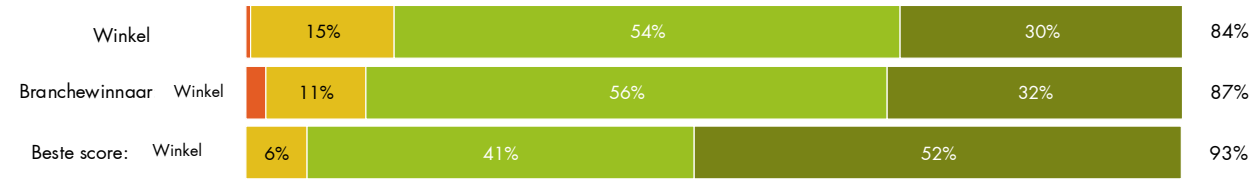


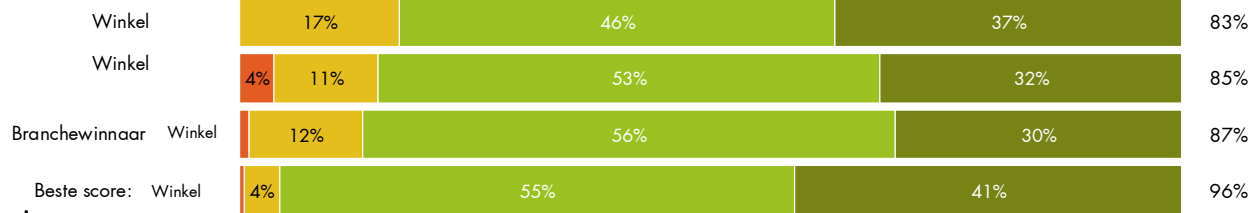
Helpen bij kiezen

zeer ontevreden + ontevreden / neutraal / tevreden/ zeer tevreden

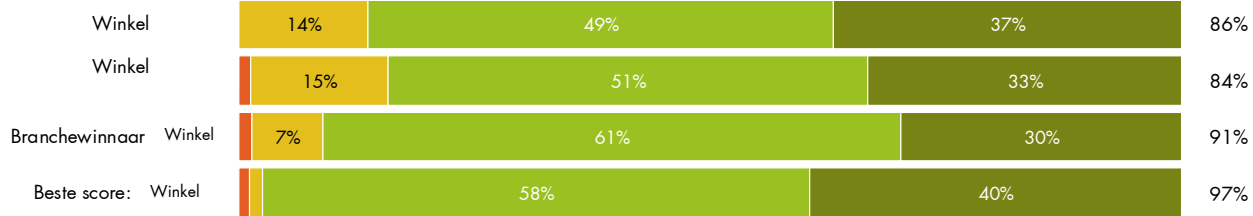
Top 2



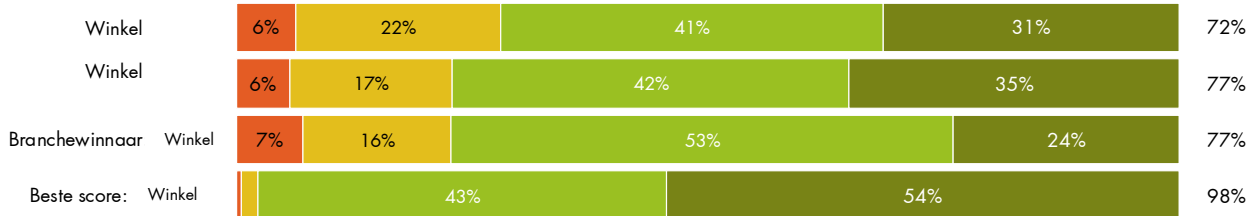
Vindbaarheid



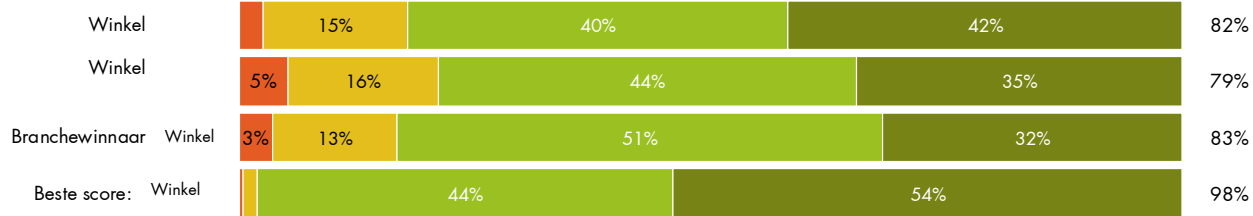
Aankoopproces



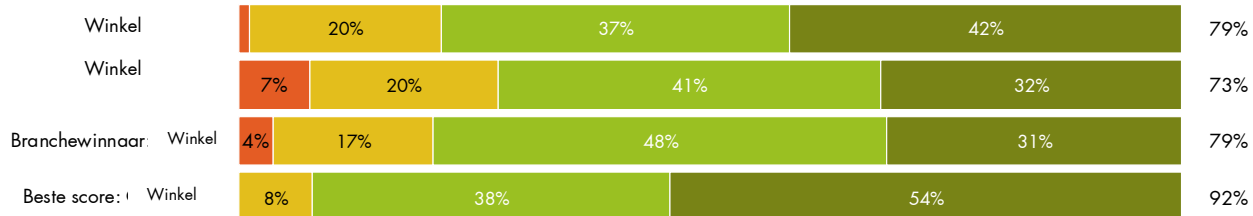
Contact



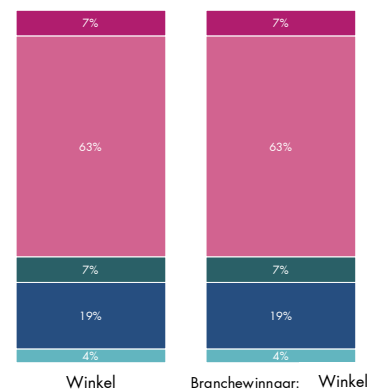
Bezorgproces



Retourproces



Is er na afloop van de aankoop contact geweest?



- Weet niet
- Geen contact
- Wel contact: het eerste contact is daarbij door mijzelf gelegd.
- Wel contact: het eerste contact is daarbij door de webshop gelegd.
- Webshop heeft contact met mij gezocht maar ik heb hier niet op gereageerd

