THOMAS MORE .dressr



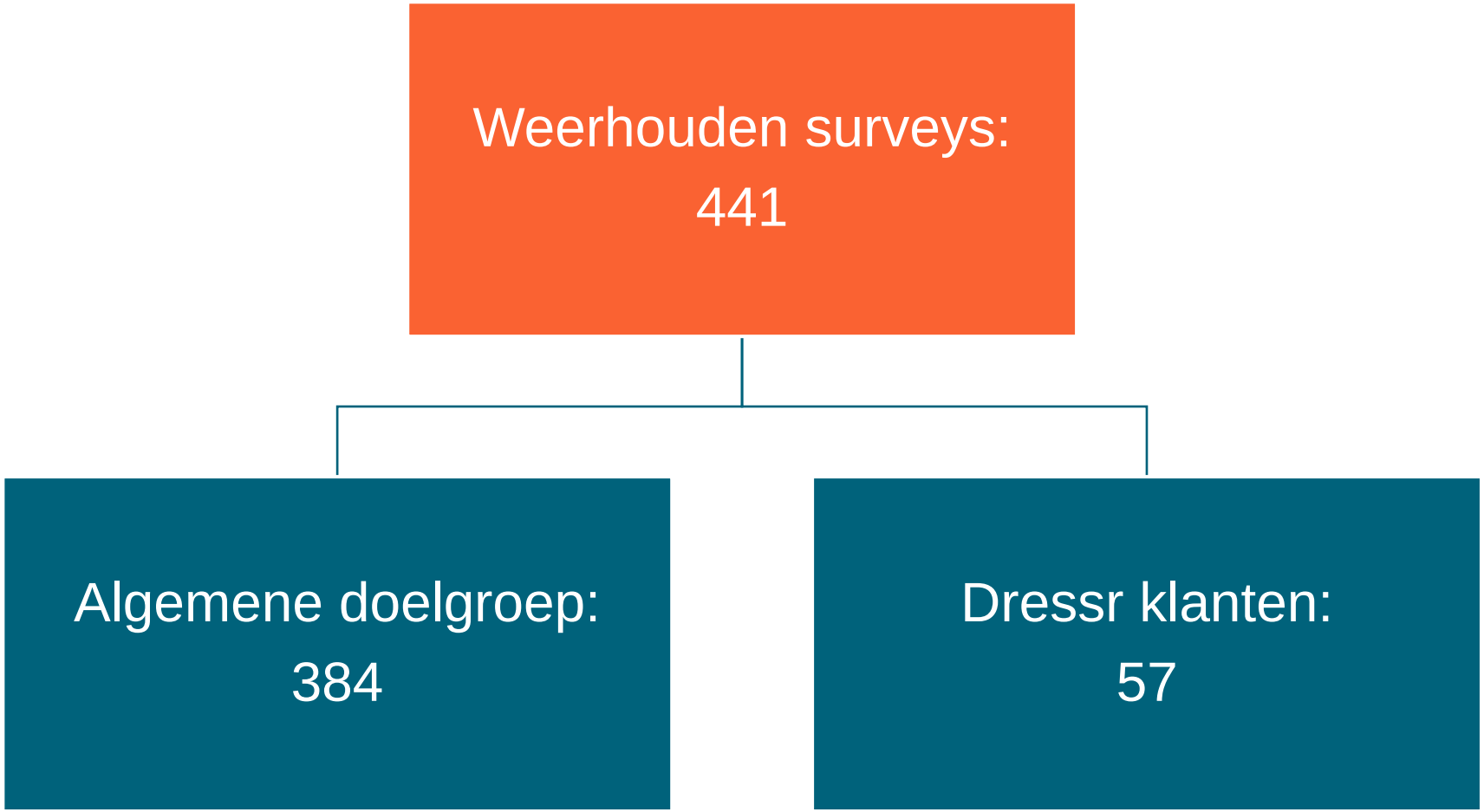
Doelgroep- & klantenbevraging

Resultaten 2024

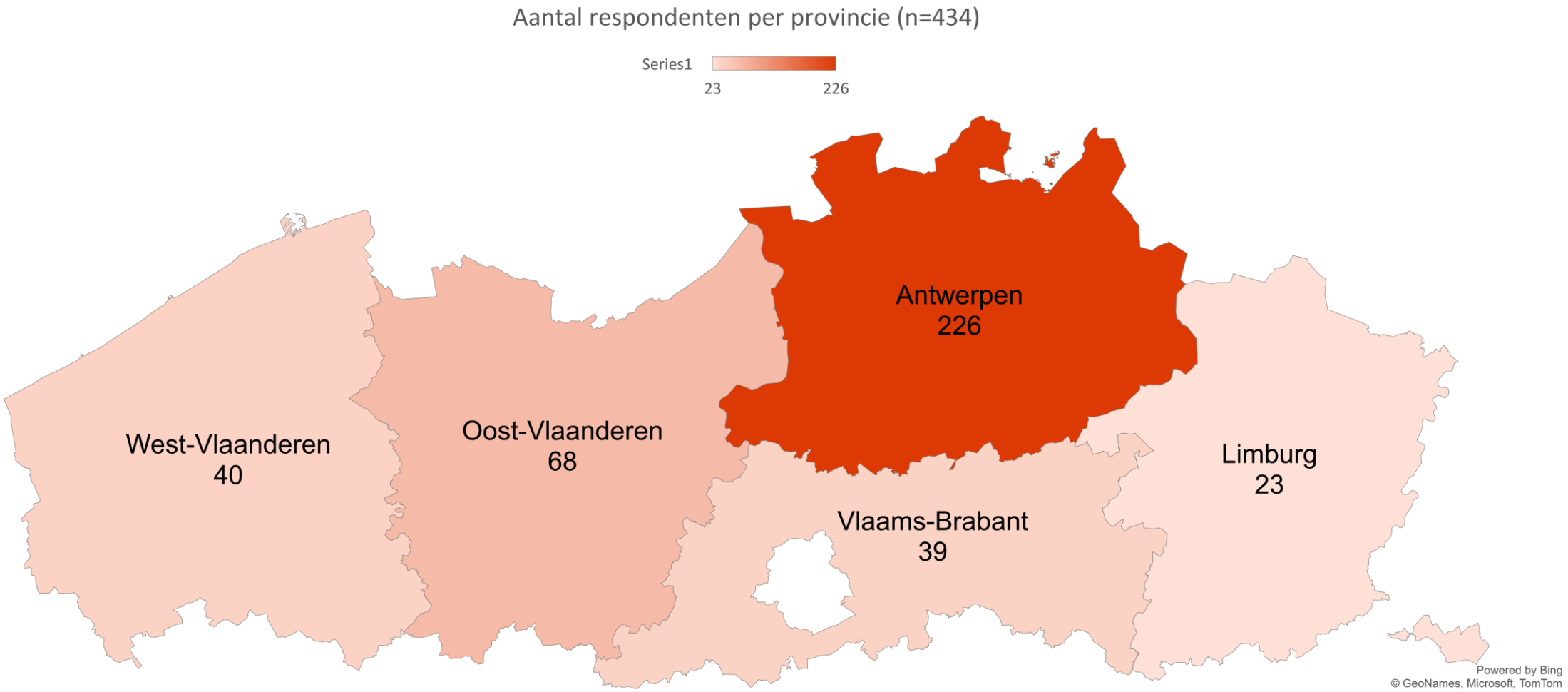
Topics

- Doelgroep
- Drempels en motivatoren
- Prijsmodel
- Interventies
- Klantenonderzoek (Product-Market-Fit)



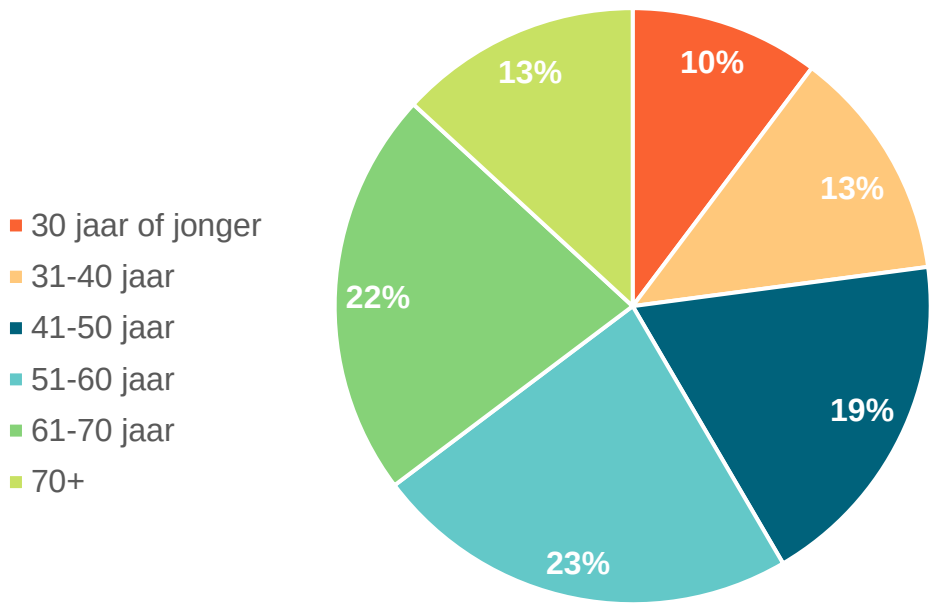

Weerhouden surveys:
441
Algemene doelgroep:
384
Dressr klanten:
57

Respons


Aantal respondenten per provincie (n=434)
Series1
23
226
Antwerpen
226
West-Vlaanderen
40
Oost-Vlaanderen
68
Vlaams-Brabant
39
Limburg
23
Powered by Bing
© GeoNames, Microsoft, TomTom

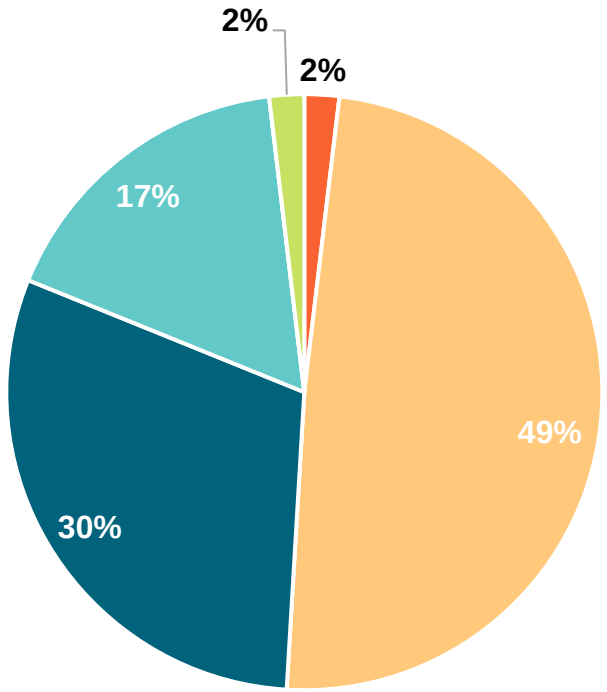
Socio-demografisch profiel

Potentiële klanten (n=380)



Mean: 52,9
Median: 55

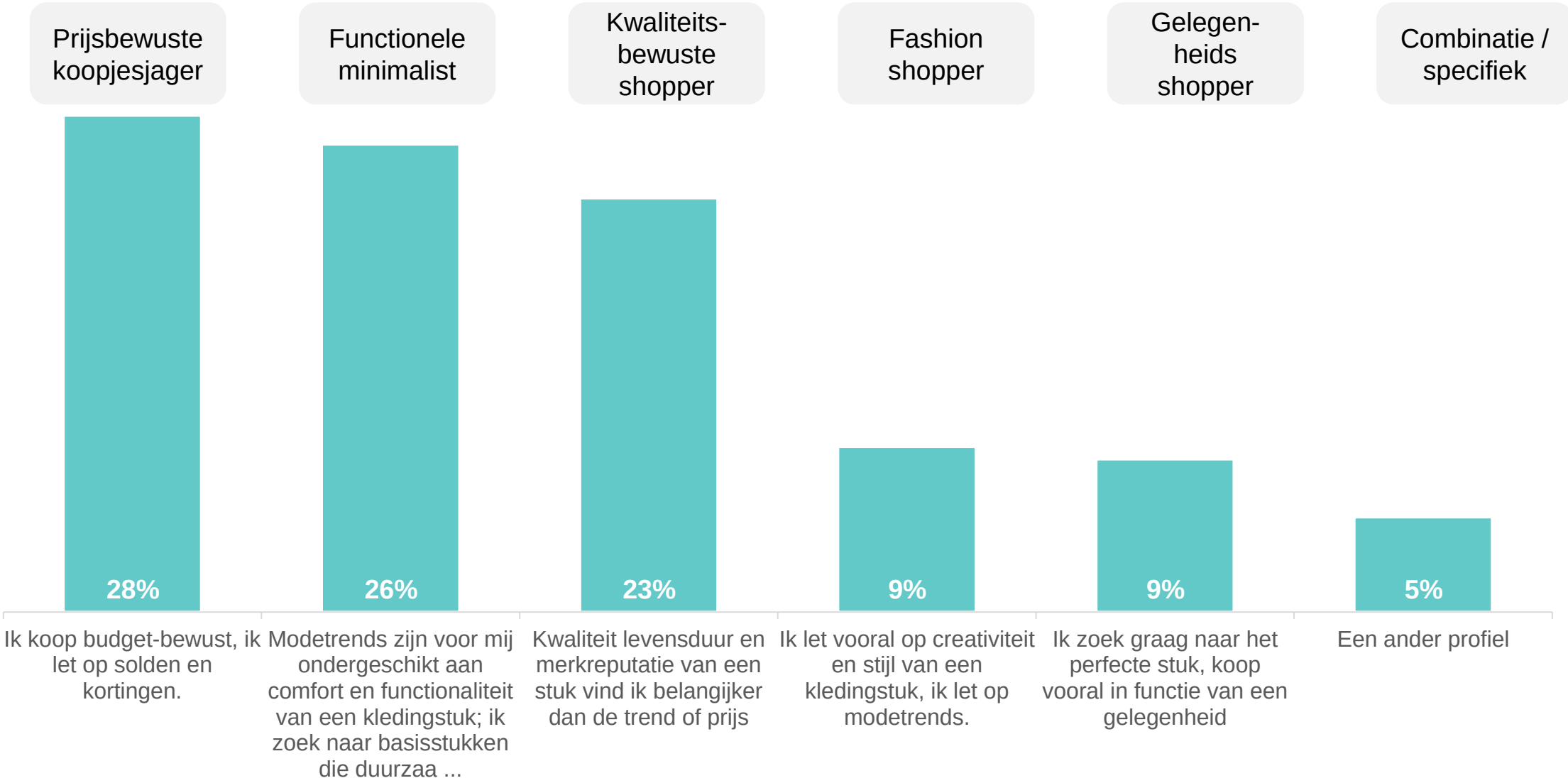
Klanten (n=53)



Mean: 42,7
Median: 40

Persona

Totale steekproef (n=433)



