



## Onze Conscious Consumer Community

De laagdrempelige manier om de duurzame voedingsconsument echt te leren kennen



# Laagdrempelig, snel en diepgaand inzicht in de consument in de frontlinie van verduurzaming van de voedselketen

- Geef de **consument** een prominente en sturende rol in productontwikkeling en communicatie
- Neem **gefundeerde marketingbeslissingen** over je strategie, je product of je campagnes met behulp van input van geëngageerde en gemotiveerde consumenten
- Betrek de voorlopers die het **succes** bepalen van innovatie en communicatie

Food Forum, de '**Conscious Consumer Community**' van Future of Food Institute is een eenvoudige en toegankelijke oplossing om inzichten in de consument te krijgen. Een groep betrokken en gemotiveerde consumenten staat voor je klaar om al je consumentenvraagstukken te beantwoorden.

Binnen de community is een **breed palet aan onderzoeksmethoden** mogelijk, zowel **kwantitatief** als **kwalitatief**. Ons platform maakt het mogelijk om gebruik te maken van allerlei rijke technieken zoals forum discussies, foto-opdrachten (b.v. store checks), collages en projectieve technieken. Deze mogelijkheden worden ingezet bij co-creatie en ideegeneratie maar ook voor het ontwikkelen en testen van communicatie- en productconcepten.



# Onderzoeksmogelijkheden

## Kwalitatieve groepsopdrachten

- Forum discussies en opdrachten
- Live sessies met ingebouwde video faciliteiten



## Individuele interviews

- Via chat functie
- Live interviews met ingebouwde video faciliteiten



## Creatieve opdrachten

- Foto-opdrachten
- Schrijfopdrachten
- Store visits



## Kwantitatief online onderzoek

- Steekproeven tot n=500\*
- Selecties mogelijk op vooraf bekende achtergrondkenmerken
- Volledig landelijk representatieve steekproeven mogelijk d.m.v. externe panels

\* vanaf medio 2023



# In elke fase van design- en merkontwikkeling



**Pitch/briefing**

**Inspiratie**

**Ontwikkeling**

**Toetsen**

**Meten**

Peilstok

Doelgroep-  
selectie

Co-creatie

Concept-test

Effectmeting

Sentimenten

O-meting

PR-onderzoek

Pre-test

Exploratie



# Mogelijkheden en specificaties

## Expertisegebieden

- Communicatie en branding
- Concept testen
- Verkenning van innovatiemogelijkheden
- Ideegeneratie/co-creatie
- Product testen
- Verpakkingsonderzoek
- Dagboekstudies



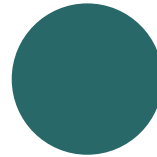
## Specificaties 'Conscious Consumers'

- Panel van > 750\* betrokken consumenten, bereid om food merken te helpen verduurzamen
- Early adopters van duurzame innovaties, vertegenwoordigers van een groeiend consumentensegment van voorlopers op het gebied van duurzaamheid
- Onderzoek onder specifieke doelgroepen mogelijk, zoals veganisten, vegetariërs en flexitariërs
- Bekende demografische ledenprofielen

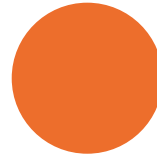
\* vanaf medio 2023.



# Onze belofte



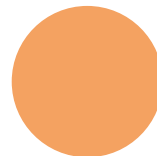
**Snelle, kostenefficiënte en kristalheldere consumenteninzichten**



**Toegang tot koplopers, early adopters en volgers op het gebied van duurzame voeding**



**Snelle doorlooptijd**



**Senior onderzoeksexperts met specifieke kennis op het gebied van duurzame voeding**



# Case study: Meal Matchers

Kwalitatief onderzoek bestaande uit 8 opdrachten en discussies.

- 44 deelnemers
- Doel: concept aanscherpen

Kwantitatieve concepttest

- N=125
- Doel: potentie bepalen van het concept en de doelgroep met de meeste potentie kiezen

Totale doorlooptijd: 2 weken

## MEAL MATCHERS



Pascalie van Hemert (product owner):

*"De inzichten uit de Food Forum community hebben enorm geholpen om ons idee verder te ontwikkelen en scherper te positioneren. Zonder de input van de leden zouden we de verkeerde communicatie gebruiken om consumenten aan te spreken. Ik was zeer verrast door de rijkheid van feedback en enthousiaste discussies in de community.."*



# Aantrekkelijk en duidelijk prijskaartje

|   | Budget* | Doorlooptijd**                          |
|---|---------|---|
|  <b>Kwalitatief</b>    |         |   |
| <i>Online opdrachten en discussies</i>  |         |   |
| Klein (± 4 dagen***)  | €2.500  | 1,5 week                                |
| Groter (± 6-8 dagen***)   | €4.500  | 2 weken                                 |
| Foto-opdracht/Store check   | €850    | 0,5 week                                |
| <i>Online live sessies</i>  |         |   |
| Klein (b.v. 6-8 interviews)   | €2.500  | 1,5 week                                |
| Groter (b.v. 2 groepsdiscussies)  | €4.500  | 2 weken                                 |
|  <b>Kwantitatief</b> |         |   |
| Klein: (n=75-150):<br>(max 10 vragen, 5 min)  | €2.200  | 0,5 week (veldwerk tijdens het weekend) |
| Groter : (n=225-300):<br>(max 20 vragen, 10 min)  | €4.500  | 1,5 week                                |

Voor (grotere) en afwijkende projecten die niet passen bij de opties in de menukaart, zorgen wij voor een transparant en op maat gemaakt voorstel met budgetoverzicht.

\* Prijzen zijn exclusief BTW en inclusief een beknopt kort rapport met hoogtepunten/samenvatting.

\*\* Inclusief opzet, programmering, analyse en rapportage

\*\*\* Deelnemers maken elke dag dat de studie duurt één online opdracht. Dit kan bijv. zijn deelnemen aan een discussie, het evalueren van een advertentie/verpakking of een creatieve opdracht.





# Over Future of Food Institute

Wij zijn een marktonderzoeksbureau, gespecialiseerd in duurzame voeding.

Wij geloven dat eten bijdraagt aan het welzijn en levensgeluk van mensen. Nu, maar vooral in de toekomst. Goed eten is gezond, lekker en heeft een minimale impact op onze aarde. Verregaande verduurzaming van ons eten is nodig, om ook in de toekomst het welzijn van mensen te garanderen.

Door het perspectief van de consument te belichten, helpen we organisaties in de voedselketen te verduurzamen. Dankzij helder inzicht en inspiratie uit ons consumentonderzoek kunnen food merken effectiever communiceren en sneller innoveren.

Want hoe beter je jouw consument en zijn drijfveren kent, hoe beter je hem in staat kan stellen om duurzame keuzes te maken.

## Hoe kunnen we helpen?

- **Verpakkingsonderzoek:** Wat vindt de doelgroep van het nieuwe ontwerp?
- **Merkonderzoek:** Hoe denken ze over ons merk en over de categorie?
- **Concept onderzoek:** Wat vinden ze van nieuwe ideeën voor producten, verpakkingen, merken, etc.?
- **Inspiratie:** Wat gebeurt er in de wereld van (duurzaam) eten & drinken en wat kunnen we daarvan leren?





Durk Bosma | [durk@futureoffood.institute](mailto:durk@futureoffood.institute) +31 (0)6 14 23 24 41

[www.futureoffood.institute](http://www.futureoffood.institute)

