



Key findings

Voor merken is het minder duur om een sterke en duurzame relatie met hun klanten op te bouwen dan er nieuwe te verwerven.



Om daarin te slagen toonden diverse studies, waaronder die van Capgemini, hoe belangrijk het is om op emotionele drivers te werken. Het Pulse onderzoek analyseerde deze drivers op de Belgische markt. Ontdek hieronder de voornaamste conclusies en manieren om de relatie met jouw klanten te bevorderen.

Methodologie

Quali + Quanti

Online Community (kwalitatieve studie) + CAWI (kwantitatieve online studie)

Kalender

Enquêtes afgenomen in december 2018

Emotionele factoren

Meting van de scores inzake belang en evaluatie van 16 essentiële emotionele drivers van de relatie ten opzichte van 40 merken uit 9 sectoren.

Panel

4001 respondenten, representatief voor de Belgische bevolking van 18 tot 65 jaar

Prestataire

IPSOS in samenwerking met bpost media

Moments

Evaluatie van 19 communicatiemomenten als ontwikkelingsmotoren voor deze belangrijkste drivers.

De Pulse Score houdt rekening met twee hoofdelementen, met name:

Het belang dat respondenten hechten aan een reeks van 16 emotionele drivers (zoals "beloont mijn trouw" of "richt zich tot mij persoonlijk") in de klantenrelatie en de trouw aan een merk.

De evaluatie van de 9 geanalyseerde sectoren en 40 merken betreffende hun vermogen om aan deze emotionele drivers te voldoen.

Wat is jouw Pulse?



43/100 is de gemiddelde Pulse Score, of de meting van het relatiequotient van de merken in alle sectoren samen, met andere woorden hun vermogen om hun klantenrelatie te onderhouden op basis van een aantal emotionele drivers (zie de uitleg van de Pulse score hierboven).



De pols van jouw klantenrelatie

Consumenten ervaren de relaties met hun merken op een verschillende manier al naargelang de sector.

[Benieuwd naar de prestaties binnen jouw sector? >](#)



Een gebrek aan energie in de relatie?



De laagste score in alle sectoren samen

De laagste Pulse Score valt te beurt aan de energiesector die nochtans een groeiend aandeel in het gezinsbudget vertegenwoordigt. Een stevige injectie positieve energie in de klantenrelatie: ongetwijfeld een mooie uitdaging voor deze sector.

Geen geknutsel in de klantenrelatie



De hoogste Pulse Score van alle merken samen

Het winnende merk in het algemeen in onze Pulse studie is een doe-het-zelf en decoratiewinkel voor het grote publiek. Die slaagde erin een sterke klantenrelatie op te bouwen.

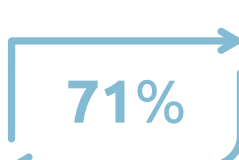


De Pulse gap, dat is waar moet worden ingegrepen!

Deze toont duidelijk het verschil tussen het belang dat de respondenten hechten aan de emotionele drivers in hun klantenrelatie en de manier waarop ze de sectoren en merken op deze drivers evalueren. Ook al is de kloof soms zeer ruim, ze geeft sowieso een basis om te handelen.

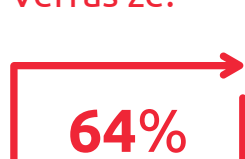


Thank me I'm loyal



71%, zoveel bedraagt het percentage klanten dat graag zou willen dat je hun trouw beloont. Slechts 36% vindt dat het ook daadwerkelijk gebeurt.

Verras ze!



64% van de klanten zou graag positief verrast worden door hun merken. Maar slechts 40 denkt dat het ook echt gebeurt.



De momentums ... and the winner is...

De momentums (we hebben er 19 geanalyseerd) zijn communicatiegelegenheden die de relatie versterken en die, indien goed gebruikt, de Pulse gap aanzienlijk kunnen inperken.



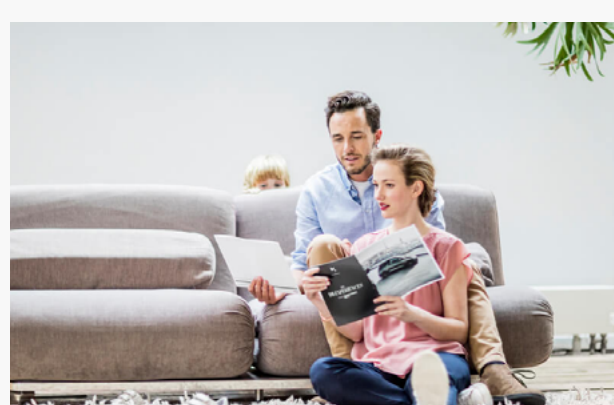
Iemands verjaardag is het allerbelangrijkste momentum over alle sectoren heen

Een persoonlijke attentie voorzien op iemands verjaardag, is veruit het voornaamste evenement waarop merken zich moeten concentreren.



Moments are a girl's best friend

Er zijn significant meer vrouwen die van hun favoriete merken kleine attenties verwachten.



In-Home Advertising

In-Home Advertising (geadresseerde of ongeadresseerde reclamepost) is het ultieme medium om jouw Pulse score te verbeteren en een relatie met je klanten op te bouwen of te versterken.

- Bij de mensen thuis
- Gewaardeerd
- Spreekt emoties aan
- Valoriseert je klanten
- Zeer performant

Graag de conclusies voor jouw merk analyseren?

Maak een afspraak met jouw bpost Account Manager : bpostmedia@bpost.be

www.pulsesurvey.be