Persona

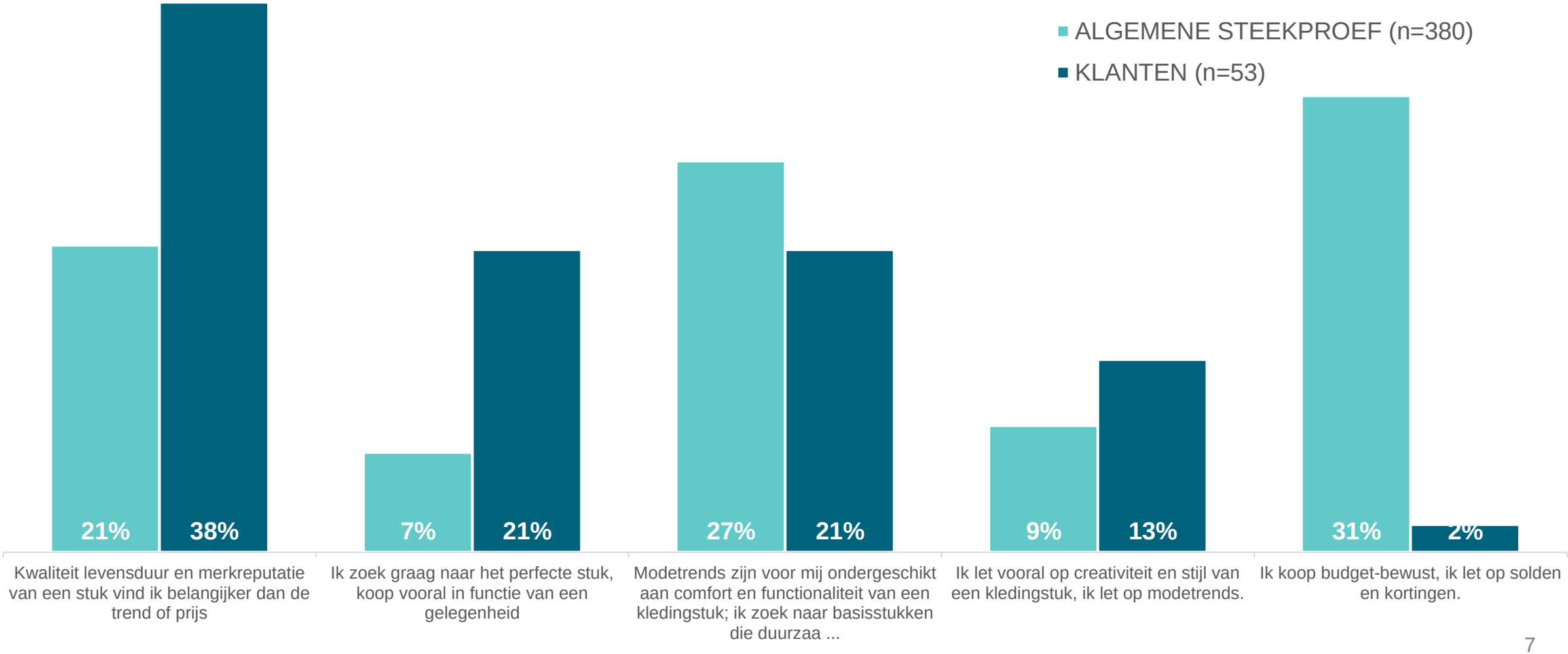
Kwaliteits-bewuste shopper

Gelegenheids shopper

Functionele minimalist

Fashion shopper

Prijsbewuste koopjesjager



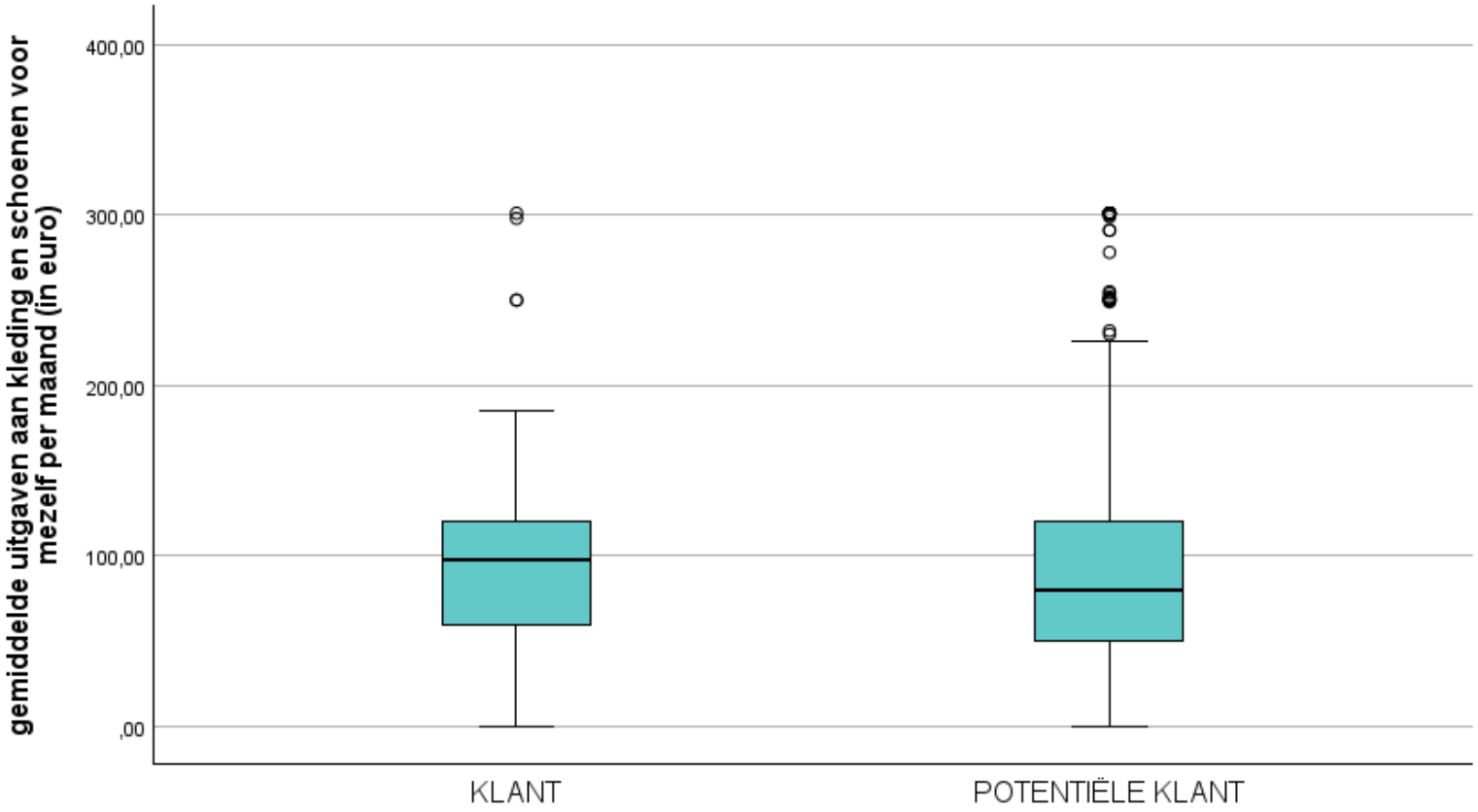
Doelgroep-verkenning

- Maandelijks bestedingsbudget voor kleding?
- Voor welke Dressr formules bestaat het meest enthousiasme?
- Buyer persona voor abonnement en verhuur
- Hoe kunnen deze bereikt worden?

Gemiddelde maandelijkse besteding aan kledij

Algemeen (totale steekproef)

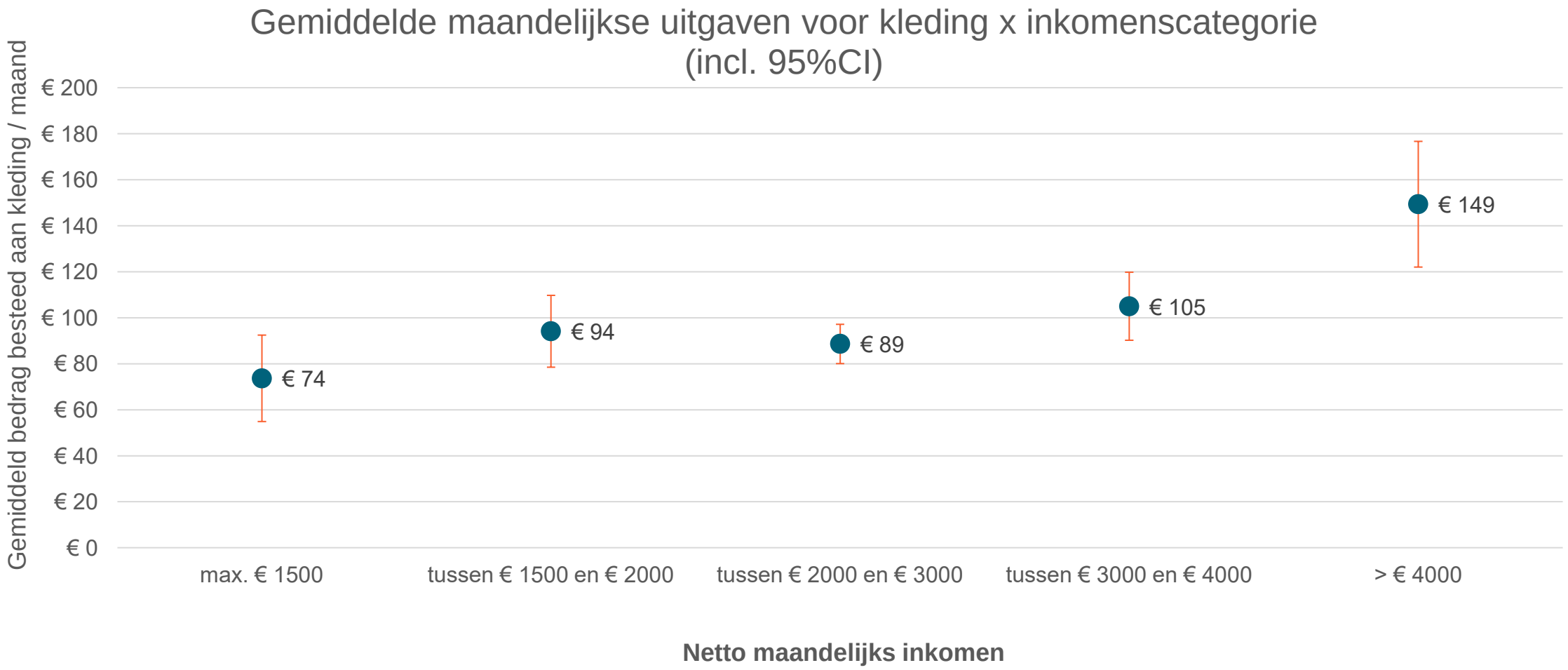
- Gemiddeld: € 97 (95%CI: €90 en €103)
- Max: € 300 (extreme waarde)
- Klanten geven gemiddeld iets meer uit (maar verschil is niet-sign.)



Mean: € 102
Median: € 98

Mean: € 96
Median: € 80

Gemiddelde maandelijkse besteding aan kledij



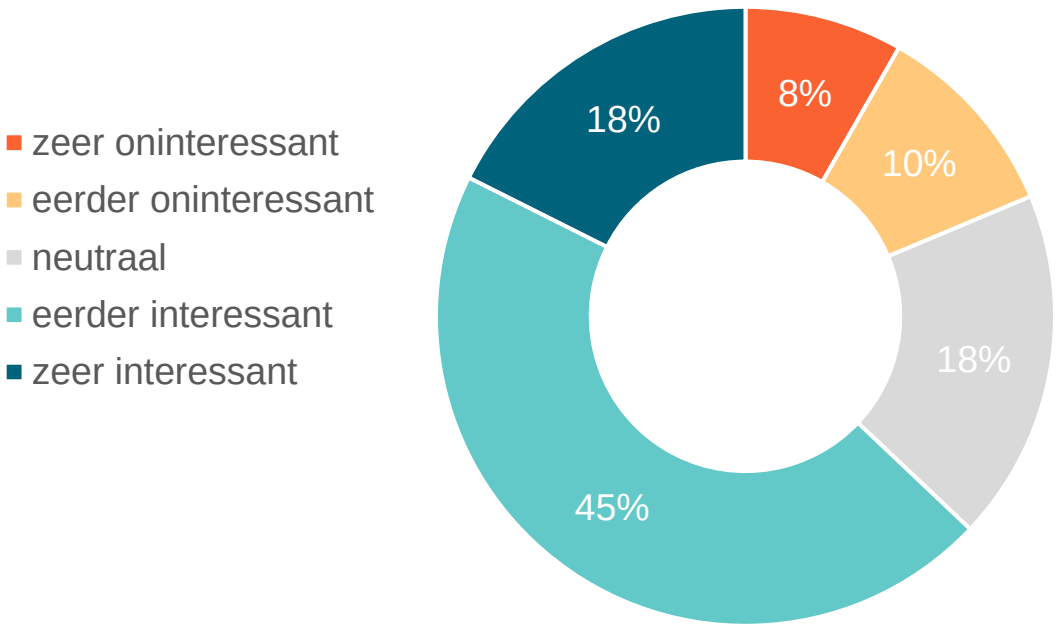
Eerste reactie op het concept

We willen even het Dressr-concept voorstellen om vervolgens te vragen wat je ervan vindt.

