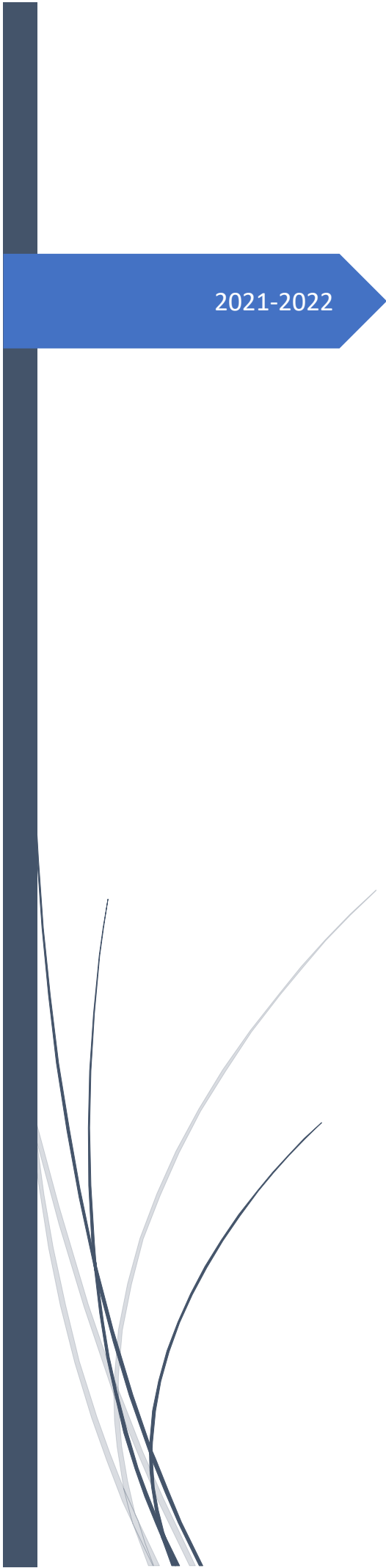




2021-2022

Afstudeerwerkstuk

Iris van Gulik Paardendierenarts

Merle Slagers

Klantenonderzoek Iris van Gulik Paardendierenarts

Opdrachtgever

Iris van Gulik Paardendierenarts
Iris van Gulik
Eekwielenweg 7
7448 PT Haarle
info@irisvangulik.nl

Afstudeerbegeleider

Bart Bijsterveld
b.bijsterveld@aeres.nl

Auteur

Merle Slagers
Gondalaan 23
7471 LC Goor
Tel: 06 – 24484051
3032440@aeres.nl

Opleiding

Bedrijfskunde en Agrifoodbusiness AD
Aeres Hogeschool Dronten
De Drieslag 4
8251 JZ Dronten
Tel: 088 – 020 6000

Goor, 03-11-2022

DISCLAIMER

Dit rapport is gemaakt door een student van Aeres Hogeschool als onderdeel van zijn/haar opleiding. Het is géén officiële publicatie van Aeres Hogeschool. Dit rapport geeft niet de visie of mening van Aeres Hogeschool weer. Aeres Hogeschool aanvaardt geen enkele aansprakelijkheid voor enige schade voortvloeiend uit het gebruik van de inhoud van dit rapport.

Voorwoord

Dit onderzoeksrapport is in opdracht van Iris van Gulik Paardendierenarts geschreven. De auteur van het betreffende rapport is Merle Slagers, de stagiaire van het bedrijf. Merle volgt de opleiding Bedrijfskunde en Agrifoodbusiness AD aan de Aeres Hogeschool in Dronten. Het onderzoek betreft een klantenonderzoek onder de bestaande klanten van het bedrijf.

Graag zou ik een aantal mensen willen bedanken. Allereerst wil ik graag Bart Bijsterveld bedanken voor het begeleiden tijdens het schrijven van mijn afstudeeronderzoek. Daarnaast wil ik ook natuurlijk Iris van Gulik bedanken voor de aanzet tot het schrijven van het onderzoek, maar ook voor de verkregen informatie van het bedrijf. Verder zal dit onderzoek ook niet mogelijk zijn geweest zonder de bestaande klanten die de enquête ingevuld hebben. En zonder de deskundige informatie die ik gedurende mijn opleiding van de docenten aan de Aeres Hogeschool heb mogen ontvangen zal dit rapport ook niet tot stand gekomen zijn.

Inhoud

Voorwoord	2
1. Samenvatting.....	4
2. Inleiding	5
2.1 Leeswijzer	5
2.2 Algemene omschrijving Iris van Gulik Paardendierenarts	5
2.3 Breder kader van het onderwerp	7
2.4 De omschrijving van het actuele probleem.....	8
2.5 Gebruikte zoektermen over het onderwerp	10
2.6 Afleiden van een concreet vraagstuk uit het algemene probleem	10
2.7 De probleemeigenaar	11
3. Plan van aanpak.....	12
3.1 Een beschrijving van het eindproduct.....	12
3.2 De enquête	12
3.3 Interview met Iris van Gulik.....	13
3.4 Het plan voor het uitvoeren van het afstudeeronderzoek, met activiteiten en planning.	13
3.5 Planning	14
4. Resultaten.....	15
5. Conclusie	25
6. Aanbeveling	27
7. Reflectie op eigen handelen.....	28
Bijlagen	29
Bijlage 1: Overzichtstabel van de online cursussen	29
Bijlage 2: Inhoud van de enquête.....	30
Bijlage 3: Interview met Iris van Gulik.....	33
Bijlage 4: Reacties vraag 9 van de enquête	34
Bijlage 5: Reacties vraag 17 van de enquête	35
Bibliografie	37

1. Samenvatting

Iris van Gulik Paardendierenarts is een eenmanszaak dat paardeneigenaren helpt om de gezondheidskennis over paarden te vergroten. Hierdoor zal de gezondheid en het welzijn van het paard verbeterd worden. Naast dat het bedrijf door meer dan 13.500 mensen gevolgd wordt op social media, verkoopt het bedrijf ook online cursussen. Momenteel zijn er vier online cursussen op de markt, die gevolgd worden door 500 deelnemers.

In dit rapport zal er onderzoek gedaan worden naar de klanten van Iris van Gulik Paardendierenarts. Door middel van een klantenonderzoek kan er gevraagd worden naar de ervaringen van de klanten, maar ook naar de behoeften. Door dit inzichtelijk te krijgen worden de klantenrelaties binnen het bedrijf bevorderd omdat er beter ingespeeld kan worden op de behoeften van de bestaande klant. Het concrete vraagstuk luidt ook als volgt: In hoeverre past het huidige cursus aanbod van Iris van Gulik Paardendierenarts bij de vraag van de bestaande klant?

Het doel van het uitvoeren van het klantenonderzoek is om inzicht te krijgen in de actuele behoeften van de klant. Door de verkregen informatie te analyseren kan het bedrijf verder bouwen binnen de optimalisatie van het aanbod aan online cursussen. Het klantenonderzoek is verstuurd naar de bestaande klanten van Iris van Gulik Paardendierenarts. Deze klanten zijn dus allen in het bezit van één of meerdere online cursussen. In totaal hebben er 96 respondenten deelgenomen aan het klantenonderzoek. Hierdoor is de gewenste steekproefgrootte behaald. De inhoud van het klantenonderzoek is weergegeven in bijlage 2.

De conclusie van dit rapport is geschreven naar aanleiding van de resultaten van het klantenonderzoek. Door het uitvoeren van dit klantenonderzoek kan er geconcludeerd worden dat de klanten (zeer) tevreden zijn over de online cursussen. Maar om de online cursussen verder te optimaliseren zijn er een aantal aanbevelingen ontwikkeld. De aanbevelingen zijn geschreven om te kunnen zorgen dat het bedrijf blijft aansluiten bij de behoeften van de klant.

Daarnaast is er ook gereflecteerd op het ontwikkelen en schrijven van dit afstudeerwerkstuk. Hier staan ook de ervaringen van dit afstudeerwerkstuk vermeldt.

2. Inleiding

2.1 Leeswijzer

In hoofdstuk 2 wordt er allereerst een algemene omschrijving gegeven over het bedrijf Iris van Gulik Paardendierenarts. Ook wordt er stil gestaan bij het breder kader van het onderwerp, de omschrijving van het actuele probleem en het concrete vraagstuk. In hoofdstuk 3 wordt er dieper ingegaan op de beschrijving van het eindproduct, de enquête en het plan van aanpak voor het uitvoeren van het afstudeeronderzoek.

In hoofdstuk 4 worden de uitkomsten van de enquête geanalyseerd. In hoofdstuk 5 wordt er stil gestaan bij de conclusie van het afstudeeronderzoek. Dit wordt gedaan aan de hand van de opgestelde deelvragen, hierna volgt de beantwoording van het concrete vraagstuk. In hoofdstuk 6 worden er aanbevelingen gegeven, waarna in hoofdstuk 7 er een reflectie wordt gedaan op eigen handelen.

2.2 Algemene omschrijving Iris van Gulik Paardendierenarts

Iris van Gulik Paardendierenarts is een eenmanszaak, dat gerund wordt door Iris van Gulik. Het bedrijf is gevestigd in Haarle. Iris is in 2021 als zelfstandig ondernemer gestart. Hiervoor heeft Iris eerst een aantal jaar in een praktijk gewerkt. Iris is gestart met de missie om de gezondheidskennis van paardeneigenaren te vergroten waardoor de gezondheid en het welzijn van paarden wordt verbeterd. Op de werkvloer kwam Iris er namelijk vaak achter dat veel problemen voorkomen hadden kunnen worden, of dat een paard een minder ernstig ziektebeeld had vertoond als de eigenaar meer kennis had gehad.

Om de gezondheidskennis van paardeneigenaren te vergroten maakt Iris van Gulik gebruik van diverse social media kanalen. Het bereik van Iris op Instagram is zeer groot. Momenteel wordt haar account door ruim 13.500 mensen gevolgd. Ook is het bedrijf erg actief op Facebook. Daarnaast wordt Iris vaak gevraagd voor het geven van lezingen en online masterclasses.

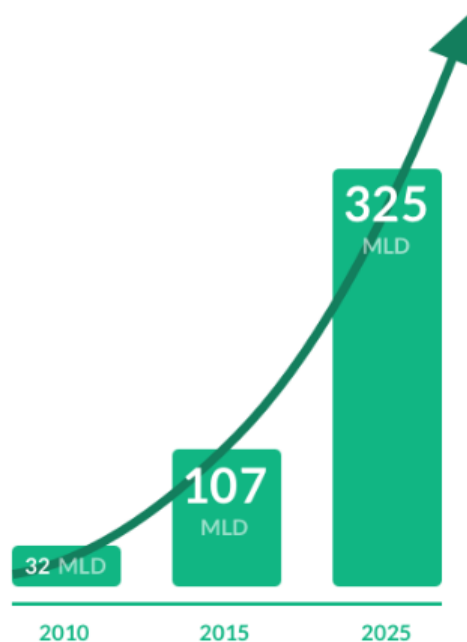
Momenteel is Iris van Gulik werkzaam als paardendierenarts. Iris behandelt paarden bij de klanten thuis, maar daarnaast is er ook de mogelijkheid om gebruik te maken van een plaatselijke kliniek. Iris neemt de volgers bijna dagelijks mee in haar werkzaamheden. Daarnaast zijn de opgedane ervaringen in de praktijk vaak een inspiratie voor verschillende posts op social media. Ook staan er informatieve blogs op de website waardoor klanten op de hoogte blijven van de nieuwste ontwikkelingen binnen de gezondheidszorg voor paarden. Naast dat het bedrijf erg actief is op social media, ontwikkelt Iris ook diverse online cursussen. Daarnaast verkoopt het bedrijf ook supplementen voor paarden. Deze supplementen zijn ter bevordering van de gezondheid van het paard ontwikkeld.

