

Literatuurlijst

A

Alles over marktonderzoek. (2015, april 3). allesovermarktonderzoek. Opgeroepen op juli 10, 2015, van steekproefcalculator: <http://www.allesovermarktonderzoek.nl/steekproef-algemeen/steekproefcalculator>

Autoverzekering voor vrouwen. (2015, juli 10). autoverzekering voor vrouwen. Opgeroepen op juli 10, 2015, van vergelijker: <http://www.autoverzekeringvoervrouwen.nl>

B

Baken adviesgroep. (2014, maart 11). Trends in de verzekeringsbranche in 2014. Opgeroepen op juli 5, 2015, van Baken adviesgroep: <http://www.bakenadviesgroep.nl/trends-in-de-verzekeringsbranche-in-2014/>

Bertels, T. (2015). Businesscase fiets. Amsterdam: onna-onna.

C

Centraal Bureau voor de statistiek. (2015, juli 10). statline.cbs. Opgeroepen op juli 10, 2015, van publication: <http://statline.cbs.nl/Statweb/publication/?DM=SLNL&PA=70957ned&D1=0&D2=1&D3=I&D4=1&D5=22-27&D6=I&HDR=G5,G3,G4,G2,T&STB=G1&VW=T>

Congres Magazine. (2015, maart 17). Congres Magazine. Opgeroepen op juli 10, 2015, van Crowdshaping geef de mensen wat ze willen: <http://congresmagazine.nl/crowdshaping-geef-de-mensen-wat-ze-willen/>

D

Ditzo. (2015, juli 10). Ditzo. Opgeroepen op juli 10, 2015, van autoverzekering: https://www.ditzo.nl/autoverzekering/premie?OB1_KENTEKE=SBBH66

E

Eggen, H. (2012, juli 26). veiligheid en rechts. Opgeroepen op april 23, 2015, van www.cbs.nl: <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/veiligheid-recht/publicaties/artikelen/archief/2012/2012-3654-wm.htm>

Essen, J. (2015, april 9). 7 trends die de verzekeringsbranche in de gaten moet houden. Opgeroepen op juli 5, 2015, van Finance innovation: <http://www.financeinnovation.nl/7-trends-die-de-verzekeringsbranche-de-gaten-moet-houden/>

F

Fietsberaad. (2013, mei). Feiten over de elektrische fiets. Opgeroepen op maart 26, 2015, van www.fietsberaad.nl: http://www.fietsberaad.nl/library/repository/bestanden/Fietsberaadpublicatie_24_Feiten_over_de_elektrische_fiets_versie_1.pdf

Fietzersbond. (2015). de feiten - fietsen cijfers. Opgeroepen op maart 26, 2015, van www.fietzersbond.nl: <http://www.fietzersbond.nl/de-feiten/fietsen-cijfers#.VRPWO1xKj3c>

Fietsnet.nl. (2014). Moederfietsen. Opgeroepen op maart 28, 2015, van www.fietsnte.nl: <http://www.fietsnet.nl/moederfietsen/informatie>

G

Geest, R. v. (2013, mei 23). fietsverzekering in stad duur. Opgeroepen op april 23, 2015, van www.nu.nl: <http://www.nu.nl/geldzaken/3482597/fietsverzekering-in-stad-duur.html>

Google Translate. (2015, juli 10). Google . Opgeroepen op juli 10, 2015, van Translate:

<https://translate.google.nl/#en/nl/purpose>

H

Hartman, E. (2013, april 29). Frankwatching. Opgeroepen op juli 11, 2015, van Ontwikkel je eigen contentstrategie in 12 stappen: <http://www.frankwatching.com/archive/2013/04/29/ontwikkel-je-eigen-contentstrategie-in-12-stappen/>

Hendriks, H. (sd). veiligheid en recht. Opgehaald van www.cbs.nl: <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/veiligheid-recht/publicaties/artikelen/archief/2005/2005-1724-wm.htm>

Holties, B. (2015). Sales en retentie rapportage 2014. onna-onna.

K

Keller, K. L. (2010). Strategisch merkenmanagement. Amsterdam: Pearson Education Benelux B.V.

M

Mailplus. (2015, april 17). Genericservice. Opgeroepen op juli 05, 2015, van mailplus: <https://m9.mailplus.nl/genericservice/code/servlet/GenericService>

marketingtermen.nl. (2015). naamsbekendheid. Opgeroepen op juli 04, 2015, van Marketingtermen: <http://www.marketingtermen.nl/begrip/naamsbekendheid>

Meerburg, G. (2015, juni 29). Directeur. (N. v. Kleij, Interviewer)

Michels, W. (2012). Communicatie handboek (Vol. 3). Houten, Groningen: Noordhoff Uitgevers.

Michels, W. (2013). Communicatiestrategie. Houten, Groningen: Noordhoff uitgevers B.V.

O

(2015, juni 8). Online survey hipsters - fietsverzekerng. (M. v. Hooren, Interviewer)

(2015, april 04). Online survey huidige klanten - fietsverzekering. (M. v. Hooren, Interviewer)

(2015, april 20). Online survey potentiële klanten - fietsverzekering. (M. v. Hooren, Interviewer)

onna-onna. (2015, juni 01). Klantervaringen. Opgeroepen op juli 05, 2015, van onna-onna: <http://www.onna-onna.nl/over-ons/klantervaringen>

onna-onna. (2015, april 20). onna.onna. Opgeroepen op juli 05, 2015, van Facebook: <https://www.facebook.com/onna.onna>

onna-onna. (2015, juli 10). onna-onna. Opgeroepen op juli 10, 2015, van autoverzekering: <http://www.onna-onna.nl/autoverzekering>

onna-onna. (2014). uitgangspunten strategie onna-onna. Amsterdam: Bertels, Tim.

(2015, juni 29). Panelgesprek. (M. v. Hooren, Interviewer)

P

Prof. dr. Verhage, B. (2009). Grondslagen van de marketing. Houten: Noordhoff uitgevers.

R

Riel, C. v. (2010). Identiteit en imago (Vol. 4). Den Haag: Sdu uitgevers.

Riezebos, R. G. (2011). mdc-model van positioneren. Opgeroepen op juni 24, 2015, van Rikriezebos: <http://www.rikriezebos.nl/details/modellen/mdc-model-van-positioneren.html>

Riezebos, R. (2002). Merkenmanagement. Houten: Wolters-Noordhoff bv.

Riezebos, R., & Grinten, J. v. (2011). Positioneren. Den Haag: Boom Lemma uitgevers.

Rooyen, J. (2015, juni 23). Fietsenhandelaar. (M. v. Hooren, Interviewer)

S

strategischmarketingplan.com. (2015). vijf krachtenmodel. Opgeroepen op juli 4, 2015, van strategisch marketingplan: <https://www.strategischmarketingplan.com/marketingmodellen/vijf-krachten-model-porter/>

T

Traffic test. (2003, maart 11). Reisgedrag kinderen basisschool. Opgeroepen op maart 28, 2015, van www.fietsersbond.nl: http://www.fietsberaad.nl/library/repository/bestanden/ubladTT02_0951.pdf

V

Verhoeven, N. (2014). Wat is onderzoek? Den Haag: Boom Lemma Uitgevers.

Visser, M., & Sikkenga, B. (2012). Basisboek online marketing - van strategie tot conversie (Vol. 1). Houten, Groningen: Noordhoff Uitgevers.

Z

Zijrijdtbeter. (2015, juli 10). zijrijdtbeter. Opgeroepen op juli 10, 2015, van home: <http://www.zijrijdtbeter.nl>

Bijlage I: Methodologieschema

Probleemstelling: onna-onna heeft geen zicht op hoe de fietsverzekeringsmarkt in elkaar steekt, welke doelgroep ze moeten aantrekken en hoe ze deze moeten benaderen.			
Hoofdvraag: Hoe kan onna-onna met de fietsverzekering positief onder de aandacht komen en op deze manier naamsbekendheid genereren bij de gewenste doelgroep?			
Micro analyse	Meso analyse	Communicatie analyse	Macro analyse
Deelvragen 1.1 Hoe ziet de huidige organisatie eruit? 1.2 Wat is de huidige financiële situatie? 1,3 Wat is de huidige strategie? 1.4 Wat is de huidige, gepercipieerde en gewenste identiteit? 1.5 Wat is het huidige en gewenste imago	Deelvragen 2.1 Wat is het profiel van de huidige klant? 2.2 Wat is het profiel van de potentiële fietsverzekeringsklant? 2.3 Hoe doorloopt de customer journey van de potentiële fiets-verzekeringsklant? - inspiratiefase - oriëntatiefase - aankoopfase - naloopfase	Deelvragen 3.1 Wat zijn de huidige online communicatiemiddelen? 3.2 wat zij de huidige offline communicatiemiddelen? 3.3 Op welke social-media kanalen is onna-onna actief? 3.4 Wat is van communicatiemiddelen nodig voor de invulling van het fietsverzekeringspakket?	Deelvragen 4.1 Wat is de huidige concurrentiepositie op het gebied van fiets(verzekeringen)? 4.2 Watis de huidige concurrentiepositie op het gebied van vrouwen(verzekeringen) binnen de doelgroep?

Onderzoek modellen: 1.1 CBBE-model 1.2 Business canvas model Onderzoeksinstrumenten: Deskresearch - Google analytics - Bestaande enquêtes Fieldresearch: - observatie	Onderzoek modellen: 2.1 Customer journey Map / Onderzoeksinstrumenten: Deskresearch - Google analytics - Bestaande enquêtes Fieldresearch: - Enquete - Panelgesprek	Onderzoek modellen: Onderzoeksinstrumenten: Deskresearch - customer journey documenten onna-onna - klantcommunicatie documenten	Onderzoek modellen: 4.1 Benchmark model 4.4 Benchmarkmodel Onderzoeksinstrumenten: Deskresearch - marktonderzoek documenten onna-onna - wetenschappelijke artikelen
Strategisch adviesplan			

Bijlage II: Online survey – klanten

Populatie:

- Vrouwen
- 25-55 jaar
- klant bij onna-onna

Middel:

Mailplus/Typeform

Subjectline:

Heb jij iets te vertellen? Kom kletsen bij onna-onna!

Naam enquête:

Kletsen met onna-onna

Introductietekst:

Beste <naam>,

We hebben een primeur voor je: ... tromgeroffel... onna-onna komt binnenkort met een nieuwe verzekering... Voor je fiets!

Hoe is dat?! Wij vinden het in ieder geval supertof, maar we willen heel graag weten wat jij vindt! Want jij kent onna-onna natuurlijk als geen ander.

Wat vind jij?

We hebben een paar korte vragen voor je, kost je echt nog geen tien minuten ;-). Je doet ons er een groot plezier mee en onder de deelnemers verloten we vijf onna-onna sleutelhangers. Erg populair onder onze onna-onna die hards, maar dit zijn echt de aller-allerlaatsten!!! Kunnen we op je rekenen?

Super bedankt alvast!

<button doe mee>>

Hartelijke groet,

Manon

Team onna-onna

1. Hoe woon je?

- ☐ Alleen
- ☐ Ik heb een partner
- ☐ Ik heb een partner met kinderen
- ☐ Ik ben alleen met kinderen

2. Heb je een eigen fiets?

- ☐ ja, ik heb één fiets
- ☐ ja, ik heb 2 of meerdere fietsen
- ☐ Nee, ik heb geen fiets → ga naar vraag 5, sla vraag 7 t/m 9 over

3. Hoeveel fietsen zijn er in je huishouden?

- ☐ 1 fiets
- ☐ 2 fietsen
- ☐ 3 fietsen
- ☐ 4 fietsen
- ☐ 5 of meer fietsen

4. Hoe vaak gebruik je jouw fiets?

- ☐ ja, dagelijks
- ☐ ja, 1 of meerdere keer per week
- ☐ ja, 1 keer in de twee weken
- ☐ ja, 1 keer per maand of minder
- ☐ Nee, ik gebruik mijn fiets nauwelijks

5. Hoe vaak gebruiken je gezinsleden een fiets?

- ☐ Dagelijks
- ☐ 1 of meerdere keer per week
- ☐ 1 keer in de twee weken
- ☐ 1 keer per maand of minder
- ☐ De gezinsleden gebruiken zelden een fiets

6. Wat voor soort fietsen gebruiken jullie? (meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ Stadsfiets
- ☐ Mamafiets
- ☐ Elektrische fiets/ e-bike
- ☐ Bakfiets
- ☐ Kinderfiets
- ☐ Racefiets
- ☐ Ligfiets

- ☐ Oma fiets
- ☐ Vouwfiets
- ☐ Anders, namelijk

Zo, nu genoeg over anderen gekletst ;-). Let's talk about you.....en je fiets.

7. Wat betekent een fiets voor jou?

.....

8. Wat is de aankoopprijs van je fiets(en)?

.....

9. Welke fietsverzekeringen ken je, al is het alleen van naam?

.....