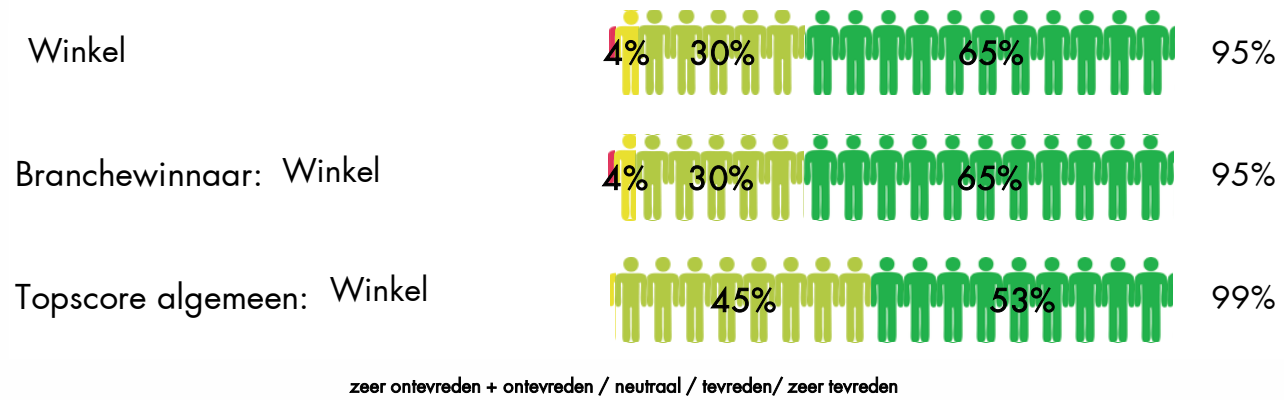
FACTSHEET

Winkel



Algemene tevredenheid over het (online)aankoopproces

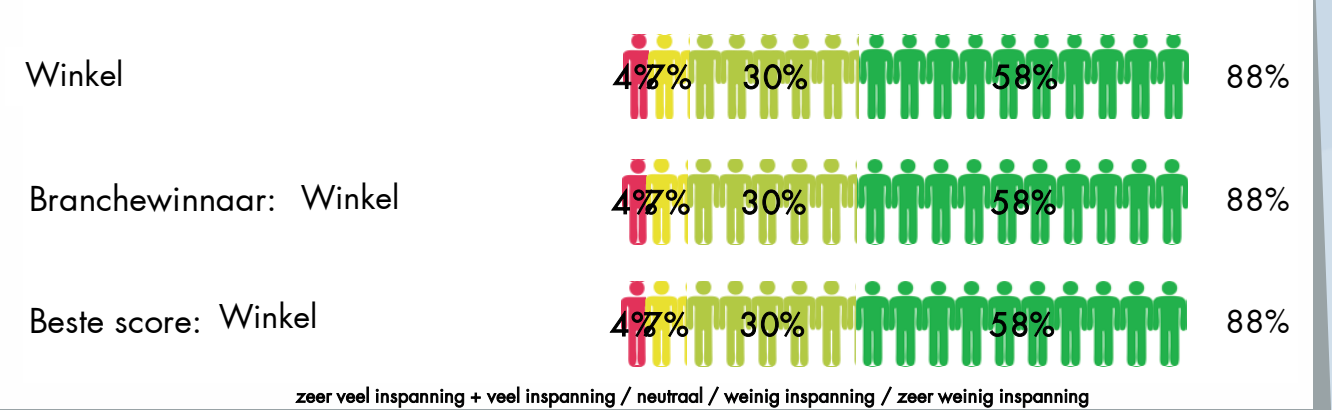
Top 2



Customer Effort Score (CES):

Hoeveel inspanning heb je moeten doen voor je aankoop?

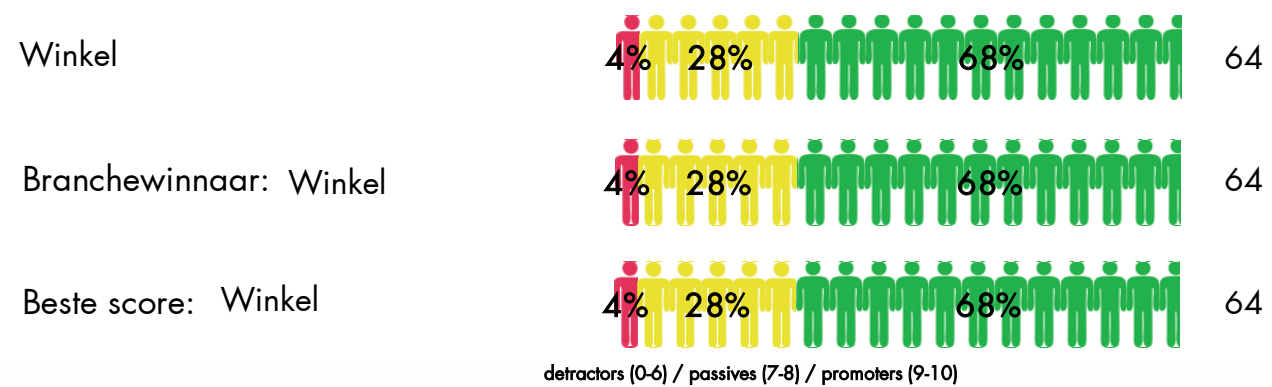
Top 2



Net Promoter Score (NPS):

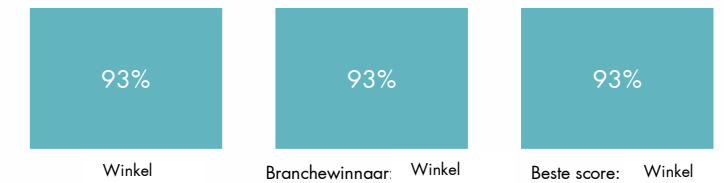
Hoe waarschijnlijk zou je de webwinkel aanbevelen op een schaal van 0 tot 10?

NPS



Loyaliteit

Percentage herhaalaankoop:



Prioriteitenmatrix

hoog

Handhaven:
Rechtsbovenin (donkergroen)
hoge tevredenheid en grote impact op algemeen oordeel.

Dringend verbeteren:
Linksboven (donkerrood)
lage tevredenheid en grote Impact op algemeen oordeel.

De aspecten onderin hebben minder impact op het algemeen oordeel.

invloed op algemeen oordeel

laag