Iris van Gulik ontwikkelt ook online cursussen. Momenteel heeft Iris de volgende vier online cursussen beschikbaar gesteld voor de klant:

- Veulen cursus
- Voorkom Koliek bij je Paard cursus
- Bewust Ontwormen cursus
- Maagzweren Voorkomen en Genezen cursus

De online cursussen zijn bedoeld om de gezondheidskennis en het welzijn van paarden te vergroten, doordat de paardeneigenaar het gezondheidsprobleem eerder zal gaan herkennen en hierdoor verergering van het gezondheidsprobleem voorkomen kan worden. Met het ontwikkelen van

cursussen speelt Iris van Gulik in op de veranderende markt. De huidige markt is namelijk erg gericht op het online vergaren van informatie. Uit onderzoek van Pluvo blijkt dat er een aanzienlijke groei is ontstaan binnen het aantal E-learningen. (Voordelen E-Learning, Pluvo, 2021)



Afbeelding 1 - Groei aantal E-Learnings (Voordelen E-Learning, 2021)

In afbeelding 1 wordt weergegeven dat de groei van het aantal online cursussen tussen 2015 en 2025 met 200% zal gaan stijgen.

Het volgen van een online cursus heeft voor de klant ook meerdere voordelen:

- Het is tijdbesparend: de online cursus kan gevolgd worden in een eigen tempo.
- Altijd beschikbaar: de online cursus kan gevolgd worden op het moment dat de klant wil.
- Teruglezen en kijken: een online cursus kan elk moment teruggekeken worden, dus mocht de klant een onderdeel terug willen kijken dan kan dit.
- Afwisselend: online cursus is afwisselender door middel van diverse checklists, video's en afbeeldingen.

De cursussen zijn allen opgebouwd uit verschillende modules en sommige bevatten ook lessen. Daarnaast verschillen de cursussen ook van tijdsduur, de tijd dat de klant benodigd is om de gehele cursus te volgen. In het overzichtstabel van alle cursussen (bijlage 1) is overzichtelijk weergegeven wat de inhoud is van de cursus en een schatting van de duur van de cursus.

Tabel 1 - Overzicht van prijs en aantal deelnemers cursussen, gepubliceerd op 10-03-2022

Soort cursus	Prijs (incl. BTW)	Aantal deelnemers	Op de markt sinds:	Gemiddeld aantal verkopen per maand (aantal deelnemers / aantal maanden op de markt)
Veulen cursus	€ 139,00	374	Maart 2021	31 verkopen per maand
Voorkom Koliek bij je Paard	€ 297,00	45	December 2021	15 verkopen per maand
Bewust Ontwormen cursus	€ 25,00	20	Februari 2022	20 verkopen per maand
Maagzweren Voorkomen en Genezen	€ 17,00	0	Februari 2022	0 verkopen per maand
Combi Bewust Ontwormen & Maagzweren Voorkomen en Genezen	€ 35,00	5	Februari 2022	5 verkopen per maand

In de tabel 1 zijn de prijzen, het aantal deelnemers en de publicatiedatum duidelijk weergegeven. Wat opvalt is dat de veulen cursus momenteel het best verkocht wordt. Deze is ook het langste op de markt. En heeft hierdoor al meerdere acties meegedraaid. Het gemiddeld aantal verkopen per maand is berekend om zo een realistisch beeld te krijgen van het aantal verkopen per online cursus.

Iris van Gulik heeft een goede keuze gemaakt door online cursussen te gaan verkopen. Mede door de coronapandemie zijn mensen vaker aan huis gebonden, maar daarnaast wordt het sociale leven van iedereen ook drukker waardoor mensen vaak niet een hele dag of avond van huis kunnen/willen zijn. De online cursussen zijn erg aantrekkelijk, omdat er op afstand kennis overgedragen kan worden. Daarnaast kan de klant een online cursus volgen waar en wanneer het uitkomt. De vier online cursussen van Iris van Gulik worden ook aantrekkelijk gemaakt door eigen gemaakte video's, formulieren en checklists. Uit onderzoek van wetenschapper Brandon Hall is gebleken dat door deze afwisseling de informatie beter opgenomen kan worden door de klant. (Online cursus volgen, Maaïke Gulden, 2020)

2.3 Breder kader van het onderwerp

Naar aanleiding van het afstudeeronderzoek wordt er ook gekeken naar de hippische sector. De hippische sector is in Nederland actief. Nederland telt namelijk ongeveer 450.000 paarden, en daarnaast 500.000 ruiters. Van alle paardensporters geeft de KNHS aan dat er 80% vrouw is. De paardensport wordt dan ook in Nederland gevolgd door ruim 1,2 miljoen volgers. Momenteel zijn er 3.000 rijverenigingen, die zorgen er met elkaar voor dat er ongeveer 7.300 evenementen per jaar georganiseerd worden. Dit zorgt ervoor dat het aantal starts op alle wedstrijden per jaar geschat wordt op 765.000. Nederland is het paardenland van Europa, want het aantal paarden per hoofd van de bevolking ligt in Nederland het hoogste. (Nederland paardenland, Charlotte Gunnink, 2016)

De paardensport heeft in Nederland veel economische waarde, door het CBS wordt de waarde geschat tussen de 1,5 en 2 miljard per jaar. Deze opbrengsten vinden onder andere plaats binnen de

fokkerij, handel, instructie en trainingsstallen. Maar daarnaast ook in de indirecte sectoren zoals een dierenarts, transportmiddelen en weide- en stalinrichting.

De KNHS staat voor Koninklijke Nederlandse Hippische Sportfederatie. Dit is de overkoepelende organisatie van de paardensport binnen Nederland. Onder deze bond vallen negen verschillende disciplines. De bond zorgt ervoor dat er kennisoverdracht plaatsvindt door het verzorgen van verschillende opleidingen. Maar ook zorgt de KNHS ervoor dat er wedstrijden georganiseerd kunnen worden op een veilige manier waarbij alles goed gereguleerd en geadmistreerd wordt.

De KNHS werkt samen met de sectorraad Paarden, het Ministerie van Landbouw en de Faculteit Diergeneeskunde om het welzijn van de paarden in Nederland te handhaven. Deze organisaties stellen samen verschillende richtlijnen op en hebben een adviserende functie. In de opgestelde richtlijnen wordt beschreven hoe paarden verzorgd, gestald en behandeld moeten worden. In een interview geeft algemeen directeur van de KNHS, Theo Fledderus aan dat het paardenwelzijn in bepaalde situaties in het geding komen. Dit komt mede door onkunde van de eigenaar of verzorger van het paard (KNHS zet actief in op paardenwelzijn en integriteit sport, KNHS, 2020).

Momenteel zijn er 450.000 paarden. Helaas zit er een daling in het aantal paarden, volgens economen zal dit verder gaan dalen. De daling wordt veroorzaakt door de hoge kosten voor het houden van paarden. Hierbij moet gedacht worden aan hoge voerprijzen, verhoging van de kosten van mestafvoer en strooisel (zie tabel 2). Deze prijzen worden naar verwachting alleen nog maar hoger, dit in verband met de belemmeringen van de toevoer van grondstoffen voor het voer. (Hippische monitor, HAS Hogeschool, 2021)

Tabel 2 - Directe kosten per stallingsplaats, in euro per maand (Ineke Couwenberg, ABAB, 2022)

➤ Directe kosten per stallingsplaats						
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Voer	204	225	355	381	291	464
Strooisel	184	230	245	264	256	282
Mestafzet	16	21	23	25	18	26
Diergezondheid	60	103	99	101	63	134
Overig	205	274	208	243	211	161

2.4 De omschrijving van het actuele probleem

Iris van Gulik Paardendierenarts bestaat inmiddels één jaar. Het bedrijf werkt nationaal, maar ook internationaal. Want er zijn namelijk ook klanten in Vlaanderen die de cursussen volgen en telefonische consulten boeken. Daarnaast heeft het bedrijf ook klanten vanuit andere landen. Echter zijn dit Nederlanders die geëmigreerd zijn.

De klanten zijn vaak in contact gekomen met het bedrijf door middel van gebruik te maken van internet of social media. Iedereen heeft tenslotte bijna toegang tot internet, waardoor de klanten ook gemakkelijk aan informatie kunnen komen. Op internet staat veel informatie ter bevordering van de gezondheid van paarden, en daarnaast staan er ook vele tips om uit te voeren bij eventuele gezondheidsproblemen van het paard. Echter wil Iris van Gulik Paardendierenarts ervoor zorgen dat

de klant toegang krijgt tot medisch correcte informatie. Op internet staat namelijk ook vele informatie waar dierenartsen niet achter staan. Uit onderzoek van de consumentenbond is gebleken dat onder 4500 panelleden 80% gebruik maakt van internet om medische informatie te zoeken. Echter is dit vaak medische incorrecte informatie (Medische internetinformatie zet consumenten mogelijk op verkeerde been, De Consumentenbond, 2017).

Om er achter te komen waar de doelgroep van het bedrijf behoefte aan heeft, is het opzetten van een klantenonderzoek zeer belangrijk. Hierdoor kan er gevraagd worden naar de ervaringen van de klant. Daarnaast kan er ook gevraagd worden naar verdere behoeften van de klant. Om klantrelaties binnen het bedrijf te bevorderen is het uitvoeren van een klantenonderzoek essentieel, hierdoor kan het bedrijf beter inspelen op de vraag van de klant. Voor het uitvoeren van het klantenonderzoek is het van belang dat er een enquête wordt uitgevoerd. Door het uitvoeren van de enquête komt de het bedrijf er achter waar de klant tegen aan loopt, maar ook waar de klant behoefte aan heeft.

Het bedrijf wil graag de focus leggen op het verhogen van de verkoop van online cursussen. Om de verkoop van cursussen te verhogen, is het van groot belang om het klantenonderzoek uit te voeren. Hierdoor weet het bedrijf wat de vraag van de klant is. Wanneer het bedrijf de mening van de klanten inzichtelijk heeft kan er hierop ingespeeld worden.

Het opbouwen van klantrelaties is erg belangrijk. Dit kan gedaan worden door de klant goed te leren kennen en het contact met klanten te blijven onderhouden. Dit kan gedaan worden door bijvoorbeeld bij een supplement die zes weken gebruikt kunnen worden, in de vijfde week contact op te nemen met de klant door te vragen of er verandering in de gezondheidstoestand van het paard is opgetreden. En daarnaast kan er weer een advies tot stand komen tot een mogelijke herhalingsaankoop van het supplement. Uit onderzoek van het bedrijf Branding Strategy Insider (18 customer facts marketers can't ignore, Branding Strategy Insider, 2021) is bewezen, dat de kans bij verkoop aan een bestaande klant 60 tot 70 procent is. De verkoop aan nieuwe klanten is echter maar 5 tot 20 procent. Het is dus erg belangrijk om een behoefteonderzoek uit te voeren onder de bestaande klanten, want hierdoor kan het bedrijf beter inspelen op de vraag van de klant.

Daarnaast is mond-op-mond reclame effectief. Als de klant tevreden is met de online cursus dan zal die dit gaan delen met anderen, hierdoor worden er nieuwe klanten getrokken naar het bedrijf. Dit kan gestimuleerd worden door bijvoorbeeld winacties op social media te plaatsen. De klant plaatst voor deelname aan de winactie een review van de cursus en plaatst dit op de story's. Deze review is dan zichtbaar voor de volgers van de bestaande klant. Hierdoor wordt er vertrouwen gecreëerd bij de mogelijke nieuwe klanten, omdat de review geplaatst is door een vertrouwd persoon.

