



RESULTATEN

KOESTERPASENQUETE B2B

Augustus 2010

Analyse Koesterpasenquete B2B

Inleiding

Deze enquête is gehouden onder de deelnemende Koesterbedrijven. Het geeft een beeld van de tevredenheid van de bedrijven of het Koesterplatform

De enquête is per email verstuurd naar alle deelnemende Koesterbedrijven. Er hebben in totaal 30 bedrijven meegewerkt. Dat is een respons van 27%%.

Opbouw enquête

De enquête bestaat uit een 10-tal vragen. Deze zijn in dit rapport uitgewerkt naar drie hoofdstukken: profiel, gebruik en waardering. Als laatste zijn de suggesties ter verbetering gebundeld in een aantal categorieën.

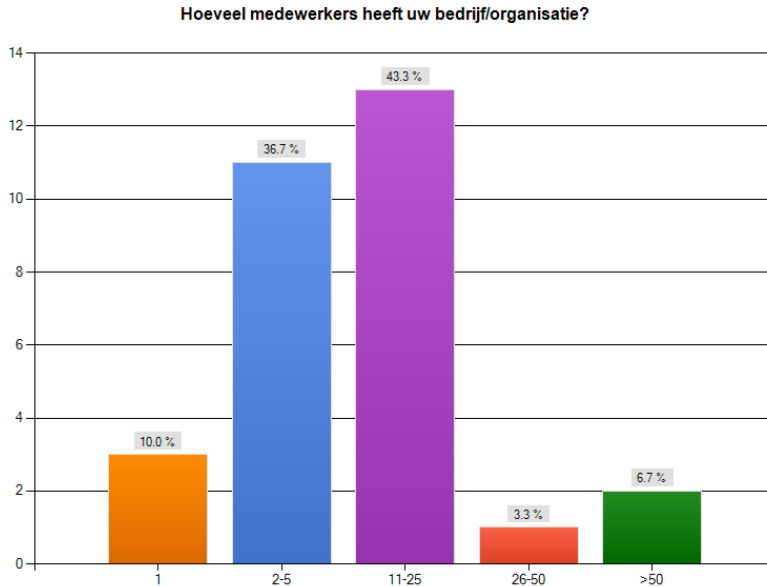
INHOUDSOPGAVE

Profiel Koesterbedrijven	3
Aantal medewerkers.....	3
Herkomst Koesterbedrijven	3
Bedrijfsactiviteit.....	4
Aanvang Koesterbedrijf.....	4
Gebruik van de Koesterpas	5
Klanten die met Koesterpas kopen.....	5
Redenen aankoop met Koesterpas.....	5
Gebruik communicatiemiddelen aangeboden door Koesterpas	6
Eigen promotie als Koesterbedrijf	6
Waardering van de Koesterpas	7
Algehele waardering.....	7
Suggesties ter verbetering	8

Profiel Koesterbedrijven

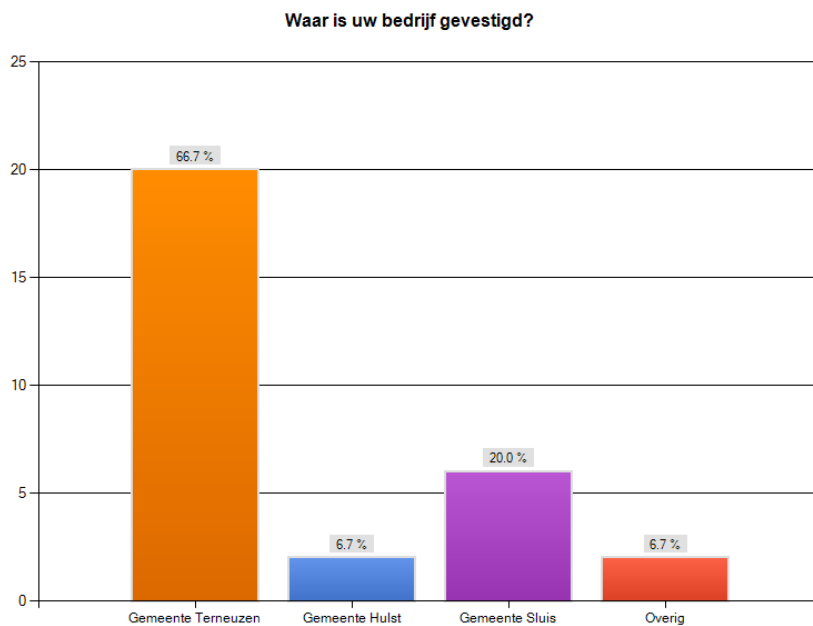
Aantal medewerkers

Binnen iedere categorie zijn respondenten vertegenwoordigd.



