een onderzoek naar het koopgedrag van 45-plussers

Julian Wieckardt 15080951 Klas 1c

**Voorwoord**

In dit rapport zal het onderzoek staan over het gedrag van consumenten van 45-plussers die een auto gaan kopen, hebben gekocht dit op basis van het besluitvormingsproces.

Inhoudsopgave

1. Inleiding

In dit rapport zal een kwalitatief onderzoek worden weergegeven naar het koopgedrag van 45-plussers. Dit zal worden uitgevoerd door middel van interviews met de doelgroep. Er is gebruik gemaakt van 5 respondenten waarbij bij ieder is geprobeerd erachter te komen welke elementen de doorslag hebben gegeven in de aanschaf van een auto maar ook welke alternatieven een rol hebben gespeeld.

Dit rapport zal beginnen met een omschrijving van de opdracht gevolgd door de gebruikte vragenlijst en resultaten. Hierna wordt een conclusie gegeven en tot slot het advies.

2. Onderzoek

a. Korte uitleg van het onderzoek (zie opdracht)

De spreker van een des betreffend auto merk gaat een toespraak houden voor een publiek van 45 plussers en wilt hun informeren over de mogelijkheden van private lease. In Verband met de presentatie In dit onderzoek wordt gekeken naar het besluitvormingsproces van 45-plussers

**b. Gebruikte vragenlijst**

bij het opstellen van de interview vragen heb ik gebruik gemaakt van het besluitvormingsproces wat bestaat uit 5 fases. De vragen zijn ingedeeld bij de fase waarbij zij horen.

**fase 1: probleemherkenning**

Waarom was u op zoek gaan naar een nieuwe auto?

**Fase 2: informatie zoekproces**

Hoe heeft u zich georiënteerd op een nieuwe auto?

**Fase 3 : evaluatie**

Aan welke eisen moet een nieuwe auto voldoen?

Waarom is dit belangrijk voor u?

Wat zijn deal breakers voor een auto?

**Fase 4 : keuze : wel of niet kopen**

Wanneer besluit je om een auto wel of toch niet te kopen?  
Wat was de doorslag gevende factor?  
7.Heeft u zich hierin laten beïnvloeden door touchpoints bij deze beslissing? zo ja wat voor? (Touchpoints zijn marketingvormen van de verkooporganisatie van het merk zoals billboards, internetreclame , tv reclame etc)

Op welke manier heeft u deze auto betaald?

**Fase 5 : beoordeling bij gebruik**

Bent u tevreden over uw gemaakte keuze?

Zou u ergens in het proces iets anders hebben gedaan mocht u opnieuw een auto aanschaffen?

**c. Overzicht van de respondenten**

Theo Wieckardt 48 jaar

Jenny Wieckardt 47 jaar

Geert Bergsma 45 jaar

Dragan baijc 46 jaar

Salikin Amatjimirin 64 jaar

**d. Resultaten van de interviews**

***Theo Wieckardt 48 jaar***

***Jenny Wieckardt 47 jaar***

***Geert Bergsma 45 jaar***

***Dragan baijc 46 jaar***

***Salikin Amatjimirin 64 jaar***

3. Conclusies (op basis van de 5 fasen van besluitvormingsproces)

4. Advies (kort advies waarmee een automerk rekening moet houden)