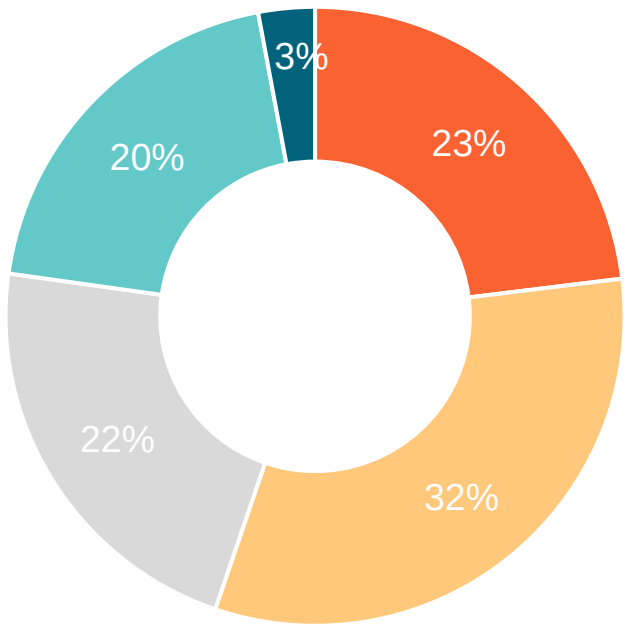
*Dressr is een **online verhuurplatform** waar je kan kiezen uit +50 merken en honderden stijlen. We hebben een **showroom in Mortsel** maar ons verhaal speelt zich vooral online af. Je kan **eenmalig iets huren** (bijvoorbeeld een exclusief designerstuk voor een feestelijke gelegenheid, dat je 10 dagen kan bijhouden), of je kan voor een **vast bedrag per maand een aantal stuks kiezen en gratis thuisbezorgd krijgen.** Deze stukken zullen altijd **gewassen** bij je toekomen.*
*Het **terugbezorgen** van de stukken kan heel makkelijk via de verpakking waarin het toekwam en kan **gratis** aan een postpakketpunt in je buurt afgeleverd worden. De **wisseltijd** is flexibel: je kan zelf bepalen hoe lang je de kledingstukken bijhoudt en wisselt voor andere stuks.*

Reactie op het concept van Dressr

Eenmalig huren
N=375

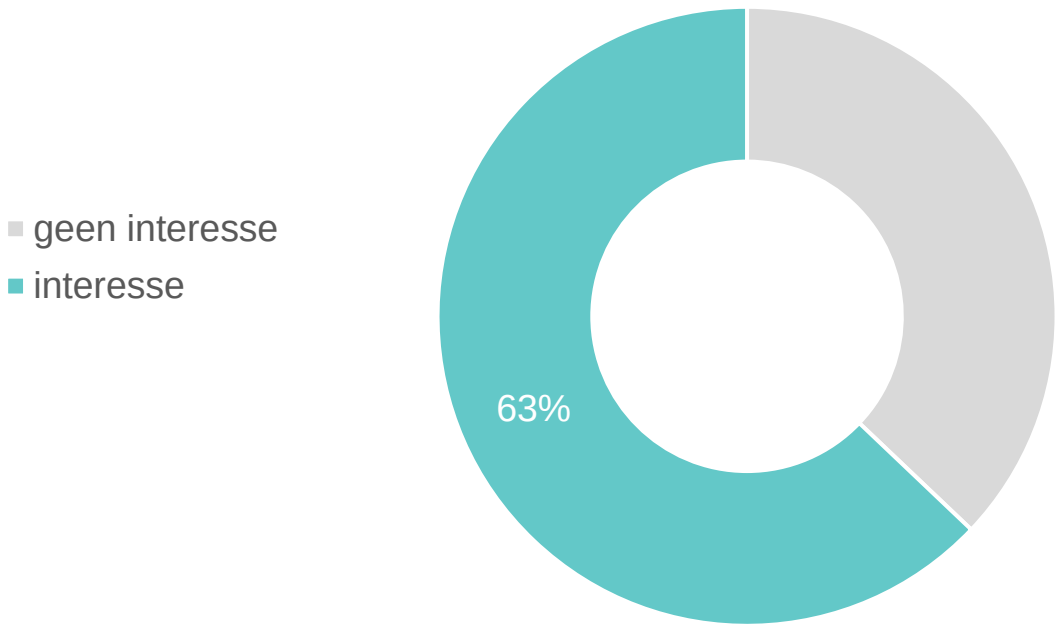


Maandelijks huren
N=373

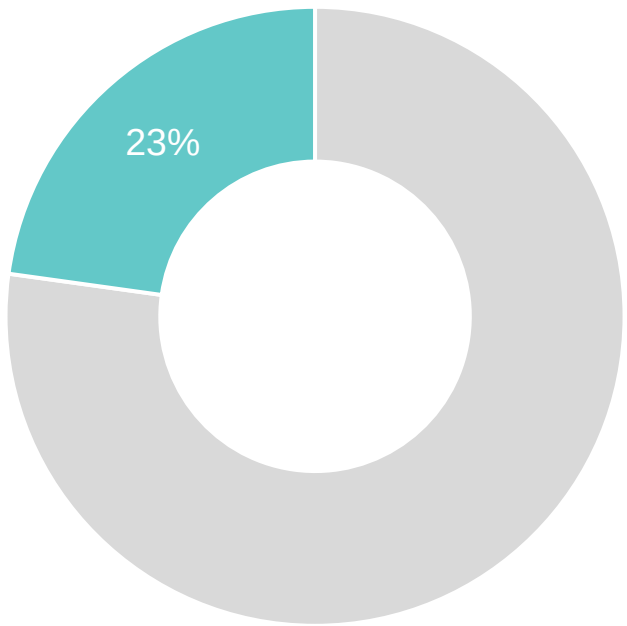


Reactie op het concept van Dressr

Interesse in idee van eenmalig huren
N=375



Interesse in idee van abonnement
N=373



Redenen negatieve attitude

Weerstand tegenover tweedehands (hygiëne)

Liever kleding in bezit

Draag kleding af

Geen nood aan maandelijks nieuwe outfit

Huren is duurder

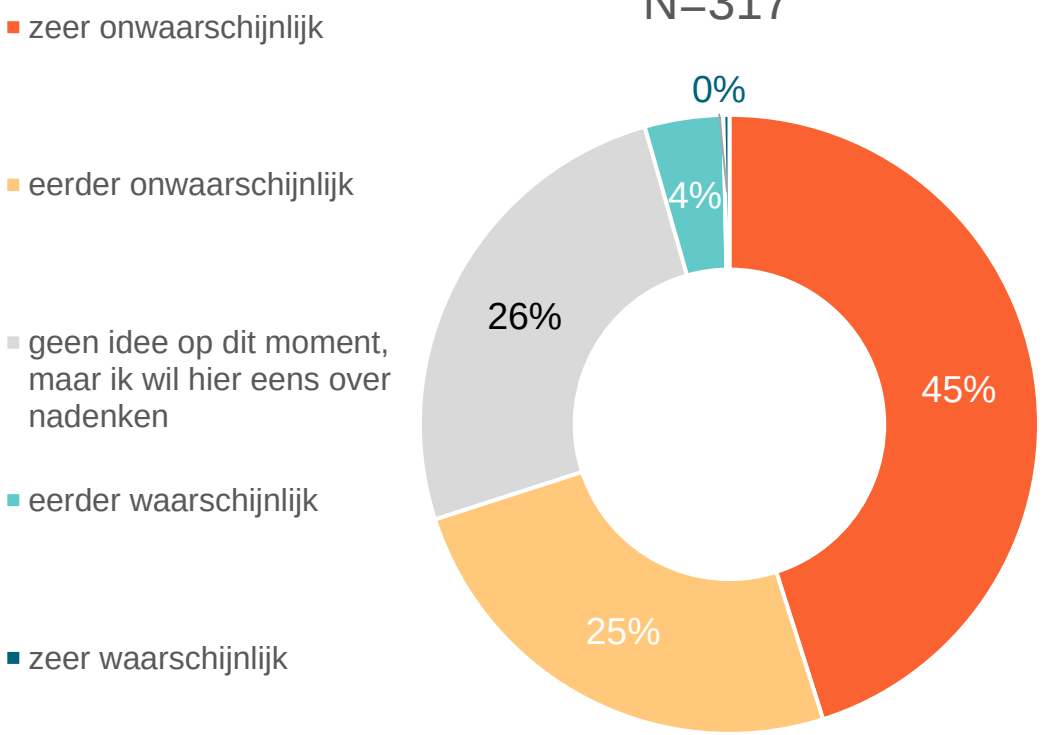
Geen budget voor

Nog onvoldoende informatie op dit moment

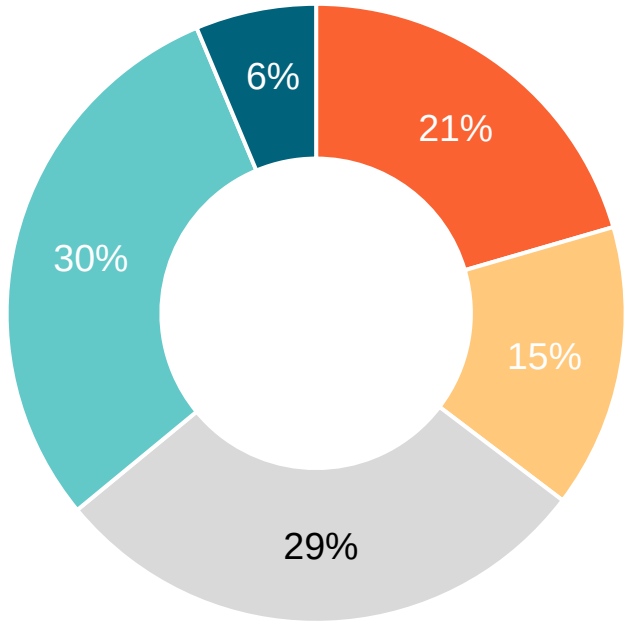
Gehechtheid aan goed passend kledingstuk

Bereidheid om Dressr klant te worden?

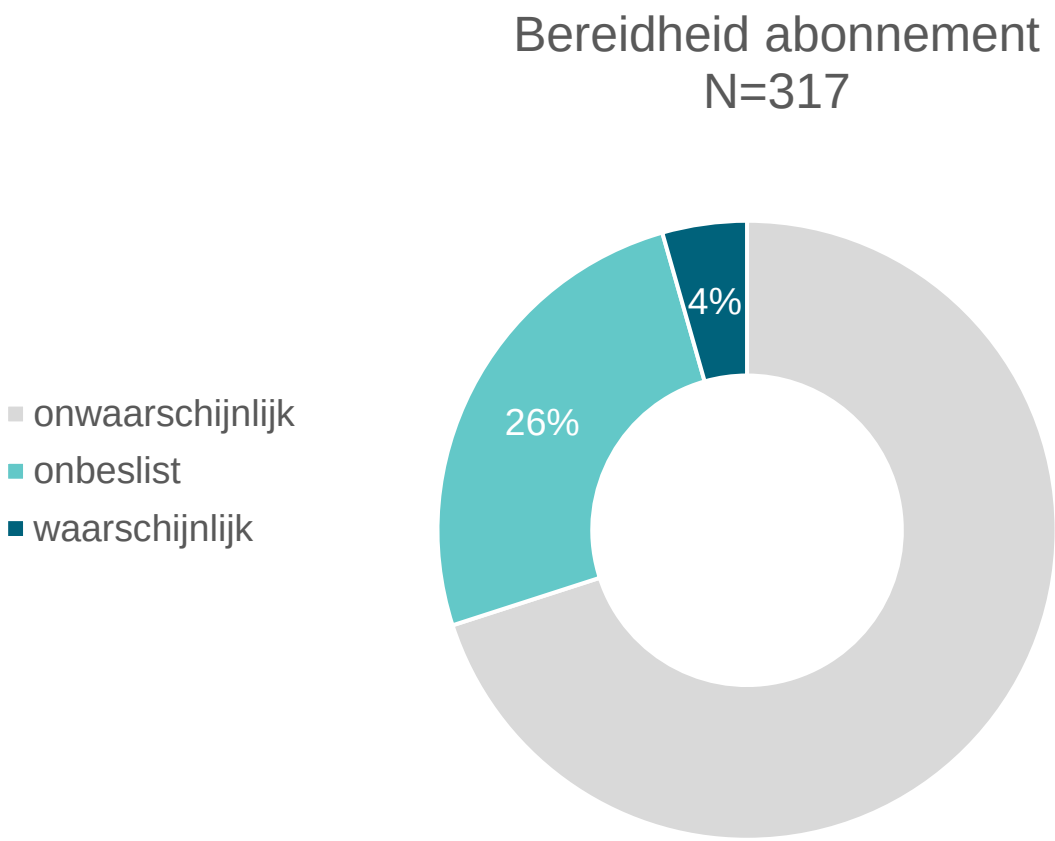
Kans dat je een abonnement overweegt N=317

