



De Zin en Onzin van de Customer Decision Tree

Lunch-webinar



U N R A V E L

10 jaar neuromarketing

Unravel Research

Onderzoek

Meet wat je klant echt vindt met neuromarketing-methoden als Eye Tracking en EEG.



Unravel Academy

Training

Ontdek de laatste neuromarketing-inzichten over jouw vakgebied.



Unravel Behavior

Advies

Advies over gedragsbeïnvloeding in marketing en maatschappij.



Unravel Research

Onderzoek

Meet wat je klant echt vindt met neuromarketing-methoden als Eye Tracking en EEG.



Unravel Academy

Training

Ontdek de laatste neuromarketing-inzichten over jouw vakgebied.



Unravel Behavior

Advies

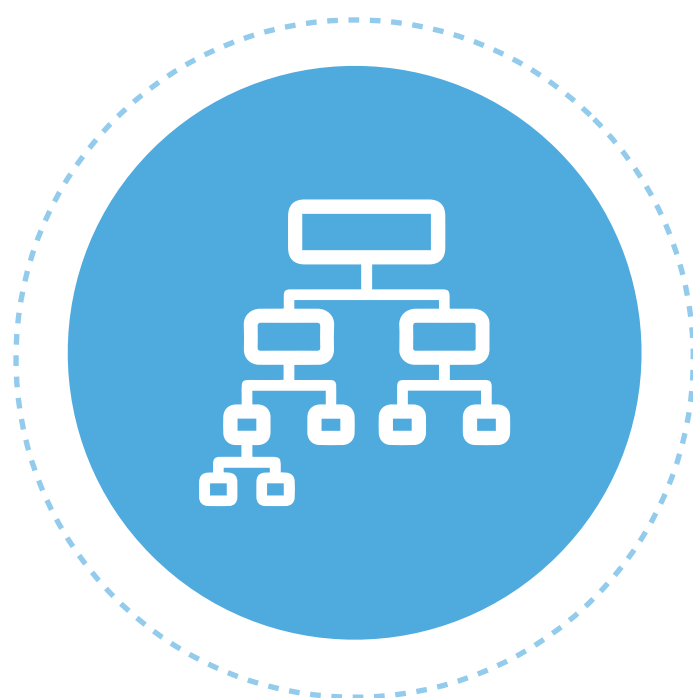
Advies over gedragsbeïnvloeding in marketing en maatschappij.





Webinar Creativiteitscrisis Reclame

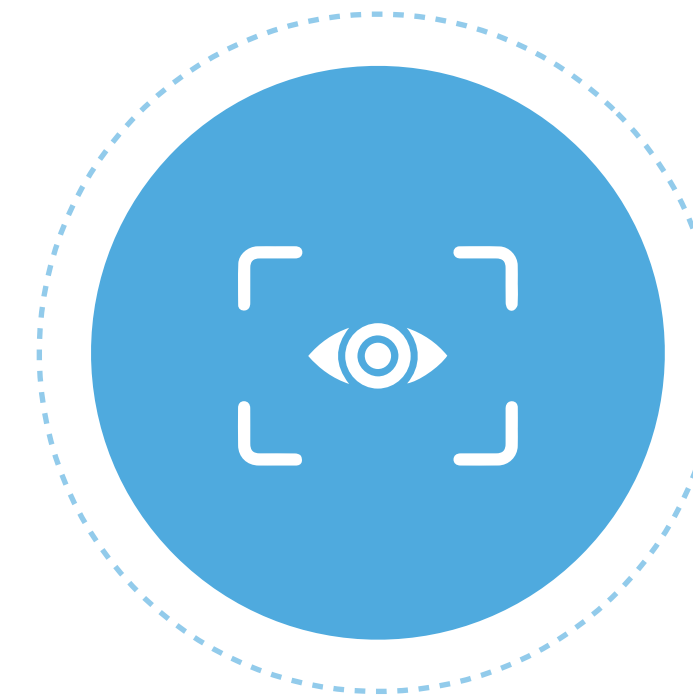
Topics van vandaag



De Customer Decision Tree
Waarom bestaat het? Wat zegt
het nou werkelijk?