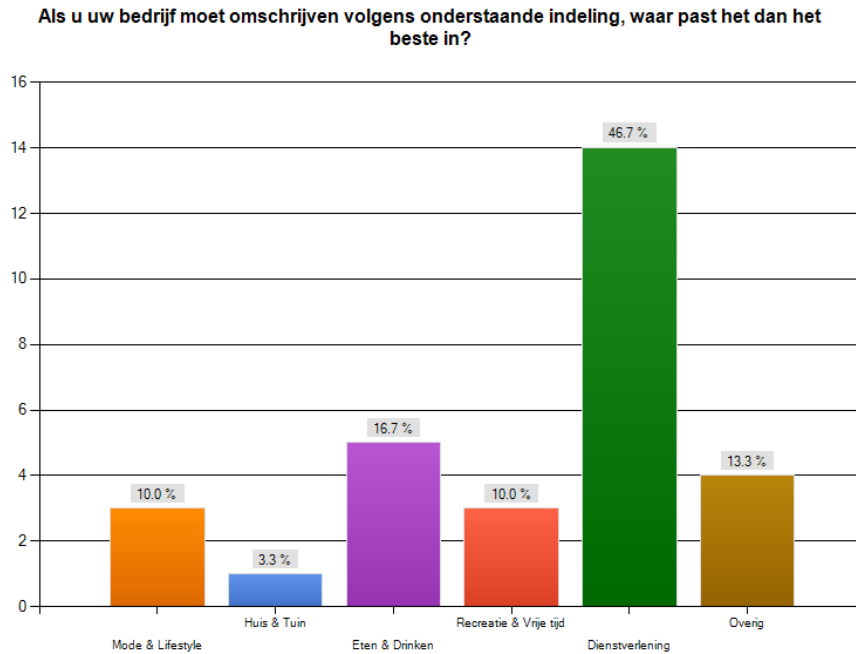
Herkomst Koesterbedrijven

Het merendeel van de Koesterbedrijven is gevestigd in de gemeente Terneuzen (66,7%). Van de deelnemende bedrijven in de Gemeente Hulst en Sluis en van de bedrijven buiten Zeeuws Vlaanderen is minder respons ontvangen. Dit is ook eenvoudig te verklaren aangezien de meeste Koesterbedrijven zich bevinden binnen de gemeente Terneuzen.



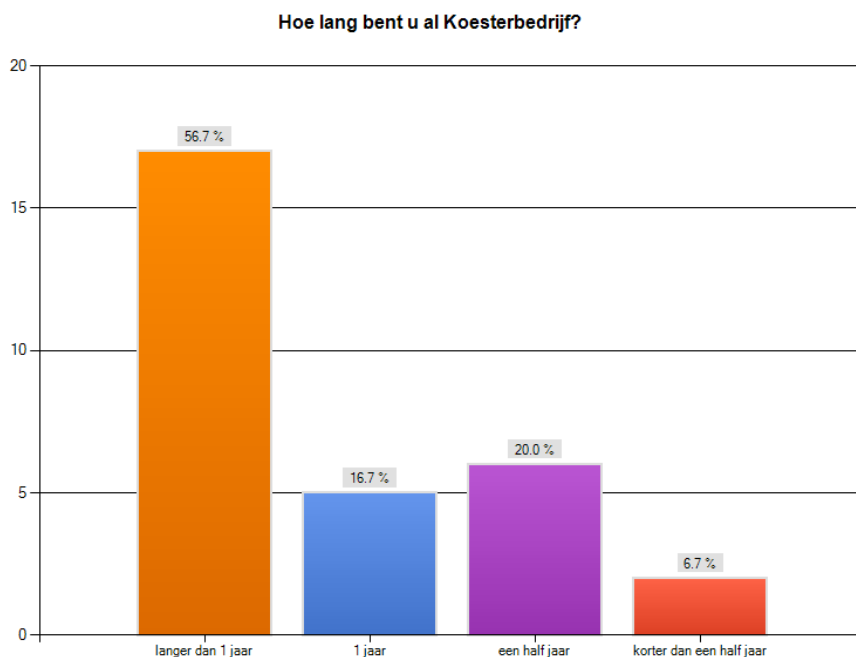
Bedrijfsactiviteit

De deelnemende bedrijven is gevraagd zich in één van onderstaande sectoren in te delen. Van de respondenten is de grootste groep actief in de dienstverlenende sector.



