Tirsdag (25-04-2017):

Segments/consumer behaviour (cultural, social, personal, psychological)

* impuls køb, overvejelser
* customer journey:
* købs adfærd: overvejelseskøb, impulskøb og vanemæssige køb. Forbruger adfærden betyder meget for hvordan man designer butikken/hjemmesiden.
* der er 4 forskelige måder at måle segmentation på
* 1-demografisk segmentering: måles på alder, køn, religion, indkomst.
* 2-adfærds segmentering: vanekøb, man vælger hvad der er trend og hvad man kender
* 3-psyckografisk segmentering, social klasser, livsstil, hvor man ligger socialt, personlige interesser.
* 4-geografisk segmentering, hvor kunden befinder sig, hvor kunden bor, hvor forretningen er placeret.
* Målgruppe, mænd på 40+ som har familie, og som gerne vil beskytte sine ejendele så som bil, cykel og motorcykel
* Johannes fog som forretning: service leverancen er ikke særlig høj da kunderne selv skal få bygget den carport de bestiller.
* Konkurrenternes vs johannes fogs unikke service.
* Johannes fogs prissætning er højere da de udøver en service som konkurrenterne ikke gør.
* Johannes fogs medarbejdere er mere erfarne end konkurrenternes medarbejdere. Fog mener at deres medarbejdere har mere end 30-40 års erfaring i branchen
* Konkurrenterne f.eks. xl byg har en kronologisk guide med billeder step by step. Og lover at carporten selv kan bygges inden for 2 timer.
* Fog har fokus på kvalitet og design frem for kvantitet, XL byg hælder mere mod kvantitet frem for kvalitet