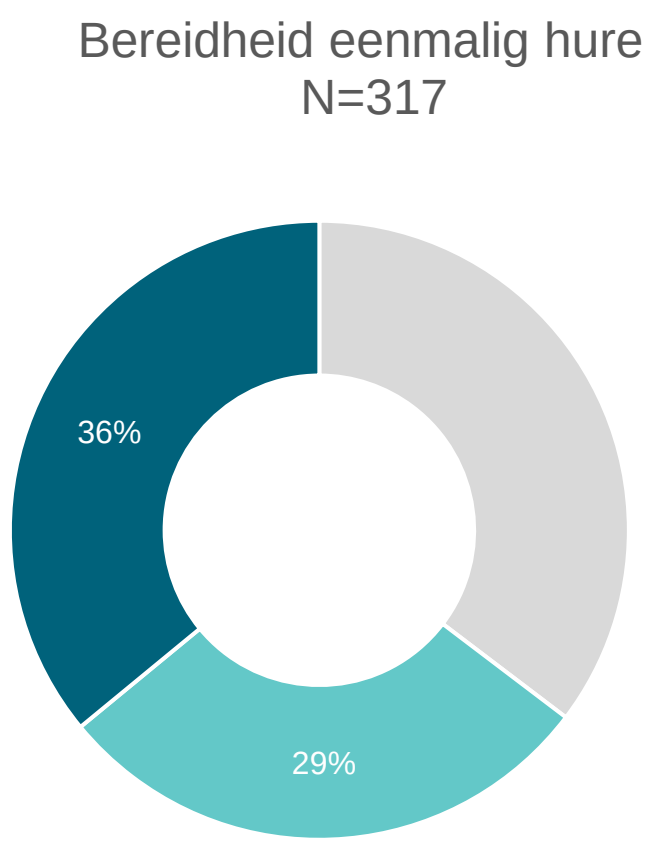


Kans dat je overweegt om eenmalig te huren N=317

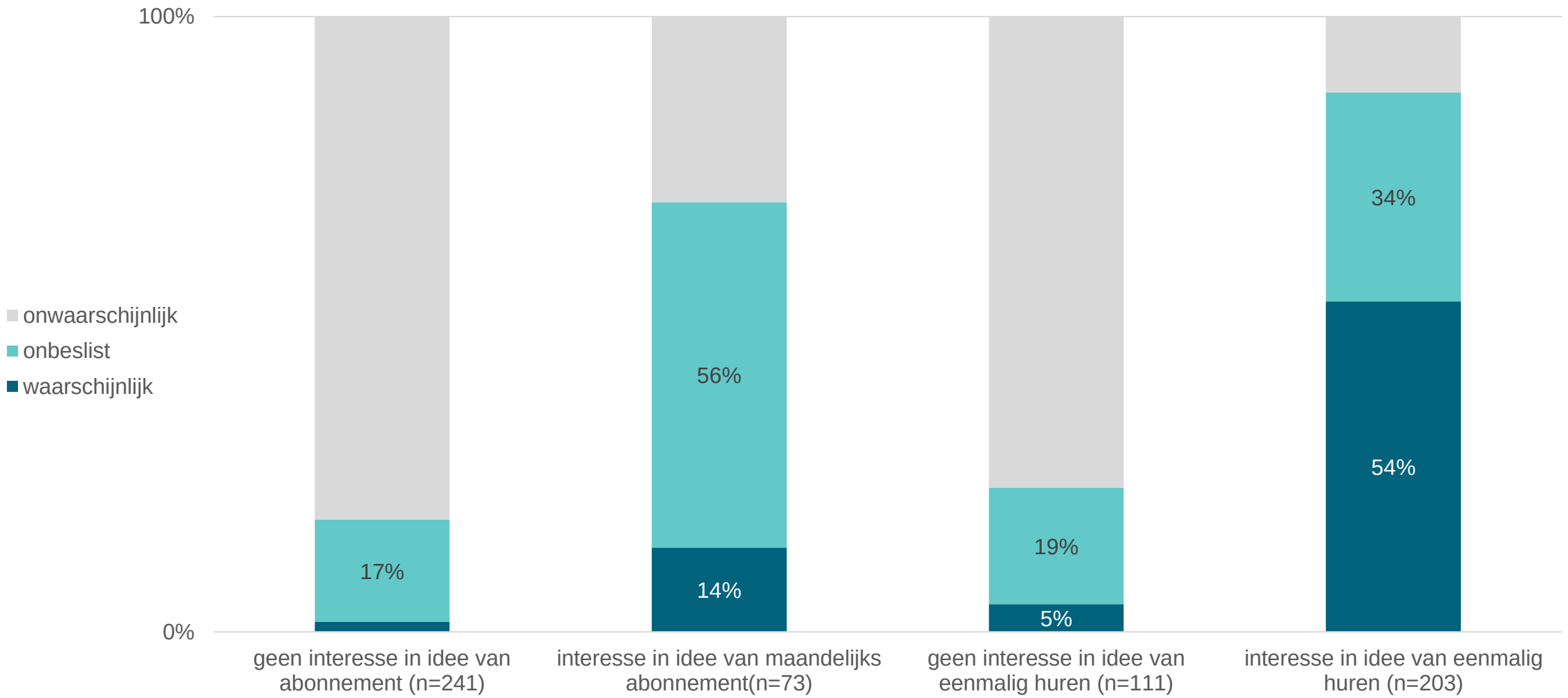


Bereidheid om Dressr klant te worden

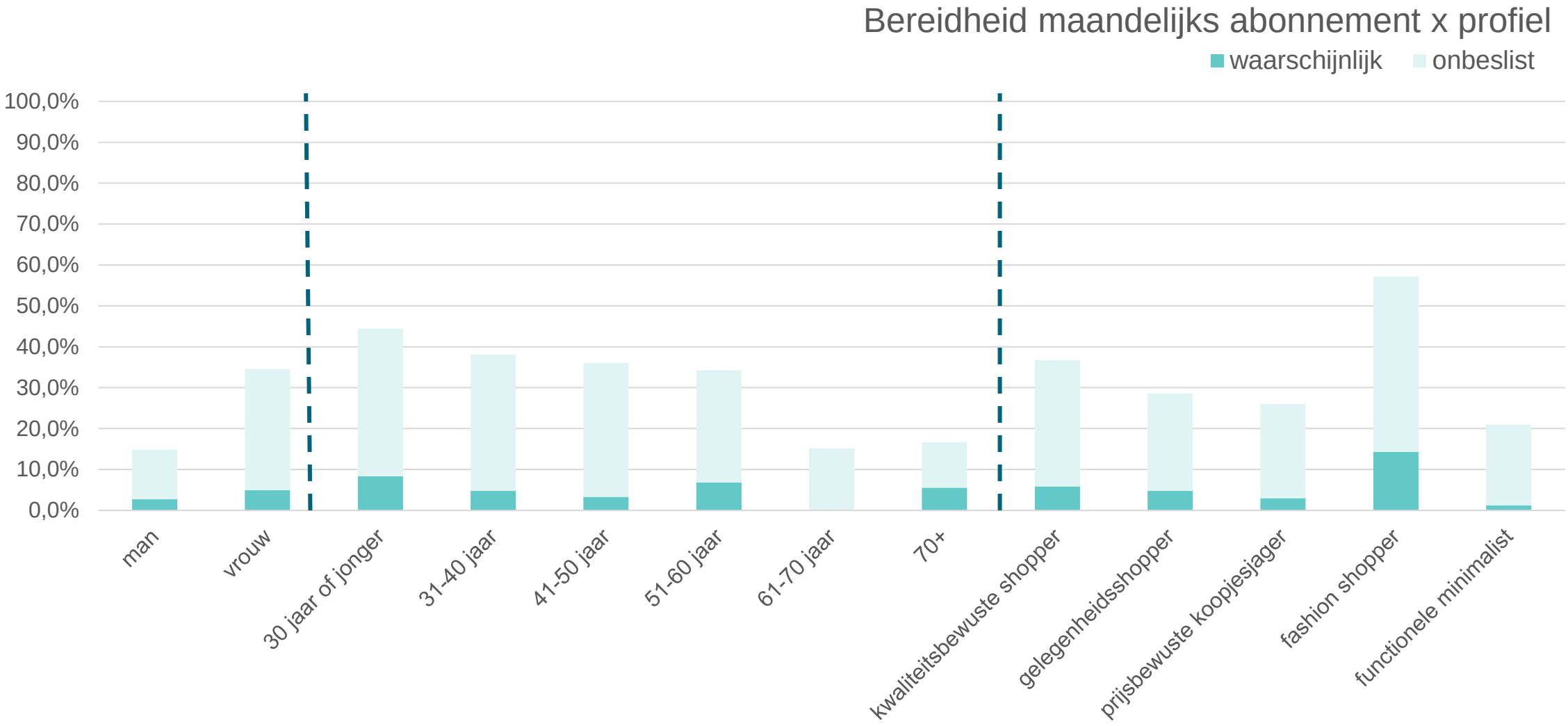




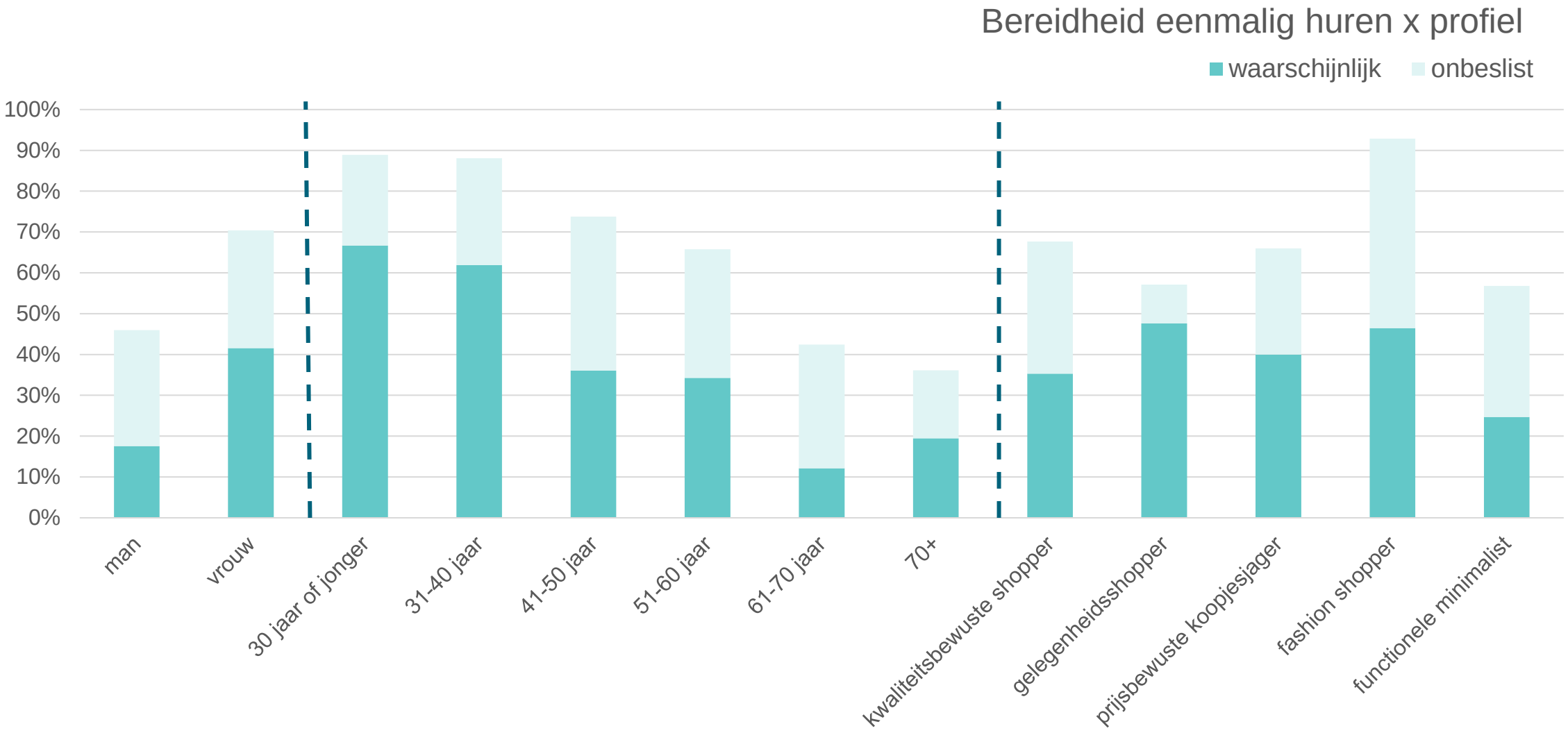
Correlatie ‘interesse’ & ‘bereidheid’



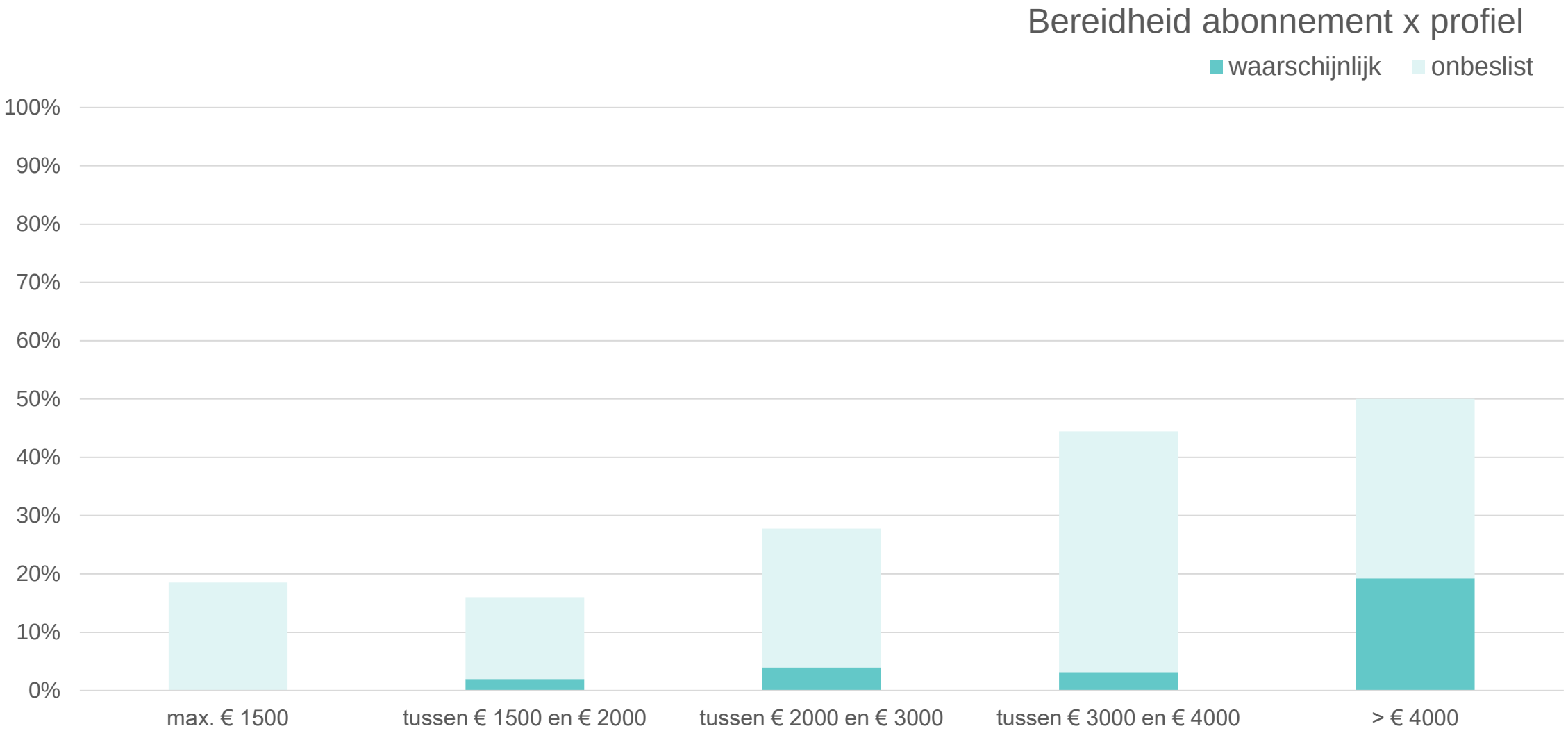
Welke doelgroep biedt potentie om Dressr-klant te worden?



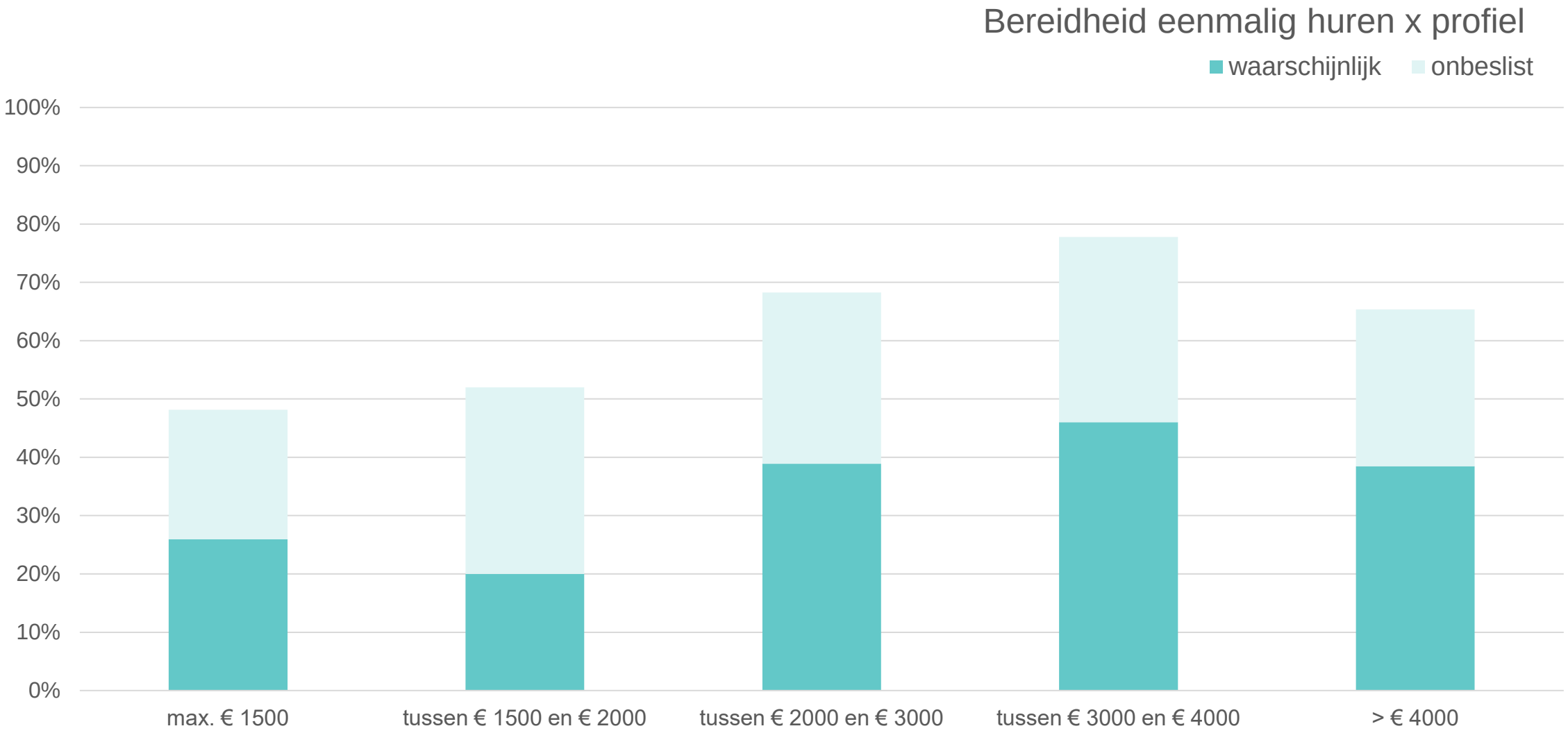
Welke doelgroep biedt potentie om Dressr-klant te worden?