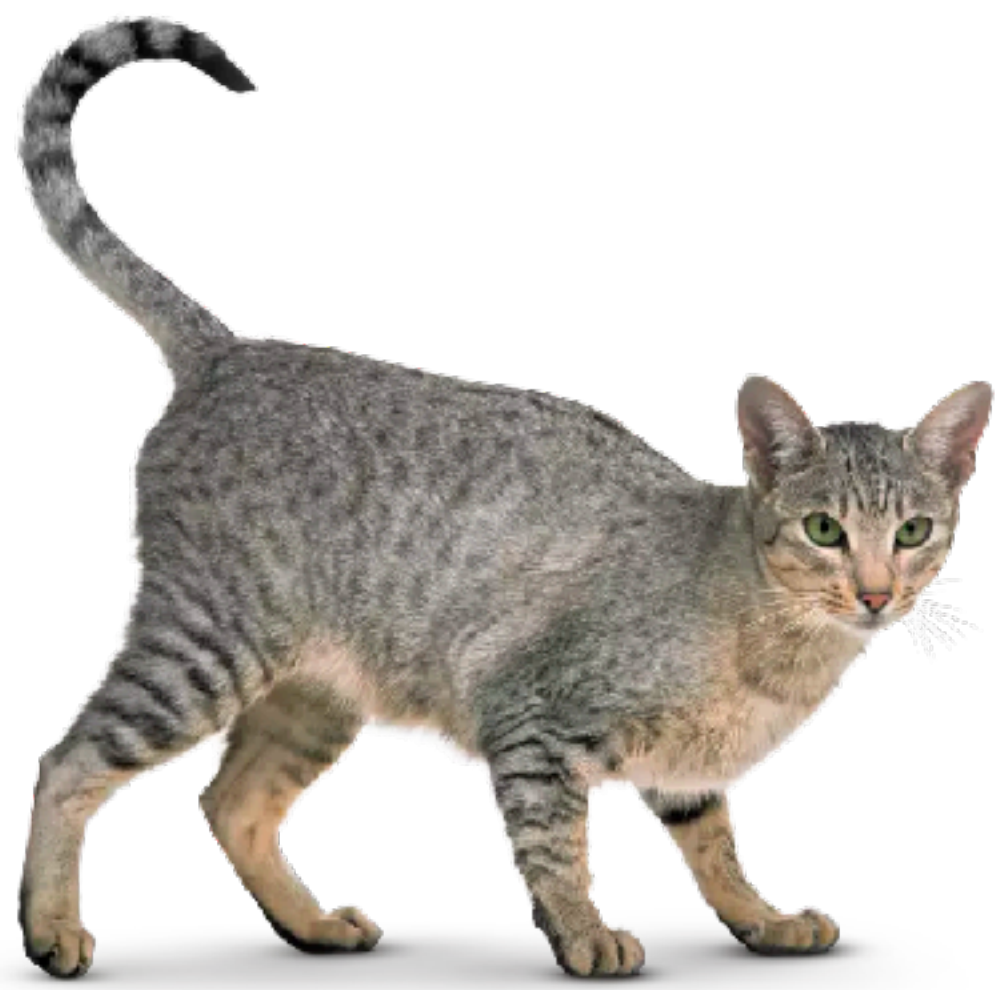


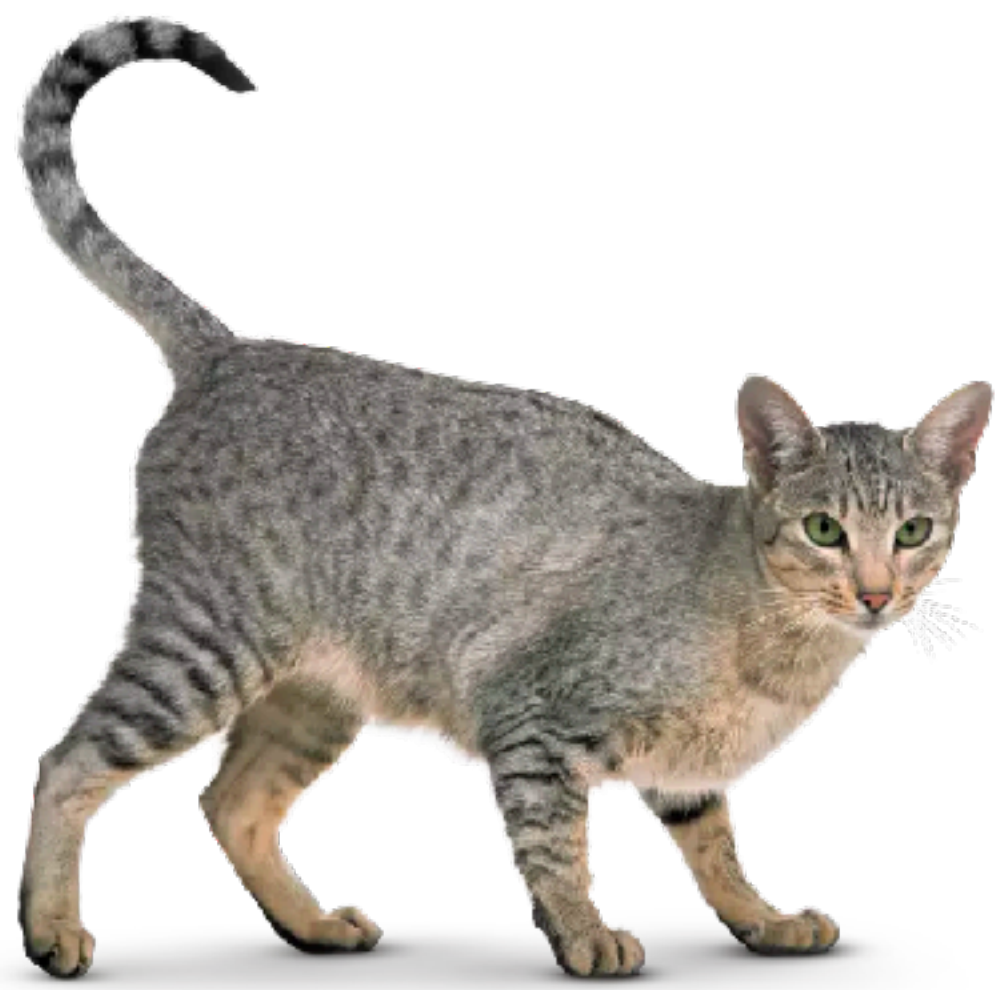
Hoe we werkelijk kiezen
De realiteit achter
keuzeprocessen voor het
schap



**Meet keuzeproces met
neuro**
Meet de werkelijke factoren
achter koopbeslissingen









Mentale categorieën

- Consumenten vinden het fijn wanneer hun interne categorieën matchen met de externe categorieën (Morales et al., 2005)
- Hoe merkgevoeliger men is binnen de categorie, des te effectiever is het om op merk in te delen
- Vraag is dus: domineert merk (Coca-Cola) of behoefte (energie)?