Op het moment dat het klantenonderzoek is uitgevoerd en geanalyseerd, zal het klantenonderzoek na aanschaf van een product moeten terugkeren. Het klantenonderzoek zal bij aanschaf van een online cursus na afronding van de cursus plaats moeten vinden. Hierdoor kan er een vergelijking uitgevoerd worden, waarbij het klantenonderzoek vergeleken kan worden met de gegevens andere klanten. Hierdoor kan er gekeken worden naar mogelijke innovaties binnen het cursus aanbod. Daarnaast kunnen ook mogelijke knelpunten tijdig signaleerd worden.

2.5 Gebruikte zoektermen over het onderwerp

Om over voldoende informatie te beschikken zijn de volgende zoektermen gebruikt. Deze zoektermen zijn gebruikt ter informatie van de auteur. De gebruikte bronnen zijn weergegeven in de bibliografie:

- Paarden Nederland
- Cijfers hippische sector
- Hippische sector
- Klantanalyse
- Behoeftesonderzoek
- Klanttevredenheid
- Online cursussen
- Wetenschappelijke artikelen behoefteonderzoek
- Wetenschappelijk onderzoek behoefteonderzoek
- Wetenschappelijk onderzoek klanttevredenheid
- CBS paarden Nederland
- Klantbehoud
- Verkoop aan nieuwe klanten
- Werven nieuwe klanten
- Benchmark

2.6 Afleiden van een concreet vraagstuk uit het algemene probleem

Het bedrijf bestaat inmiddels één jaar. Het afgelopen jaar is het bedrijf aanzienlijk gegroeid. Om deze klanten te behouden is het essentieel om een klantenonderzoek uit te voeren. Deze is namelijk binnen het bedrijf nog niet uitgevoerd. Door het behouden van klanten ontstaat er een trouwe klantenkring, waarbij er ook vertrouwen vanuit de klant naar het bedrijf opgebouwd kan worden. Door gebruik te maken van het opstellen van een klantenanalyse worden de wensen en behoeften van de klant in kaart gebracht.

Om een vergelijking van meerdere klantenonderzoeken op te kunnen stellen, zijn er vele klantenonderzoeken nodig. Hierna kan de verkregen informatie toegepast worden binnen het bedrijf en kunnen knelpunten verbeterd worden. Het klantenonderzoek wordt uitgevoerd door middel van het opstellen van een enquête, die verzonden wordt naar de bestaande klanten van het bedrijf. Daarnaast worden de bestaande klanten ook gevraagd naar de mening over het bedrijf én de aangekochte online cursus.

Het concrete vraagstuk is als volgt: In hoeverre past het huidige cursus aanbod van Iris van Gulik Paardendierenarts bij de vraag van de bestaande klant?

De bovenstaande hoofdvraag is onderverdeeld in vier verschillende deelvragen:

- A. Wat is de achtergrond van de klant?
- B. Waar bestaat de achterliggende behoefte van de klant uit?
- C. Wat is de trigger tot aankoop van een cursus voor de klant?
- D. Hoe ervaart de klant de online cursus?

2.7 De probleemeigenaar

Iris van Gulik Paardendierenarts maakt online cursussen om op die manier de gezondheidskennis van paardeneigenaren te vergroten, waardoor de gezondheid en het welzijn van het paard verbeterd wordt. Momenteel is er nog geen klantenonderzoek uitgevoerd binnen het bedrijf. Hierdoor weet het bedrijf niet waar de klant op gebied van online cursussen behoefte aan heeft. Wanneer de behoefte van de klant inzichtelijk is, zal het aanbod van online cursussen beter gaan aansluiten bij de vraag van de klant.

Daarnaast zal het bedrijf mogelijk ingehaald kunnen worden door concurrenten, dit zal gebeuren als de vraag van de klant niet aansluit bij Iris van Gulik Paardendierenarts. Het is belangrijk dat het bedrijf inzichtelijk krijgt waar de behoefte ligt van de bestaande klant, hierdoor kan er een verbeterd aanbod aan online cursussen gecreëerd worden. Waardoor de bestaande klant ook minder snel zal overstappen naar één van de concurrenten.

3. Plan van aanpak

3.1 Een beschrijving van het eindproduct

Dit rapport betreft een onderzoek naar het inzichtelijk krijgen van de behoefte van de klanten van Iris van Gulik Paardendierenarts. Na het uitvoeren van het klantenonderzoek zal inzichtelijk worden of het aanbod van de online cursussen aansluit bij de wens van de klant. Het onderzoek wordt uitgevoerd door middel van een klantenonderzoek. Het onderzoek wordt onder bestaande klanten uitgevoerd. De resultaten die voortkomen vanuit dit onderzoek worden geanalyseerd, waarna er een conclusie volgt.

Door het uitvoeren van een enquête onder de bestaande klanten zal het bedrijf de eerlijke mening van de klant horen, waarna hier beter op ingespeeld kan gaan worden. Met behulp van een steekproefcalculator kan de grootte van de steekproef bepaald worden. Tijdens het bepalen van de foutmarge in de steekproef wordt de standaard foutmarge van 10% aangehouden. Uit onderzoek is gebleken dat er een reactiepercentage van 90% verwacht kan gaan worden. Dit omdat het bedrijf de klanten niet eerder ondervraagd heeft. (Sample size, Surveymonkey, 2022)

A. Vul hieronder de 3 kerngetallen van de calculator in.

1. Hoe groot is de **steekproefmarge** die u wilt toelaten? (%)
Een steekproefmarge van 5% is gangbaar bij marktonderzoek.

2. Wat is de **omvang van de populatie**?
Wanneer de omvang niet bekend is, vult u dan 20000 in.

3. Welke **uitkomst** verwacht u in het onderzoek? (%)
Wanneer dit vooraf niet is in te schatten, vult u dan 50 in.

B. Resultaat:

Steekproefgrootte bij een betrouwbaarheidsniveau van: 90% **83**

Steekproefgrootte bij een betrouwbaarheidsniveau van: 95% **111**

Afbeelding 2 – Steekproefcalculator (Steekproefcalculator, Alles over marktonderzoek, 2022)

Door het uitvoeren van dit onderzoek kan de omzet binnen het bedrijf verbeterd worden. Dit komt voort uit het verhogen van de klanttevredenheid, omdat de verkregen klantinformatie toegepast kan worden binnen het bedrijf. Waardoor het aanbod van het bedrijf beter aan zal gaan sluiten bij de wens van de klant. Het onderzoek is dus ook relevant voor het bedrijf.

3.2 De enquête

Voor het in kaart brengen van de doelgroep en het beantwoorden van de onderzoeksvraag is het uitvoeren van een enquête onder de bestaande klanten essentieel. Momenteel worden de online cursussen van Iris van Gulik Paardendierenarts gevolgd door 550 deelnemers. Onder deze 550 bestaande klanten zal de enquête via de mail verspreid worden. De enquête worden representatief vormgegeven, en daarnaast zal de mail ook een podcast bevatten. Hierdoor is het voor de klant aantrekkelijker om de mail te openen. De enquête bestaat uit een aantal vragen die onderdeel zijn van een deelvraag.

De enquête is opgebouwd aan de hand van de vier verschillende deelvragen. Door antwoord te verkrijgen op de verschillende deelvragen hoopt de auteur uiteindelijk antwoord te kunnen geven op de hoofdvraag.

- Vraag 1 tot en met 4 behoort tot deelvraag A.
- Vraag 5 tot en met 9 behoort tot deelvraag B.
- Vraag 10 tot en met 12 behoort tot deelvraag C.
- Vraag 13 tot en met 17 behoort tot deelvraag D.

De inhoud van de enquête is te vinden in bijlage 2.

3.3 Interview met Iris van Gulik

De auteur van dit onderzoek wou graag inzichtelijk hebben waarom Iris van Gulik op het idee is gekomen om online cursussen te verkopen. Maar daarnaast was de auteur ook erg benieuwd of Iris inzichtelijk heeft wat de doelgroep van het bedrijf is.

Het bedrijf Iris van Gulik Paardendierenarts werkt met veel automatiseringen. Dit houdt in dat veel mailverkeer naar de klant automatisch verstuurd wordt na aanschaf van het product. Iris van Gulik verstuurd geen automatisch gegenereerde email met daarin een korte enquête. Door dit wel te doen zal het bedrijf gemakkelijk aan veel informatie van de klant kunnen komen. In het interview heeft de auteur ook gevraagd waarom dit niet in de automatisering staat.

Het interview is te vinden in bijlage 3.

3.4 Het plan voor het uitvoeren van het afstudeeronderzoek, met activiteiten en planning.

Stap 1: Allereerst moet de doelgroep van het bedrijf in kaart worden gebracht. Dit wordt gedaan met behulp van Iris van Gulik, maar daarnaast ook door middel van een Google Analytics. Daarnaast zal er met behulp van de enquête ook nog een aantal vragen over de doelgroep gesteld worden.

Stap 2: De vragen voor de enquête zijn opgesteld. Deze zijn te vinden in bijlage 2. Zoals eerder benoemd zijn de vier verschillende deelvragen in zeventien kleinere vragen verwerkt. De zeventien kleinere vragen vormen samen de enquête.

Stap 3: De vragen van de enquête worden gecontroleerd door Iris van Gulik. En daarnaast wordt de enquête ook getest door familie. Hierdoor worden mogelijke fouten snel opgespoord, zonder dat de bestaande klant hier hinder van ervaart.

Stap 4: De enquête zal gemaakt worden in Google Forms.

Stap 5: De mail met daarin de websitelink naar de enquête wordt opgesteld. De mail moet beschikken over een sterk onderwerp en daarnaast een pakkende tekst. Hierdoor zal de bestaande klant sneller de enquête gaan invullen. In de mail stelt de auteur van dit onderzoek zich eerst voor, daarnaast wordt ook het belang van het onderzoek vermeldt.

Stap 6: De enquête zal nogmaals getest worden, dit keer door middel van een testmail. De testmail is een mail die identiek is aan de officiële mail. Nadat Iris van Gulik Paardendierenarts de mail goedkeurt, zal deze verzonden worden naar 550 bestaande klanten.

Stap 7: Er zal na vier dagen een herinneringsmail verzonden worden. Hierdoor wordt de klant geattendeerd op het invullen van de enquête.

Stap 8: Na twee dagen zal de enquête sluiten. Hierna zullen de resultaten geanalyseerd worden. Doordat er gebruik is gemaakt van Google Forms ontstaat er een overzichtelijk beeld van de enquête. Er vindt eerst een ruwe analyse plaats, hierbij wordt er voornamelijk gekeken of de enquête voldoende ingevuld is om de onderzoeksvraag te beantwoorden. En daarnaast wordt er nogmaals gekeken of er voldoende respons is gekomen op de enquête om een betrouwbaar beeld te verkrijgen.

Stap 9: Na de ruwe analyse zullen de gegevens volledig geanalyseerd worden. Hierbij worden de verschillende antwoorden met elkaar vergeleken, en daarnaast zullen de deelvragen worden beantwoord.

Stap 10: Na de volledige analyse kunnen er behoeften en verklaringen gevonden worden. Als de behoeften en verklaringen van de bestaande klant gevonden zijn, zal de onderzoeksvraag beantwoord kunnen worden.

Zie tabel 3 voor een overzicht van de planning.