10. Welke fietsverzekeraars ken je? (meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ ANWB
- ☐ Allianz
- ☐ Univé
- ☐ Unigarant
- ☐ Enra
- ☐ Hema
- ☐ Meeus
- ☐ Verzekeruzelf
- ☐ Klaverblad
- ☐ Anders, namelijk

11. Heb je een fietsverzekering?

- ☐ Ja
- ☐ Nee → naar deel 2, vraag 1

11b. Waarom heb je wel of niet een fietsverzekering?

.....

Deze specifiek maken voor de wel en de geen fietsverzekeringen.

12. Bij wie heb je een fietsverzekering?

- ☐ ANWB
- ☐ Allianz
- ☐ Univé
- ☐ Unigarant
- ☐ Enra
- ☐ Hema
- ☐ Meeus
- ☐ Verzekeruzelf
- ☐ Klaverblad
- ☐ Anders

onna-onna is voor mij...	Altijd	Meestal	Soms	Vaak niet	Nooit
Betrouwbaar					
Behulpzaam					
Persoonlijke aandacht					
Begrijpelijk					
Plezierig					

12b. Hoe heb je deze verzekering gevonden?

- ☐ Via mijn fietsenhandelaar
- ☐ Via mijn tussenpersoon
- ☐ Via mijn huidige verzekeraar
- ☐ Via reclame
- ☐ Via een online zoektocht
- ☐ Via social media/ recensies
- ☐ Via vrienden/familie
- ☐ Anders, namelijk:.....

12c. Waarom heb je voor deze fietsverzekering gekozen?

.....

We horen natuurlijk ook graag wat je van onna-onna vindt!

1. Waar denk je aan bij onna-onna?

- ☐ Betrouwbaar
- ☐ Behulpzaam
- ☐ Persoonlijke aandacht
- ☐ Alleen voor vrouwen
- ☐ Begrijpelijk
- ☐ Plezierig
- ☐ Onderscheidend
- ☐ Financiële dienstverlener
- ☐ Goede prijs- kwaliteitverhouding
- ☐ Anders, namelijk

Onderscheidend					
Financiële dienstverlener					
Goede prijs- kwaliteitverhouding					

2. Wat is je indruk van onna-onna??

3. Vind je het leuk om verder met ons te kletsen?

- ☐ Ja, dat vind ik leuk!
- ☐ Nee, liever niet

4. Wil je ons nog iets vragen of vertellen?

.....

Einde vragenlijst

Yes, you made it!

Echt, enorm bedankt! Dankzij jou kunnen we onna-onna verbeteren én onze fietsverzekering naar jouw smaak maken.

Hartelijke groet!

Manon

Community manager @onna-onna

Bijlage III : Aanpak enquête niet-klanten verspreiding

Mogelijkheden:

1. Eigen netwerk

Aantal verwacht te werven	50 respondenten
Aanpak	link uit mailplus halen en direct mails gaan sturen naar vrienden, familie en collega's en het te delen op sociale media als; Facebook, LinkedIn en Twitter.
Wie	Manon

2. Laten delen door medewerkers

Aantal verwacht te werven	20 respondenten
Aanpak	Link mailen en laten delen vanuit mijn persoonlijke Facebookpagina. * medewerkers mogen zelf niet meedoen.

Wie	Manon, vermelden in de dinsdag stad-up
-----	--

3. Online campagne

Aantal verwacht te werven	100 respondenten
Aanpak	Facebook campagne opzetten voor de doelgroep en ze "lokken" met een goodie (ipadhoes, fiets, korting op verzekering)
Wie	Uitzoeken door Manon of Bernd/Monique

4. Vragen aan partners

Aantal verwacht te werven	150 respondenten
Aanpak	Partners: A.A.S, Kwit-fit, SEC, Uber, Mijn autocoach, Q-park Partners benaderen en de mailing laten rondsturen onder hun klanten
Wie	Manon

5. Prospects

Aantal verwacht te werven	100 respondenten
Aanpak	Prospects mailadressen selecteren uit Mailplus, en de mailing versturen.
Wie	Manon en Bernd

Totaal aantal respondenten door schatting: 420

Benodigd aantal respondenten door steekproef: 335

Het is hierbij belangrijk dat onna-onna niet genoemd wordt in de werving. Aan het einde wordt namelijk de naamsbekendheid van onna-onna getoetst. Anders gaat de kracht van dit onderdeel verloren.

To do:

- afzender adres en respond adres veranderen
- opmaak onna-onna in de enquête verwijderen
- (- een goed functionerende papierenversie van enquête maken, om eventueel uit te delen)

Worst case senario:

Wat als ik aan het einde van week 18 nog niet genoeg respondenten heb, zijn er meerdere opties:

- op straat enquêteren
- nogmaals de partners vragen
- online campagne opschroeven

Begin week 19 moeten genoeg respondenten de enquête ingevuld hebben.

Bijlage IV : Enquete niet-klanten

Populatie:

- Vrouwen
- 25-55 jaar
- modaal inkomen

Middel:

Mailplus

Subjectline:

Lente: we gaan weer fietsen! Mag ik je wat vragen <naam>?

Hallo,

Het is weer lente! Tijd om met je fiets erop uit te gaan. Een Nederlandse verzekeraar wil heel graag weten of ze naast autoverzekeringen ook een fietsverzekering kan maken. Daarom willen we weten wat jij belangrijk vindt aan een fietsverzekering.

Wat vind jij?

We hebben een paar korte vragen voor je, kost echt nog geen tien mintuten ;-) Je doet er ons een groot plezier mee en onder de deelnemers verloten we vijf ipadhoezen. Kunnen we op je rekenen?

Super bedankt alvast!

Hartelijke groet,

Manon van Hooren

Student Fontys Hogeschool Eindhoven

1. It's a womans only enquete, dus even een test.

- ☐ Vrouw
- ☐ Man

2. Wat is je geboortedatum?

.....

3. Wat is je postcode?

4. Hoe woon je?

- ☐ Alleen
- ☐ Ik heb een partner
- ☐ Ik heb een partner met kinderen
- ☐ Ik ben alleen met kinderen

5. Heb je een eigen fiets?

- ☐ ja, ik heb één fiets
- ☐ ja, ik heb 2 of meerdere fietsen

- ☐ Nee, ik heb geen fiets → ga naar vraag 5, sla vraag 7 t/m 9 over

6. Wat is de aankoopprijs van je fiets(en)?

.....

7. Hoeveel fietsen zijn er in je huishouden?

- ☐ 1 fiets
☐ 2 fietsen
☐ 3 fietsen
☐ 4 fietsen
☐ 5 of meer fietsen

8. Hoe vaak gebruik je jouw fiets?

- ☐ ja, dagelijks
☐ ja, 1 of meerdere keer per week
☐ ja, 1 keer in de twee weken
☐ ja, 1 keer per maand of minder
☐ Nee, ik gebruik mijn fiets nauwelijks

9. Hoe vaak gebruiken je gezinsleden een fiets?

- ☐ Dagelijks
☐ 1 of meerdere keer per week
☐ 1 keer in de twee weken
☐ 1 keer per maand of minder
☐ De gezinsleden gebruiken zelden een fiets

10. Wat voor soort fietsen gebruiken jullie? (meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ Stadsfiets
☐ Mamafiets
☐ Elektrische fiets/ e-bike
☐ Bakfiets
☐ Kinderfiets
☐ Racefiets
☐ Ligfiets
☐ Oma fiets
☐ Vouwfiets
☐ Anders, namelijk

Let's talk about you.....en je fiets.

11. Wat betekent een fiets voor jou?

.....

12. Welke fietsverzekeringen ken je, al is het alleen van naam?

.....

13. Welke fietsverzekeraars ken je? (meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ ANWB
- ☐ Allianz
- ☐ Univé
- ☐ Unigarant
- ☐ Enra
- ☐ Hema
- ☐ Meeus
- ☐ Verzekeruzelf
- ☐ Klaverblad
- ☐ Anders, namelijk

14. Heb je een fietsverzekering?

- ☐ Ja
- ☐ Nee → naar deel 2, vraag 1

15. Waarom heb je wel of niet een fietsverzekering?

.....

16. Bij wie heb je een fietsverzekering?

- ☐ ANWB
- ☐ Allianz
- ☐ Univé
- ☐ Unigarant
- ☐ Enra
- ☐ Hema
- ☐ Meeus
- ☐ Verzekeruzelf
- ☐ Klaverblad
- ☐ Anders

17. Hoe heb je deze verzekering gevonden?

- ☐ Via mijn fietsenhandelaar
- ☐ Via mijn tussenpersoon
- ☐ Via mijn huidige verzekeraar
- ☐ Via reclame
- ☐ Via een online zoektocht
- ☐ Via social media/ recensies
- ☐ Via vrienden/familie
- ☐ Anders, namelijk:.....

18. Waarom heb je voor deze fietsverzekering gekozen?

.....

1. Ken je onna-onna?

- ☐ Ja
- ☐ Nee → einde vragenlijst

2. Waar ken je onna-onna van?

- Via mijn fietsenhandelaar
- Via mijn tussenpersoon
- Via mijn huidige verzekeraar
- Door middel van reclame
- Via een online zoektocht
- Via social media/ recensies
- Via vrienden/familie
- ☐ Anders, namelijk:.....

3. Waar denk je aan bij onna-onna?

- ☐ Betrouwbaar
- ☐ Behulpzaam
- ☐ Persoonlijke aandacht
- ☐ Begrijpelijk
- ☐ Plezierig
- ☐ Onderscheidend
- ☐ Financiële dienstverlener
- ☐ Goede prijs- kwaliteitverhouding
- ☐ Anders, namelijk

4. Wat is je indruk van onna-onna? Wil je aangeven of je het eens of oneens bent met het onderstaande aspect?

...

5. Vind je het leuk om verder met ons te kletsen?

- ☐ Ja, dat vind ik leuk!
- ☐ Nee, liever niet

Naam:

e-mailadres:.....

telefoonnummer:.....

6. Wil je ons nog iets vragen of vertellen?

.....

Einde vragenlijst

Yes, you made it!

Echt, enorm bedankt! De Nederlandse verzekeraar is onna-onna en is 100% dochteronderneming van AEGON. Dankzij jou kunnen we onna-onna verbeteren én onze fietsverzekering naar jouw smaak maken.

Hartelijke groet!

Manon van Hooren

Bijlage V: Enquête analyse

Representatie per woonsituatie klanten:

Alleen: 33%

Alleen met kinderen: 9%

Partner: 40%

Partner met kinderen: 18%

Totaal: 1057 vrouwelijke klanten van 25-55 jaar

Representatie per woonsituatie potentiële klanten:

Alleen: 23%

Alleen met kinderen: 2%

Partner: 32%

Partner met kinderen: 42%

Totaal: 163 vrouwelijke potentiële klanten van 25-55 jaar

Fietsverzekering		
Klanten	Ja	Nee
Alleen	13%	87%
Alleen met kinderen	13%	87%
Partner	13%	87%
Partner met kinderen	18%	82%
Potentiële klanten	Ja	Nee
Alleen	16%	76%
Alleen met kinderen	25%	50%
Partner	12%	79%
Partner met kinderen	26%	62%

Aantal fietsen				
Klanten	1 fiets	2 fietsen	3 fietsen	4 of meer fietsen
Alleen	59%	28%	9%	5%
Alleen met kinderen	15%	30%	35%	20%
Partner	8%	43%	27%	21%
Partner met kinderen	6%	19%	26%	49%
Potentiële klanten	1 fiets	2 fietsen	3 fietsen	4 of meer

				fietsen
Alleen	42%	37%	5%	8%
Alleen met kinderen	0%	75%	0%	25%
Partner	6%	38%	15%	29%
Partner met kinderen	4%	12%	22%	55%

Gebruik fiets		
Klanten	Dagelijks	1 of meer keer per week
Alleen	24%	38%
Alleen met kinderen	33%	34%
Partner	24%	37%
Partner met kinderen	24%	47%
Potentiële klanten	Dagelijks	1 of meer keer per week
Alleen	55%	23%
Alleen met kinderen	25%	50%
Partner	44%	29%
Partner met kinderen	35%	30%

Kosten fiets				
Klanten	< €100	€100- €500	€500- €1000	€1000- €5000
Alleen	18%	40%	31%	11%
Alleen met kinderen	9%	43%	44%	4%
Partner	15%	42%	30%	13%
Partner met kinderen	8,5%	37,5%	38%	16%
Potentiële klanten	< €100	€100- €500	€500- €1000	€1000- €5000
Alleen	21%	34%	26%	8%
Alleen met kinderen	0%	0%	50%	25%
Partner	23%	23%	21%	21%
Partner met kinderen	7%	35%	36%	14%

Soort fiets							
Klanten	Stad-	Kinder-	Mama-	Oma-	E-bike	Sport-	Bak-
Alleen							
Alleen met kinderen	81%	26%	23%	20%	9%	9%	0,01%