1. Op merk of productcategorie?



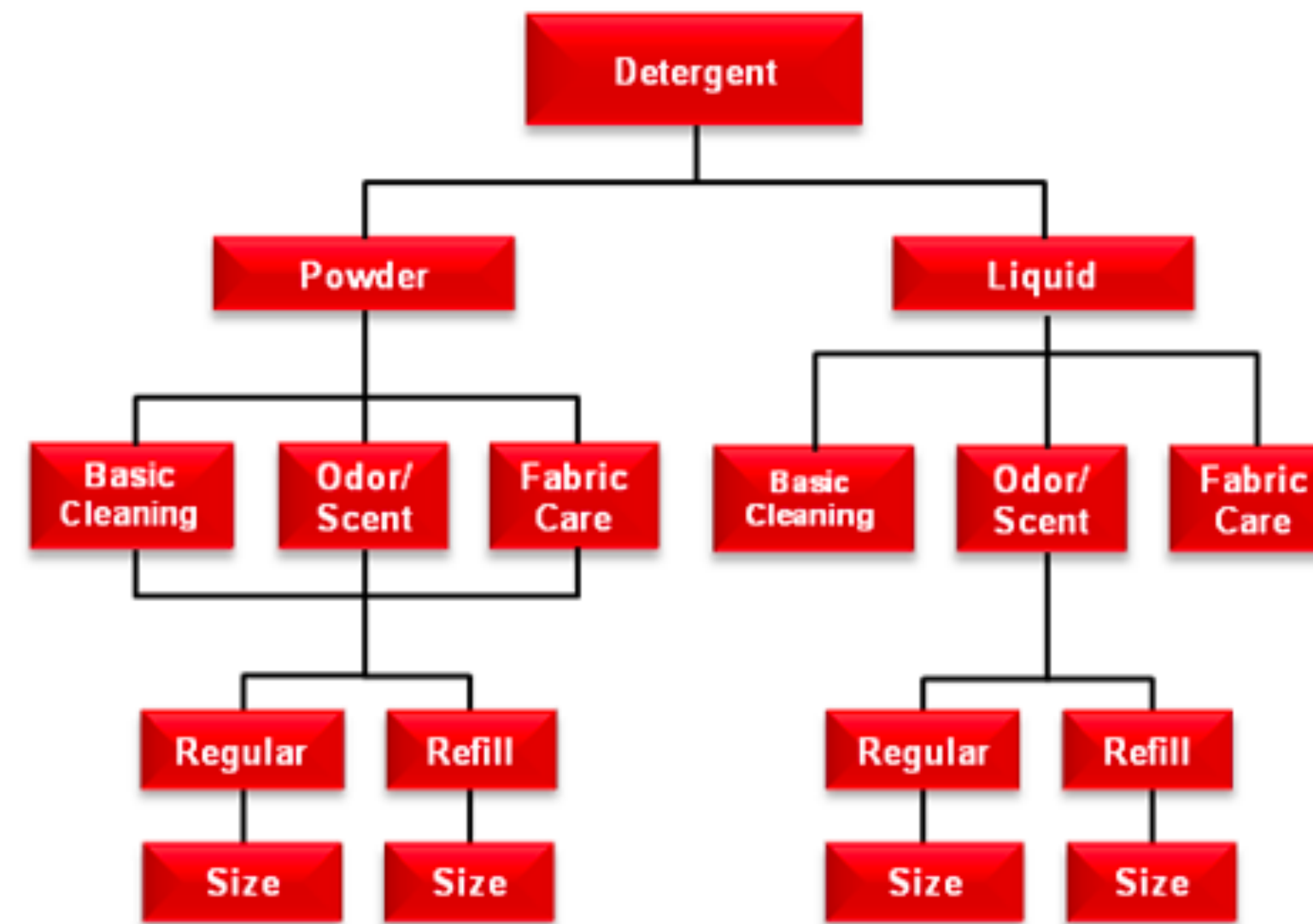
1. Op merk of productcategorie?