3.5 Planning

Tabel 3 - Planning van het onderzoek

14-09-2022	Doelgroep wordt in kaart gebracht
17-09-2022	Enquête wordt opgesteld in Google Forms. Daarnaast wordt de enquête getest door het bedrijf, familie en vrienden.
22-09-2022	Nadat de enquête goed door de test is gekomen, wordt de enquête naar 550 bestaande klanten verzonden.
26-09-2022	Herinneringsmail wordt verzonden
28-09-2022	Ruwe analyse enquête
01-10-2022	Volledige analyse van de enquête
03-10-2022	Behoeften en verklaringen worden omgezet in informatie voor het onderzoek
05-10-2022	Evaluatie van de resultaten
08-10-2022	Verbeterpunten worden opgesteld en conclusie wordt getrokken

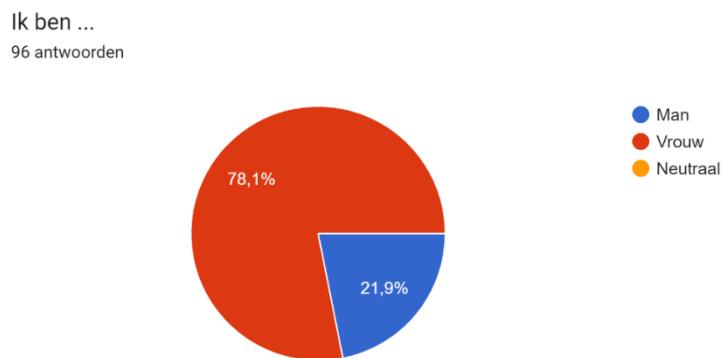
4. Resultaten

De uitkomsten van het klantenonderzoek zijn middels een enquête verkregen. De enquête is in totaal door 96 bestaande klanten ingevuld. Hierdoor is het beoogde betrouwbaarheidsniveau van 90% behaald. Dit omdat hiervoor een steekproefgrootte van 83 ingevulde enquêtes werd beoogd. Hieronder zullen de resultaten per vraag worden weergegeven waarna er een toelichting volgt.

Alle vragen zijn door 96 respondenten ingevuld, waarbij er bij enkele vragen meerdere antwoorden gegeven konden worden.

Toelichting vraag 1:

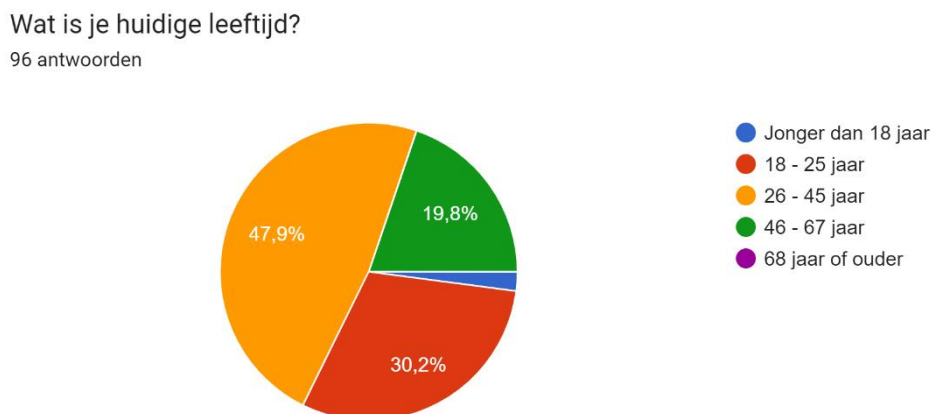
Uit resultaat blijkt dat 78% van de bestaande klanten vrouw is. Dit komt overeen met de beoogde doelgroep wat Iris van Gulik aangeeft in het interview.



Figuur 1 - Resultaat geslacht bestaande klant (Merle Slagers, 2022)

Toelichting vraag 2:

Uit de resultaten van het onderstaande figuur kan er gezien worden dat ruim 75% van de respondenten binnen de leeftijd van 18 – 45 jaar valt. Daarnaast valt het op dat er geen van de ondervraagden in de leeftijdscategorie 68 jaar en ouder valt.



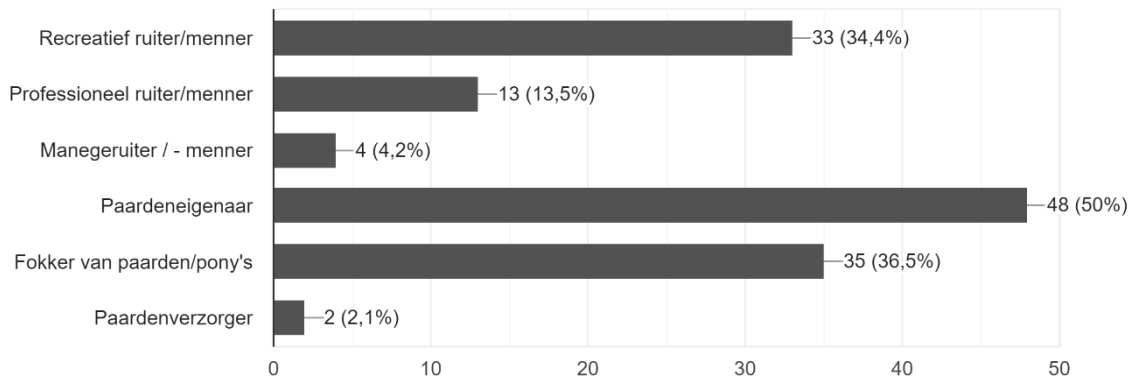
Figuur 2 - Resultaat leeftijdscategorie (Merle Slagers, 2022)

Toelichting vraag 3:

Bij de onderstaande vraag konden meerdere antwoorden ingevuld worden. Hierdoor is het moeilijk om een concrete toelichting te geven. Echter is het zo dat 50% van de ondervraagden paardeneigenaar is. En dat ook ongeveer 50% van de respondenten de paardensport beoefend, hierin zijn namelijk de resultaten van recreatief- , professioneel- en manegeruiter/menner bij elkaar opgeteld.

Wat is je relatie met paarden/pony's? Ik ben ...

96 antwoorden



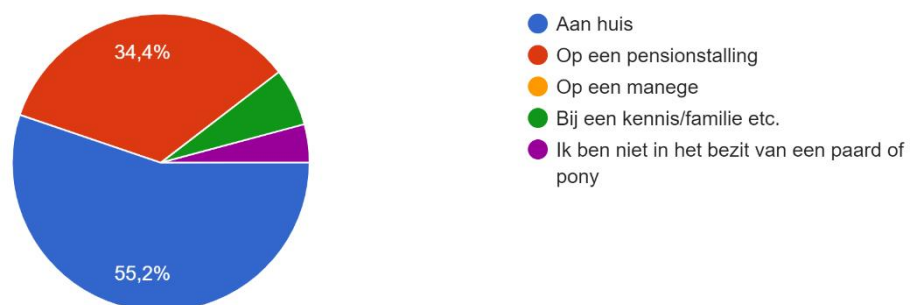
Figuur 3 - Relatie met paarden/pony's (Merle Slagers, 2022)

Toelichting vraag 4:

Uit het resultaat van vraag 4 komt dat 55% van de respondenten het paard aan huis heeft staan. Daarnaast maakt 34% van de respondenten gebruik van een pensionstalling.

Mijn paard of pony staat ...

96 antwoorden



Figuur 4 - Stalling van paard of pony (Merle Slagers, 2022)

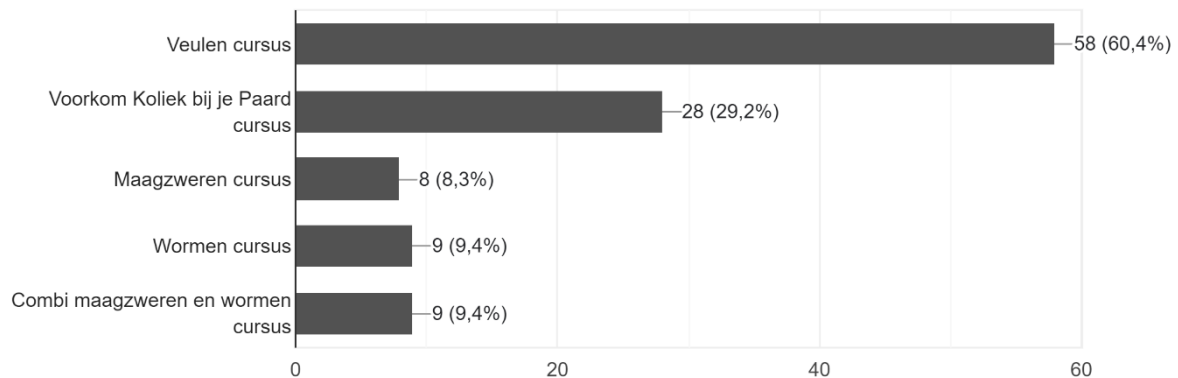
Toelichting vraag 5:

In het onderstaande figuur is duidelijk weergegeven dat 60% van de bestaande klanten in het bezit is van de Veulen cursus. Bovendien is het goed om te weten dat er ook 16 bestaande klanten zijn die meerdere cursussen in het bezit hebben.

De 16 bestaande klanten is gebaseerd op: het aantal ingevulde reacties op deze vraag – het totaal aantal respondenten = 112 – 96 = 16 bestaande klanten met meerdere cursussen

Ik heb de volgende online cursus(sen) aangekocht:

96 antwoorden



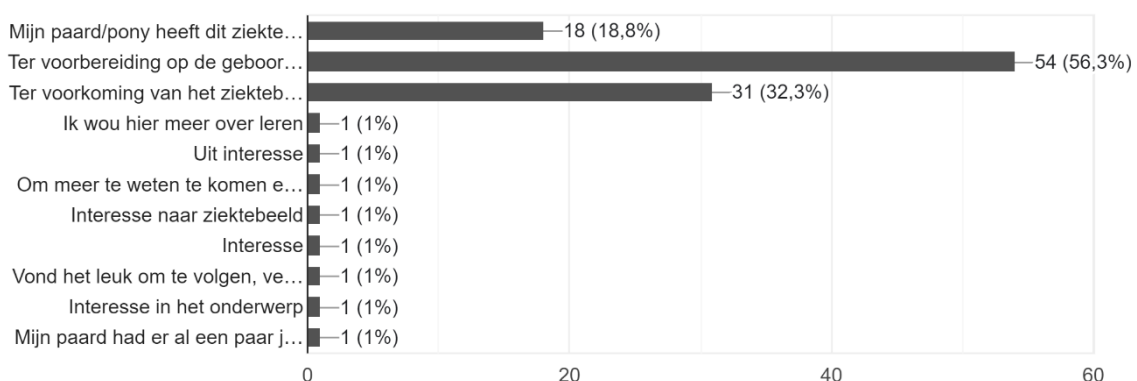
Figuur 5 - Aangekochte online cursus (Merle Slagers, 2022)

Toelichting vraag 6:

In het onderstaande figuur is duidelijk te zien dat 54 respondenten een cursus heeft aangeschaft ter voorbereiding op de geboorte van een veulen. Daarnaast volgen ook meerdere respondenten de cursus ter voorkoming van het ziektebeeld, terwijl anderen het uit pure interesse volgen.

Waarom heb je één of meerdere online cursussen van Iris van Gulik aangeschaft?

96 antwoorden



Figuur 6 - Reden van aankoop (Merle Slagers, 2022)

In figuur 6 konden helaas niet de volledige antwoorden op vraag 6 worden weergegeven, de volledige antwoorden staan vermeldt in tabel 4.