Partner	87%	0,4%	3%	25%	5%	35%	1%
Partner met kinderen	79%	34%	38%	30%	10%	26%	23%
Potentiële klanten	Stad-	Kinder-	Mama-	Oma-	E-bike	Sport-	Bak-
Alleen							
Alleen met kinderen	57%	14%	0%	14%	14%	0%	0%
Partner	45%	0%	0%	16%	5%	31%	2%
Partner met kinderen	42%	23%	13%	5%	3%	12%	2%

Bekendheid fietsverzekering						
Klanten	Enra	ANWB	Hema	Unigarant	Univé	Geen/ weet niet
Alleen	5%	12%	3%	4%	4%	74%
Alleen met kinderen	4%	12%	4%	3%	3%	72%
Partner	4%	14%	5%	5%	3%	69%
Partner met kinderen	2%	13%	2%	8%	4%	69%
Potentiële klanten	Enra	ANWB	Hema	Unigarant	Univé	Geen/ weet niet
Alleen	3%	16%	5%	5%	10%	71%
Alleen met kinderen	0%	0%	0%	0%	0%	100%
Partner	0%	12%	4%	4%	4%	73%
Partner met kinderen	6%	6%	0%	17%	3%	78%

Customer journey						
Klanten	Fietsenhandel	Online search	Fietsplan	Vrienden	Huidige verzekering	Weet niet
Alleen	11%	2%	0,5%	0%	0,5%	87%
Alleen met kinderen	11%	0,5%	0%	0,5%	0%	87%
Partner	10%	2%	0,5%	0%	0,5%	87%
Partner met kinderen	13%	3%	1%	0%	1%	83%
Potentiële klanten	Fietsenhandel	Online search	Fietsplan	Vrienden	Huidige verzekering	Weet niet
Alleen	14%	0%	0%	0%	0%	86%
Alleen met kinderen	0%	0%	25%	0%	0%	75%

Partner	6%	4%	0%	0%	2%	88%
Partner met kinderen	25%	1%	0%	0%	0%	75%

Waarom fietsverzekering			
Klanten	Fiets te duur	Via fietsplan	Tegen diefstal/schade
Alleen	70%	6%	24%
Alleen met kinderen	20%	0%	90%
Partner	39%	10%	48%
Partner met kinderen	44%	50%	6%
Potentiële klanten	Fiets te duur	Via fietsplan	Tegen diefstal/schade
Alleen	0%	0%	100%
Alleen met kinderen	0%	100%	0%
Partner	20%	0%	90%
Partner met kinderen	70%	6%	24%

Waarom keuze deze fietsverzekering				
Klanten	Aanbod Fietsenhandel	Goede verzekering	Fietsplan	Weet niet
Alleen	8%	3%	1%	87%
Alleen met kinderen	7%	3%	0%	90%
Partner	7%	4%	1%	88%
Partner met kinderen	6%	9%	2%	83%
Potentiële klanten	Aanbod fietsenhandel	Goede verzekering	Fietsplan	Weet niet
Alleen	8%	5%	0%	84%
Alleen met kinderen	25%	0%	0%	75%
Partner	6%	6%	0%	88%
Partner met kinderen	12%	4%	0%	84%

Waarom geen fietsverzekering

Klanten	Fietsverzekering te duur	Fiets is het niet waard	Nooit aan gedacht	Niet nodig
Alleen	7,5%	25%	10%	16%
Alleen met kinderen	11%	29%	10%	19%
Partner	7%	23%	13%	31%
Partner met kinderen	9%	23%	11%	23%
Potentiële klanten	Fietsverzekering te duur	Fiets is het niet waard	Nooit aan gedacht	Niet nodig
Alleen	7%	30%	7%	21%
Alleen met kinderen	25%	0%	50%	25%
Partner	7%	14%	12%	25%
Partner met kinderen	4%	16%	12%	8%

Waarom geen fietsverzekering				
Klanten	Fietsverzekering te duur	Fiets is het niet waard	Nooit aan gedacht	Niet nodig
Alleen	7,5%	25%	10%	16%
Alleen met kinderen	11%	29%	10%	19%
Partner	7%	23%	13%	31%
Partner met kinderen	9%	23%	11%	23%
Potentiële klanten	Fietsverzekering te duur	Fiets is het niet waard	Nooit aan gedacht	Niet nodig
Alleen	7%	30%	7%	21%
Alleen met kinderen	25%	0%	50%	25%
Partner	7%	14%	12%	25%
Partner met kinderen	4%	16%	12%	8%

Woonplaats						
Klanten	Amsterdam	Rotterdam	Den Haag	Groningen	Eindhoven	Utrecht
Alleen	5,5%	6%	4%	5%	2,5%	3%
Alleen met kinderen	1%	7%	4%	3%	2%	1%
Partner	5%	4%	3,5%	3%	3%	4%
Partner met kinderen	0,5%	5%	2%	2%	1%	2%

Klanten	Meeste inwoners in de stad:
Alleen	Rotterdam
Alleen met kinderen	Rotterdam
Partner	Amsterdam
Partner met kinderen	Rotterdam

Algemeen

Klanten

5% van de klanten heeft geen fiets (klanten van verschillende leeftijden)

11% heeft wel een fiets maar gebruikt het nauwelijks

14% van de klanten heeft een fietsverzekering

86% van de klanten heeft geen fietsverzekering

Potentiële klanten

4% van de klanten heeft geen fiets (klanten van verschillende leeftijden)

10% heeft wel een fiets maar gebruikt het nauwelijks

19% van de klanten heeft een fietsverzekering

81% van de klanten heeft geen fietsverzekering

Klanten en potentiële klanten

Voornaamste redenen voor een fietsverzekering zijn:

- Dure fiets
- Tegen diefstal en schade
- Verplicht bij fietsplan
- Zekerheid, gevoelskwestie
-

Voornaamste redenen voor geen fietsverzekering zijn:

- Te dure verzekering
- Geen behoefte aan (extra sloten, goed stallen of fiets niet waard)
- Fietsverzekering verlopen en niet verlengd
- Nooit aan gedacht om te verzekeren

Top 5 betekenis fiets:

1. Vervoersmiddel
2. Vrijheid
3. Beweging
4. Handig
5. (Even) snel

Aanvankelijk werd gedacht dat een mogelijke persona de zogenoemde 'Hipster' zou zijn. Hiermee werd bedoeld, een hippe 20-30 jarige stadsbewoner met een zelfgemaakte fixie of single speed. Uit de algemene online survey kwam deze groep niet naar voren. Door een extra online survey uit te vragen bij deze 'hipsters' blijkt dat een fietsverzekering inderdaad niet interessant is voor deze groep. Deze fietsbezitters hechten veel waarde aan hun fiets. Niet per se in geld uitgedrukt, maar in identiteit, emotie en tijd. Deze zelfgemaakte fiets is geen vervoersmiddel meer, maar hun persoonlijkheid wat via de fiets naar buiten straalt.

Van de 21 ingevulde online vragenlijsten, heeft één respondent een fietsverzekering bij Allianz. Hij doet dit voornamelijk tegen diefstal of beschadiging en heeft de fietsverzekering bij zijn fietsenhandelaar afgesloten.

Niet duidelijk is of dit voor zijn fixie/single speed of een "normale" fiets is.

De meeste respondenten (53%) die aangeven geen fietsverzekering te hebben, vinden het niet nodig er een aan te schaffen. De achterliggende gedachte hierbij is dat de emotionele en de materiele schade nooit terug verzekerd kan worden. Daarbij is een fietsbezitter als deze uitermate zuinig op zijn fiets en zet zijn fiets altijd binnen of op een andere beveiligde plek. Een andere groep (24%) wist niet dat het mogelijk was om een fietsverzekering af te sluiten.

Bijlage VII Klantpersona

1. 'Carrière makers'



Naam: Floor

Hobby's: Uiteten, shoppen, stappen, fietsen, Kliussen

Leeftijd: 27 jaar

Type Fiets: Giant tripple X

Woonplaats: Utrecht

Baan: Freelance Interieur ontwerper

Inkomen: modaal

Burgelijke staat: Alleenstaand

Floor is een **spring-in-'t-veld**. Lang stilzitten kan ze niet, ook niet wat betreft haar baan. Ze werkt als **freelancer interieur ontwerper** en gaat heel Nederland en haar eigen woonplaats **Utrecht** af, voor klussen. Werken in Utrecht doet ze het liefst. Lekker dichtbij haar huis, haar vrienden en de leukste hotspots. **Fietsen is iets wat Floor graag doet**. Met haar eerste baan heeft ze eindelijk afscheid genomen van haar studentenbarren en een degelijke **Giant Tripple X** gekocht. Deze fiets is sportief en hip tegelijk. Floor verdient met haar baan ongeveer een **modaal inkomen**, dat ligt vaak een beetje aan haar opdrachtgever. Daarom vond ze het belangrijk ee goede verzekering af te sluiten voor haar nieuwe fiets. Voordat ze haar fiets kocht had ze natuurlijk al wat **online research** gedaan. Ze heeft prijzen vergeleken en recensies over fietsen en fietsverzekeringen gelezen. Zo kwam ze bij de fietsenhandelaar niet voor verrassingen te staan. Floor gaat vaak met een vaste klik naar kroegjes Utrecht. Haar splinter nieuwe fiets meenemen is dan vaak een **beetje eng**. Veel bewaakte fietsenstallingen zijn er's nachts niet open in Utrecht. Met **extra fietsslots** maakt ze haar fiets stevig vast aan de rekken en kan ze **vertrouwen op haar fietsverzekering van onna-onna**. Als haar fiets dan gestolen wordt, kan ze direct, of de dag erna, terecht voor **hulp**.

Fietsverzekering voor Floor

- * Zekerheid
- * Vrijheid

'De Gesettelden'



Naam: Diana

Hobby's: Lezen, uiteten, fitness

Leeftijd: 44 jaar

Type Fiets: Gazelle e-bike

Woonplaats: Kapelle

Baan: Secretaresse bij Architectenbureau

Inkomen: Boven modaal

Burgelijke staat: Getrouwd (3 kids)

Diana is een **sportieve dame** van **44 jaar**. Ze woont samen met haar man Luuk en drie zoons in **Kapelle, Zeeland**. Ze houdt van boeken lezen, fitnessen en uiteten met vrienden of familie. Naast het onderhouden van haar **drie zoons (14, 18 en 20 jaar)** en haar vriendenkring heeft ze nog een **parttime baan in Goes**. Ze werkt als secretaresse bij een architectenbureau, hiermee verdient ze geen modaal \ inkomen, maar met de hulp van haar man kunnen ze goed rondkomen. Om bij haar werk te komen fietst ze op haar werk dagelijks **7,3 kilometer**. Om niet uitgeput aan te komen heeft Diana een **sportieve e-bike** van het merk **Gazelle**. Vaak gaat ze samen met haar man die op een mountainbike rijdt erop uit. Haar e-bike was absoluut **niet goedkoop**. Daarom heeft ze een **fietsverzekering bij onna-onna**, deze is haar aangeraden door haar **vaste fietsenhandelaar**. Veel verder dan dat heeft ze niet gekeken omdat dat niet nodig was. Ze **vertrouwd** haar fietsenhandelaar. Nu heeft Daina ook een verzekeringsmaatchhappij waar ze op kan bouwen.. Ze hoeft zich geen zorgen te maken als haar fiets gestolen wordt. Want ze hoeft nooit lang zonder een fiets te zitten. Een fijn voordeel is ookdat ze meteen de dure stadsfietsen van haar die puberende kinderen en man mee kan verzekeren.

Fietsverzekering voor Diana

- * Zekerheid
- * Mobiliteit

Subpersona 'Gesettelden'



Naam: Giel

Hobby's: Voetbal, gamen, film kijken

Leeftijd: 14 jaar

Type Fiets: Giant

Woonplaats: Kapelle

Bijbaan: Vakkenvullen bij de Plus

School: Middelbare school HAVO jaar 2

Giel is een spontane jongen van 14 jaar. Hij houdt van voetballen en vooral hangen met zijn vrienden. Ik, Diana, zijn moeder kan me daar nogal wat zorgen om maken. Puberende Giel kan naast spontaan ook wel eens opstandig zijn. Hoe vaak ik ook moet vertellen dat hij zijn spik splinter nieuwe Giant vast moet maken met een extra slot aan een fietsenrek. Doet hij het volgens mij nooit. Zijn Giant is een dure en stevige fiets zodat hij met zijn zware boekentas makkelijk naar school kan fietsen. Het kan zo maar zijn dat zijn fiets een keer gestolen wordt, en hij dat hele eind terug moet lopen vanaf zijn middelbare school. Dat zijn toch al gauw zo'n 4 kilometer. Wat me het meeste zorgen baart is als hij terug komt van de voetbal. Hij weet dat hij het niet mag, maar volgens mij drinkt hij wel eens een biertje. Ik geloof niet dat hij op dat soort momenten goed met zijn spullen omgaat. En al helemaal niet zodra hij zijn smartphone in zijn handen heeft met muziek die in zijn oren blaast. Ik vind het daarom belangrijk dat mijn zoon goed verzekerd is. Zodat we niet voor verrassingen hoeven staan en hij snel weer het een nieuwe fiets naar school, voetbal en naar zijn vrienden kan fietsen.