Welke doelgroep biedt potentie om Dressr-klant te worden?



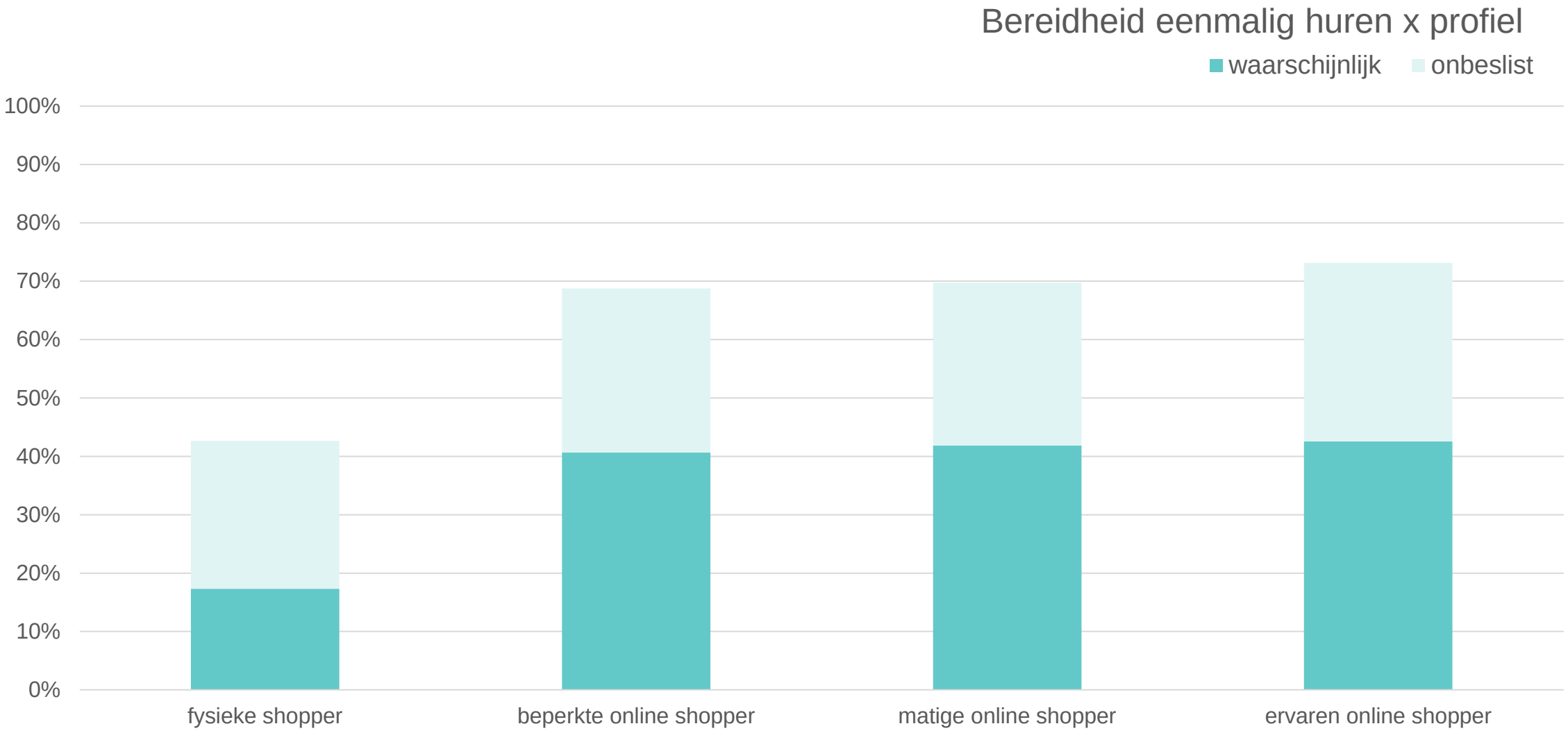
Welke doelgroep biedt potentie om Dressr-klant te worden?



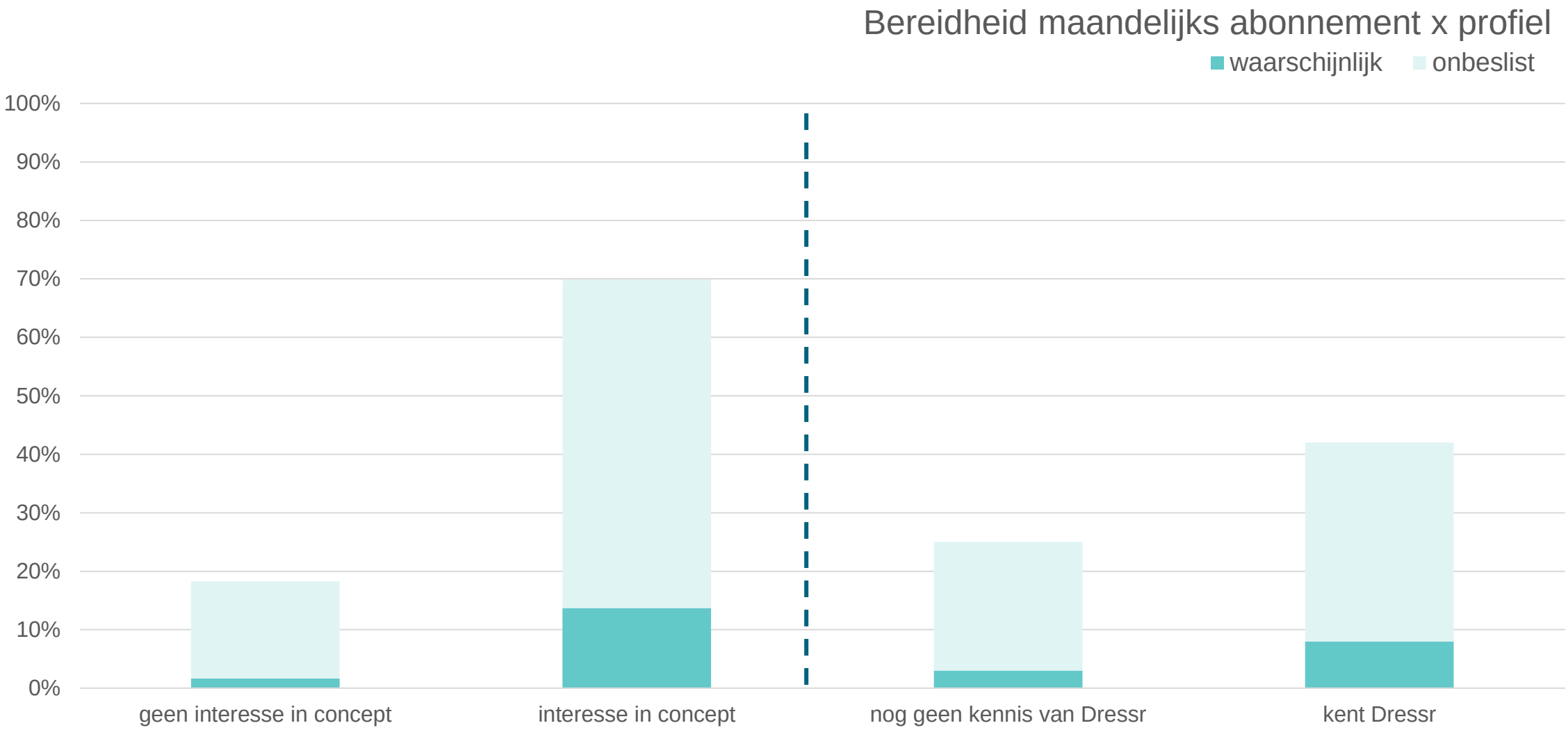
Welke doelgroep biedt potentie om Dressr-klant te worden?



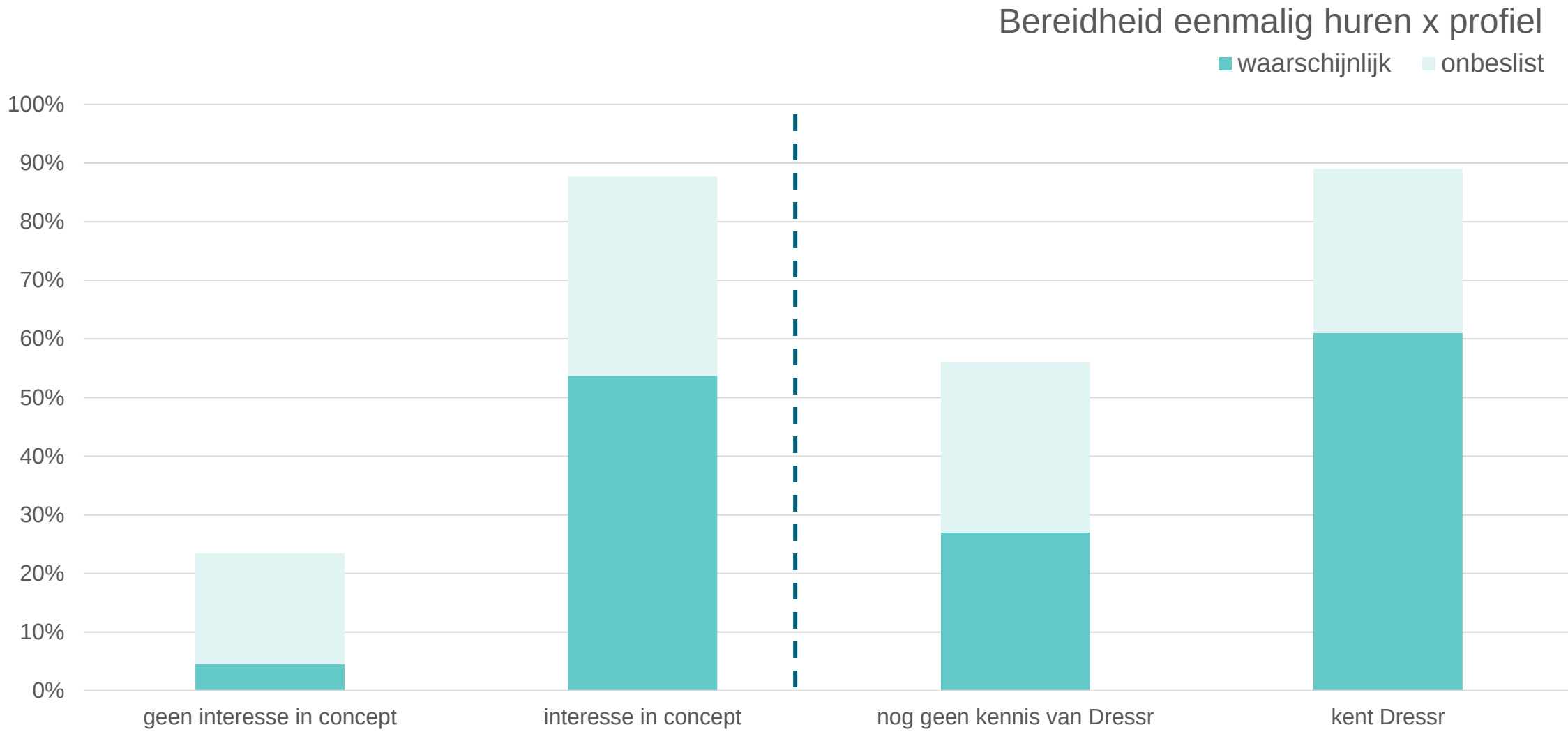
Welke doelgroep biedt potentie om Dressr-klant te worden?



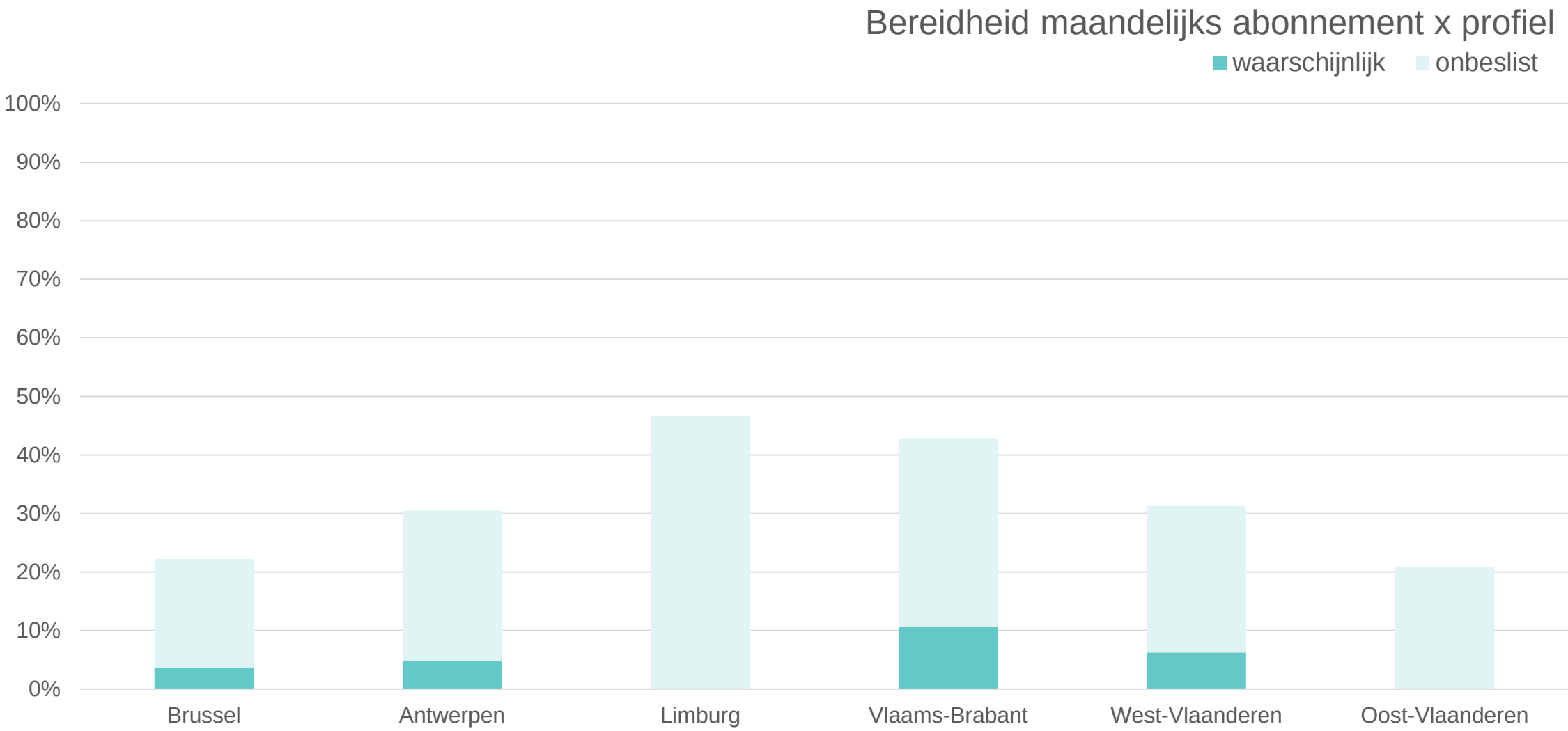
Welke doelgroep biedt potentie om Dressr-klant te worden?



