

Dokumentation af empiri- Joe & the Juice:

Indsamling af data:

Vi har udsendt et spørgeskema, med 8 spørgsmål med det formål at finde ud af hvem der bruger Joe & the Juice (aldersmæssigt, og hvorfor dem der ikke bruger Joe & the Juice hvorfor de ikke bruger det. I den sammenhæng skulle vi bruge viden om Joe & the Juices Loyalty-app.

Spørgeskemaet blevet besvaret meget blandet. Både blandt holdet på KEA og hvem vi har kunne få til at svare på det via Facebook (venner/bekendte/familie).

Data-mining:

Vi kan se i vores spørgeskema at 86% af de 74 adspurgte synes Joe & the Juice er for dyrt, og vi samtidig kan se at 78% ville besøge Joe & the Juice oftere hvis de fik rabat. 41% af de adspurgte ville gerne vinde rabat via et spil. I den forbindelse foreslår vi at man hver dag får skrabelod, som kan give en rabat på et køb.

Så vores tal viser altså at rabatter ville tiltrække flere kunder til Joe & the Juice og deres app.

Identifikation af indsigter:

Vores tal viser at Joe & the Juice skal arbejde med rabat-ordninger for at tillokke kunder.

Joe & the Juice vil meget gerne selv beholde deres Loyalty-Cards, så i den forbindelse har vi lavet en ordning hvor hver 5. kort får man 30% på det næste kort, ligegyldigt hvilket kort kunden vælger.

Derudover viser vores tal at 41% gerne ville vinde rabat via et spil. Derfor har tænkt at brugere på deres Loyalty-app skal have et dagligt skrabelod, der kan give et antal % på næste køb. Det skal selvfølgelig ikke være hver dag man vinder, men det gør at flere brugere måske ville tjekke deres Loyalty-app.

Derudover viser vores tal at kun 14% kender til Joe & the Juices Loyalty-app. Reklame for appen og rabatter ville måske gøre at flere brugere ville hente og bruge deres app.