Fietsverzekering voor Giel

* Makkelijk * Snel

'Alleenstaande moeder'



Naam: Elize

Hobby's: Tennissen, tuinieren, shoppen

Leeftijd: 36 jaar

Type Fiets: Batavus Mambo - 'Mama-fiets'

Woonplaats: Rotterdam

Baan: Manager verpleegkundige

Inkomen: Modaal

Burgelijke staat: Alleenstaand (2 kids)

Elize is een bezige bij. Ze houdt van tuinieren, shoppen, tennissen en natuurlijk van haar kinderen. Elize is Rotterdamse **alleenstaande moeder** van **36 jaar** en heeft een dochter van 15 maanden en een zoontje van 4 jaar. Het is dan een drukke boel in huis, maar ook op haar werk. Elize werkt **4 dagen** in de week als manager van de verpleegafdeling in een **verpleegtehuis**. Ze verdient hiermee een **modaal inkomen**. Elize een stevige fiets nodig met haar twee jonge kinderen wil ze voorkomen dat ze **enig risico** loopt op een ongeluk. Haar kinderen zijn **Elize's alles**, **veiligheid** staat ten alle tijden voorop. De fietsenhandelaar stelde de '**mama-fiets**' voor. Ze heeft de fiets nu ongeveer 3 jaar sinds de geboorte van haar oudste zoon. De **Batavus Mambo** heeft buiten een leuke naam, veel handige functies. De fiets was eigenlijk buiten het budget van Elize, maar met het **fietsenplan** heeft ze haar fiets toch kunnen aanschaffen. Bij het fietsplan werd de verzekering onna-onna voorgesteld. Als haar fiets stuk of gestolen is, kan ze geen kant op. Een fietsverzekering vindt Elize erg belangrijk. Al zijn die extra verzekeringen wel duur! Ze heeft graag dat er **snel actie** ondernomen wordt. Door de snelle uitkering bij **onna-onna** is Elize snel aan een nieuwe fiets geholpen. Waardoor ze weer **mobiel** is. en zich zeker voelt voor haar fiets, haar kinderen en zichzelf.

Fietsverzekering voor Elise

- * Veiligheid
- * Hulp

Bijlagen VIII : panelgesprek script

Week 27

Praktische informatie:

Datum: 29 juni (eventueel 1 juli)

Tijdstip: 19.00 uur

Duur: ongeveer 1,5 uur, inclusief onna-onna introductie door Bernd en eventuele uitloop.

Locatie: onna-onna kantoor op de Oostenburgervoorstraat Amsterdam

Beloning: Hapjes en drankjes, na afloop een wellnessbon ter waarde van €35,-

Profiel 6 respondenten:

- Klant van onna-onna
- Vrouwelijk tussen 25 en 55 jaar oud
- Meegewerkt aan enquête fietsverzekering

Hoofdt topics:

- Betekenis fietsverzekering
- (online) middelen

Top-down benadering van Laddering: waarde, betekenissen, attributen

Blok 1 - intro

Introductie onderzoek en kennismaking met respondenten

1. **Intro**
2. **Voorstellen van respondenten**

onna-onna

1. **Wat komt er als eerst bij je op als je aan onna-onna denkt?**
2. **Hoe ben je bij onna-onna terecht gekomen?**

10 minuten 19.00-19.10

Blok 2 - fiets

Nu gaan we wat dieper in op de enquête die jullie laatst hebben ingevuld. Die ging namelijk over je fiets en een fietsverzekering.

Betekenis fiets(-verzekering)

1. **Wat komt er bij je op bij het woord fiets?**
2. **Zou je die associaties ook kunnen plaatsen bij het woord fietsverzekering?**
 - a. **Maak een top 5**
 - b. **Zo, nee wat komt er dan wel bij je op?**
3. **Had je voorheen als eens gehoord van een fietsverzekering?**
 - a. **Waar denk je dat je deze kunt afsluiten?**
4. **Welke eigenschappen zijn belangrijk bij een fietsverzekering?**
 - a. **Welke voordelen en - nadelen zie je in een fietsverzekering?**

15 minuten 19.15-19.30

Blok 3 - Customer Journey

1. **Inspiratiefase**
 - a. **Op welke manier zou onna-onna je kunnen inspireren over een fietsverzekering?**

(Wat voor een informatie zou onna-onna moeten delen om de fietsverzekering onder jouw aandacht te brengen. Onderzoeken, tips? Is dit dezelfde manier als dat we dat doen met de autoverzekering?)

2. **Oriëntatiefase**

- a. Stel, je hebt een nieuwe fiets gekocht en wilt deze graag verzekeren. Op welke manier ga je op zoek naar een fietsverzekering?
- b. Ga eens op zoek naar een fietsverzekering. Doe het in stilte en vertel me daarna hoe je het gedaan hebt.

3. Aankoopfase:

- a. Voorleggen van 2 webpagina's: Welke en wat spreekt het meest aan?

Pagina 1: Hema

Pagina 2: Unigarant

Pagina 3: ANWB

- b. Wat zou jou over de streep trekken om een fietsverzekering af te sluiten?

4. Naloopfase

- a. Wat zou je verder van een fietsverzekering verwachten als je een fietsverzekering af hebt gesloten?

30 minuten 19.30-20.00

Blok 4 - Fietsproduct

In de basis biedt een fietsverzekering:

- dekking bij diefstal,
- eventueel kan dit uitgebreid worden met dekking voor schades.

Daarnaast hebben we voor de verschillende doelgroepen specifieke features bedacht:

Carriere makers:

- 1.1 Doorlopende fietsverzekering (niet eenmalig afrekenen voor 3 jaar, maar maandelijks betalen voor zolang je de verzekering wilt)
- 1.2 Dagelijkse opzegbaar
- 1.3 Korting op premie wanneer extra goed slot wordt gebruikt (in de stad)
- 1.4 Geld terug bij diefstal
- 1.5 App: find my keys

Alleenstaande moeder:

- 1.1 Veiligheid en hulp
- 1.2 (korting op) fietshelm voor kinderen
- 1.3 Kinderfietsen en -zitjes meeverzekerd
- 1.4 Vervangende fiets zodat ze altijd verder kan

1.5 Veilig voor de winter, onderhoudsbeurt/APK aan huis

Gesettelden

1.1 Pechhulp en vervangend vervoer

1.2 (Korting op) onna-onna fietstassen

1.3 Direct een nieuwe fiets als fiets wordt gestolen of tijdelijk vervangend vervoer

Subpersona

1.1 Gemakkelijk afsluiten/bijsluiten via tablet/smartphone.

1.2 Voordeel (korting) bij meerdere fietsen verzekerd

1.3 App: find my (his) keys

1.4 Bonuspunten als hij zijn smartphone niet op de fiets gebruikt

15 minuten 20.00-20.15 uur

Blok 5 – einde

Onna-onna

1. Voorstellen van onna-onna door Bernd

Andere wensen

- Stel je bent voor één dag directeur van onna-onna en je biedt een fietsverzekering aan. Wat zou jij doen om mensen aan te spreken?

Afsluiting: Overige suggesties en opmerkingen respondenten.

15 minuten 20.15-20.30

Bijlagen IX : panelgesprek

Inter Hartelijk dank voor jullie komst. Uitleg groepsdiscussie en introductie. Alles duidelijk?

Res1 Ja hoor.

Res2 Ja zeker.

Inter Willen jullie je eerst even voorstellen?

Res2 Ik ben Henriette, ik woon op Ijburg helemaal in het oosten van Amsterdam ik werk in het centrum van Amsterdam bij een onderzoeksbureau. Wij doen eigenlijk alleen maar kwantitatief onderzoek.

Inter Ook met de fiets gekomen vandaag?

Res2 Ja, klopt.

Inter Een tweedehands Gazelle niet een al te nieuwe fiets. Ik besteed niet al te veel geld aan een fiets, maar daar komen we straks nog wel op.

Res1 Ik ben Linda, ik woon in Amsterdam Noord. Ik werk bij en media bureau ook in Amsterdam dat zit in de Houthavens. Dus goed te doen op de fiets, ik ben er nu ook. Dat is wel handiger in Amsterdam.

Inter Oké mooi. Dan gaan we meteen aftrappen met onna-onna, want daar zijn jullie klant van. Wat komt er

als eerste bij je op als je aan onna-onna denkt.

Res1 Ik denk meteen aan een vrouwen verzekering (lacht)

Res2 (lacht)

Inter Wat zijn je associaties daarbij?

Res1 Vrolijk, ik vind het jammer dat ik het briefpapier niet meer krijg. Want als er post binnenkwam was het vrolijke post. Het is niet dat je het associeert met o verzekeringen en ellende. Onna-onna is daarin heel vrolijk.

Inter En jij?

Res2 Klantvriendelijk, ik heb het idee dat onna-onna heel er har best doet om te kijken naar de behoeftes van vrouwen en daarop probeert in te spelen. Het is niet zo zakelijk, maar vrolijk, losjes wat meer informeel.

Inter Wat vind je ervan dat het een vrouwenverzekering is, of in ieder geval de slogan onna-onna verzekeren volgens vrouwen.

Res1 Ik vind het wel leuk dat het bedacht is. Net wat Henriette zegt vrouwen hebben misschien wel andere behoeften dan vrouwen en ik vind het wel leuk dat het dan verzekering daar specifiek zich daarop aanpast.

Inter Ja, en mogen mannen ook zich verzekeren bij onna-onna?

Res1 Ja, volgens mij mag dat wel. (lacht)

Res2 Ja, (lacht) ik kan me niet voorstellen dat veel mannen zich aangetrokken voelen tot het concept maar toch.

Inter Oké, nog andere associaties?

Res1 Nee.

Res2 Ze communiceren wel veel, toen dat online onderzoek van die fietsverzekering en ik heb al paar keer meer een onderzoek gezien.

Res1 Ja, acties die je eigenlijk niet zo snel van een verzekering verwacht, omdat je denkt oké. Het is voor mij een autoverzekering en verder niets. En als je dan af en toe een mailtje krijgt van wel hebben nog een leuke actie.

Res2 Ja, je word wel aan hun bestaan herinnerd omdat je als je verder geen schade rijdt of geen gekke dingen doet met je auto dan heb je er niet zo veel mee te maken. Je betaald de premie en dat is het dan.

Res1 Ja, dat heb ik met mijn reisverzekering dan denk ik o ja, ik ga op vakantie bij wie zat ik ook alweer? Bij mijn autoverzekering vergeet ik dat niet.

Res2 Nee.

Inter Is dat misschien ook omdat het een verlichting is vanuit de wet?

Res1 Ik weet het niet, ik denk dat als het een andere verzekering was geweest en je rijdt geen schade. Ik denk dat het niet zo goed blijft hangen als onna-onna, ook omdat alles wat ze erom heen doen.

Inter onna-onna heeft een aantal beloftes wat ze communiceren zoals 'value for money', waar voor je geld. Vind je dat passen?

Res2 Ik heb eigenlijk nog niet echt met onna-onna te maken gehad. In die zin kan ik dat niet zo goed beoordelen. Maar ik denk in ieder geval dat ze hun best doen en dat ze dat ook uitstralen. Of dat in de praktijk ook zo uitpakt. Dat weet ik niet.

Inter Hoe lang ben je klant bij onna-onna?

Res2 Nog geen jaar, $\frac{3}{4}$ jaar ongeveer.

Res1 Ik denk 1,5 jaar ongeveer. Ik heb wel al te maken met ze gehad. Omdat ik schade aan mijn auto had. De service was prima ze regelen alles voor je en dat is wel fijn. Want je hebt dan al schade en dan ben je eigenlijk al geïrriteerd en als je dan goed geholpen wordt, dat helpt wel.

Inter En wat versta je dan onder goed geholpen?

Res1 Goed bereikbaar en vervolgens was ik van de status goed op de hoogte gebracht via de mail. Je word niet aan je lot overgelaten je wordt in het proces meegenomen. Dat vind ik wel belangrijk dat je weet hoe het ervoor staat. Het is gewoon netjes afgehandeld de schade, dat is positief.

Inter 'uniek op de doelgroep afgestemd product' is ook een belofte. Past het bij onna-onna?

Res1 Zeker.

Res2 Ja.

Res1 Ze richten zich op vrouwen en de communicatie vind ik dat het wel vrouw gericht is.

Inter De tone of voice en design is afgestemd op vrouwen?

Res2 Ja zeker

Res1 Ja.

Inter 'persoonlijke aandacht en verrassende communicatie'?

Res1 De verrassende communicatie is wat we net al aangaven met de acties, dat is verrassend. Dat verwacht je niet van een autoverzekering.

Res2 Nee.