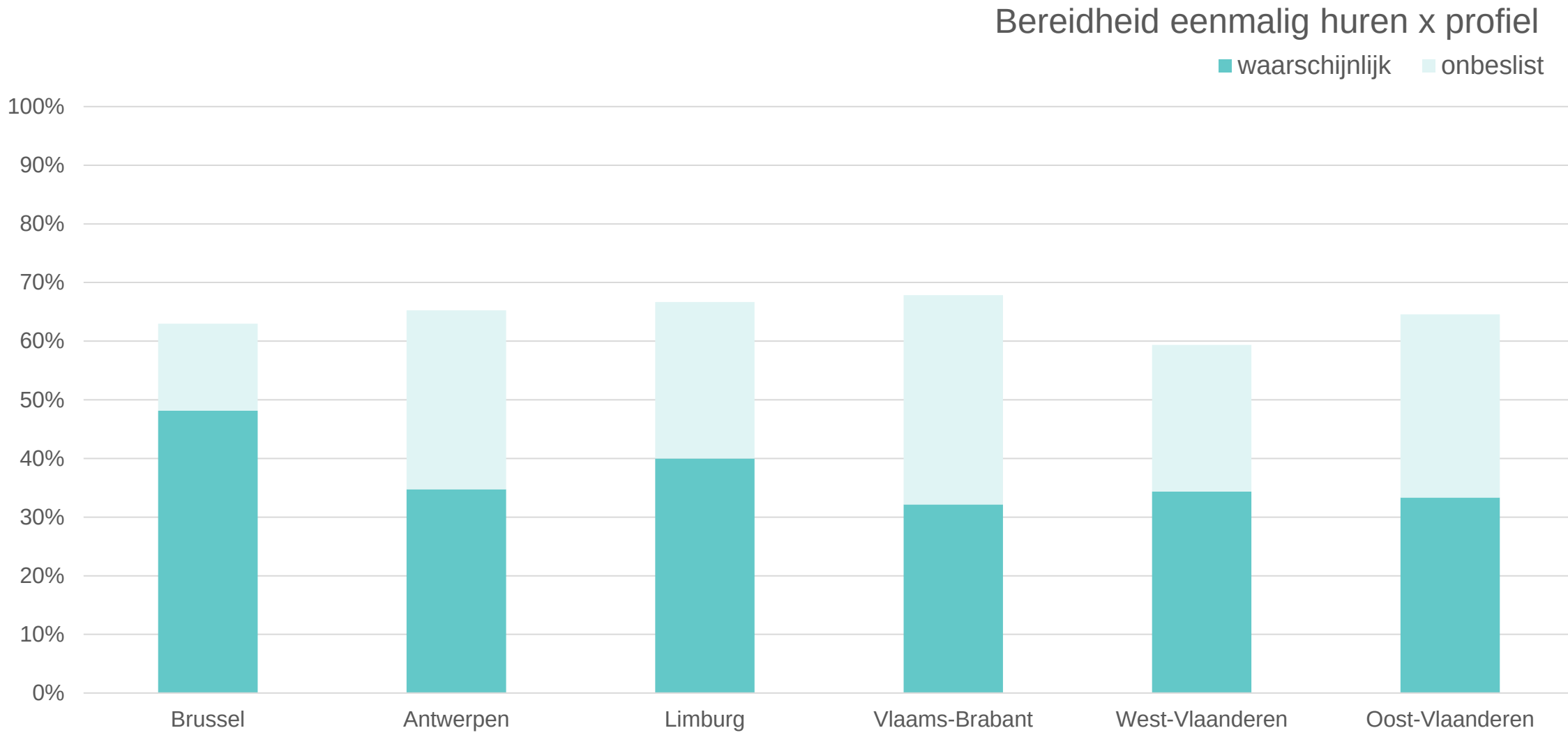
Welke doelgroep biedt potentie om Dressr-klant te worden?



Welke doelgroep biedt potentie om Dressr-klant te worden?



Welke doelgroep biedt potentie om Dressr-klant te worden?



Hoe kunnen deze potentiële klanten bereikt worden?

Huidige klanten vonden Dressr vooral via

- Social media (37%)
- Publicaties in gedrukte magazines of op websites (26%)
- Vrienden (15%)

Recap…

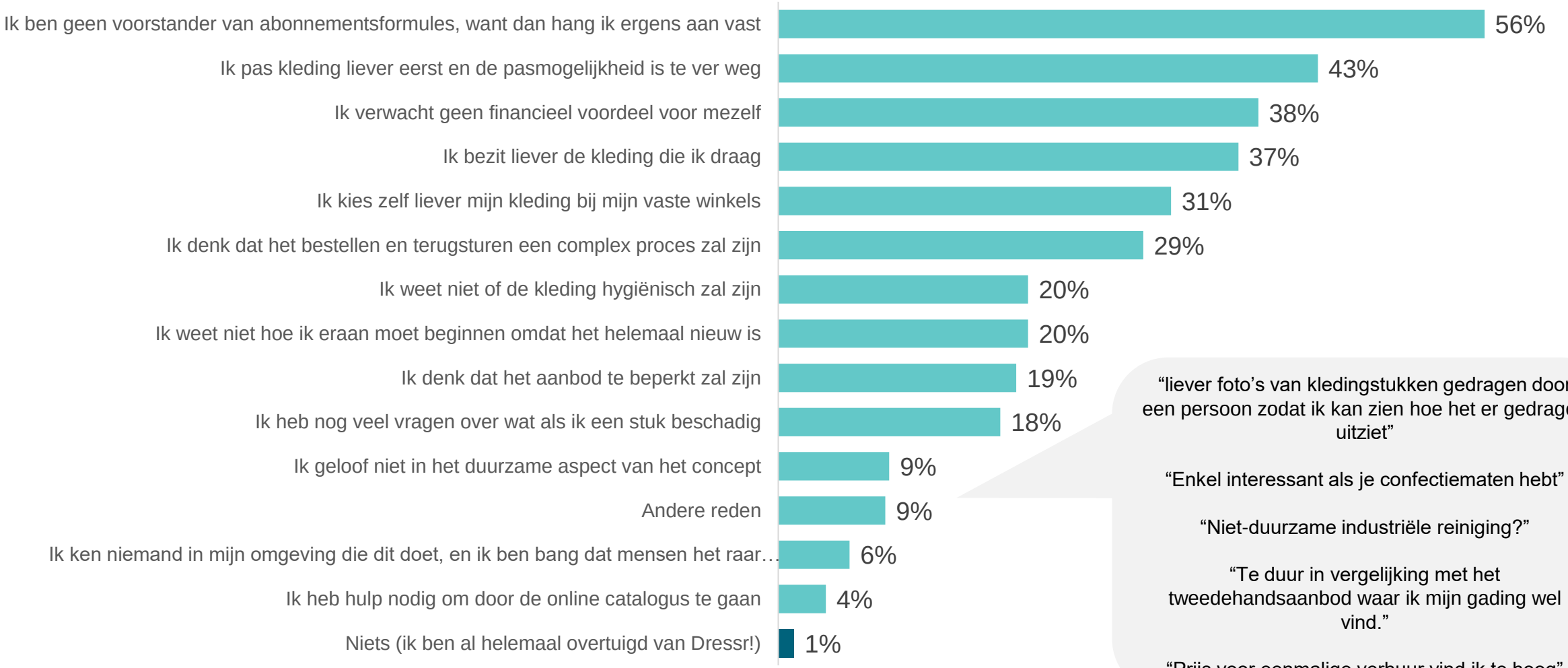
- Groot enthousiasme voor concept van eenmalig huren
- Terughoudendheid voor huren op basis van abonnementsformule
- Kennis ➔ interesse ➔ bereidheid
- Psychografisch profiel van de klant = kwaliteitsbewuste shopper, gelegenheidsshopper, fashion shopper
- Grotere bereidheid vanaf inkomenssegmenten +2000€ netto maandelijks inkomen
- Ervaren online shopper tonen grotere bereidheid dan fysieke shoppers
- Jongere segmenten = grotere waarschijnlijkheid (<60 jaar)

Drempels en motivatoren

- Wat zijn de grootste drempels bij de respondenten die nog geen lid zijn?
- Welke attributen (kenmerken van de abonnementsformule) zijn essentieel bij het maandelijks huren?

Wat zou je tegenhouden om iets te huren via Dressr?

Multiple response (totale steekproef, n=317)



"liever foto's van kledingstukken gedragen door een persoon zodat ik kan zien hoe het er gedragen uitziet"

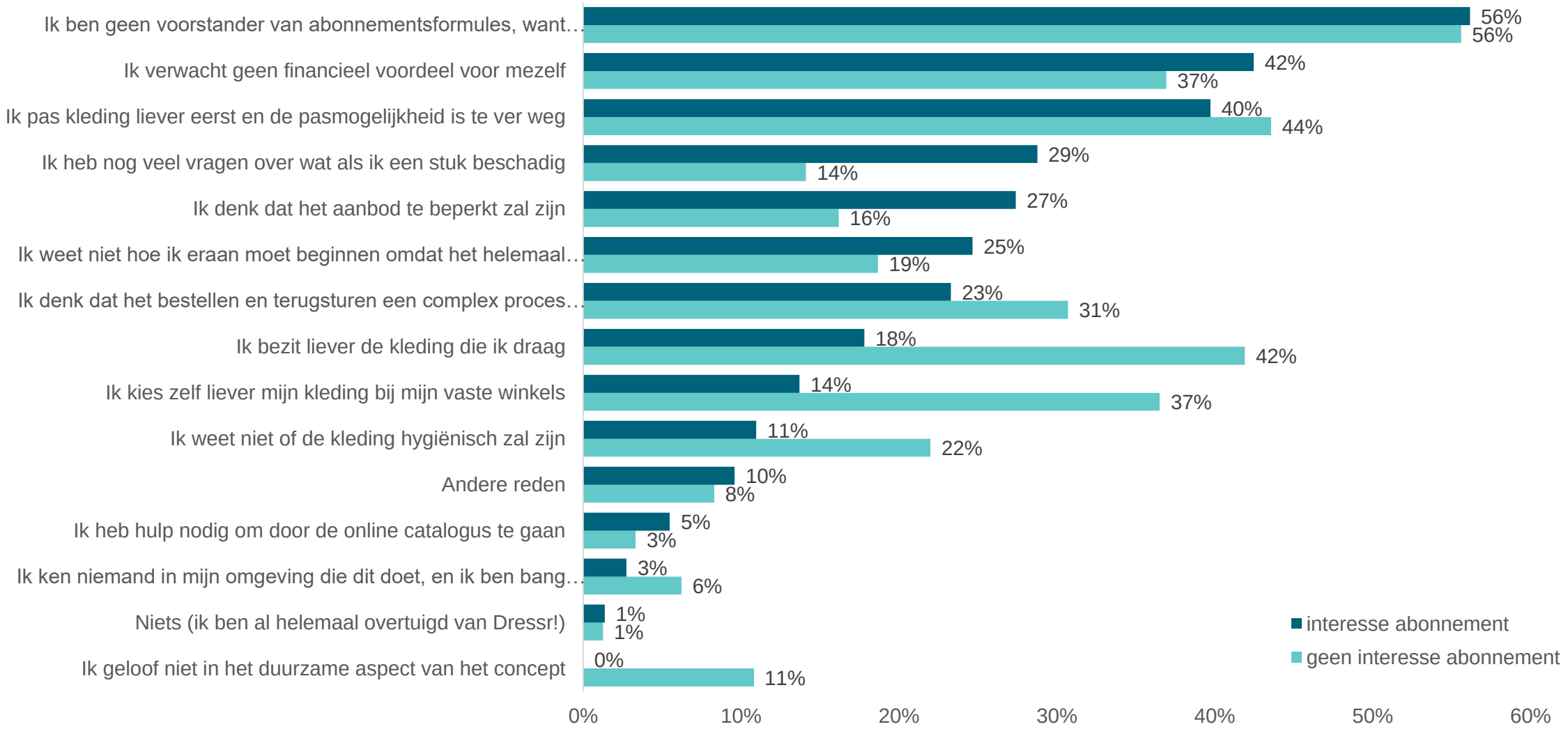
"Enkel interessant als je confectiematen hebt"

"Niet-duurzame industriële reiniging?"

"Te duur in vergelijking met het tweedehandsaanbod waar ik mijn gading wel vind."