Tabel 4 – Uitkomsten vraag 6 van de enquête (Merle Slagers, 2022)

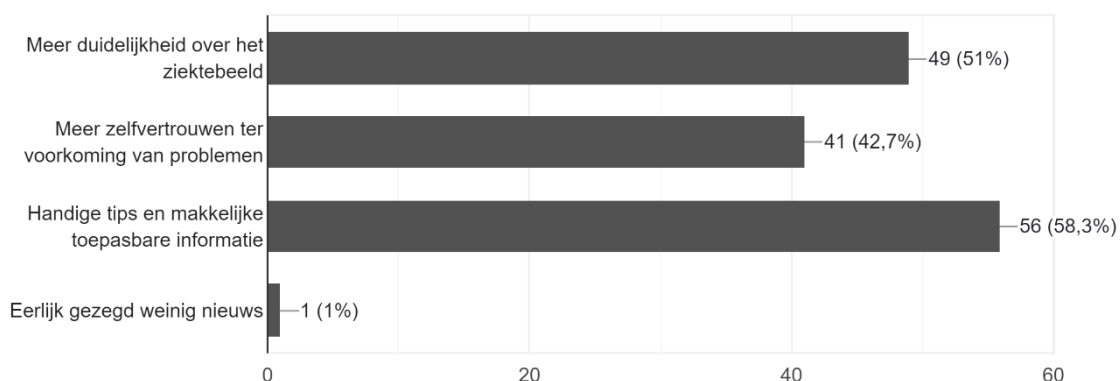
Reactie	Aantal
Ter voorbereiding op de geboorte van een veulen	57 keer
Ter voorkoming van het ziektebeeld	32 keer
Mijn paard/pony heeft dit ziektebeeld	19 keer
Interesse Meer over leren Meer over te weten komen	6 keer
Omdat ik het leuk vind om te volgen	1 keer
Mijn paard had hier al jaren last van	1 keer

Toelichting vraag 7:

Uit resultaten van de enquête is gebleken dat de meerderheid van de klanten het erg fijn vindt dat er in de online cursussen handige tips en toepasbare informatie gegeven wordt. Daarnaast geven de respondenten ook aan het fijn te vinden om duidelijkheid te krijgen over het ziektebeeld. Eén klant geeft aan weinig nieuws geleerd te hebben.

Wat heeft de online cursus jou opgeleverd?

96 antwoorden



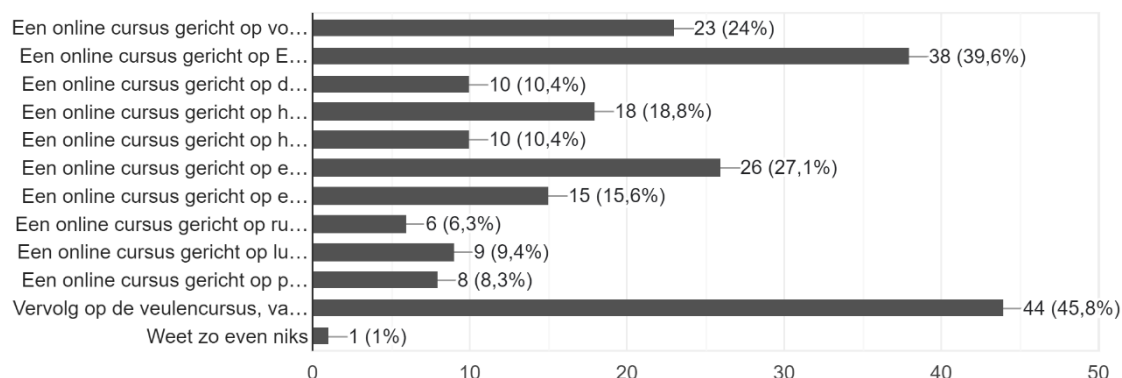
Figuur 7 - Wat heeft de online cursus opgeleverd? (Merle Slagers, 2022)

Toelichting vraag 8:

Er is veel behoefte aan een vervolg op de Veulen cursus, namelijk de periode van veulen tot jaarling. Dit wordt door 45% van de respondenten aangegeven. Daarnaast heeft 40% van de respondenten geantwoord graag een EHBO cursus te volgen gericht op het paard. Ook geeft 27% van de respondenten aan graag een cursus over wonden te volgen.

Welke onderwerpen zou je in een online cursus willen volgen? Staat het onderwerp er niet tussen, vul hem dan in bij anders!

96 antwoorden



Figuur 8 - Mogelijke onderwerpen voor online cursussen (Merle Slagers, 2022)

In figuur 8 konden helaas niet de volledige antwoorden op vraag 8 worden weergegeven, de volledige antwoorden staan vermeldt in tabel 5.

Tabel 5 – Uitkomsten vraag 8 van de enquête (Merle Slagers, 2022)

Reactie	Aantal keer gegeven	Percentage
Een online cursus gericht op voermanagement	23 keer	24%
Een online cursus gericht op EHBO bij paarden	38 keer	39,6%
Een online cursus gericht op de gezondheid van het paard	10 keer	10,4%
Een online cursus gericht op het voorkomen van sportblessures	18 keer	18,8%
Een online cursus gericht op huisvesting	10 keer	10,4%
Een online cursus gericht op eerste hulp bij wonden	26 keer	27,1%
Een online cursus gericht op de eerste hulp bij een kreupel paard	15 keer	15,6%
Een online cursus gericht op rugproblemen bij het paard	6 keer	6,3%
Een online cursus gericht op luchtwegproblemen	9 keer	9,4%
Een online cursus gericht op peesblessures bij het paard	8 keer	8,3%
Vervolg op de Veulen cursus, van veulen tot jaarling	44 keer	45,8%
Weet zo even niks	1 keer	1%

Toelichting vraag 9:

Wat zou volgens jou een goede aanvulling zijn op de online cursus? (open vraag)

Op de bovenstaande vraag werden meerdere antwoorden gegeven. De respondenten geven aan dat er behoefte is naar een Live Q&A waarin er een mogelijkheid is tot het stellen van vragen. Daarnaast wordt er ook aangegeven dat de cursus uitgebreider mag en meer beeldmateriaal mag gaan bevatten. In tabel 6 worden de geclusterde uitkomsten van vraag 9 weergegeven. In bijlage 4 worden alle antwoorden op vraag 9 vermeldt.

Tabel 6 – Uitkomsten vraag 9 van de enquête (Merle Slagers, 2022)

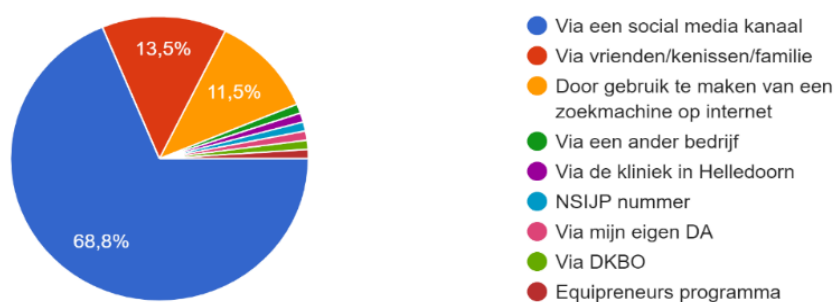
Reactie	Aantal keer gegeven
Live Q&A Live meetings	9 keer
Goed zo! Super cursus! Ik raad deze cursus iedereen aan	9 keer
Uitgebreider Meer praktische tips en voorbeelden Meer beeldmateriaal	7 keer
Online community Overleggen met andere deelnemers	3 keer
Delen van de cursus aan kunnen schaffen	1 keer

Toelichting vraag 10:

70% van de respondenten geeft aan in contact gekomen te zijn met Iris door social media gebruik. Daarnaast geeft ook 13% aan via vrienden/kennissen/familie in contact te zijn gekomen en 12% via het gebruik van een zoekmachine.

Hoe ben je in contact gekomen met Iris van Gulik Paardendierenarts?

96 antwoorden



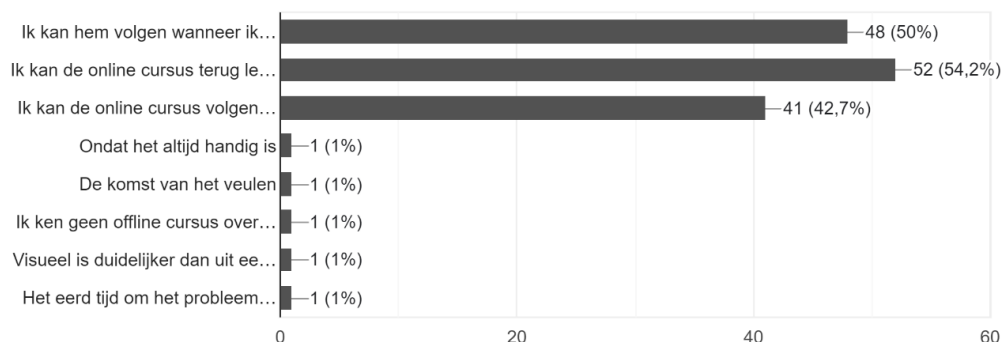
Figuur 9 – Reden tot contact met Iris van Gulik? (Merle Slagers, 2022)

Toelichting vraag 11:

De resultaten van deze vraag zijn vrijwel gelijk aan elkaar. Er springen drie antwoorden het meest naar voren. De respondenten geven aan het erg fijn te vinden dat een online cursus teruggelezen en bekeken kan worden. Ook geven de respondenten aan het prettig te vinden dat een online cursus op eigen tempo gevolgd kan worden, en daarnaast ook op een moment dat uitkomt.

Waarom heb je gekozen om een online cursus te volgen?

96 antwoorden



Figuur 10 - Reden tot volgen online cursus (Merle Slagers, 2022)

In figuur 10 konden helaas niet de volledige antwoorden op vraag 11 worden weergegeven, de volledige antwoorden staan vermeldt in tabel 7.

Tabel 7 – Uitkomsten vraag 11 van de enquête (Merle Slagers, 2022)

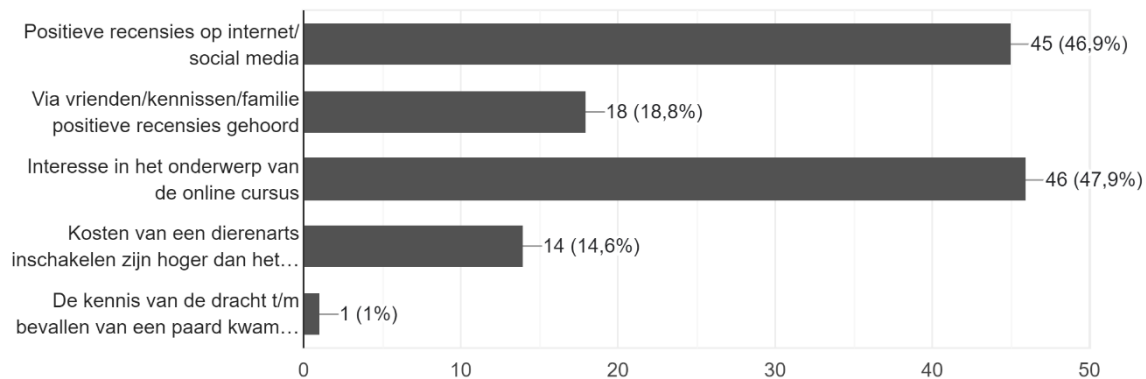
Reactie	Aantal keer gegeven	Percentage
Ik kan hem volgen wanneer ik wil	48	50%
Ik kan de online cursus terug lezen	52	54,2%
Ik kan de online cursus volgen op mijn eigen tempo	41	42,7%
Omdat het altijd handig is	1	1%
De komst van het veulen	1	1%
Ik ken geen offline cursus over veulens	1	1%
Visueel is duidelijker dan uit een boek	1	1%
Het eerd tijd om het probleem aan te pakken, en ik was klaar met alle dierenarts kosten.	1	1%

Toelichting vraag 12:

De respondenten geven twee duidelijke antwoorden in het besluit tot aankoop van een online cursus. Van de 96 respondenten geven er 45 mensen aan een aankoop te doen op basis van positieve recensies en 46 respondenten geven aan de aankoop vanuit interesse naar het onderwerp te doen. Daarnaast geven 18 respondenten aan dat vrienden/kennissen en familie een grote rol speelt in de beslissing tot aankoop.