Inter 'zorg als het erop aan komt'. Dat heb jij nog niet meegemaakt.

Res1 Ja voor mij zeker wel.

Inter 'prettige schadeafhandeling'?

Res1 Ja!

Inter 'begrijpelijk en eerlijk'?

Res2 Voor zover dat ik kan beoordelen wel.

Res1 Ze maken het wel begrijpelijk. Ze zeggen natuurlijk vrouwen zijn niet allemaal even technisch en de taal die ze gebruiken is wel begrijpelijk. Net als de schade die afgehandeld wordt, er wordt op een duidelijke manier gecommuniceerd dat je het gewoon begrijpt, niet te zakelijk gewoon informeel.

Inter Hoe zijn jullie bij onna-onna terecht gekomen?

Res1 Ik via internet, via een vergelijking site en onna-onna kwam daar met nog een partij als beste uit. En toen dacht ik onna-onna vind ik ook wel het leukste, omdat erbij stond uw handtas is ook erbij verzekerd.

Res2 Ja! (lacht)

Inter Weet je nog welke dat was?

Res1 Phoe zo een standaard....

Res2 Indipender?

Res1 Ja, ik denkt het wel. Ja, dat is het geweest.

Inter Oké, en jij?

Res2 Via mijn vriend grappig genoeg, ik had inderdaad ook op Indipender gekeken en volgens mij zat onna-onna net niet in de top 3, maar wel ergens bovenaan. En ik kende de naam helemaal niet, maar de ex van mijn vriend was daar ook verzekerd en zij was daar heel tevreden. En toen dacht ik ja ik ben inderdaad niet zo technisch. Ik kan me voorstellen dat als ik schade rij of als ik en ongeluk krijg dat ik niet heel rustig kan blijven. Dus ik zou het wel prettig vinden om dan goed en prettig geholpen te worden. Dus dat vond ik een prettig idee.

Inter Dat was hetgeen wat je over de streep trok.

Res2 Ja.

Res1 Dus dat was niet zo zeer prijs, maar eigenlijk de belofte voor de service en de ervaring van mijn vriend.

Inter Oké, dan gaan we het hebben over de fiets. Wat komt er bij je op als je denkt aan het woord fiets?

Res1 Vervoersmiddel.

Res2 Ja ook wel vrijheid. Gemak.

Res1 Gemak.

Res2 Niet vast zitten aan bepaalde vertrektijden, bewegen goed voor je conditie.

Res1 Ja, plezier ik fiets ook wel voor mijn vrije tijd.

Inter En komen die associaties overeen met de fietsverzekering? Zoals bijvoorbeeld vrijheid?

Res2 Dat is niet direct de associatie die ik erbij heb, maar ik heb zelf ook geen fietsverzekering.

Inter Wat komt er dan bij je op als je aan een fietsverzekering denkt?

Res2 Geld, betalen, kosten, verplichting, niet echt positief.

Inter En verschilt dat met de autoverzekering?

Res2 Ja gek genoeg wel. Een auto is een hogere kostenpost, als je daar iets meer krijgt dan ben je slechter af als je geen verzekering zou hebben. De kosten voor de fiets, in mijn geval zou ik denken dat de kosten voor de fietsverzekering niet opwegen tegen de waarde van mijn fiets. Dus in die zin zou ik het idee hebben, dat ik meer geld weggooi dan dat ik het weer terug krijg.

Res1 In eerste instantie zou ik nooit aan een fietsverzekering denken, maar toen ik mijn eerste fiets kocht. Mijn dealer raadde aan om een fietsverzekering erbij te nemen, want ik had voor het eerst een echte nieuwe fiets. Dus toen dacht ik oké dat doe ik. Was ik vervolgens heel blij mee want mijn fiets was gestolen en ik kreeg een nieuwe fiets daarvoor terug. Ik heb die fietsverzekering volgens mij twee jaar gehad. Vervolgens heb ik hem niet verlengd. Want mijn fiets vond ik niet meer zo veel waard. Sinds kort heb ik weer een nieuwe fiets gekocht en weer een verzekering genomen omdat het een fiets is van een hoge waarde. Dus dan vond ik het belangrijk om weer hem te verzekeren, zeker in Amsterdam. Dat nam ik ook wel mee in de overweging, het is een nieuwe dure fiets en de kans dat die gestolen wordt is groot.

Inter Ja, dus je hebt op dit moment een fietsverzekering?

Res1 Ja, en daar ben ik heel blij mee want afgelopen vrij is mijn fiets aangereden door een auto. Dus ik was blij dat ik een fietsverzekering heb! Maar daar had ik hem niet per se voor verzekerd het ging meer om het stelen.

Inter Waar heb je de fietsverzekering?

Res1 Bij Univé, dat moest ik wel weer even opzoeken.

Inter Ben jij ooit al eens in aanraking gekomen met een fietsverzekering?

Res2 Volgens mij niet, ik heb altijd 2e hands fietsen gehad.

Inter Je wist wel van het bestaan van de fietsverzekering?

Res2 Jawel.

Inter Ken je verzekeringsmaatschappijen of organisaties waarbij je aan een fietsverzekering denkt?

Res1 Unigarant, dat is echt de fietsverzekering van de fietsverzekeringen. Dat is de eerste die ik had en die was speciaal alleen voor fietsen. Nu keek ik naar de goedkoopste prijs en dat was bij Univé, want in Amsterdam is het heel duur.

Inter En heb je dat zelf opgezocht of heb je dat bij de dealer afgesloten?

Res1 Dit heb ik zelf gedaan.

Inter Wat vind je belangrijke eigenschappen bij een fietsverzekering?

Res2 Goede dekking in de zin dat ze uitkeren als het gestolen is of als je flinke schade hebt. Dat je wel iets terug krijgt voor de premie die je betaald.

Inter Oké.

Res1 Dat is wel de belangrijkste reden ja.

Inter Wat is een nadeel van de fietsverzekering?

Res1 De prijs, omdat het zo hoog is. Ik heb nog getwijfeld, ik heb ooit gewoond in een dorp om hem daar te verzekeren maar dat heb ik toch maar niet gedaan.

Res2 Wat betaal je dan als ik vragen mag?

Res1 Volgens mij betaal ik nu €7,50 per maand. Vind ik best veel op jaarbasis, ik heb hem voor een jaar afgesloten en dan loopt 'ie gewoon door. Maar volgens mij krijg ik daar bericht van.

Inter Ja nog voordelen van de fietsverzekering?

Res1 Dat je iets vergoed krijgt en dan wel tot drie jaar dat je de nieuwwaarde ervoor terug krijgt. Als je er minder voor terug krijgt dan zou ik er ook wel over nadenken is het de diets wel waard, zou ik het wel doen.

Res2 Ja.

Inter Wat voor een informatie zou onna-onna jullie moeten geven zodat jullie inspiratie opdoen voor een fietsverzekering?

Res1 Ze doen vele mailings, dat je zo een leuke actie kan bedenken en kenbaar kan maken dat onna-onna ook een fietsverzekering aanbiedt. De meeste mensen hebben wel een fiets dus ik denk dat je de huidige klanten daar wel al van op de hoogte hebt gebracht.

Res2 En ik denk wel echt duidelijk de voordelen communiceren want het eerste waar mensen aan denken is het is veel geld en wat krijg ik ervoor terug? Ik denk dat het goed naar voren moet komen.

Inter Stel, je hebt een nieuwe fiets gekocht op wat voor een manier ga je op zoek naar een fietsverzekering?

Res2 Internet zou voor mij het eerste zijn.

Res1 Ja internet en dan de vergelijking site.

Inter Zou dat ook via vrienden of familie kunnen waarbij je net dat aangaf van de autoverzekering?

Res2 Ja.

Res1 Ik denk dat als iemand in je familie zelf al een fietsverzekering heeft is het makkelijk om het te vragen.

Res2 Met een autoverzekering is het logischer dat je in je omgeving gaat vragen omdat het verplicht is. En bij fiets is dat niet zo, misschien dat ik er dan minder snel op zou komen om het aan mij omgeving te vragen. Omdat je dat vaak niet weet van iemand.

Inter Zou je ook op een andere manier die inspiratie op kunnen doen? Misschien door commercials, artikelen op internet.

Res1 Ik denk dat het een goede is om bij een fietswinkel aanwezig te zijn. Want daar koop je een fiets en niet iedereen denkt eraan om een fietsverzekering af te sluiten en daar ben je toch al bezig met je fiets.

Res2 En dan zit je ook al bij je doelgroep.

Inter Dus jullie zeggen het bronpunt is de fietsenhandelaar, en als het daar niet aangeboden wordt en je bent er toch naar op zoek ga je op internet op zoek?

Res1 Ja.

Inter Dan gaan we de laptops er even bij pakken. Dan mogen jullie op zoek gaan naar de fietsverzekering zoals jullie dat thuis ook zouden gaan doen.

Res1 Oké.

Res2 Oké.

Inter Iets kunnen vinden?

Res1 Ja, ik heb de juiste keuze gemaakt want ik zit bij unive en daar kom ik nu als de goedkoopste ook weer uit.

Inter Kun je me vertellen hoe je daar terecht bij bent gekomen?

Res1 Ik ben eerst naar Google gegaan en ingetypd 'Fietsverzekering vergelijken' daar kwamen een aantal zoekresultaten uit en toen zag ik dat erboven in staat consumentenbond, die is wel te vertrouwen. Daar ga ik naar toe. Daar heb ik een aantal dingen ingevuld en daarna op prijsniveau vergeleken. Het was een beetje onoverzichtelijk vind ik. Daarna weer bij google terug gekeken en toen kwam ik op verzekeringvergelijk.nl, dat was meteen duidelijk een top 3 en de belangrijkste punten stonden er. Prijs, kwaliteit, product, eigen risico, diefstal, nieuw waarde regeling, pechhulp en de voordelen. Dat zijn eigenlijk de belangrijkste punten en die hebben ze meteen benoemd.

Inter Hoe heb je het in Google geselecteerd?

Res1 Door mijn werk klik ik niet op de eerste drie omdat het advertenties zijn. Dan scrol ik naar beneden en kijk ik naar de URL's van oke wat ziet er betrouwbaar uit en de tekst die erbij staat. Bij die ene staat top 3 fietsverzekeringen dan denk ik oké dat spreekt me wel aan.

Inter Zou je daar dan ook meteen de verzekering afsluiten?

Res1 Meestal vergelijk ik er twee en dan maak ik de keuze en dan sluit ik wel de verzekering af. Maar met een fietsverzekering is dat makkelijker dan bij een autoverzekering door de lagere bedragen.

Inter Ja.

Res1 Ik denk dat de merknaam ook wel belangrijk is. Ik zie hier Enra staan, ik heb geen idee wie dat is. Dan denk ik ja, de naam zegt me niks dus dat schrikt me dan al af. Ik weet niet zeker of ik daar mijn fiets wil

verzekeren.

Inter En Univé kende je wel al?

Res1 Ja, zij hebben een hogere naamsbekendheid van tv.

Inter En wat was de derde?

Res1 Meeus, die ken ik ook wel maar ja. In vergelijking met Univé is het toch wel een mindere, nou ja minder. Maar minder bekend bij mij.

Res2 Een klein beetje hetzelfde bij mij. Eerst fietsverzekering ingetypt bij Google toen zag ik dat je alleen sites van afzonderlijke verzekeraar sites kreeg, toen heb ik ook fietsverzekeringen vergelijken ingetypt. Toen kwam ik ook op de site van de consumentenbond ook bij de rest even gekeken wat is de URL wat voor een sites zijn het? Uit die van de consumentenbond kon ik niet zo snel wijs uit worden. Toen ben ik op zoek gegaan naar een betere site, maar verder was ik nog niet gekomen.

Inter Dus de site van de consumentenbond was niet duidelijk?

Res2 Nee.

Res1 Je moet te veel dingen invullen.

Res2 Veel tekst op de pagina in plaats van een button.

Inter Oké en als je nou verder zou moeten gaan in je zoektocht wat zou je dan doen?

Res2 Waarschijnlijk zou ik van boven naar beneden de sites afdalen en kijken welke geeft de informatie die ik wil, welke is makkelijk die de verzekeringen naast elkaar zet. Dat duidelijk is wat kost het wat is de dekking of het voordeel. En dan inderdaad naar de naam kijken vooral. En dan minder geneigd zijn om voor een naam te kiezen die ik niet ken en ook niet in een half uurtje de verzekering afsluiten. Daar zou ik wel even over nadenken en de dag erna zoeken of ik nog iets anders kan vinden.

Inter Hoe lang zou die zoekperiode duren?

Res2 Een paar dagen denk ik.

Inter Je noemt net drie punten, de naamsbekendheid van de organisatie, de prijs en de voordelen. Als je een top drie zou moeten opstellen wat komt dan op een, twee en drie?

Res1 Voor mij vergelijk je, ik twijfel tussen prijs en naamsbekendheid maar ik denk dat ik eerder voor naamsbekendheid zou gaan, dan prijs en dan dekking. Maar alle drie zijn ze heel belangrijk.