Aanvang Koesterbedrijf

De grootste groep respondenten is langer dan 1 jaar Koesterbedrijf. Ruim 93% is langer dan 1 jaar Koesterbedrijf. Van de deelnemende Koesterbedrijven verstrekt 24% een Koesterpas aan de eigen medewerkers.



Gebruik van de Koesterpas

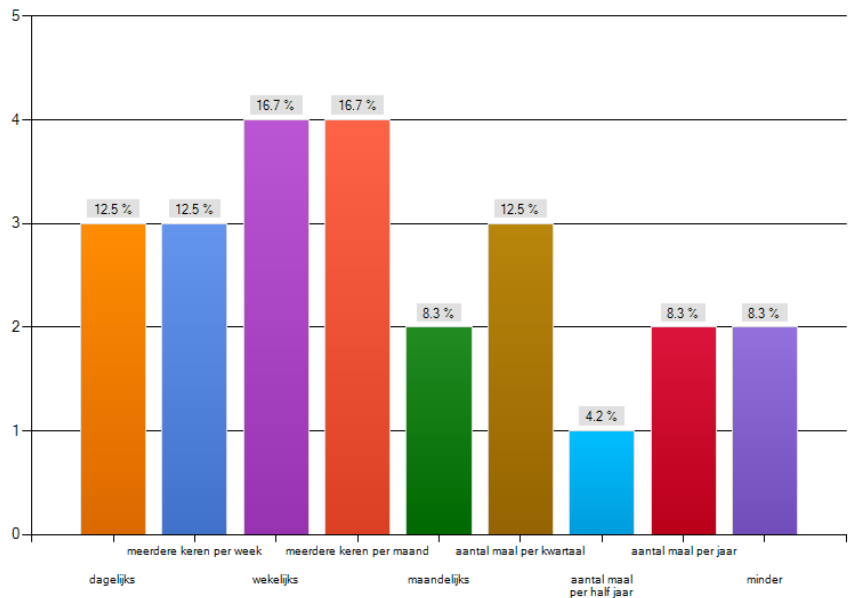
Klanten die met Koesterpas kopen

58.4% van de respondenten geeft aan zeer regelmatig klanten te ontvangen die gebruik maken van hun Koesterpas.

De respondenten uit de categorie Mode & Lifestyle geven aan dagelijks Koesterpas klanten in hun winkel te krijgen.

De respondenten die relatief weinig Koesterpashouders ontmoeten zijn actief in de dienstverlenende sector.

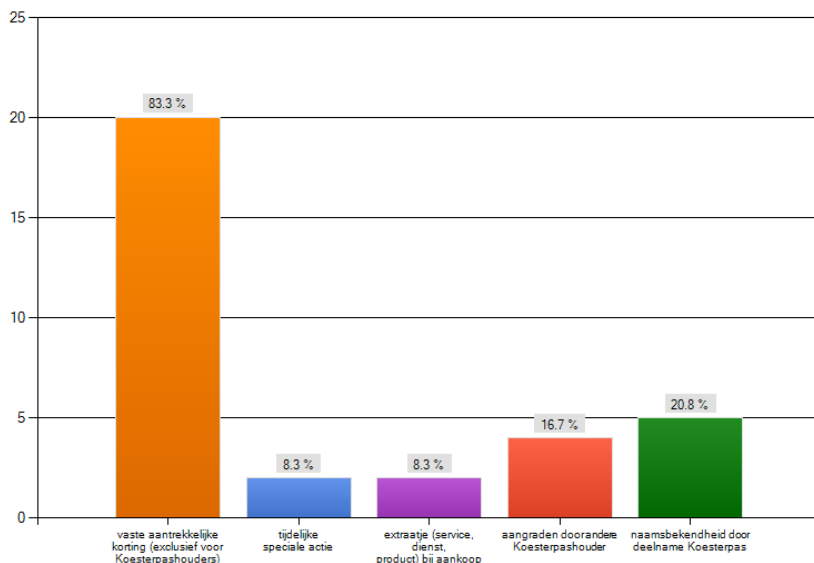
Hoe vaak ontvangt u klanten die gebruik maken van hun Koesterpas?