- De tussenvorm: Apple versus de rest



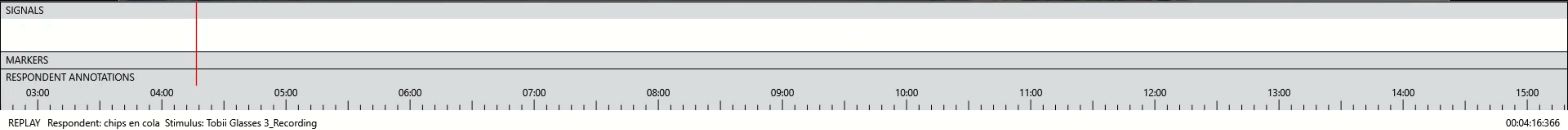
De zin en onzin van de Decision Tree





Eye Tracking laat je schrikken





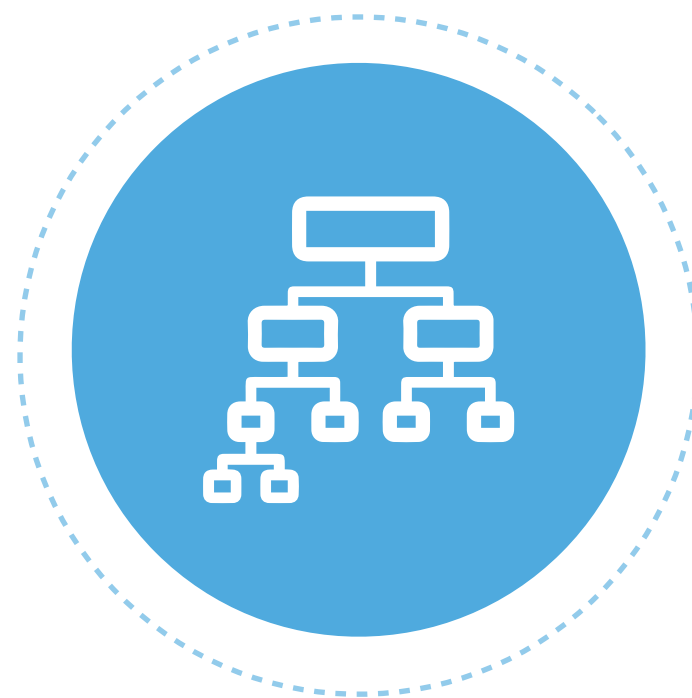
Problemen met keuzebomen

- Mensen gebruiken een minimum aan keuzefactoren
- De keuzestructuur is niet gelijk tussen individuen
- De keuzestructuur is niet consistent over tijd



Webinar Creativiteitscrisis Reclame

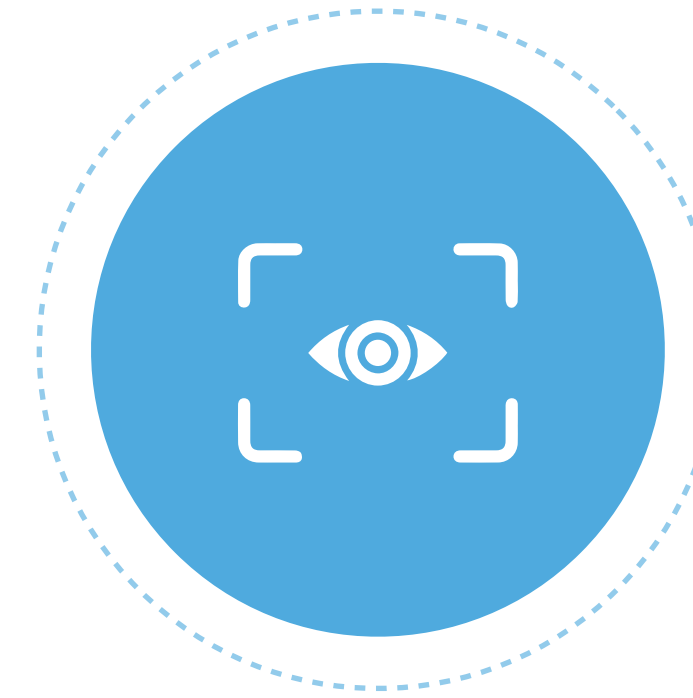
Topics van vandaag



De Customer Decision Tree
Waarom bestaat het? Wat zegt
het nou werkelijk?