Inter Ja, en waarom kies je voor die volgorde?

Res1 Nu begin ik te twijfelen want je dekking is eigenlijk ook heel belangrijk.

Res2 Als je een lage prijs hebt, maar er wordt ook niets vergoed dan is het ook weggegooid geld.

Res1 Ja.

Inter Is het misschien niet in een top drie te plaatsen omdat het met elkaar te maken heeft?

Res1 Ja, stel ze hebben allemaal dezelfde dekking, of ze wijken niet heel veel van elkaar af. Dan zou ik eerst naar naamsbekendheid kijken en dan prijs. Tenzij de prijs weer heel ver uit elkaar ligt.

Inter Voor jouw geld hetzelfde?

Res1 Ja.

Inter Oké, er is een word document geopend op de laptop. Dan klikken jullie op de link van de Hema en dan ga je naar de website en ga je kijken hoe de fietsverzekering in elkaar zit, wat je aanspreekt bij de website en wat minder. Wat je fijn vindt in het afsluiten en wat niet.

Res1 Oké.

Inter Wat sprak jullie het meeste aan?

Res2 Een leuk uitzienende pagina, vrolijk met puntsgewijs de voordelen. Dan denk je o vanaf €2,50 dat klinkt goed en dan ga je je gegevens invullen en kom je erachter dat jouw premie een stuk hoger is. Dat is wel een teleurstelling. Maar de beginpagina ziet er leuk uit is catchy.

Inter Dus je zou ondanks die zeven euro toch gaan kijken wat kunnen ze nog meer voor mij bieden of zou je gaan kijken naar een andere verzekering.

Res2 Ik zou sowieso als dit het eerste is wat ik zou bekijken zou ik wel verder kijken. Zeker als je geen vergelijking hebt, maar het is wel een beetje een teleurstelling als je €2,50 ziet op de eerste pagina en je

komt dan op hoger uit.

Inter En vind je dat ook een teleurstelling als je bedenkt dat je in Amsterdam woont.

Res2 Ja, dat ga je later bedenken. Dus ik zou waarschijnlijk na verder zoeken erachter komen dat de Hema misschien zo slecht niet is. Dus misschien zou ik daar later dan wel weer terug komen.

Inter En toch komt eerst de teleurstelling en uiteindelijk kom je er waarschijnlijk achter dat het misschien reëel is.

Res2 Ja.

Inter Nog andere dingen over de website, hoe de tekst is geschreven, kleurgebruik, premieberekeningen?

Res2 Nee.

Inter En jij Linda?

Res1 In eerste instantie, de eerste pagina was overzichtelijk, vanaf €2,50 toen dacht ik, dat kan helemaal niet. Daar zit vast een addertje onder het gras. Het was heel makkelijk om een premie te berekenen dat was snel gedaan. Ik vind het alleen jammer om te zien dat je op een bedrag uitkomt wat veel hoger is dan dat ze in eerste instantie doen blijken. En dan staat er ook nog in kleine lettertjes. Premies exclusief eenmalige poliskosten en dat is bijna €10. En dan denk ik oké dan betaal ik meer dan een maand extra voor poliskosten. Dat is dan nog meer extra dus als een andere partij dat niet heeft is dat een pluspunt. En ze doen aan upselling want ze willen je ook meteen een rechtsbijstandverzekering aansmeren een ongevalverzekering. Ja voor een fietsverzekering hoef je dat er niet bij te hebben. Ze willen alleen laten zien wat ze nog meer in huis hebben.

Inter Wat vind je daarvan?

Res1 Aan de ene kant het is niet heel storend, maar of het nou echt nodig is. Ik ben met mijn fiets bezig. Het is wel goed van let op heb je wel een rechtsbijstandsverzekering, maar het niet iets met mijn fietsverzekering te maken.

Inter En stel je zou inderdaad denken hé, die heb ik nog niet. Zou je op dat moment ook die verzekering afsluiten denk je?

Res1 Dan zou ik uiteindelijk weer gaan vergelijken en daarna terug komen.

Res2 Ja, dan kun je beter een gewone rechtsbijstandsverzekering afsluiten.

Res1 Ik zou het wel heel fijn vinden als ik gewoon 1 goede verzekering heb waar ik alles kwijt kan. Dan hoef ik ook niet op zoek te gaan van oh ja, bij wie was ik ook alweer hier verzekerd. Meestal kies ik voor de laagste prijs, maar hoe meer verzekeringen ik heb. Dan denk ik ook wel eens ja. Het is gewoon vervelend dat je zo veel verschillende hebt en dan die een of twee euro per maand maakt me dan ook niet uit. Als ik alles maar onder 1 dak heb.

Inter Mogen jullie de tweede pagina gaan bekijken die is van unigarant. Wat vonden jullie van de website?

Res2 Ik vond de eerste pagina heel compleet qua informatie. Ook dingen als direct een nieuwe fiets bij diefstal of totaal verlies binnen 3 jaar. Dat soort dingen wil je wel weten, dat vind ik goed dat ze dat direct op de beginpagina zetten. En een goed ding dat ze door de consumentenbond zijn uitgeroepen tot beste keuze.

Res1 Wel 2003, dus dan denk ik wel een beetje achterhaald.

Inter Als je dan de premie gaan invullen dan denk ik de waarde van de accessoires ja dat weet ik niet. Dus dat laat ik open maar dat kan niet, dat is een beetje onhandig. Als ik dan op de pagina kijk met de premie dan zie je ook weer de eenmalige poliskosten en een toeslag betaaltermijn. Dan gaan ze eerst zeggen dat je mag kiezen of je per maand of per jaar betaald, maar als je per maand betaald moet je wel wat extra's betalen. Het is maar een paar cent, maar dan nog biedt dan die keuze niet.

Res1 Nee.

Res2 Maar verder is het duidelijk en heb je met een paar klikken heb je je premie.

Inter En die kosten die erbij komen, is dat ook weer bijna een maand premie?

Res2 Iets minder.

Inter Nog andere voor- nadelen?

Res2 Je kunt kiezen of je alleen diefstal of alleen diefstal en schade doet. Nu weet ik even niet meer of je die

keuze ook bij de Hema had. Er wordt wel keuze geboden dat is wel goed. De website ziet er strak en overzichtelijk uit, dus dat is prettig.

Inter En jij?

Res1 Ik vind het een zakelijke saaie website. Maar voor een verzekering is dat niet heel erg, maar het is niet heel erg aantrekkelijk. Alles op de hoofdpagina staan de punten die je graag wilt zien. Als je dan doorgaat en de premie wilt berekenen. Ik vind het altijd lastig als ik veel keuze heb. Diefstal is dan standaard, maar dan staat er beschadiging plus bij. Inclusief verhaal rechtsbijstand en ongevallen verzekering en dan ben ik snel geneigd en dan ga ik altijd twijfelen van heb ik dit wel nodig of niet. Van de andere kant ook wel weer goed dat de keuze er is.

Inter Wordt die keuze daarna ook nog toegelicht?

Res1 Ja, je kunt daarna wel op het i'tje klikken. En er staat 'met deze dekking bent u tevens verzekerd van rechtsbijstand bij het verhalen van schade'. En dan denk ik ja die heb ik al. Dus dan kun je die uitvinken.

Res2 Dat is wel een nadeel inderdaad, dat je niet gewoon voor de beschadiging kunt verzekeren en dat je nog rechtsbijstand erbij hebt. Dus dat is wel dubbel.

Inter Dus je zou dingen uit en aan willen zetten?

Res1 Ja, of het moet gewoon een goede prijs zijn voor alles bij elkaar. Bij hema hadden ze dat ook al ze noemen het erbij, maar dan denk ik, die heb ik al. Dan betaal ik daarvoor terwijl ik het niet nodig heb. Dan heb ik liever dat ik geen opties heb en een goede prijs voor alles dan dat ik kan kiezen.

Res2 Ja.

Res1 En zoals die toeslag betaaltermijn er zijn zoveel toeslag en dingentjes. Het is te veel.

Inter Zou dat ook kunnen leiden dat je naar een andere verzekering gaat kijken?

Res1 Ja, ik denk het wel als er een ander is die voor mij goed is en biedt wat ik wil en heeft het totaal pakket dan zou ik daar eerder voor kiezen. Al die opties brengt me aan het twijfelen dan weet ik niet of ik waar voor mijn geld heb. Dan denk ik had ik dan toch maar dat wel of niet aangekruist. Daar wordt ik een beetje warrig van. Vooral omdat het een fietsverzekering is, zo moeilijk hoeft het voor mij niet te zijn. Ik vind het wel goed dat ze erbij zetten als ik advies wil, dat ik dat kan vragen.

Res2 Maar ja advies voor een fietsverzekering, dat klikt ook weer iets te veel van het goede.

Inter En dat is telefonisch?

Res1 'klik hier om een adviseur bij u in de buurt te zoeken.' Dus dan ik bel liever gewoon even.

Res2 O nee!

Inter Dat dat zou misschien overbodig zijn voor een fietsverzekering?

Res1 Ja te veel van het goede.

Res2 Ja!

Inter Dan gaan we naar de laatste site van de ANWB. Jullie hebben nu drie websites bekeken, doorlopen jullie steeds dezelfde stappen?

Res1 Ja, ik kijk eerst op de hoofdpagina, dan premie berekenen. Meteen willen weten wat je betaald. Eerst even globaal lezen van wat houdt het in. Het liefst lees ik zo weinig mogelijk en meteen leen wat gaat het me kosten. En daar vind ik ANWB wel goed in. Die hebben het op de tweede pagina omdat je dan naar je premie gaat nog een keer alles benoemd. In een overzichtje wat zit er allemaal bij. Je heb een keuze in dit geval vind ik de keuze minder erg. Omdat je uit 3 pakketten kan kiezen en dat is het. Dat vind ik wel fijn en slim van ze dat er staat de meest gekozen verzekering. Dus dan denk je dan zal dat ook wel bij mij passen.

Inter Is het omdat het in een overzichtelijk schema staat makkelijker om te kiezen?

Res1 Zeker wel! Ze bieden dan ook wat korting en wat extra's. Ik zou niet zo snel hulp willen bij pech onderweg. Ik plak mijn band zelf of ik loop naar de fietsenhandelaar. Maar het is wel leuk om er iets extra's bij te krijgen. In eerste instantie dacht ik €271 per jaar, oké maar wat is dat dan per maand. En dat hebben ze toch onderaan erbij gezet. Ik vind het overzichtelijk en alles wat je nodig hebt staat op een pagina. Misschien komt het ook wel door de naam. Je kent het van de autoservice dus dan denk je dan zijn ze ook wel goed met fietsen. Want ze hebben ook fietsenroutes en dergelijke.

Inter Heb jij ook dezelfde stappen doorlopen als de vorige keren?

Res2 Ja, ook omdat je hier ook makkelijk je gegevens kon invullen en dat overzichtje, dat was het overzichtelijkst van alle drie. Waar ik in eerste instantie een beetje van opkeek was dat ze de totaalprijzen er neer hebben gezet. Het totaal bedrag zegt mij niet zo veel ik wil weten wat ik per maand kwijt ben. Het staat er wel bij dus dat is op zich prima.

Inter Zou je ook liever per maand betalen in plaats van in een keer?

Res2 Misschien als je inderdaad direct bij de dealer zou afsluiten dat je het dan minder merkt dat je het in een keer doet. Zo een fiets is toch al duur en als je dan nog 200 euro bij moet betalen voor je gevoel ben je compleet ben je er vanaf.

Res1 Ja!

Res2 Dat zou ik zeker overwegen ja!

Res1 Bij een fietswinkel wel, maar als ik het online afsluit dan doe ik het eerder per maand. Dan voelt het minder.

Res2 Ik vond de website overzichtelijk en prettig dat je drie keuzes hebt waar je dan op kunt klikken en dat je dan verschillen kunt zien.

Inter Welke van de drie vond je het beste?

Res2 ANWB omdat je makkelijk kunt vergelijken en de overzichtelijkheid.

Res1 Ik ook, alle informatie heb je op een pagina staan en je hebt toch wel keuze maar beperkt.

Inter En wat was dan anders dan bijvoorbeeld die van de Hema?

Res1 Bij de Hema willen ze je meerdere opties aanbieden, met de rechtsbijstand. Maar dat is hier meer dat het erbij hoort terwijl het bij de andere een optie is. Het voelt anders omdat het een pakket is.

Res2 Ja een compleet pakket.

Res1 En qua kosten dan denk ik het scheelt niet zo veel.

Inter Oké, stel je hebt een fietsverzekering. Wat zou je als je die afgesloten hebt nog verder verwachten?

Res2 Dat je goed geholpen wordt op het moment dat je iets hebt. Dat er dan ook gewoon uitbetaald wordt niet dat ze moeilijk gaan doen of enorm veel bewijzen willen vangen.