Wat heeft jou doen besluiten tot aankoop van de online cursus?

96 antwoorden



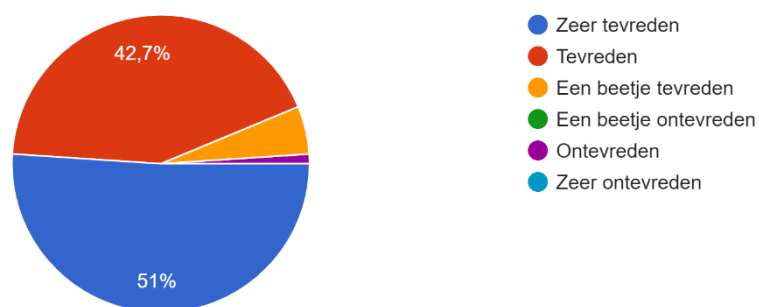
Figuur 11 - Besluitvorming bij aankoop online cursus (Merle Slagers, 2022)

Toelichting vraag 13:

51% van de respondenten geeft aan zeer tevreden te zijn met de online cursus. Daarnaast geeft 42% aan tevreden te zijn.

Hoe tevreden ben je met de online cursus?

96 antwoorden



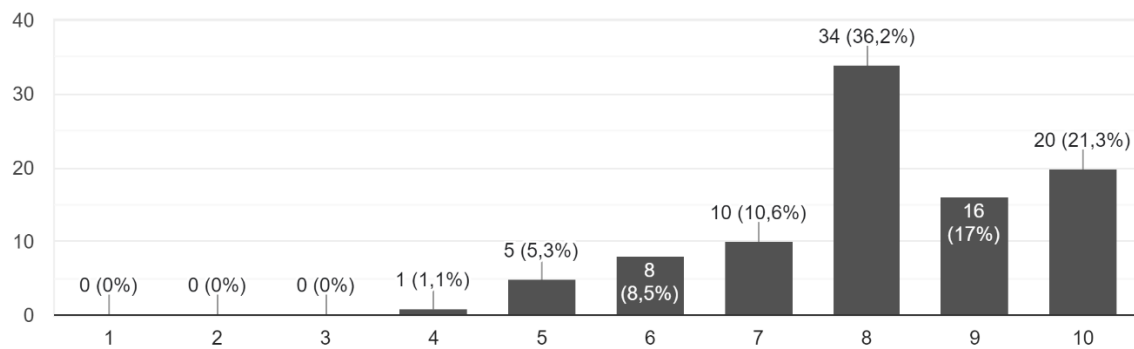
Figuur 12 - Tevredenheid van de klant (Merle Slagers, 2022)

Toelichting vraag 14:

Zoals hieronder weergegeven is het duidelijk zichtbaar dat de prijs/kwaliteit verhouding een ruime voldoende scoort. 75% van de respondenten geeft een 8 of hoger aan. Het bedrijf biedt de klant bij alle online cursussen voldoende in vergelijking met de prijs.

Wat vond je van de prijs/kwaliteit verhouding

94 antwoorden



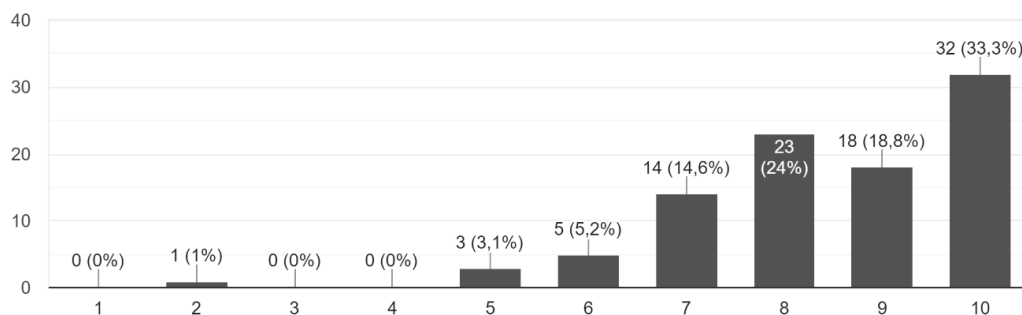
Figuur 13 - Prijs/kwaliteit verhouding (Merle Slagers, 2022)

Toelichting vraag 15:

Uit resultaat van de enquête blijkt dat de ruime meerderheid van de klanten aangeeft dat de online cursus aansluit bij de behoefte.

Sluit de online cursus aan bij je behoefte?

96 antwoorden



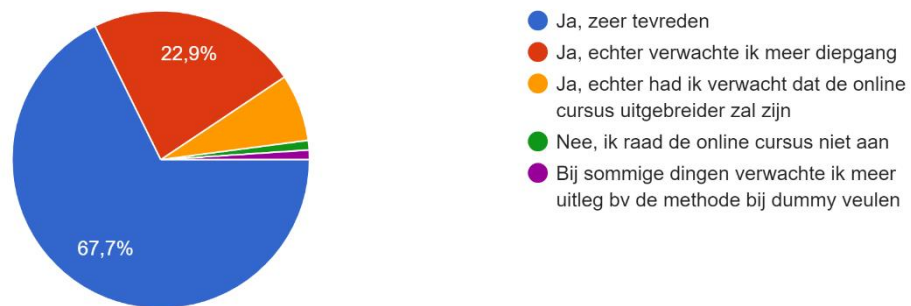
Figuur 14 - Aansluiting bij behoefte van de klant (Merle Slagers, 2022)

Toelichting vraag 16:

Bijna 70% van de respondenten geeft aan zeer tevreden te zijn met de aangekochte online cursus. Echter geeft 22% van de respondenten aan meer diepgang verwacht te hebben. 10% van de respondenten dacht dat de cursus uitgebreider zal zijn. 1 respondent raadt de cursus niet aan. Ook gaf 1 respondent als opmerking meer uitleg te willen over specifieke problemen.

Voldoet de online cursus aan uw verwachtingen?

96 antwoorden



Figuur 15 - Aansluiting bij verwachtingen (Merle Slagers, 2022)

Toelichting vraag 17:

Heb je verbeterpunten voor de online cursus? (open vraag)

In bijlage 5 zijn alle reacties op de bovenstaande vraag weergegeven, om een overzichtelijk beeld te kunnen krijgen van de reacties zijn deze geclusterd in de onderstaande tabel. Over het algemeen zijn deze positief, en daarnaast zitten er ook een aantal opmerkingen bij waar het bedrijf aan kan gaan werken.

Tabel 8 – Uitkomsten vraag 17 van de enquête (Merle Slagers, 2022)

Reactie	Aantal keer gegeven
Super! Ga zo door! Top cursus! Goede cursus!	12 keer
Meer diepgang De cursus was erg kort	10 keer
Mogelijkheid tot vragen stellen Live Q&A	3 keer
Delen verkopen	1 keer

5. Conclusie

Uit het onderzoek is gebleken dat de meerderheid van de respondenten zeer tevreden klant is bij Iris van Gulik Paardendierenarts. De klanten geven nauwelijks negatieve recensies. Door conclusies te trekken vanuit de vooraf opgestelde deelvragen zal uiteindelijk de hoofdvraag beantwoord kunnen worden.

Wat is de achtergrond van de klant?

De klanten van Iris van Gulik zijn voornamelijk vrouwen in de leeftijd van 18 – 45 jaar, waarbij het paard of de pony aan huis gestald staat. Dit sluit goed aan de beoogde doelgroep van Iris van Gulik. Dit wordt namelijk aangegeven in haar interview. Daarnaast geeft Iris vele tips en handig toepasbare informatie. Waarbij deze voornamelijk toepasbaar zijn als het management van het paard volledig in eigen beheer is. Op een pensionstalling of manege is dit namelijk moeilijker omdat er rekening gehouden moet worden met derden. Doordat Iris nu zichtbaar heeft dat de meerderheid van haar klanten de paarden aan huis heeft staan kan hier op de juiste manier rekening mee gehouden worden.

Waar bestaat de achterliggende behoefte van de klant uit?

Zoals te zien is in figuur 5 heeft 60% van de respondenten de Veulen cursus aangekocht. Dit kan mede komen doordat deze cursus het langst op de markt beschikbaar is. De meerderheid van de respondenten heeft dus behoefte aan extra informatie omtrent de geboorte van een veulen, dit komt ook naar voren in figuur 6. De klant wil daarnaast ook beschikken over handige tips en makkelijk toepasbare informatie. De achterliggende behoefte bij aanschaf van een cursus ligt dus bij de tekortkoming van medisch correcte informatie. Voor de meerderheid van de klanten van Iris van Gulik gaat dit om informatie omtrent de geboorte van een veulen.

Daarnaast speelt volgens de auteur van dit onderzoek ook emoties een grote rol bij aanschaf van de Veulen cursus. Dit komt voornamelijk omdat vooraf bij de geboorte van een veulen vaak al grote kosten gemaakt zijn, denk hierbij aan dekgeld, dierenartskosten en management van de drachtige merrie. Het zal dan erg jammer zijn als het veulen of de merrie rondom de geboorte een complicatie krijgt die de eigenaar gemakkelijk kan voorkomen door te beschikken over medisch correcte informatie.

Wat is de trigger tot aankoop van een cursus voor de klant?

De meerderheid van de respondenten geeft aan met Iris van Gulik in contact te zijn gekomen door het gebruik van social media. Dit kan via de diverse social media kanalen zoals Facebook en Instagram. De trigger tot aankoop van een online cursus is volgens de respondenten vaak een positieve recensie die vermeldt wordt op social media. Iris van Gulik plaatst meerdere keren per week recensies in de story's op Facebook en Instagram. Omdat de recensies in de story's worden weergegeven zien veel potentiële klanten de recensie, echter is het zo dat een story na 24 uur niet meer zichtbaar is voor de potentiële klant. Hier speelt Iris van Gulik slim op in door de recensies ook te plaatsen als post, hierdoor blijft de recensie zichtbaar voor de klant. Daarnaast worden er ook recensies geplaatst op Google en de website.

Een andere mogelijke trigger voor aankoop van een online cursus is dat een online cursus gemakkelijk terug te kijken is. De respondenten geven ook aan dit erg prettig te vinden. Daarnaast kan de online cursus ook gevolgd worden op elk moment van de dag, hierdoor kan de klant ook het

tempo zelf bepalen. De klanten van Iris van Gulik geven aan het fijn te vinden dat de cursus online gegeven wordt. Hierdoor voelt het niet als een verplichting en blijft het ondanks de nuttige informatie ook laagdrempelig.

Hoe ervaart de klant de online cursus?

Ongeveer 50% van de respondenten geeft aan zeer tevreden te zijn over de online cursus, daarnaast is ruim 40% tevreden. Dit is natuurlijk een goede score, echter is het zo dat de online cursussen juist verbeterd kunnen worden door de kritische opmerkingen van de klant. Want hierdoor kunnen de online cursussen juist steeds verder geoptimaliseerd worden.