Hoe we werkelijk kiezen
De realiteit achter
keuzeprocessen voor het
schap



**Meet keuzeproces met
neuro**
Meet de werkelijke factoren
achter koopbeslissingen

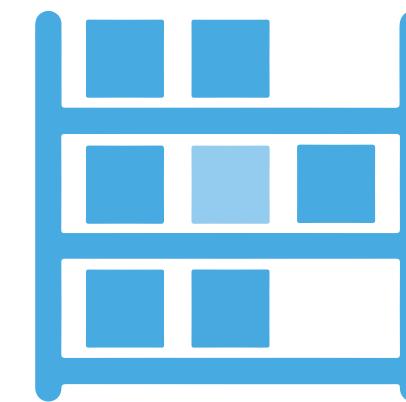


UNRAVEL

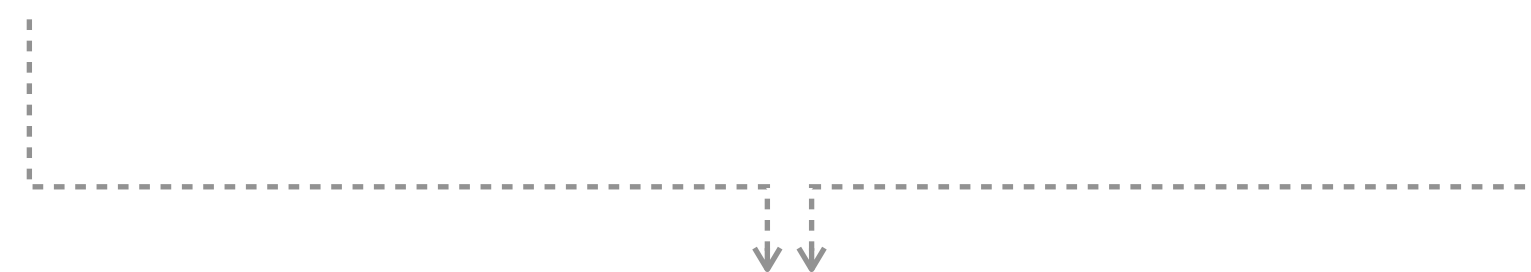
De consideration set



Geheugen



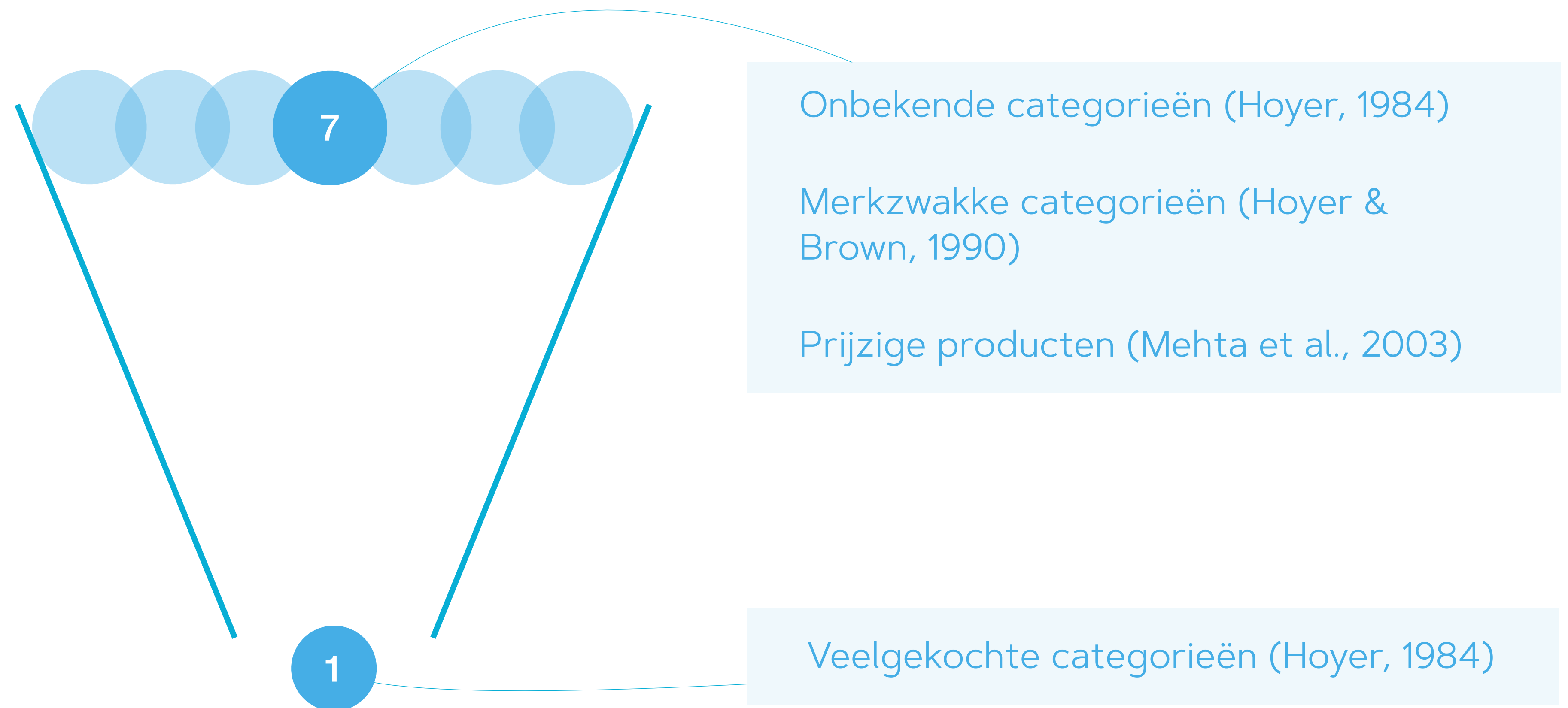
Schapinrichting



Consideration set

- In veelgekoachte low-involvement categorieën is de consideration set in 72% van de consumenten 1 product
(Hoyer, 1984)

De consideration set omvang



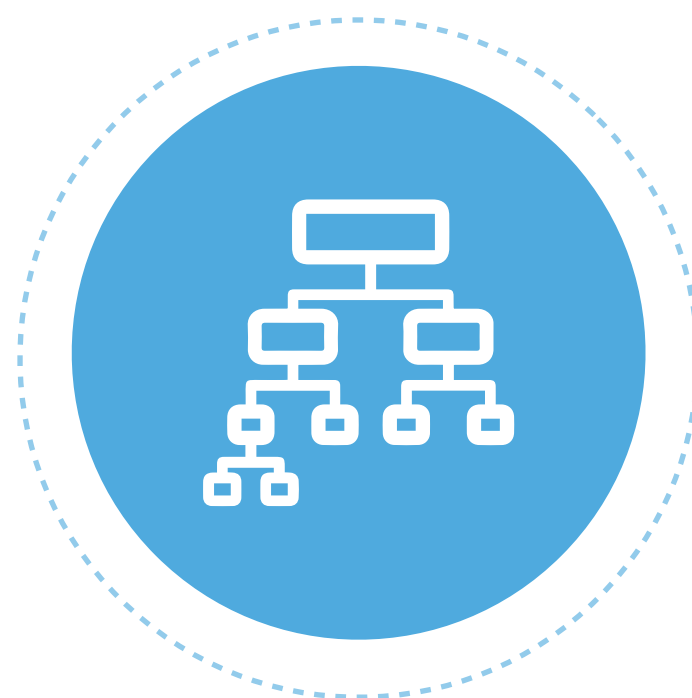
Tijd om de boom te snoeien?