Res1 Ik vind het belangrijk dat je weet dat het in goed orde ontvangen is en dat het compleet is. Dit heb je afgesloten en dat als je het nodig hebt dat je makkelijk contact met ze kan vinden. En meer eigenlijk niet.

Inter Mooi! Dan gaan we snel door met de fietsverzekering. Onna-onna heeft voor verschillende doelgroepen verschillende voordelen bedacht om fietsverzekering extra aantrekkelijk te maken. Dat hebben we voor drie verschillende doelgroepen gedaan. De eerste is de carrière maker (uitleg carrière maker) en die hebben de volgende voordelen

Res1 Eerst geld terug bij diefstal, daarom sluit ik de fietsverzekering af. Vervolgens doorlopende fietsverzekering, 3 jaar is best wel lang. Maandelijks zou ik wel fijn vinden. Vervolgens korting ik vind het belangrijk dat ik niet te veel betaal en als ik daarvoor iets kan doen, ja een slot koop ik toch. En dagelijks opzegbaar vind ik wel fijn. En die app is heel leuk maar het minst belangrijke. Ik ben mijn sleutels nooit kwijt.

Res2 Voor mij bijna hetzelfde. Ook eerst geld terug bij diefstal dat is extra positief.

Res1 Ja, vaak krijg je het in natura.

Res2 Daarna korting bij premie bij een goed slot. Dan doorlopende fietsverzekering. Als je het bedrag eenmaal betaald hebt dan merk je dat toch niet meer zo. Dagelijks opzegbaar het is iets minder belangrijk als je het nou per maand of dagelijks kunt doen. Dat zou me niet zo heel veel uitmaken. En deze app is leuk voor erbij maar niet heel belangrijk.

Inter Oké dan gaan we verder met de volgende dat is de alleenstaande moeder (uitleg alleenstaande moeder). Dan heb je de voordelen (korting op) fietshelm voor kinderen, Kinderfietsen en -zitjes meeverzekerd, Vervangende fiets zodat ze altijd verder kan, Veilig voor de winter, onderhoudsbeurt/APK aan huis. Kunnen jullie ze weer op volgorde leggen?

Res2 Op 1 de kinderfietsen en zitjes meeverzekerd, dat is prettig. Waarschijnlijk zou je daarvoor niet apart

een verzekering afsluiten dus dat is prettig dat het er dan bij in zit. Vervangende fiets is handig als je er altijd van afhankelijk bent van de fiets. Altijd veilig in de winter, ja het is prettig alleen heb je toch wel een fietsenwinkel in de buurt maar het is prettig dat het zo kan. Zeker als je twee kinderen hebt en geen oppas. En korting op een fietshelm, ja op zich is het nog niet heel gebruikelijk om een helm te dragen. Misschien als het gebruikelijker was geweest dan had die wellicht wat hoger gestaan.

Res1 Ik heb dezelfde volgorde ik ben het er helemaal mee eens.

Inter Niets aan toe te voegen?

Res1 Nee.

Inter Dan gaan we naar de volgende 'de gesettelden' (uitleg). Die heeft de voordelen

Res1 We hebben weer hetzelfde.

Res2 Ja.

Res1 Ja, vervangend of een nieuwe fiets zodat ze altijd verder kan. Ze woont net buiten de stad, waarschijnlijk heeft ze wat meer vrije tijd ze is al wat ouder. Dan zal een fiets denk ik belangrijk zijn. En pechhulp en vervangend vervoer sluit daarbij aan. En die korting is dat leuk meegenomen.

Res2 Mee eens! Zeker als iemand een partner heeft en een goed inkomen dan denk ik dat ik korting op fietstassen leuk is maar voegt niet zo veel toe. Dan gaat het er meer om dat je snel op weg kunt.

Res1 Ik denk zeker voor die pechhulp als je een elektrische fiets hebt. Die vrouw van 50 heeft waarschijnlijk een elektrische fiets gekozen, dat zie je nu steeds meer. Dan zal die pechhulp erg van belang zijn omdat het technisch is. En er zal sneller iets aan de hand zijn dan een normale fiets. Dan is pechhulp denk ik wel belangrijk.

Inter Oké, dan hebben we nog een subpersona dat si de 14-jarige zoon van de vorige mevrouw. Die wordt bekeken door de ogen van haar omdat door haar de verzekering af wordt gesloten. Daar hebben we de volgende voordelen voor

Res2 Ik denk dat het uiteindelijk het voordeel bij meerdere fietsen ligt, als je als gezin meerdere fietsen gebruikt denk ik dat het toch wel een mooi pluspunt is als je dan korting krijgt. Daarna heb ik de bonuspunten als hij zijn smartphone niet op zijn fiets gebruikt. Verkeersveiligheid is wel en groot goed voor zo een moeder denk ik. Ik kan me voorstellen dat ze haar zoon wat wilt stimuleren op deze manier. Op de derde plek de find his keys, het is handig voor hem maar hij moet ook gewoon leren waar hij zijn spullen neerlegt. Gemakkelijk af- en bijsluiten via de tablet smartphone ik denk als je dan toch als moeder het afsluit vind ik het niet zo veel toevoegen. Of het nou via smartphone of tablet kan of via laptop. Ik kan me voorstellen als het de jongere zelf is die het doet dat het dan meer toegevoegde waarde heeft. Maar als moeder minder.

Res1 Bij mij op nummer een het voordeel op meerdere fietsen verzekert. Dat is fijn. Op twee gemakkelijk bij en afsluiten via tablet of smartphone. Het is laagdrempelig om het af te sluiten. Daarna de app, leuke gadget voor je zoon. En als laatste de bonuspunten denk ik dat het niet te controleren is en ja pubers... ik weet niet of je het voor elkaar krijgt. Maar wel leuk dat er aan gedacht wordt. Ja misschien denk ik nu te veel in mezelf, misschien vind de moeder dat wel heel belangrijk.

Inter Oké verder nog iets toe te voegen?

Res2 Nee.

Res1 Nee.

Inter Oké dan ga ik Bernd halen voor even een kort kijkje in de keuken van onna-onna en daarna heb ik nog de laatste vraag voor jullie.

<onna-onna verhaal>

Inter Oké, nu weten jullie al een stukje meer over onna-onna. Stel je bent voor een dag directeur van onna-onna en je biedt de fietsverzekering aan. Wat zou jij doen om mensen aan te spreken?

Res2 Jeetje!

Res1 Ik denk dan meteen in marketing en in acties. Ik zou alle huidige klanten op de hoogte stellen van we hebben iets nieuws een fietsverzekering. Sluit deze nu af en geef er een leuk cadeau af. Ik zit in de stad en zo een kratje die je voorop de fiets hebt, met het logo van onna-onna dan heb je meteen weer

reclame. Dan heb je meteen gadget meegeeft.

Inter Dus je zegt een gadget aanbieden?

Res1 Ja, om je huidige klanten erop te wijzen dat je een fietsverzekering aanbiedt. En de eerste 50 of 100 krijgen een kratje en ik zag hier een mooie fiets staan, verloot die!

Inter Net toen we de voordelen aan het ranken waren was er de gadget met de app. En die had je steeds achteraan gezet, dat is ook een gadget. Hoe kijk je daar dan tegenaan?

Res1 Misschien is dat meer persoonlijk omdat ik nooit mijn sleutel kwijtraak.

Inter En als er een andere gadget bij stond, een kratje of een extra slot een leuke fietsbel?

Res1 Dat is het eerste wat bij me op kwam maar als ik daaraan terug denk vind ik kortingen veel belangrijker. Dus dan zou ik eerder voor een korting gaan. Dus omdat je al een autoverzekering hebt krijg je korting op je fietsverzekering. Ik denk dat het interessanter is dan een kratje.

Res2 Ik zou denk ik ook een leuke actie in de stad doen om de aandacht te vestigen. Om meer naamsbekendheid te krijgen. En dan iets leuks uit te delen waar ook het merk op staat en wat informatie met de belangrijkste voordelen. En ook zeker onder je bestaande klanten. Die weten wat voor een bedrijf onna-onna is dus ik denk dat het ook zeker voordeling zou zijn om je eigen klanten aan te spreken.

Inter Dus het aanspreken van je eigen klanten en het krijgen van exposure in de stad.

Res2 Ja!

Res1 Ja, het is inderdaad ook belangrijk om nieuwe klanten binnen te halen en een leuke actie in de stad. En tijd geleden hadden ze in de stad bij centraal had iemand aan alle fietsen een lichtje gemaakt. Met een kaartje eraan met een boodschap. En dat zag er zo leuk uit omdat alles helemaal verlicht was. Veel mensen hebben in de stad last van een scheur in het zadel en dat ze een natte kont krijgen dus een zadelhoesje dat zijn wel leuke opvallende gadgets voor de mensen die er langs lopen.

Inter En dat zou jij positief opvallen.

Res1 Ja!

Inter Oké hebben jullie nog verdere vragen of opmerkingen suggesties?

Res1 Nee.

Res2 Nee.

Inter Oké, dankjewel voor het komen!

Bijlage X: Customer journey

Persona 1 : 'Carrière makers' - Floor

Een 'carrière maker' heeft drie mogelijke stappen die zij kan doorlopen:

1. Floor heeft net een nieuwe fiets aangekocht bij de fietsendealer, waarbij de fietsendealer een fietsverzekering afsluit. Ze laat zich goed informeren door haar vertrouwde fietsenhandelaar en besluit de fietsverzekering af te sluiten. Ze betaalt direct in een keer voor een jaarcontract, nu ze toch veel geld heeft uitgegeven voor haar nieuwe fiets. Belangrijk vindt ze wel dat als er iets aan de hand is met haar fiets dat ze goed geholpen wordt.

In deze customer journey map was Floor nog niet op zoek naar een fietsverzekering.

2. Floor gaat op zoek naar een fiets. Er wordt eerst op internet gezocht naar een fiets en komt toevallig ook bij een fietsverzekering uit. Ze bekijkt en vergelijkt verschillende mogelijkheden voor een fietsverzekering.

Zodra ze haar fiets aankoopt in de fietsenwinkel en het onderwerp fietsverzekering aangesneden wordt, is ze voorbereid en sluit deze bij de fietsenhandelaar af

In deze customer journey map was Floor nog niet op zoek naar een fietsverzekering.

3. De fiets van Floor is nu een paar weken oud, ze merkt dat ze erg zuinig is op haar fiets. Als haar huidige verzekering met een leuk aanbod komt, besluit ze een fietsverzekering af te sluiten. Ze vindt het belangrijk in een fietsverzekering dat ze goed geholpen wordt als er iets aan de hand is met haar fiets.

In deze customer journey map was Floor op zoek naar een fietsverzekering.

Persona 2: 'Alleenstaande moeder' – Elize

Een 'alleenstaande moeder' heeft drie mogelijke stappen die zij kan doorlopen:

1. Elize gaat naar haar fietsenhandelaar om de hoek, ze is op zoek naar een mooie nieuwe fiets. Als ze er een naar haar smaak heeft gevonden, brengt haar fietsenhandelaar het onderwerp fietsverzekering naar boven. Ze besluit er een af te sluiten op de voorwaarden dat als haar fiets gestolen is, ze direct vervangend vervoer krijgt of op een andere manier snel gehandeld wordt.

In deze customer journey map was Elize nog niet op zoek naar een fietsverzekering.

2. Elize heeft al een paar jaar dezelfde fiets. Volgens het fietsplan op haar werk mag ze een nieuwe gaan uitzoeken. Ze verdiept zich even in de procedure van het fietsplan en gaat dan naar haar fietsenhandelaar om de hoek. Omdat het verplicht is om een fietsverzekering af te sluiten bij het fietsplan, sluit ze er een af. Elize vindt het voornamelijk belangrijk bij een fietsverzekering dat ze snel geholpen wordt als ze geen vervoer heeft.

In deze customer journey map was Elize niet op zoek naar een fietsverzekering, maar wist ze wel dat ze er een nodig had.

3. Elize heeft net een nieuwe fiets gekocht en is er best trots op. Ze realiseert zich dat haar mooie fiets best gemakkelijk gestolen kan worden, zelfs met extra sloten. Ze vraagt eens rond in haar vriendengroep en bij haar familie die ervaringen delen. Op basis van die ervaringen gaat Elize op het internet op zoek. Ze zoekt de fietsverzekering die qua prijs/kwaliteitverhouding het beste zit, dit doet ze op een vergelijkingsite. Vervolgens sluit ze de fietsverzekering bij de website van de verzekering zelf af. Ze heeft vooral gekeken naar het aspect dat ze snel een nieuwe fiets kan kopen als die van haar gestolen of stuk is. Ze sluit de verzekering online af bij de beste verzekeraar. Nu is snel alles geregeld.

In deze customer journey map was Elize op zoek naar een fietsverzekering.

