

Tot stand gekomen in het kader van RAAK Vitale Oudere

Auteur: drs. S.E. Jaarsma; Jaarsma + Lebbink

Redactie: dr. C. Willems; lector Technologie in Zorg en Welzijn, drs. M. van der Meer

© Saxion, mei 2011 (versie 1.1)

Saxion Kenniscentrum Design en Technologie

Saxion Kenniscentrum Gezondheid, Welzijn en Technologie

Partners: Jaarsma+Lebbink, Novay, Panton, Sentrum, Syntens, en Technologie Kring Twente

www.55plustoolbox.nl

5 x 5 Marktonderzoek-tool

Onderstaande tool biedt inzicht in de verschillende aspecten van marktonderzoek met betrekking tot vitale ouderen. De tool leidt je door het marktonderzoek proces, door de te nemen stappen voor de vitale oudere te specificeren.

1 Probleemstelling:

Formuleren van de probleemstelling in niet meer dan 3 zinnen.

Voor achtergrond informatie, zie "*Starten met marktonderzoek*¹".

- Wie is de opdrachtgever?
- Wat is de doelstelling?
- Wie is de doelgroep?
- Hoe is de afbakening van de doelgroep?
- Wat is de onderzoeksvraag?

2 Desk Research:

Welke informatie is er al over de vitale oudere?

Voor achtergrond informatie, zie "*Deskresearch*²".

- Wat zijn de deelvragen afgeleid uit de onderzoeksvraag?
- Omgevingsanalyse?
- Concurrentieanalyse? Zie "*5 x 5 Concurrentieanalyse-tool*³"
- Ontwikkeling van de doelgroep?
- Wat is de marktomvang?

¹ Broekhoff, M.A. (2007). *Starten met marktonderzoek*. Groningen: Noordhoff Uitgevers B.V.

² Broekhoff, M.A. (2007). *Deskresearch*. Groningen: Noordhoff Uitgevers B.V.

³ Jaarsma, S.E. (2011). *5 x 5 Concurrentieanalyse-tool*. Enschede: Saxion. Te downloaden via www.55plustoolbox.nl

3 Field Research:

Hoe kunnen we meer inzicht krijgen in de nog openstaande onderzoeksvragen?

Voor achtergrond informatie, zie "*Kwalitatief Marktonderzoek*"⁴.

- Is de briefing duidelijk gericht op wensen en behoeften van vitale ouderen?
- Werving en selectie van respondenten onder vitale ouderen. Mogelijk via SENtrum⁵.
- Delphi methode⁶ respondenten. Mogelijk via SENtrum⁵.
- Opstellen vragenlijst en testen eigen omgeving.

Voor achtergrond informatie, zie "*Enquête research*"⁷.

- Pre-testen van communicatiemateriaal. Zie "*5 x 5 Communicatie-tool*"⁸ en "*Onderzoeksopzet. Opzet van gebruiksonderzoek*"⁹.

4 Gebruiksonderzoek:

Hoe gebruikt de vitale oudere het product of de dienst?

Zie "*Onderzoeksopzet. Opzet van gebruiksonderzoek*"⁹

- Sluit het product/de dienst aan op 1 van de V's uit de behoeftepiramide?

Zie "*Behoeft piramide vitale oudere*"¹⁰

- Hoe gebruikt de vitale oudere het product/de dienst?
- Waar gebruikt de vitale oudere het product/de dienst?
- Welke nieuwe aspecten van het product/de dienst zijn er?
- Waar vind ik respondenten? Mogelijk via SENtrum⁵.

5 Rapportage:

Hoe wordt de opgedane kennis omgezet in kansen m.b.t. productontwikkeling voor vitale oudere? Voor achtergrond informatie, zie "*Starten met marktonderzoek*"¹.

- Voorbereiden van tekst schema/raamwerk PowerPoint voor de rapportage.
- Beantwoorden onderzoeksvragen.
- Beantwoord de probleemstelling.
- Is de doelstelling van het marktonderzoek gerealiseerd?
- Maak de organisatie enthousiast voor de vitale oudere!

⁴ Meier, U., Mandemakers, M. (2007). *Kwalitatief Marktonderzoek*. Groningen: Noordhoff Uitgevers B.V.

⁵ Er kan contact opgenomen worden met SENtrum (Stichting Senioren Organisaties Overijssel) voor het samenstellen van een testpanel. Contactpersoon: Rezina Ramaker, tel. 0572-361177.

⁶ Delphi methode is een interviewtechniek waarmee d.m.v. interviews met experts snel tot inzicht in de betreffende materie wordt verkregen.

⁷ Oudemans, A.M., Markus, K.A.R. (2007). *Enquête research*. Groningen: Noordhoff Uitgevers B.V.

⁸ Jaarsma, S.E. (2011). *5 x 5 Communicatie-tool*. Enschede: Saxion. Te downloaden via www.55plustoolbox.nl

⁹ Os, G.C.M. van (2011). *Onderzoeksopzet. Opzet van gebruiksonderzoek*. Enschede: Saxion. Te downloaden via www.55plustoolbox.nl

¹⁰ Jaarsma, S.E. (2011). *Behoeft piramide vitale oudere*. Enschede: Saxion. Te downloaden via www.55plustoolbox.nl