Dat de online cursus aansluit bij de behoefte van de klant is erg belangrijk, want hierdoor komen klanten mogelijk terug voor een herhalingsaankoop. Ongeveer 90% van de respondenten geeft met een ruime voldoende aan dat de online cursus aansluit bij de behoefte van de klant. Iris van Gulik speelt met de online cursussen dus goed in op de vraag van de klant.

Hoofdvraag: In hoeverre past het huidige cursus aanbod van Iris van Gulik Paardendierenarts bij de vraag van de bestaande klant?

Iris van Gulik speelt met de online cursussen goed in op de vraag van de klant. Door middel van de enquête heeft Iris bevestigd gekregen dat de klanten in de leeftijdscategorie van 18 tot 45 jaar vallen. Deze leeftijdscategorie geldt voor alle online cursussen van Iris van Gulik Paardendierenarts.

De klanten van Iris van Gulik Paardendierenarts zijn (zeer) tevreden over de online cursussen. En daarnaast sluit de behoefte van de klant ook goed aan bij de bestaande online cursussen. Hetgeen waar Iris van Gulik mogelijk nog in kan verbeteren is door meer verdieping aan te bieden in de online cursussen. Hierbij kan er gedacht worden aan meer diepgang in mogelijke complicaties bij een geboorte van een veulen.

6. Aanbeveling

Uit het bovenstaande enquête is gebleken dat de klanten van Iris van Gulik Paardendierenarts (zeer) tevreden zijn over de online cursussen. Dit is natuurlijk positief, maar naar aanleiding van dit klantenonderzoek en de conclusie zijn er een aantal aanbevelingen ontwikkeld. Om op deze manier te zorgen dat de online cursussen nog verder geoptimaliseerd kunnen worden en daarnaast om te zorgen dat de vraag van de klant blijft aansluiten met het aanbod.

Allereerst wordt er aanbevolen om het aanbod van de online cursussen uit te bereiden met twee cursussen. Door het uitvoeren van de enquête kwamen er twee onderwerpen erg naar voren, namelijk een vervolg op de Veulen cursus, denk hierbij aan de leeftijd van veulen tot jaarling. Maar daarnaast was er ook veel interesse in een online EHBO cursus over het paard. Beide onderwerpen zouden goed aan kunnen sluiten bij de bestaande klanten van Iris van Gulik omdat beide onderwerpen praktisch zijn en gemakkelijk toepasbare informatie aan de klant kunnen bieden.

Daarnaast wordt er aanbevolen om meer diepgang toe te passen over diverse onderwerpen. Hierbij moet er gedacht worden aan specifieke complicaties tijdens het ziektebeeld. Ook zal de inzet van Live Q&A's bij aanschaf van een online cursus een goede toevoeging kunnen zijn. Dit zal potentiële klanten ook sneller doen besluiten tot de aankoop van een online cursus, ook zullen de Live Q&A's gepromoot kunnen worden bij de lancering van een online cursus. Door de Live Q&A's behoudt Iris van Gulik persoonlijk contact met de klant, waardoor de klant zich prettig gaat voelen binnen het bedrijf.

Bovendien wordt er aanbevolen om de enquête minimaal één keer per jaar te blijven herhalen. Door het uitvoeren van dit onderzoek krijgt het bedrijf inzichtelijk of het aanbod van de online cursussen nog steeds aansluit bij de behoefte van de klant. Daarnaast zullen de resultaten bij herhaling van de enquête ook geanalyseerd en vergeleken kunnen worden met voorgaande jaren. Op deze manier krijgt het bedrijf inzichtelijk welke acties er mogelijk ondernomen moeten worden.

7. Reflectie op eigen handelen

Graag zou ik terug willen kijken op mijn eigen handelen en de kennis die ik heb verkregen tijdens het uitvoeren van dit afstudeerwerkstuk.

In februari 2022 ben ik begonnen met het uitvoeren van mijn afstudeerwerkstuk. Dit is een onderdeel voor het afstuderen van mijn opleiding Bedrijfskunde en Agrifoodbusiness AD aan de Aeres Hogeschool in Dronten. In de beginfase van mijn afstudeerwerkstuk was ik erg zoekende. Dit kwam mede doordat ik over onvoldoende informatie beschikte om een volledig vraagstuk op te kunnen stellen om vanuit daar een plan van aanpak te kunnen maken.

Nadat ik na vele informatieve meetings met mijn afstudeerbegeleider Bart Bijsterveld inzichtelijk kreeg wat er van dit afstudeerwerkstuk verwacht werd ging het goed. Door het uitvoeren van literatuuronderzoek en het maken van een plan van aanpak kreeg mijn vooronderzoek steeds meer vorm. Uiteindelijk resulteerde dit in een GO.

Helaas moest ik geopereerd worden aan mijn schouder. Hierdoor heeft het verslag een aantal weken stil gelegen. Gelukkig werd mijn enquête door genoeg respondenten ingevuld om het beoogde betrouwbaarheidsniveau te kunnen behalen. Een aantal weken na mijn operatie ben ik begonnen met het analyseren van de verkregen informatie. Dit heb ik per vraag gedaan zodat er een overzichtelijk beeld verkregen werd, en de verkregen informatie ook gebruikt kan worden bij herhaling van de enquête. Nadat de informatie was geanalyseerd konden er conclusies getrokken worden waarna er aanbevelingen ontstonden.

Door het uitvoeren van het klantenonderzoek ben ik achter bepaalde informatie gekomen. Zo is de achtergrond en de behoefte van de bestaande klant bekend geworden, maar daarnaast ook de trigger die de klant doet bewegen tot aankoop van een online cursus. Aan de bestaande klanten van Iris van Gulik Paardendierenarts is ook gevraagd hoe hen de online cursussen ervaren. Doordat dit allemaal inzichtelijk is geworden kan het bedrijf beter inspelen op de behoefte van de bestaande klant.

Terugkijkend op dit afstudeerwerkstuk ben ik erg tevreden. Tuurlijk zijn er een aantal dingen die ik achteraf beter aan had kunnen pakken. Maar doordat voornamelijk in het proces van het vooronderzoek niet alles soepel verliep heb ik daar wel veel van geleerd. Want het schrijven van een afstudeeronderzoek hoeft in mijn ogen niet altijd soepel te verlopen, doordat het niet soepel verliep ben ik gaan kijken naar oplossingen om uiteindelijk wel mijn vooronderzoek op te kunnen stellen. Zo heb ik met verschillende bedrijven contact gezocht om op die manier aan voldoende literatuur te kunnen komen.

Ik ben erg blij dat mijn enquête hartelijk werd ontvangen door de bestaande klanten van Iris van Gulik. Dit vond ik zelf erg spannend omdat er nog niet eerder een enquête binnen het bedrijf had plaatsgevonden. Kortom het schrijven van het afstudeerwerkstuk verliep niet altijd even soepel maar ik ben blij dat er informatie is ontstaan waarmee het bedrijf in de toekomst verder kan.

Bijlagen

Bijlage 1: Overzichtstabel van de online cursussen

	Aantal modules	Aantal lessen	Duur van de cursus
Veulen cursus	Module 1: Wanneer gaat mijn merrie veulen? Module 2: De normale geboorte Module 3: De afwijkende geboorte Module 4: De nageboorte Module 5: Het pasgeboren veulen Module 6: Bonus	Module 1: Bestaat uit 4 lessen Module 2: Bestaat uit 2 lessen Module 3: Bestaat uit 2 lessen Module 4: Bestaat uit 2 lessen Module 5: Bestaat uit 4 lessen Module 6: Bestaat uit 2 lessen	Ongeveer 4 uur
Voorkom Koliek bij je Paard cursus	Module 1: Anatomie Module 2: Wat is koliek en welke soorten zijn er? Module 3: Maagzweren Module 4: Koliesignalen herkennen Module 5: Gebit Module 6: Wormen Module 7: Huisvesting Module 8: Drinkwater Module 9: Voeding Module 10: Risicofactoren koliek Module 11: Wat moet je doen als je paard koliek heeft? Module 12: Koliek voorkomen – Management beoordelen	Module 1: Bestaat uit 2 lessen Module 2: Bestaat uit 6 lessen Module 3: Bestaat uit 2 lessen Module 4: Bestaat uit 1 les Module 5: Bestaat uit 2 lessen Module 6: Bestaat uit 4 lessen Module 7: Bestaat uit 4 lessen Module 8: Bestaat uit 1 les Module 9: Bestaat uit 4 lessen Module 10: Bestaat uit 2 lessen Module 11: Bestaat uit 5 lessen Module 12: Bestaat uit 8 lessen	Ongeveer 8 uur
Bewust Ontwormen cursus	Module 1: Wormen Module 2: Ontwormen Module 3: Worm management Module 4: Bonus	Deze cursus bevat geen lessen	Ongeveer 2 uur
Maagzweren Voorkomen en Genezen cursus	Module 1: Wat zijn maagzweren? Module 2: Hoe behandel en voorkom je maagzweren?	Deze cursus bevat geen lessen	Ongeveer 2 uur

Bijlage 2: Inhoud van de enquête

Hallo,

Mijn naam is Merle Slagers, en ik studeer Bedrijfskunde en Agrifoodbusiness aan de Aeres Hogeschool in Dronten. Het afgelopen jaar heb ik met veel plezier stage mogen lopen bij Iris van Gulik Paardendierenarts. Momenteel ben ik bezig met het schrijven van mijn afstudeeronderzoek. En jij kan mij daarbij helpen!

Ik ben namelijk erg benieuwd naar jouw ervaringen met de door jou aangekochte cursus! En wees maar niet bang dat dit een hele lange enquête is, want deze enquête kan je gemakkelijk binnen 2 minuten invullen! Alvast bedankt!

Met vriendelijke groet,

Merle Slagers

1. Ik ben ...

- Man
- Vrouw
- Neutraal

2. Wat is uw huidige leeftijd?

- Jonger dan 18 jaar
- 18 – 25 jaar
- 26 – 45 jaar
- 46 – 67 jaar
- 68 jaar of ouder

3. Wat is uw relatie met paarden/pony's? Ik ben ... (meerdere antwoorden mogelijk)

- Recreatief ruiter/menner
- Professionele ruiter/menner
- Manegeruiter/ -menner
- Fokker van paarden/pony's
- Paardeneigenaar
- Paardenverzorger

4. Mijn paard of pony staat ...

- Aan huis
- Op een pensionstalling
- Op een manege
- Bij een kennis/familie etc.
- Ik ben niet in het bezit van een paard of pony

5. Ik heb de volgende online cursus(sen) aangekocht: (meerdere antwoorden mogelijk)

- Veulen cursus
- Voorkom Koliek bij je Paard cursus
- Maagzweren cursus
- Wormen cursus
- Combi maagzweren en wormen cursus

6. Waarom heeft u één of meerdere online cursussen van Iris van Gulik aangeschaft?:

- Mijn paard heeft dit ziektebeeld gehad.
- Ter voorbereiding op de geboorte van een veulen
- Ter voorkoming van het ziektebeeld
- Anders ...

7. Wat heeft de online cursus u opgeleverd? (meerdere antwoorden mogelijk)

- Meer duidelijkheid over het ziektebeeld
- Meer zelfvertrouwen ter voorkoming van problemen
- Handige tips en makkelijk toepasbare informatie
- Anders ...

8. Welke onderwerpen zou u in een cursus willen volgen?: (meerdere antwoorden mogelijk)

- Een online cursus gericht op voermanagement
- Een online cursus gericht op EHBO bij paarden
- Een online cursus gericht op de gezondheid van je paard
- Een online cursus gericht op het voorkomen van sportblessures
- Een online cursus gericht op huisvesting
- Een online cursus gericht op eerste hulp bij wonden
- Een online cursus gericht op eerste hulp bij een kreupel paard
- Een online cursus gericht op rugproblemen bij het paard
- Een online cursus gericht op longproblemen bij het paard
- Een online cursus gericht op peesblessures bij het paard
- Vervolg op de Veulen cursus, van veulen tot jaarling
- Anders ...