Persona 3 : 'De Gesettelden' - Diana

'De Gesettelden' heeft vier mogelijke stappen die zij kan doorlopen:

1. Diana heeft een nieuwe fiets nodig en gaat naar haar fietsenmaker in het dorp. Bij de aankoop van

haar nieuwe fiets sluit ze direct een fietsverzekering af. Ze vindt het prettig te weten dat alles goed geregeld is, mocht er iets gebeuren.

In deze customer journey map was Diana nog niet op zoek naar een fietsverzekering.

2. Diana is op zoek naar een nieuwe fietsverzekering. Haar oude fietsverzekering is bijna verlopen en ze wilt zich opnieuw laten verzekeren bij de aankoop van haar nieuwe fiets. Waarschijnlijk wordt dit een e-bike, waarbij het erg belangrijk is dat de fiets goed verzekerd is, aangezien deze fietsen vrij duur zijn. Voordat Diana naar haar fietsenhandelaar gaat, wilt ze zich goed inlezen. Ze doet wat onderzoek op het internet en gaat specifiek op zoek naar een vergelijkingssite. Deze drie voordeligste schrijft ze op en neemt ze mee naar de fietsenhandelaar. Zodra de aankoop van haar fiets voltooid is, gaan ze over naar de fietsverzekering. In deze customer journey map was Diana op zoek naar een fietsverzekering.

3. Volgens het fietsplan op haar werk mag Diana weer een nieuwe fiets gaan uitzoeken. Ze weet van de vorige keren hoe dit verloopt en gaat naar haar fietsenhandelaar. Ze weet dat een fietsverzekering bij het fietsplan hoort. Na de verschillende opties van haar handelaar gehoord te hebben, kiest ze toch opnieuw voor haar huidige verzekeraar. Ze weet dat ze hier goed behandeld wordt en dat alles goed geregeld is.

In deze customer journey map was Diana niet op zoek naar een fietsverzekering, maar wist ze wel dat ze er een nodig had.

4. Diana heeft net een splinter nieuwe fiets gekocht. In de fietsenhandel boden ze haar een fietsverzekering aan. Diana houdt niet zo van verzekeren en sloeg het aanbod af. Wanneer haar autoverzekeraar haar wees op een voordelige fietsverzekering, is ze zich gaan verdiepen. Met de vele extra's en de bekende goede service is Diana overstag gegaan. Prettig is dat ze nu meerdere verzekeringen onder één dak heeft.

In deze customer journey map was Diana op zoek naar een fietsverzekering.

Bijlage XI : Fietsenhandelaar rijwielcentrale Eindhoven

Kopers van fietsen worden vaak gevraagd of ze een fietsverzekering willen aanschaffen. Dit wordt kort benoemd door de fietsenhandelaar. Als een koper direct nee zegt gaat de fietsenhandelaar absoluut niet pushen. Daar hebben ze geen behoefte aan.

Wordt er ja gezegd tegen een fietsverzekering gaat de fietsenhandelaar samen met de koper de voor en nadelen af, worden de prijzen vergeleken en de fietsverzekering afgesloten.

Kopers van een fietsverzekering vinden het vaak een drempel om bij de aanschaf van een fietsverzekering, direct een hoop geld te moeten betalen, dit vraagt bijvoorbeeld verzekeraar Enra. De ANWB heeft de optie om een maandelijks bedrag te betalen. Vaak is dit aantrekkelijker voor de koper.

Echter als de fiets gekocht is via het fietsenplan is het voordeliger de fietsverzekering in een keer te betalen. Want dan staat de verzekering, het extra slot en de fiets samen op één bon. Die de koper bij personeelszaken van het werk kan afgeven waar dan de belasting over wordt gerekend.

De fietsenhandelaar heeft de verzekering via een regiomanager verkregen. Hij is eenmalig zijn product komen uitleggen in de winkel waarna een deal is gesloten. De fietsenhandelaar is blij dat de regiomanager niet vaak

langs komt. Het liefst willen ze gewoon de fietsen maken en verkopen en geen gedoe met verzekeringen (Rooyen, 2015).

Bijlage XII : Trends, ontwikkelingen en aanvullend onderzoek

Fietsverzekeringen

Diefstal

In Nederland is fietsendiefstal een blijvend probleem. Uit onderzoek van het CBS zit fietsendiefstal bij de top 4 onder diefstallen en inbraken. In de jaren 2010 tot 2011 blijkt dat het aantal licht afgenomen is. Toch is het aantal fietsendiefstallen in 2011 nog ruim 100.000 per jaar. (Eggen, 2012)

Er wordt veel gedaan aan preventie tegen fietsdiefstal. Zeven van de acht Nederlanders van 15 jaar en ouder zijn in het bezit van een fiets met een fietsenslot. Ook het graveren van de postcode in het frame en het plaatsen van een chip is een tijd een trend geweest. (Hendriks)

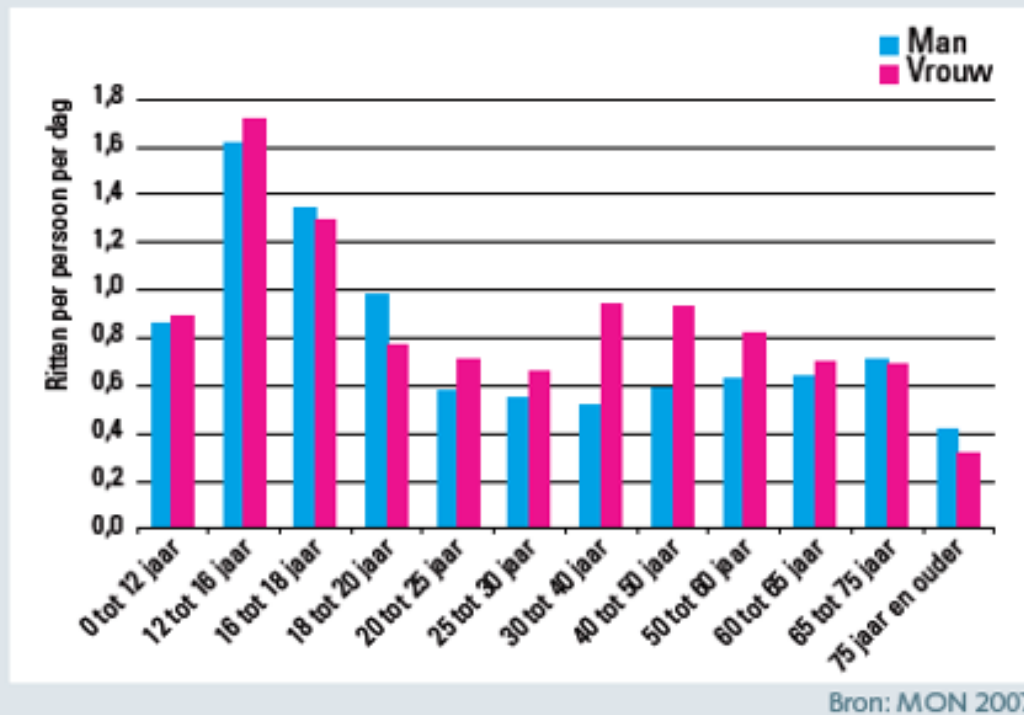
Kostenpost

Het is een feit dat fietsverzekeringen duurder zijn in de stad dan in de landelijke delen van Nederland. Volgens het CBS en de consumentenbond is dit niet logisch. In de periode 2005-2011 zijn er in Amsterdam per jaar bijna 9 fietsen gestolen per 1000 inwoners. In Harlingen, de goedkoopste regio voor veel fietsverzekeringen ligt dit percentage zelfs 0,3% hoger, in Hoogeveen 1,4% en in Bussum 4,4% hoger dan in Amsterdam. (Geest, 2013)

Fiets in Nederland

Iedereen fietst er in Nederland, van jong tot oud van rijk tot arm. De fiets gebruikt men vooral voor alledaagse verplaatsingen. Bijvoor beeld naar het werk, de winkel of naar vrienden. Een gemiddelde Nederlander maakt ieder jaar 300 fietsritten, wat zich vertaalt in 878 kilometer per persoon per jaar. Op een doordeweekse dag maken ongeveer 5 miljoen mensen gemiddeld ruim 14 miljoen fietsritten. Dit heeft te maken met het heen en weer fietsen naar school of het werk. Dit geeft een verklaring waarom er meer in de bebouwde kom wordt gefietst dan daarbuiten. 13,5 Nederlanders hebben één of meerdere fietsen. In de lente en zomer wordt er meer gefietst dan in de herfst en winter. En over het algemeen fietsen vrouwen vaker dan mannen. (Fietzersbond, 2015)

3. Aantal fietsritten per persoon per dag verdeeld naar leeftijd



Bij de leeftijd van 12 tot 18 jaar is een grote piek te zien. Dit zijn scholieren die dagelijks van en naar hun (middelbare) school fietsen. Dit is een grote doelgroep binnen de populatie. 48% van de schoolgaande kinderen fietst zelfstandig naar school. (Traffic test, 2003) Echter is deze groep lastig aan te spreken. Degene die vaak een beslissing maken over de aankoop van een fiets en alles wat daarbij komt kijken zijn de ouders.

De wat jongere moeders (en vaders) vinden het belangrijkste aspect bij fietsen; veiligheid. Ze willen graag dat hun 'vracht' zo goed en veilig mogelijk op de plaats van bestemming aankomt. Dat is de reden dat door veel moeders de 'mama-fiets' wordt aangeschaft. De 'mama-fiets' is een stevige damesfiets die meer gewicht kan dragen. Het is een fiets die meer ruimte biedt, waardoor er makkelijk kinderzitjes en fietstassen aan gemonteerd kunnen worden. Ook heeft deze fiets meer standaard die het hele gewicht kan dragen en goede remmen waardoor de remweg niet vergroot hoeft te worden door het gewicht. (Fietsnet.nl, 2014)

Een groeiende doelgroep zijn de mensen op een e-bike. Fietsmakers proberen zo veel mogelijk de e-bike op een normale stadsfiets te laten lijken, zodat het stoffige imago weggeveegd wordt. De huidige gebruikers van de e-bike zijn over het algemeen de iets minder vitale fietsers. Dat zijn mensen die zich gehinderd voelen door lichamelijke beperkingen, zij zijn van alle leeftijden. Ook zijn er een aantal e-bike bezitters die vitaal zijn, maar waarbij de woon-werk afstand te groot is om te overbruggen met een gewone fiets. In totaal telt Nederland zo'n 1 miljoen e-bike bezitters in 2012. Verwacht wordt dat binnen vijf jaar de groei zal oplopen tot 2 miljoen en daarna vrij constant blijft. Vrouwen van middelbare leeftijd en 60+-ers zijn in de meerderheid.

Naarmate de stedelijkheid afneemt, groeit de afstand die men aflegt met de e-bike. Dat komt doordat e-bikes voornamelijk voor recreatieve tochten wordt gebruikt en doordat in de minder stedelijke gebieden, de woon-werk afstanden groter zijn.

Ongeveer 30 procent van de Nederlandse werknemers woont op 5 tot 15 kilometer van het werk. Ongeveer 5 procent van de werknemers beschikt in 2012 over een e-bike. De e-bike heeft in het woon-werkverkeer dus grote potentie. Hier concurreert de e-bike met de auto. (Fietsberaad, 2013)

Vrouwen in Nederland

Vrouwen en financieel

Uit eerder onderzoek is gebleken dat vrouwen in het huishouden de meeste financiële beslissingen maken. Mannen en vrouwen verschillen dan ook in hun financiële hulpvraag. Vooral vrouwen geven aan nu of in de toekomst behoefte te hebben aan voorlichting over financiële thema's. Zij hebben vooral behoefte aan voorlichting over thema's als, huishoudbudget, samenwonen/trouwen, het kopen of huren van een woning en werkloosheid/arbeidsongeschikt/ontslag. Echter zijn dit niet de enige onderwerpen die vrouwen belangrijk vinden. De thema's belasting en pensioenvoorziening komen ook aan bod. Invalid source specified. Het aandeel van vrouwen in topfuncties is gegroeid. In de 100 grootste bedrijven in Nederland nam het aandeel vrouwen toe van 10% in 2011 naar 15% in 2013. De meerderheid van de vrouwen en ruim 40% van de mannen vindt ook dat het aandeel vrouwen in de top nog verder moet toenemen. Wel zijn vrouwen minder dan mannen gericht op doorstroming naar een hogere/topfunctie. Invalid source specified.

Vrouwen en online

Uit Amerikaans onderzoek is geconcludeerd dat van alle internetgebruikers op sociale media 76% vrouw is. Zij blijven hiermee in contact met vrienden en familie en 69% van alle gebruikers doet dit mobile. Vrouwen gebruiken vooral Facebook, Twitter, Instagram en Pinterest van alle sociale media. Mannen zijn actiever op LinkedIn, Google+ en Youtube. Vrouwen gebruiken social media vooral om in contact te blijven, kortingen te claimen, nieuws te volgen, online gamen (vrouwen van 55+ gamen meer dan mannen in de leeftijdscategorie 15-24 en 25-34 samen), versturen en lezen van updates. Invalid source specified.