Webinar Creativiteitscrisis Reclame

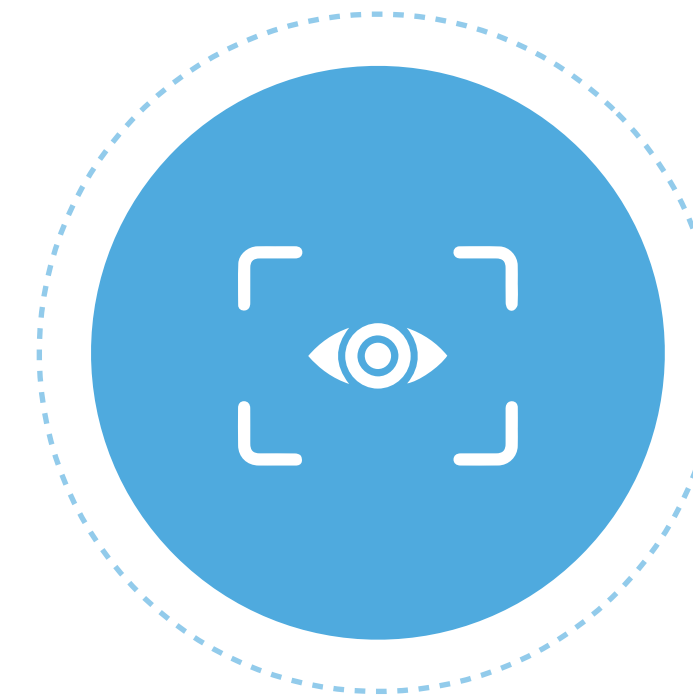
Topics van vandaag



De Customer Decision Tree
Waarom bestaat het? Wat zegt
het nou werkelijk?

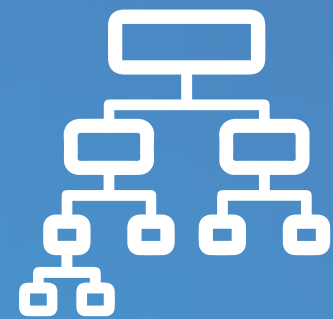


Hoe we werkelijk kiezen
De realiteit achter
keuzeprocessen voor het
schap



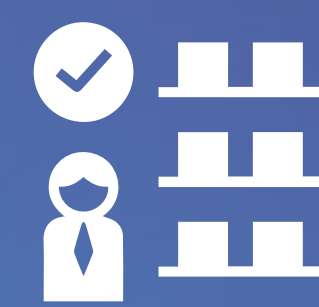
**Meet keuzeproces met
neuro**
Meet de werkelijke factoren
achter koopbeslissingen

Twée fases in **schaponderzoek**



1. Neuro Decision Tree

- ▶ Verkennend
- ▶ In de winkel
- ▶ Eye Tracking only



2. Schap lay-out test

- ▶ Toetsend (hypothese-gedreven)
- ▶ Digitale presentatie
- ▶ Eye Tracking + EEG

Neuro Customer Decision Tree



Neuro Customer Decision Tree

Studie-opzet

- ▶ 30 Shoppers, werving vooraf of aan deur
- ▶ Vrije aankoop binnen categorie
- ▶ Realistische zoekpatronen