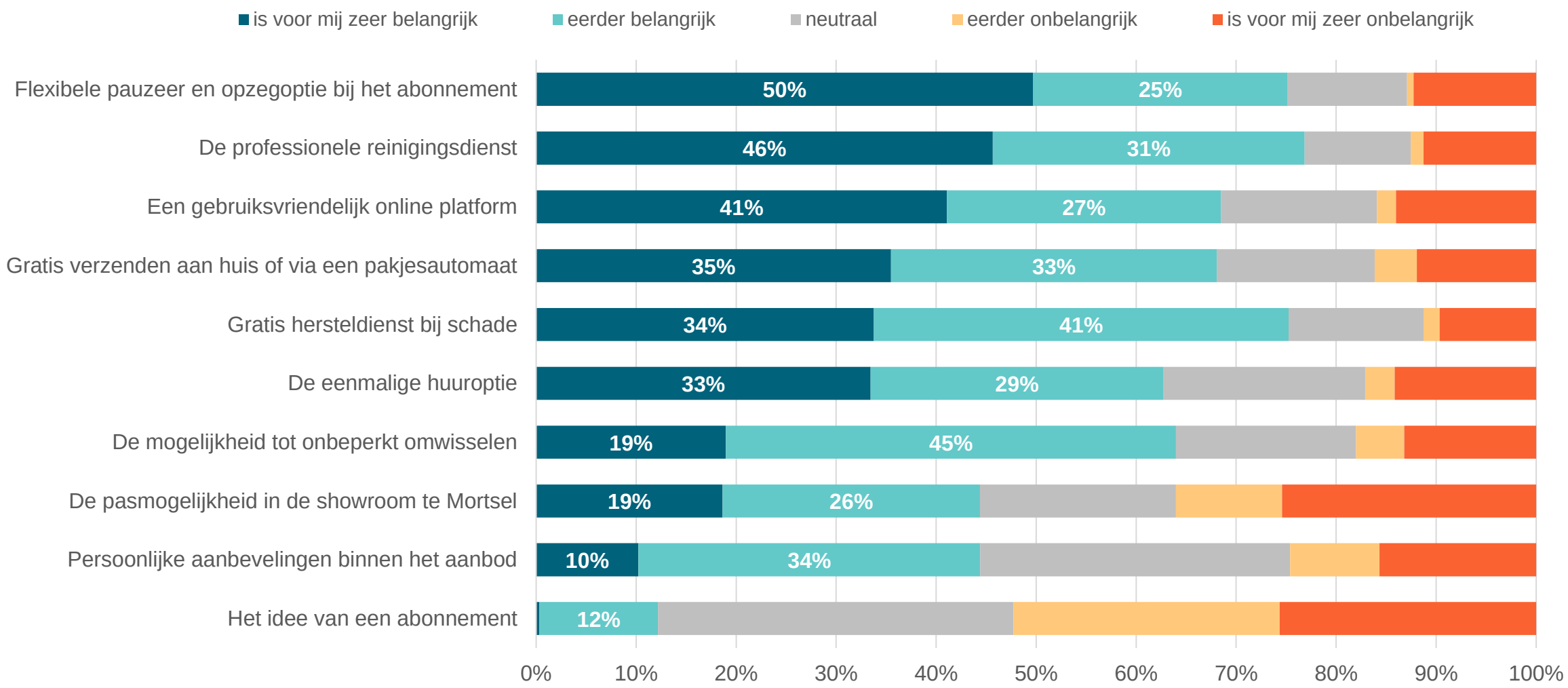
"Prijs voor eenmalige verhuur vind ik te hoog"

Wat zou je tegenhouden om iets te huren via Dressr?



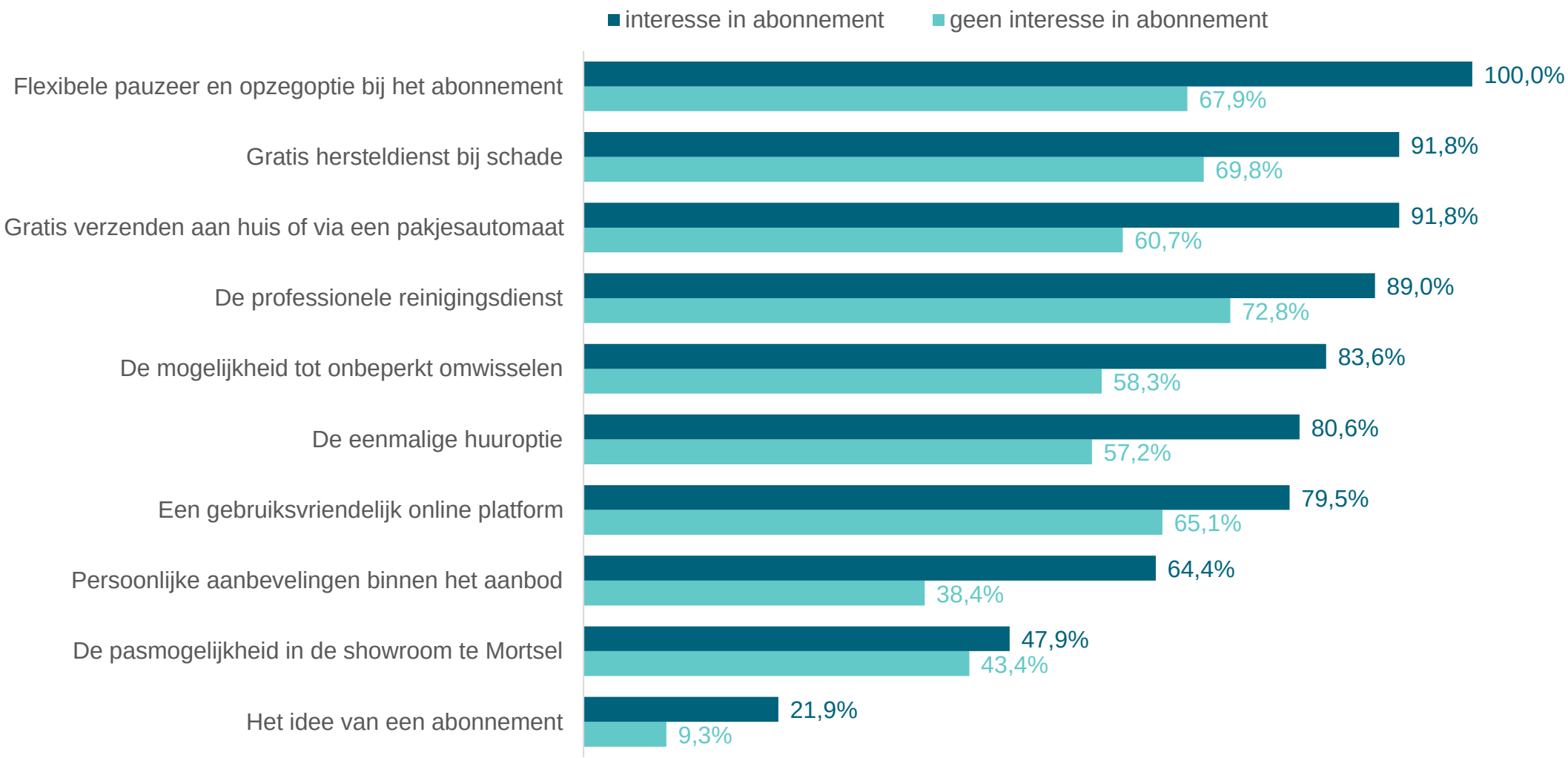
Belang van concept attributen

totale steekproef, n=311



Belang van concept attributen

x eerste reactie op het concept ‘maandelijks huren’



Recap…

- Top 3 van **drempels**
  - Onzekerheid abonnementsflexibiliteit
  - Onzekerheid over pasmaat, zeker wanneer men niet binnen de confectiematen valt
  - Perceptie dat het financieel niet voordelig gaat zijn

- Drempels gerelateerd aan informatienood zijn relatief makkelijk te fixen

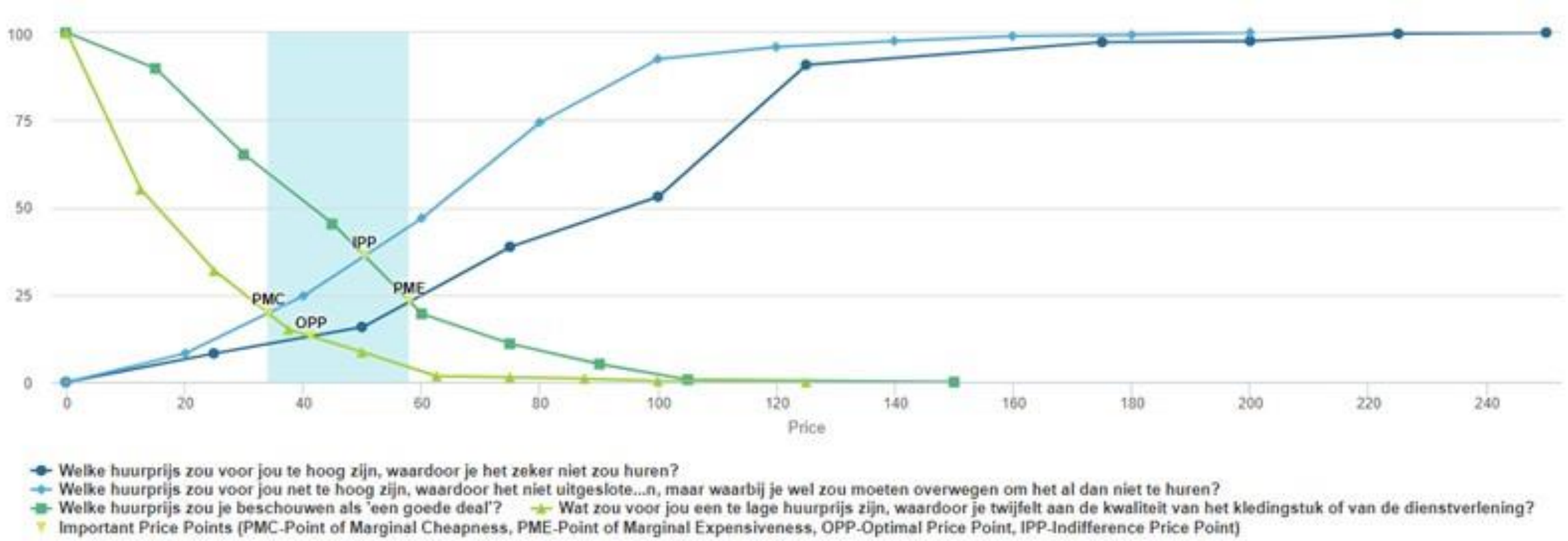
- Top 3 **abonnementskenmerken**
  - Potentiële klanten willen zekerheid over flexibiliteit abonnement (pauzeren, opzeggen)
  - Gratis hersteldienst
  - Gratis verzenden

Prijsmodel

- Welke prijsmodel heeft de voorkeur bij de respondenten?
- Hoeveel is iemand bereid te betalen voor een eenmalige verhuur?

Ideale prijssetting

om eenmalig een designerstuk te huren voor 10 dagen (winkelwaarde €250)



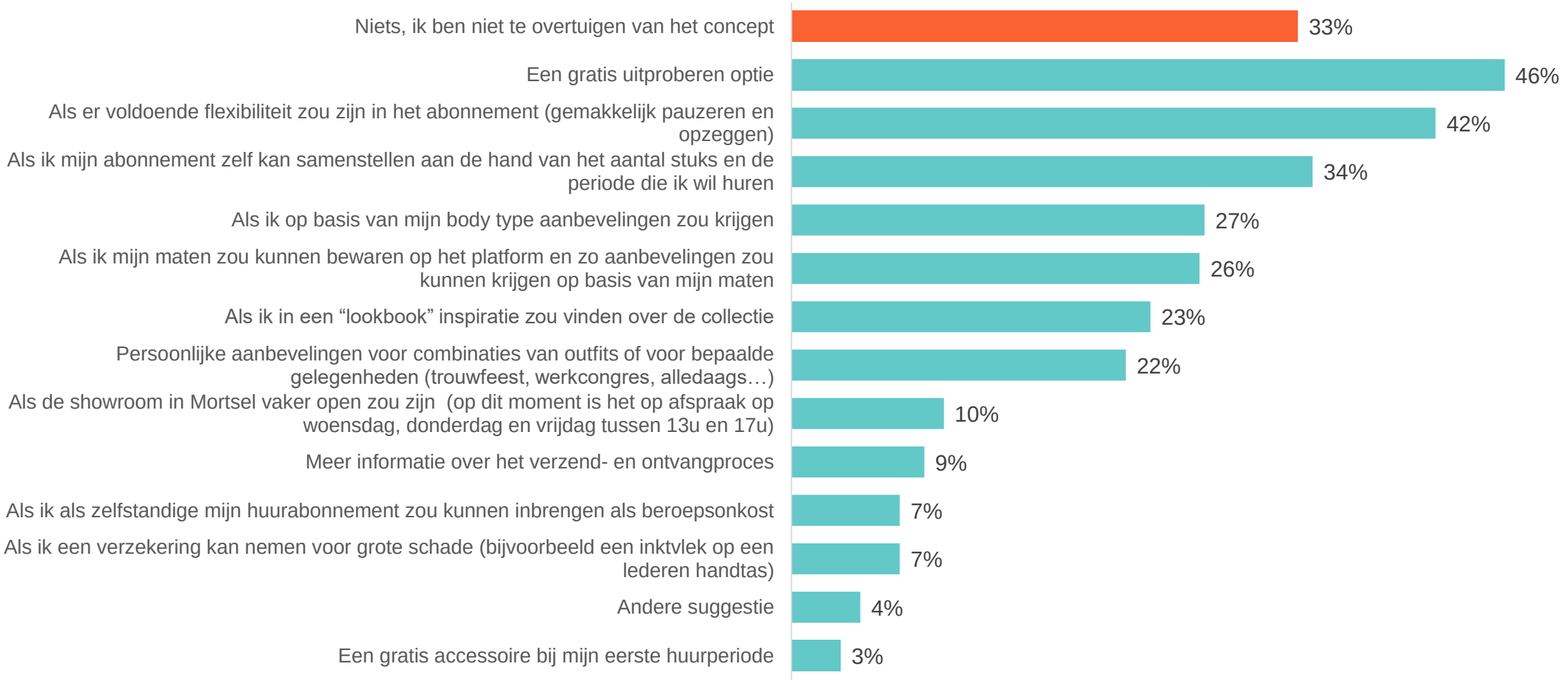
Aanvaardbare prijsklasse: €34 tot €58

Interventies

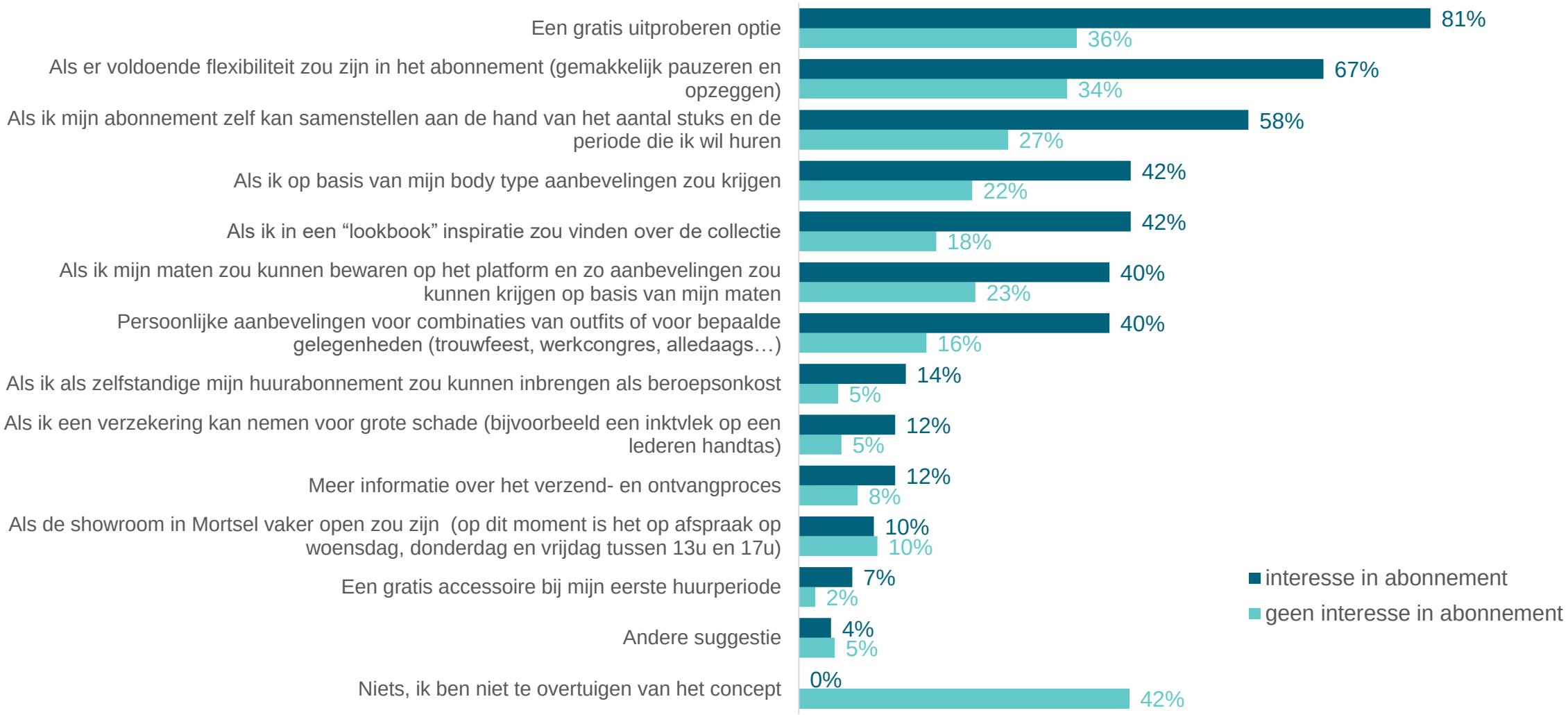
- Welke interventies zouden volgens deze data het meeste doelgericht zijn om de drempel te verlagen om te huren via Dressr?