9. Wat zou volgens u een goede aanvulling zijn op de online cursus? (open vraag)

10. Hoe bent u in contact gekomen met Iris van Gulik Paardendierenarts?

- Via een social media kanaal van Iris (Instagram of facebook)
- Via vrienden/kennissen/familie
- Door gebruik te maken van een zoekmachine op internet
- Via een andere bedrijf
- Anders ...

11. Waarom heeft u gekozen om een online cursus te volgen? (Meerdere antwoorden mogelijk)

- Ik kan hem volgen wanneer ik er de behoefte aan heb
- Ik kan de cursus terug lezen/bekijken
- Ik kan de online cursus volgen op mijn eigen tempo
- Anders ...

12. Wat heeft u doen besluiten tot aankoop van de online cursus?

- Positieve recensies op internet/social media
- Via vrienden/kennissen/familie positieve recensies gehoord
- Interesse in het onderwerp van de cursus
- Kosten van een dierenarts inschakelen zijn hoger dan het volgen van de cursus, waardoor problemen voorkomen kunnen worden
- Anders ...

13. Hoe tevreden bent u met de online cursus?

- Zeer tevreden
- Tevreden
- Een beetje tevreden
- Een beetje ontevreden
- Ontevreden
- Zeer ontevreden

14. Wat vond u van de prijs/kwaliteit verhouding?

- Geef een score tussen de 1 (de prijs/kwaliteit verhouding klopt niet) en de 10 (de prijs/kwaliteit verhouding sluit goed aan)

15. Sluit de online cursus aan bij uw behoefte?

- Geef een score tussen de 1 (sluit niet aan) en 10 (sluit perfect aan)

16. Voldoet de cursus aan uw verwachtingen?

- Ja, zeer tevreden
- Ja, echter verwachtte ik iets meer diepgang
- Ja, echter had ik verwacht dat de online cursus groter zal zijn
- Nee, ik raad de cursus niet aan

17. Heeft u nog verbeterpunten voor de online cursus? (Open vraag)

Bijlage 3: Interview met Iris van Gulik

Wat is je missie, visie en strategie?

Mijn missie is om de gezondheidskennis van paarden bij paardeneigenaren te vergroten. En hierdoor de gezondheid en het welzijn van het paard te verbeteren. Ik zie namelijk in mijn werk veel problemen die voorkomen hadden kunnen worden als de eigenaar meer kennis had over het ziektebeeld en de bijbehorende verschijnselen.

Mijn visie is om paarden en paardeneigenaren te kunnen helpen met de kennis die ik kan overdragen. Dit doe ik met behulp van mijn online cursussen en door actief gebruik te maken van mijn social media platformen.

Iris van Gulik Paardendierenarts biedt een breed assortiment aan online cursussen, waardoor gezondheidsproblemen bij het paard voorkomen kan worden. Hierdoor verbeterd de gezondheid en het welzijn van het paard.

Hoe ben je op het idee gekomen om online cursussen te verkopen?

In 2021 ben ik voor mijzelf begonnen. Helaas speelde er toen al een tijdje corona. Ik merkte dat er steeds meer gebruik werd gemaakt van online platformen om online cursussen te volgen. Daarnaast merkte ik ook dat het online volgen van een cursus erg in de smaak viel, omdat de cursussen gevolgd kunnen worden op het tempo van de klant.

Hier ben ik op in gaan spelen door de online veulen cursus te ontwikkelen. Deze heb ik in mei 2021 gelanceerd. De online cursus liep zeer goed en de reacties waren erg positief. Doordat ik vele positieve reacties ontving ben ik meer online cursussen gaan maken. Ook groeide mijn bereik via social media sterk, hierdoor kreeg ik meer naamsbekendheid.

Wat is je doelgroep?

Mijn doelgroep is voornamelijk vrouw en valt binnen de leeftijdscategorie van 20 – 40 jaar. Daarnaast hebben zij de paarden aan huis staan. Dit zorgt ervoor dat de tips die ik geef aan mijn klanten, ook gemakkelijk toepasbaar zijn in de praktijk.

Heb je eerdere enquêtes uitgevoerd onder je klanten?

Momenteel heb ik nog geen eerdere enquêtes uitgevoerd. Helaas heb ik hier namelijk nog niet de tijd voor gevonden, aangezien ik duizenden ideeën heb. Echter zie ik natuurlijk wel het nut van het uitvoeren van een enquête. Want aan de hand van de ingevulde enquêtes kan ik hopelijk nog beter inspelen op de vraag van de klant.

Waarom wordt er geen enquête in de automatisering verstuurd na aanschaf van een online cursus?

Als ik heel eerlijk ben heb ik hier nog geen tijd voor gevonden. Het is gemakkelijk uit te voeren, maar het zal wel eerst geprogrammeerd moeten worden. Dit kost veel tijd. Daarnaast zal de verkregen informatie ook geanalyseerd moeten worden, voordat er een duidelijk beeld geschetst kan gaan worden. Als ik meer tijd over had dan had ik het zeker gedaan. Wel een puntje om mee te nemen!

Bijlage 4: Reacties vraag 9 van de enquête

Live Q&A	Dat je delen kan aanschaffen, dus niet in z'n geheel hoeft te kopen.
Een online community	Live meetings via zoom
Als het klopt heb je nu zo iets bijgevoegd en dat maagzweren hoe te voorkomen en hoe wat geven bijv. zodat het weg gaat	Iets meer diepgang
Meer praktische tips en voorbeelden	De mogelijkheid tot vraag en antwoord.
Eigenlijk niets, alles werd heel duidelijk en helder uitgelegd.	Online met elkaar kunnen sparren
Alles is duidelijk	Duidelijke cursus
Ik raad deze cursus iedereen aan!	Meer diepgang
Niks, ik hou van de checklists	Super cursus
Online meetings	Live meetings
Eens per maand vragen aan u kunnen stellen	Goede cursus, niks meer aan doen!
Uitgebreider	Online overleg met andere deelnemers
Geen idee	U een aantal vragen kunnen stellen online
Eigenlijk niks, cursus is goed zo!	Een community
Het ene is beknopt en het ander mag van mij uitgebreider. Maar veel geleerd!	Heel veel geleerd, maar misschien iets om vragen te stellen.
Vragen kunnen stellen	Filmpjes vond ik erg interessant, misschien meer beeldmateriaal
Eigenlijk niks;)	Zie hierboven

Bijlage 5: Reacties vraag 17 van de enquête

Ga zo door!	Heb ik al eens eerder doorgegeven maar een lijstje wat je echt nodig bent. Een kommetje, glijmiddel dit kan gaan gebruiken om de uier te melken.	Nee was leuk en veel aan gehad! Placenta bleef zitten en door snelle actie allemaal goed afgelopen na geven van oxytocine.
Top cursus!	Benieuwd naar alle andere cursussen!	Heel erg blij met de cursus! Door je cursus heb ik dit jaar mijn veulen en merrie kunnen redden. Ik wist namelijk door de cursus precies wat ik moest doen bij een red bag delivery! Heel erg bedankt!
Delen verkopen	Ik raad beide cursussen aan! Ben benieuwd wat voor cursussen je nog meer gaat maken!	Kan niet wachten op nieuwe cursussen!
Nee, het aanschaffen en volgen van de cursus is heel gemakkelijk	Ik vond de cursus erg kort	Door een kennis ben ik in contact gekomen met je cursus! Hierdoor wist ik precies wat ik kon verwachten bij het veulen! Een cursus die zeker het geld waard is!
Ik had gedacht dat de cursus uitgebreider zal zijn	Handige checklists!	Voor mij mag er meer diepgang in de cursus
Live Q&A en online community zodat je met elkaar kan sparren	Nee u bent top ga zo door	Top cursus! Hopelijk maak je er meer over jonge paarden/ opfok.
De cursus was erg kort	Uitleg over sommige onderwerpen waarom iets is.	Een cursus om iedereen aan te raden!
Nee	Sommige dingen worden veel herhaald terwijl andere dingen heel beknopt behandeld worden	Ik heb ook nog check je paard cursus gevolgd. Ook top!

Goede cursus	Heel blij met beide cursussen!	Top!
Veel geld, maar DA is duurder! Veel geleerd.	Mogelijkheid tot stellen van vragen	Aanvulling: vroeggeboorte
Goede cursus knap gemaakt en voor iedereen te begrijpen	Een cursus om aan de raden	Meer beeldmateriaal
Alles zeer helder, duidelijk en met beelden en filmpjes uitgelegd. Top!	Een goede cursus, die iedereen moet volgen!	Iets meer 'wat te doen als zich probleem a,b,c of d, voordoet. Wat te doen voor de dierenarts komt, daar is bij de bevalling weinig tijd om iets op te lossen. Bijv red bag delivery, wordt wel genoemd, maar niet wat te doen..
Erg korte cursus	Veel geleerd, ik raad het zeker aan!	Zoals genoemd live vragen stellen

Bibliografie

- 18 customer facts marketers can't ignore*. (2021, 11 5). Opgehaald van Branding strategy insider: <https://www.brandingstrategyinsider.com/18-customer-facts-marketers-cant-ignore/>
- Annemiek Nederpel. (2022, 1 31). *Social media onderzoek 2022*. Opgehaald van Frankwatching: <https://www.frankwatching.com/archive/2022/01/31/socialmedia-onderzoek-2022/>
- Charlotte Gunnink. (2016). *Nederland paardenland*. Opgehaald van KNHS: https://www.knhs.nl/media/11389/nederland-paardenland_web-v2.pdf
- HAS Hogeschool. (2021). *Hippische monitor*. 's-Hertogenbosch: HAS Hogeschool.
- Ineke Couwenberg. (2022, 6 30). *Paardenhouderij*. Opgehaald van ABAB: <https://www.abab.nl/markten/agro/paardenhouderij>
- KNHS zet actief in op paardenwelzijn en integriteit sport*. (2020, 7 6). Opgehaald van KNHS: <https://www.knhs.nl/nieuws/2020/knhs-zet-actief-in-op-paardenwelzijn-en-integriteit-sport/>
- Maaïke Gulden. (2020, 10 27). *Online cursus volgen*. Opgehaald van The Marketingfactory: <https://themarketingfactory.nl/online-cursus-volgen/>
- Medische internetinformatie zet consumenten mogelijk op verkeerde been*. (2017, 6 7). Opgehaald van De Consumentenbond: <https://www.consumentenbond.nl/nieuws/2017/medische-internetinformatie-zet-consumenten-mogelijk-op-verkeerde-been>
- Merle Slagers. (2022, 10 28). *Klantenonderzoek Paardendierenarts Iris van Gulik*. Opgehaald van Google Docs: <https://docs.google.com/forms/d/1bDxuAU799LIMOZBGbjaRZLZQS5xMD2niS6BHLKj0GqQ/e#responses>
- Sample size*. (2022, 7 14). Opgehaald van SurveyMonkey: <https://nl.surveymonkey.com/mp/sample-size/>
- Steekproefcalculator*. (2022, 7 12). Opgehaald van Alles over marktonderzoek: <https://allesovermarktonderzoek.nl/steekproef-algemeen/steekproefcalculator/>
- Voordelen E-Learning*. (2021, 7 20). Opgehaald van Pluvo: <https://www.pluvo.co/post/voordelen-e-learning>