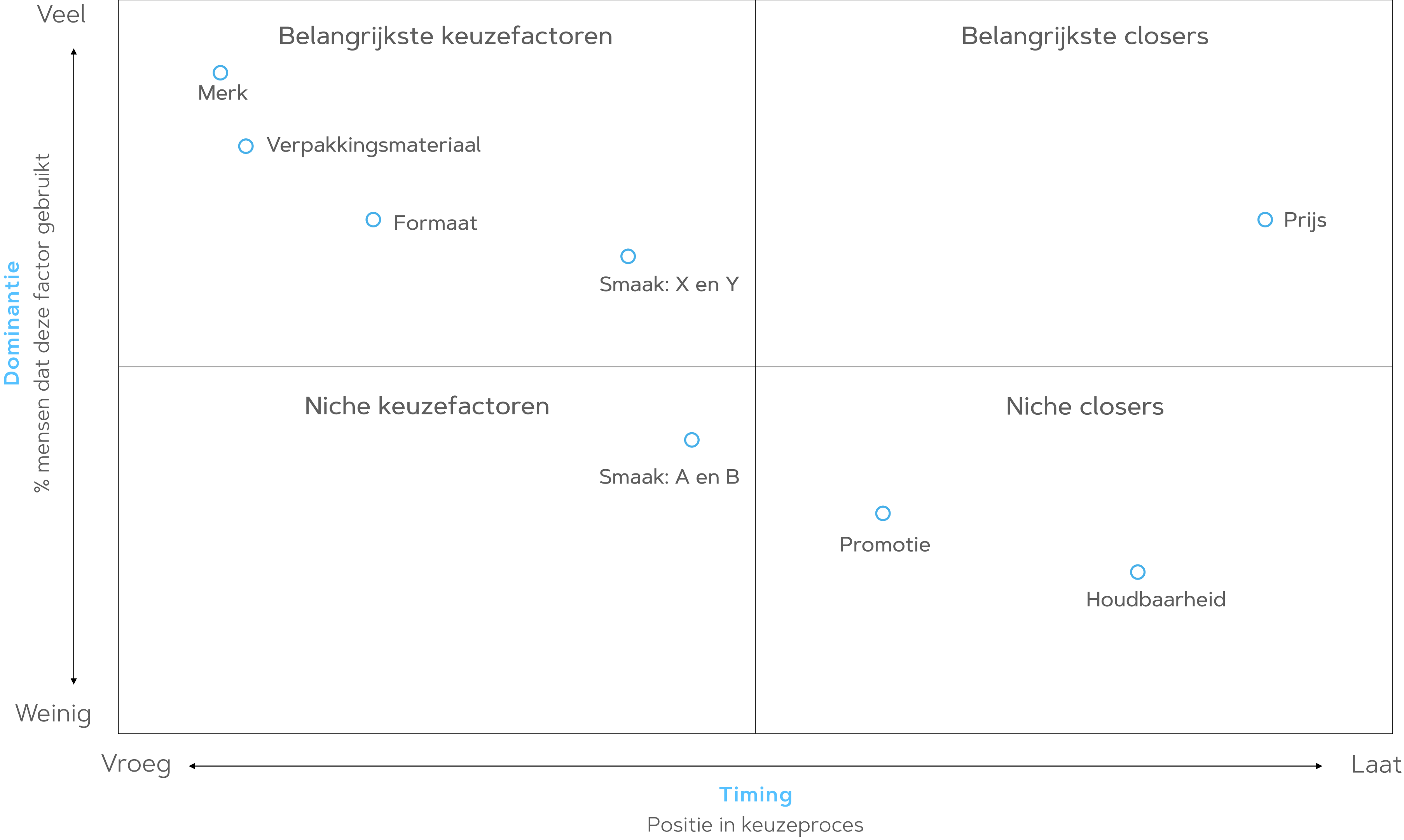
Analyse. Label keuzefactoren



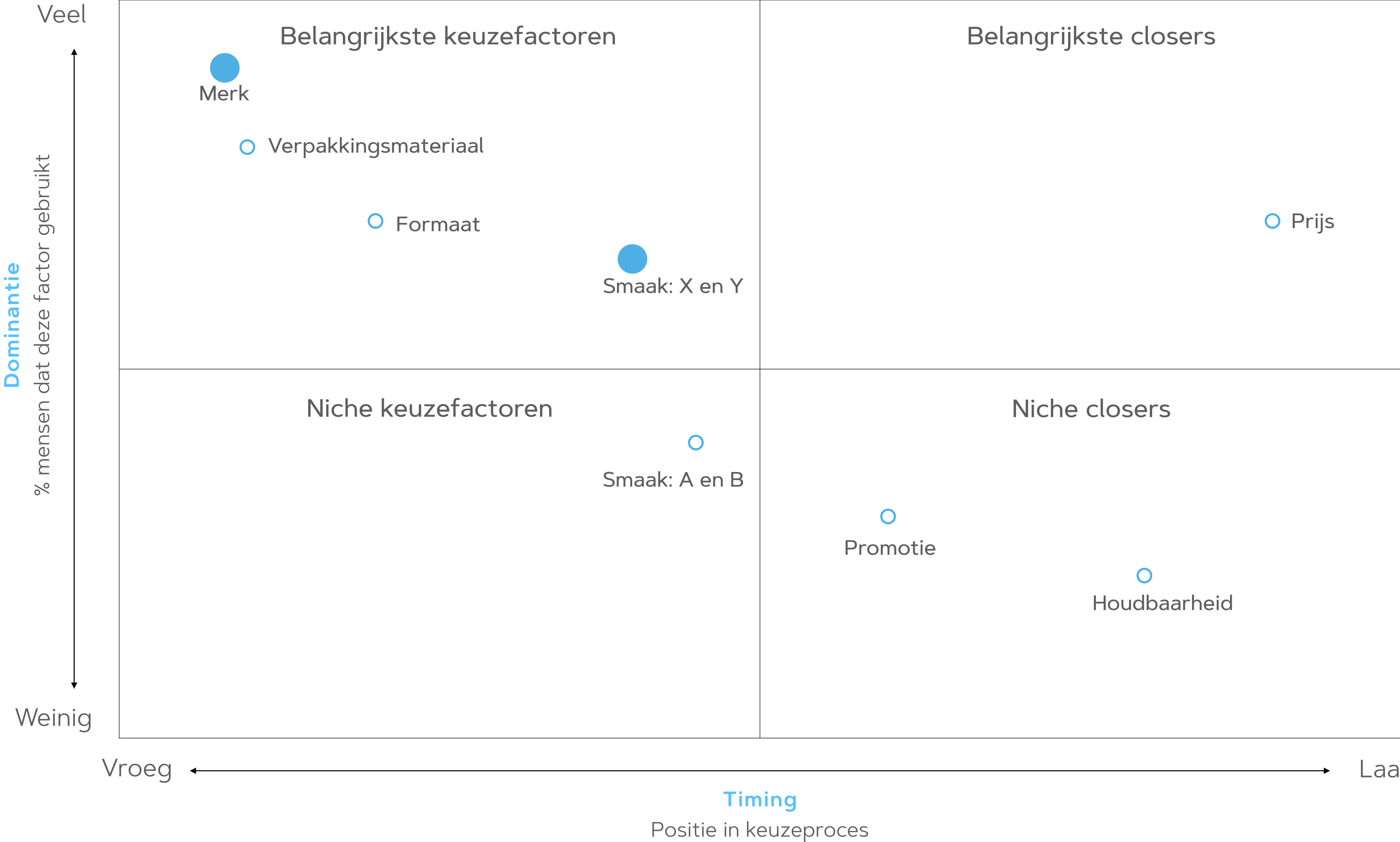
Voorbeeld keuzefactoren

- Vergelijking: mais vs aardappel
- Vergelijking: merk
- Smaak
- Kleur
- Verpakkingsmateriaal
- Verpakkingsformaat
- Voedingsinformatie
- Houdbaarheid
- Prijs

