**15 Tips voor Customer Development Interviews**

*Je denkt dat je een goed idee hebt, maar is dat ook zo? Om antwoord te krijgen op die vraag, is contact met de markt heel belangrijk. Praat met mensen en leer van ze. Praat met leveranciers, producenten, tussenhandel, gebruikers et cetera. Het laatste wat je wil is dat je de markt opgaat met een product waar niemand op zit te wachten.*

**1 Weet vooraf wat je wil weten en van wie**

Beslis van te voren met wie je wil spreken: leeftijd, geslacht, plaats, beroep, welstandsklasse et cetera en zoek die doelgroep dus op.

Je idee is gebaseerd op aannames: je neemt aan dat er een probleem bestaat en je neemt aan dat je de oplossing hebt. Maar is dat ook zo? Dat moet je onderzoeken door met mensen te praten. Bedenk vragen waarmee je al je aannames kunt checken. Bereid ook de grote lijn van het gesprek voor. Natuurlijk kun je improviseren tijdens het gesprek, maar houd de rode lijn in de gaten.

**2 Zoek de problemen op**

Zoek op internet waar er over het probleem gesproken wordt. Gebruik Twitter search, Google Alerts en zoek op forums waar jouw probleem-oplossing zou kunnen leven. Benader posters die het over het probleem hebben.

**3 Eentje tegelijk**

Een focus-groepsgesprek is leuk, maar iedereen beïnvloedt elkaar en het gesprek verloopt vaak chaotisch. Praat daarom in dit stadium met één respondent tegelijk. Ga wel met z’n tweeën: één doet het interview, de ander maakt aantekeningen, noteert markante uitspraken en neemt foto’s.

**4 Focus op gedrag in het verleden en op echte gebeurtenissen**

Vraag naar concreet gedrag in het verleden. Bijvoorbeeld: “Hoe heeft u uw laatste reis geboekt?”

**5 Maak tijdens het gesprek onderscheid tussen gedrag van je respondent en feedback.**

Bepaal van te voren of je iets wil weten over het *gedrag* van je respondent of dat je *feedback* op je idee of prototype wil hebben.

Zorg er voor dat die twee niet door elkaar gaan lopen. Begin met vragen over gedrag en geef je respondent daarna de kans om tips of suggesties te geven.

**6 Focus op antwoorden die je niet wil horen.**

Het is verleidelijk om alleen naar positieve antwoorden te luisteren. Maar dan hoor je alleen wat je wil horen of wordt het een verkoopgesprek. Negatieve opmerkingen helpen je juist om je idee te verbeteren.

**7 Stimuleer je respondent om onbeleefd te zijn.**

Mensen doen graag aardig en zullen je ‘kindje’ niet gauw lelijk vinden. Stimuleer je respondent om het achterste van zijn tong te laten zien, ook als ze denken dat je dat niet wil horen.

**8 Stel open vragen**

Beperk ja-nee-vragen tot een minimum. Vraag dus niet “Vind je Groupon goed?”, maar vraag “Naar wat voor deals bent u op zoek?”, “Wat motiveert u om naar deals te zoeken?”, “Waar vindt u deals?”, “Wat vindt u van deals-sites?”.

Gesloten vragen zijn niet altijd te vermijden, maar laat ze altijd volgen door een open vraag: “Waarom?”, “Vertel daar eens wat meer over.”

**9 Waar zit de pijn?**

Achterhaal of je respondent inderdaad het probleem ervaart dat jij denkt op te lossen. Vraag er niet direct naar. Vraag bijvoorbeeld wel het hele proces te beschrijven waarin het probleem zich kan voordoen. Als je respondent er dan zelf over begint, weet je dat je beet hebt. Je kunt ook naar de top 3 problemen die je respondent tegenkomt in een bepaalde situatie. Wie weet kom je nog een probleem tegen dat je kunt oplossen, je eerste klant heb je dan al.

**10 Wat is uw oplossing?**

Vraag aan je respondent het probleem nu wordt opgelost. Vraag of die oplossing bevalt of wat er beter kan. Vraag naar de ideale oplossing.

**11 Hou je mond en luister**

Luister zo veel mogelijk, hou je vragen kort en stel geen sturende vragen (Vindt u reizen ook zo leuk?).

Wees niet bang voor stiltes. Begin niet meteen te praten als de respondent stil valt. Misschien denkt hij wel even na.

**12 Blijf alert en vraag meteen door.**

Hou je oren open voor onverwachte wendingen of opmerkingen. Vraag daar meteen op door, probeer het ‘waarom’ achter het ‘wat’ te achterhalen. Zorg er voor dat je elkaar steeds goed begrijpt.

* Wat bedoelt u daarmee?
* Kunt u dat verder uitleggen?
* Kunt u een voorbeeld geven?
* Wat doet u nog meer?
* Waarom zegt u dat?
* Wat vindt u daarvan?
* Wat denkt u?

**13 Vraag naar contacten.**

Vraag je respondenten naar anderen die je ook informatie zouden kunnen geven.

**14 Show, don’t tell**

Als je je idee uitlegt, maak er dan geen ellenlang verhaal van. Laat een schema, tekening of prototype zien.

**15 Het zou een klant kunnen zijn.**

Je doet het interview om het gedrag van je respondent te leren kennen, of om feedback te krijgen op je idee. Het zou kunnen dat je respondent zo enthousiast is over je idee dat het een klant kan worden. Hou contact met die persoon. Verwerk zijn feedback in je product. Het kan de eerste ‘gek’ zijn die je product koopt en daarmee een waardevolle ambassadeur.