Redenen aankoop met Koesterpas

Gevraagd werd of de Koesterbedrijven konden inschatten waarom de Koesterpashouders bij het betreffende Koesterbedrijf hebben gekocht.

Kunt u inschatten wat de motivatie van Koesterpashouders is om bij u te kopen met de Koesterpas? (meerdere antwoorden mogelijk)



De Koesterbedrijven geven aan dat voor hun klanten met een Koesterpas de exclusieve korting vaak de voornaamste reden voor een aankoop is.

Ook wordt aangegeven dat de Koesterpas een middel is om meer naamsbekendheid te krijgen onder de pashouders.

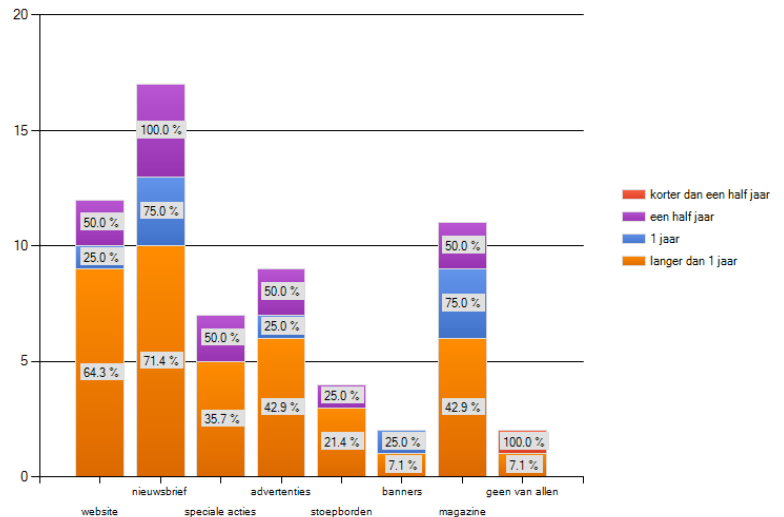
Koesterpashouders wijzen bovendien collega's / andere pashouders op het feit bij welke bedrijven Koesteraanbiedingen te vinden zijn.

Gebruik communicatiemiddelen aangeboden door Koesterpas

Koesterbad biedt diverse mogelijkheden om aanbiedingen en deelname te presenteren aan de Koesterpashouders. Vooral de nieuwsbrief wordt goed benut.

De bedrijven die ongeveer een half jaar Koesterbedrijf zijn, benutten de mogelijkheden goed. De bedrijven die nog maar net Koesterbedrijf zijn, maken nog geen gebruik van de communicatiemiddelen.

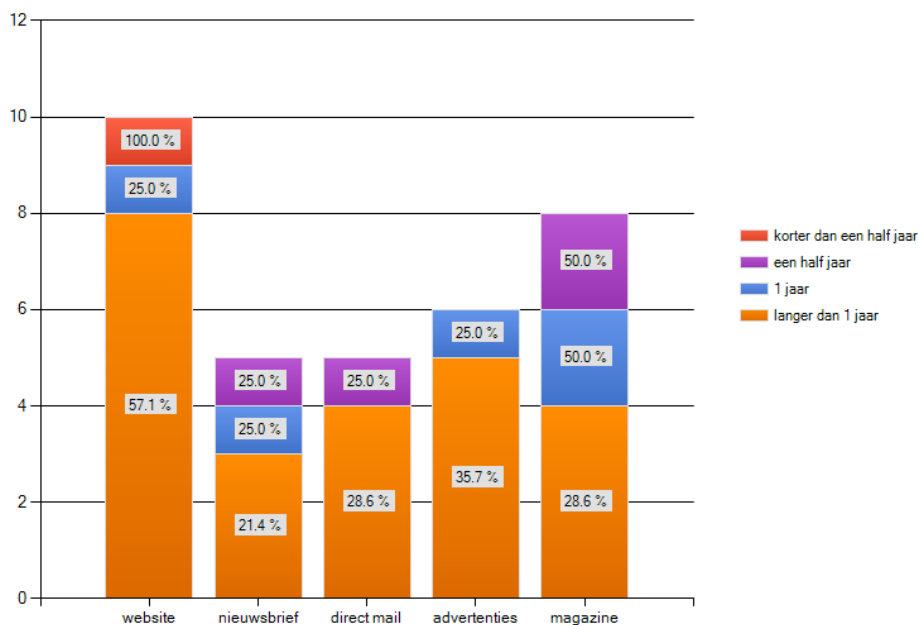
Koesterpas biedt bedrijven diverse communicatiemogelijkheden. Van welke advertentiemogelijkheden maakt u gebruik of heeft u gebruik gemaakt? (meerdere antwoorden mogelijk)