Overzicht. Keuzefactoren



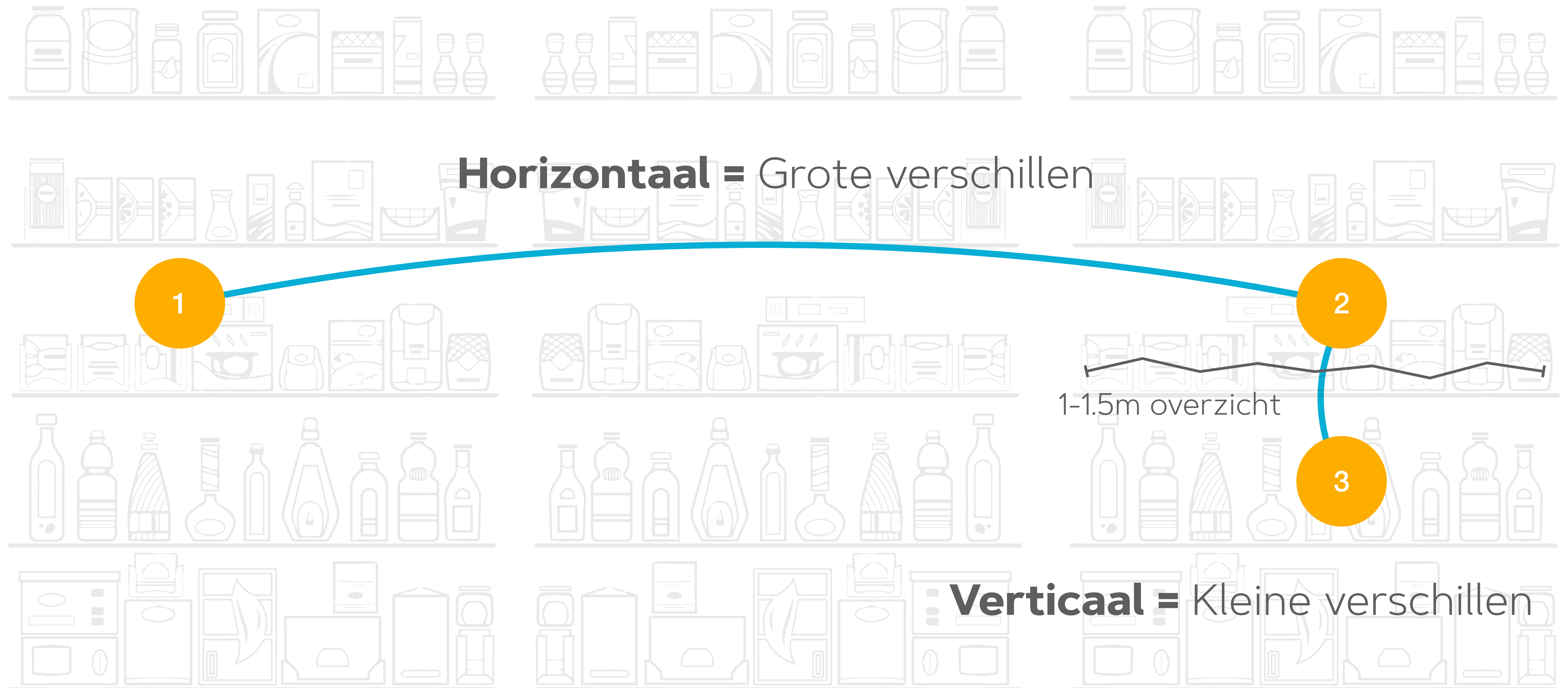
Hypothese. Merk of smaak?



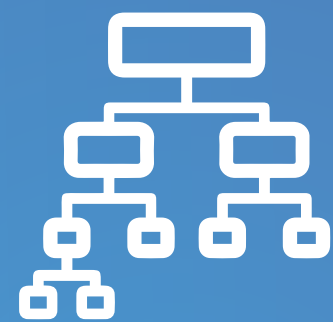
Breedte: Rol bij oriënteren en rondlopen



Breedte: Rol bij oriënteren en rondlopen

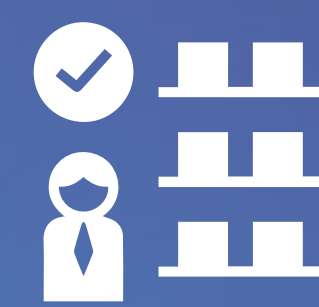


Twee fases in **schaponderzoek**



1. Neuro Decision Tree

- ▶ Verkennend
- ▶ In de winkel
- ▶ Eye Tracking only



2. Schap lay-out test

- ▶ Toetsend (hypothese-gedreven)
- ▶ Digitale presentatie
- ▶ Eye Tracking + EEG

Hoe plaats je producten logisch ten opzichte van elkaar?

Zoek kattenvoer

?

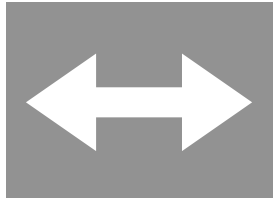


?

Ontdek intuïtieve verwachtingen



Associaties in dierenvoeding

- Kattenvoer hoort  van het hondenvoer
 - Natvoer hoort  dan droogvoer
 - Multipack hoort  dan single pack
- **15% meer categoriesales!**

Ontdek intuïtieve verwachtingen



Opdracht



Schap

Volgende opdracht



Take-Aways: Breinvriendelijke schappen

- ✓ **Ken de zin in onzin van de decision tree.**

Decision trees beschrijven niet hoe klanten kiezen, maar bieden schematische houvast in schapindeling.

- ✓ **Weet je hoe de klant werkelijk kiest?** Met eye tracking kreeg je inzicht in de dominante keuzefactoren voor je categorie of segment.

- ✓ **Optimaliseer je schap.** Met Neuro schaptests kun je toetsen welke schapindeling het meest breinvriendelijk is.