) uitingen, overige social campagnes en vinden uit waar de koopintentie zit.

2. Product wordt tastbaar

De House of Treats community krijgt een tastbare en persoonlijke ervaring met jouw product.

Met de House of Treats box wordt je product tastbaar en kom je (letterlijk) bij de doelgroep thuis. In de winkel passeren talloze merken en aanbiedingen de revue voordat de Millennial vrouw overgaat tot aankoop. Sla dit cruciale moment over en laat je product direct in haar vertrouwde omgeving belanden.

Heb je daarnaast een brand event, nieuwe store opening of wil je graag meer traffic naar je winkel? Nodig de leden van de House of Treats community uit en creëer zo binnen de juiste doelgroep nieuwe klanten en ambassadeurs.