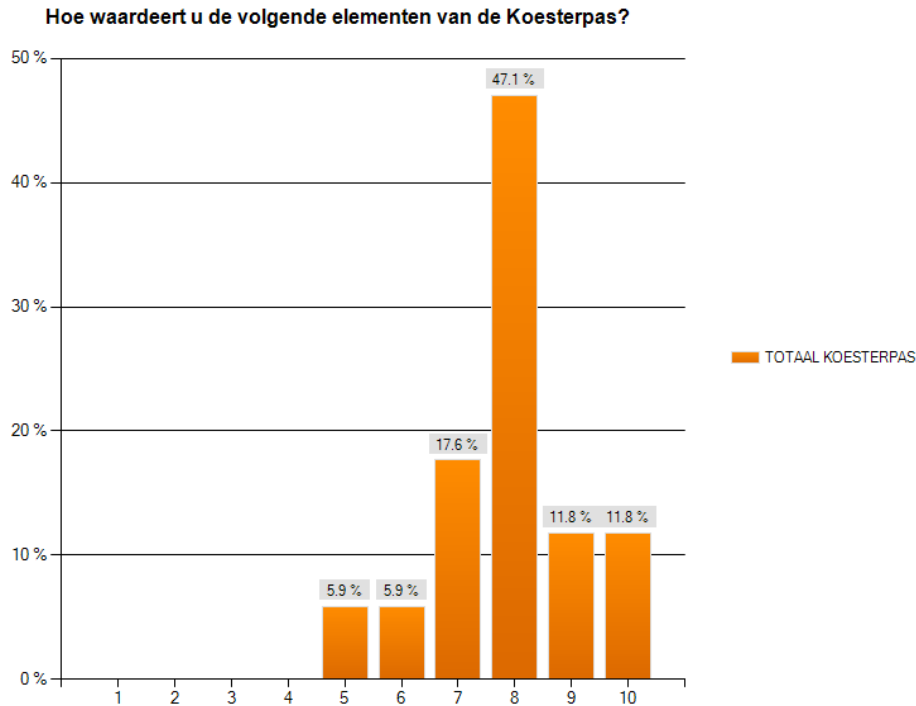
Eigen promotie als Koesterbedrijf

De Koesterbedrijven geven zelf niet altijd even veel publiciteit aan hun deelname aan het Koesterplatform. De meeste Koesterbedrijven vermelden het wel op de eigen website. De bedrijven die langer dan 1 jaar Koesterbedrijf zijn, zijn het meest actief in de promotie van de Koesterpas.

Hoe actief bent u zelf in de promotie van Koesterpas in uw eigen communicatie? Welke middelen gebruikt u hiervoor? (meerdere antwoorden mogelijk)



Waardering van de Koesterpas



Algehele waardering

De responderende Koesterbedrijven geven het Koesterplatform op dit moment een totaalcijfer van 7.8 (op schaal van 1 tot 10).

Ook is gevraagd naar een cijfer voor de losse elementen:

- Aantal deelnemende Koesterbedrijven: 7.6
- Diversiteit deelnemende Koesterbedrijven: 7.8
- Ondersteuning vanuit de organisatie: 7.8

- Communicatie op de website: 7.6
- Communicatie in nieuwsbrief: 7.4
- Communicatie in magazine: 7.5
- Communicatie algemeen: 7.6