Wat zou je kunnen stimuleren om te starten met huren van kleding via een abonnementsformule?

Multiple response (totale steekproef, n=317)



Wat zou je kunnen stimuleren om te starten met huren van kleding via een abonnementsformule?



Recap…

- Meest doelgerichte interventies
  - Gratis uitprobeeroptie (maar praktisch haalbaar?)
  - Flexibele abonnementsformule verzekeren
  - Aanpasbaar abonnementssamenstelling

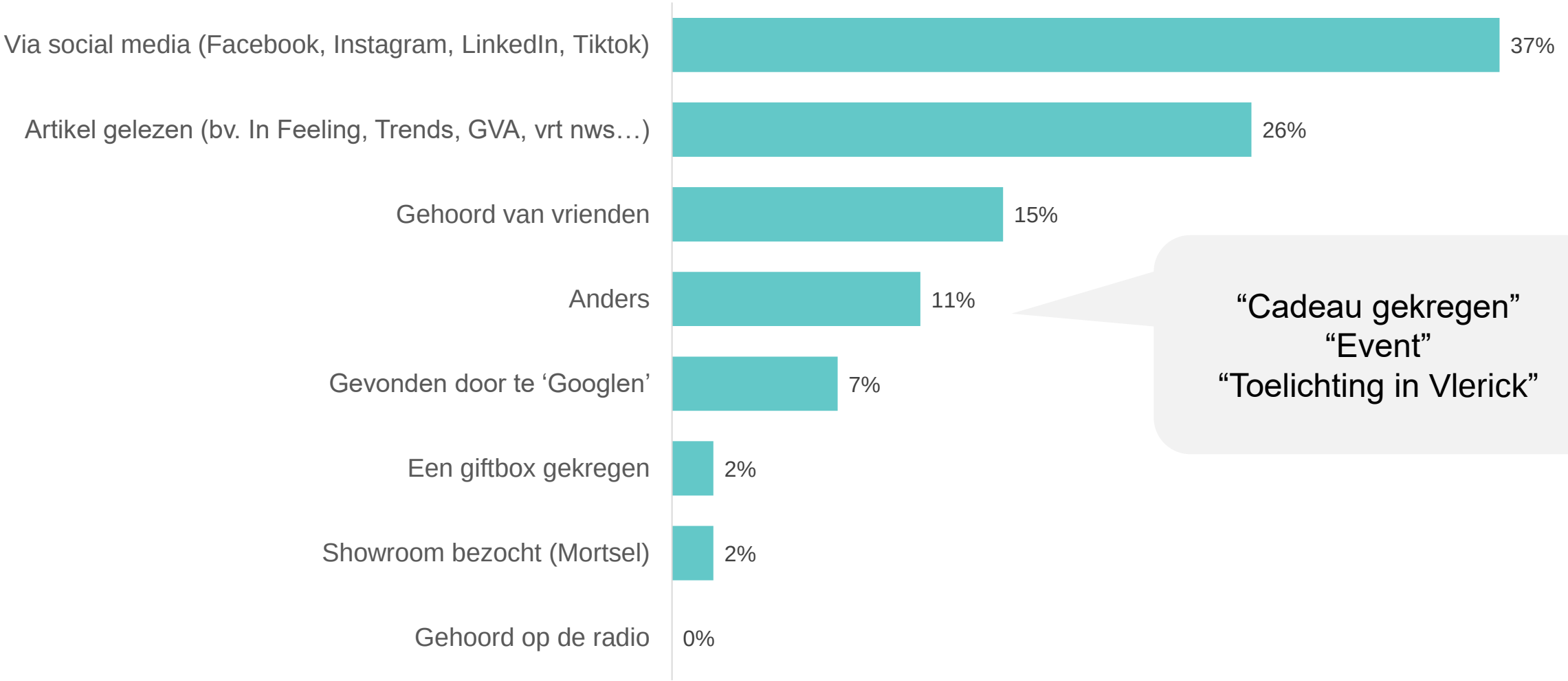
- Interessante suggesties
  - Maten eenmalig laten opmeten
  - Meer duidelijkheid over duurzaamheidsaspect
  - Goedkoper (meer stuks voor minder geld)
  - Showroom in Gent?

Klanten -onderzoek

- Is er een product-market fit op basis van deze meting?
- Wat zijn de belangrijkste voordelen van maandelijks huren volgens de klanten? Wat zegt dit over het economisch argument?
- Welke interventies schuiven klanten zelf naar voor? Is er een match met de interventies die potentiële klanten aanhalen?
- Wat is de impact van een Dressr abonnement op het aankoopgedrag? Kunnen we hiermee ook het economisch argument maken naar klanten?

Kennismakingskanaal

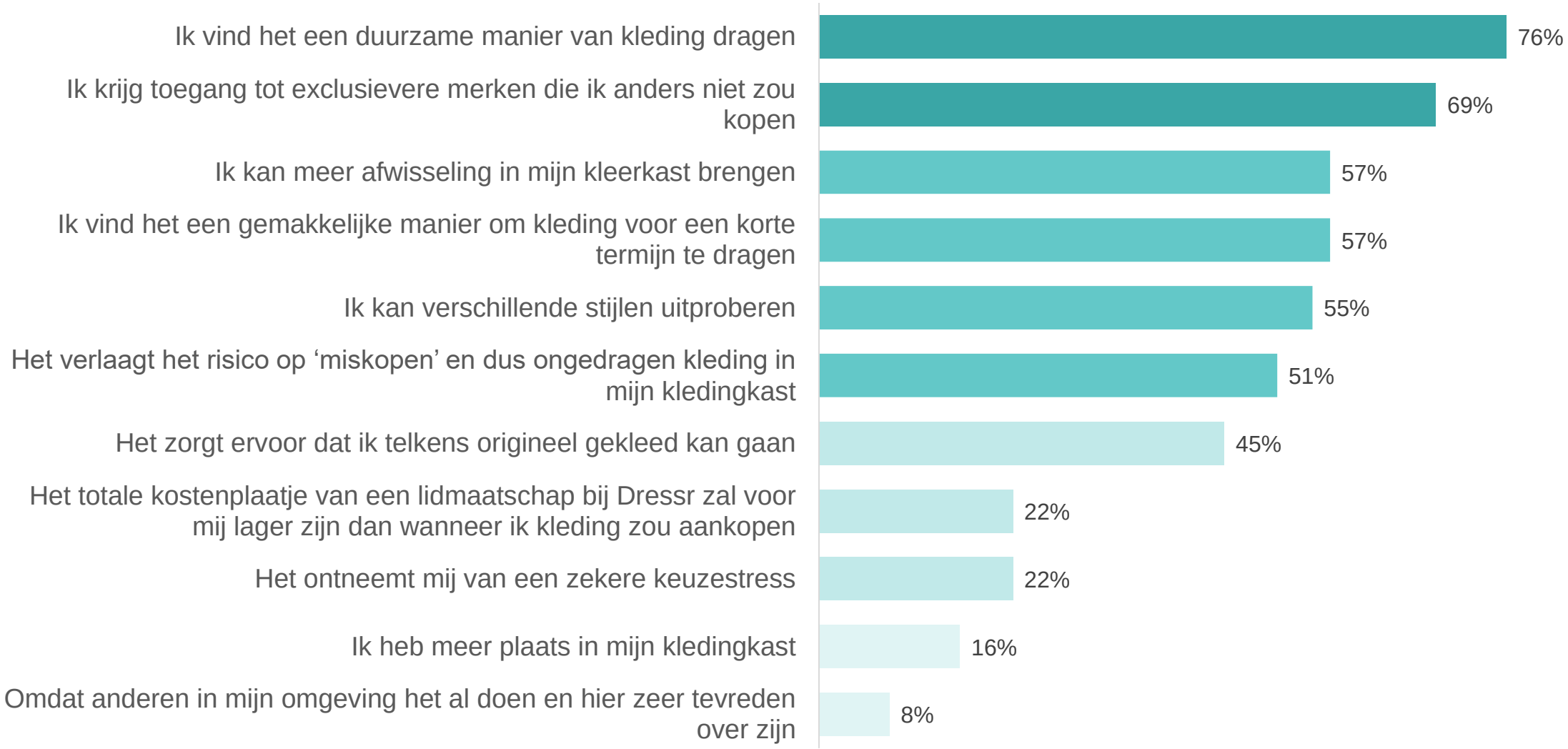
N=54



“Cadeau gekregen”
“Event”
“Toelichting in Vlerick”

Grootste voordeel van Dressr

multiple response, n=54



Andere suggesties

"Als het duidelijk zou zijn hoe lang de broeken juist zijn."

"Andere fysieke locaties in grote steden"

"Automatische meldingen als favorieten terug binnen komen"

"Betere filters op de website"

"Een gebruiksvriendelijke app"

"Een overzicht van wat ik reeds besteld heb, waar ik zelf een kleine evaluatie kan bijzetten zodat ik gemakkelijk kan terugvinden welke maat of model van welk merk mij beviel"

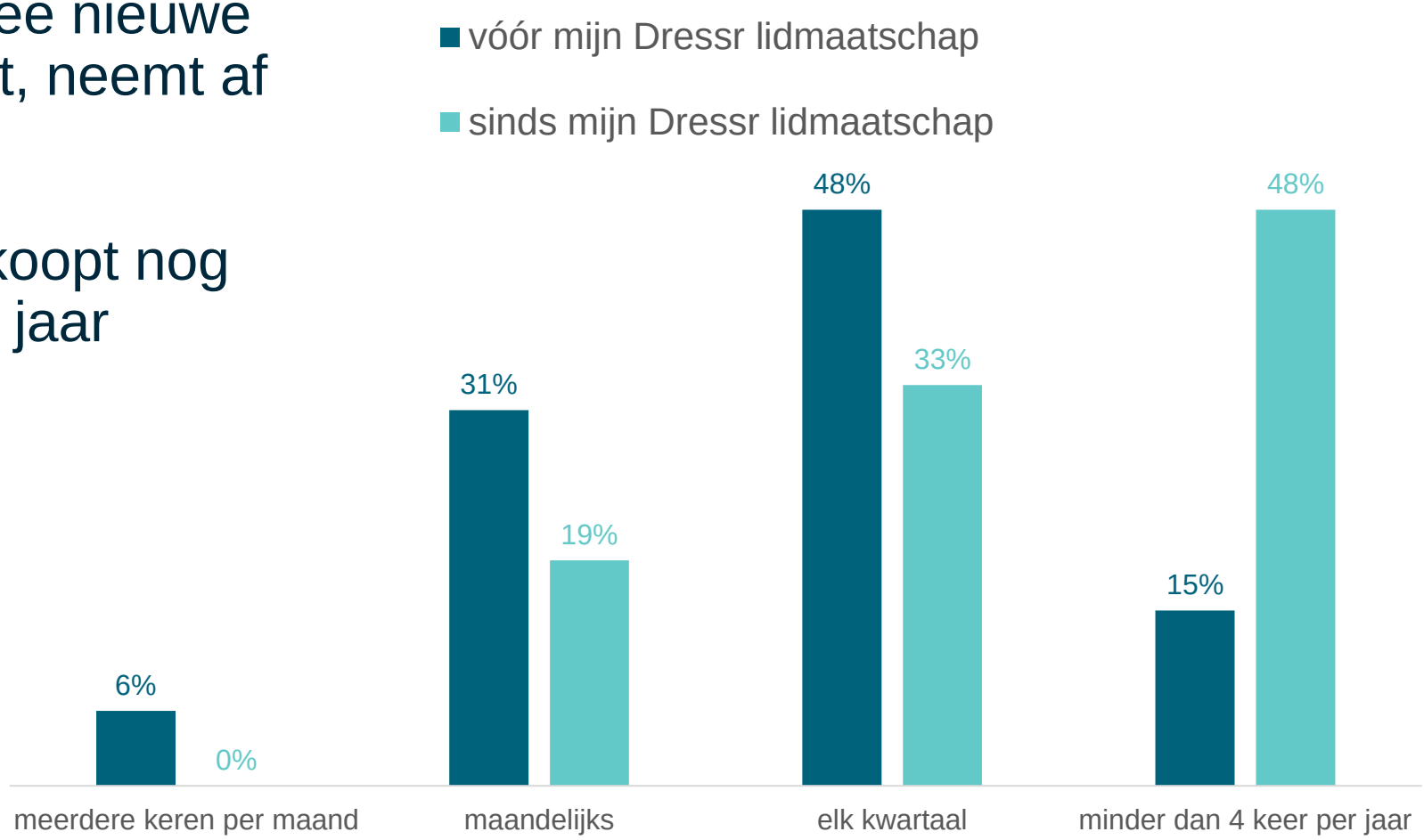
"Een stuk kunnen reserveren"

"Een loyaliteitsprogramma volgens aantal maanden lid"

"Meer duidelijkheid over de seizoenen bij een kledingstuk"

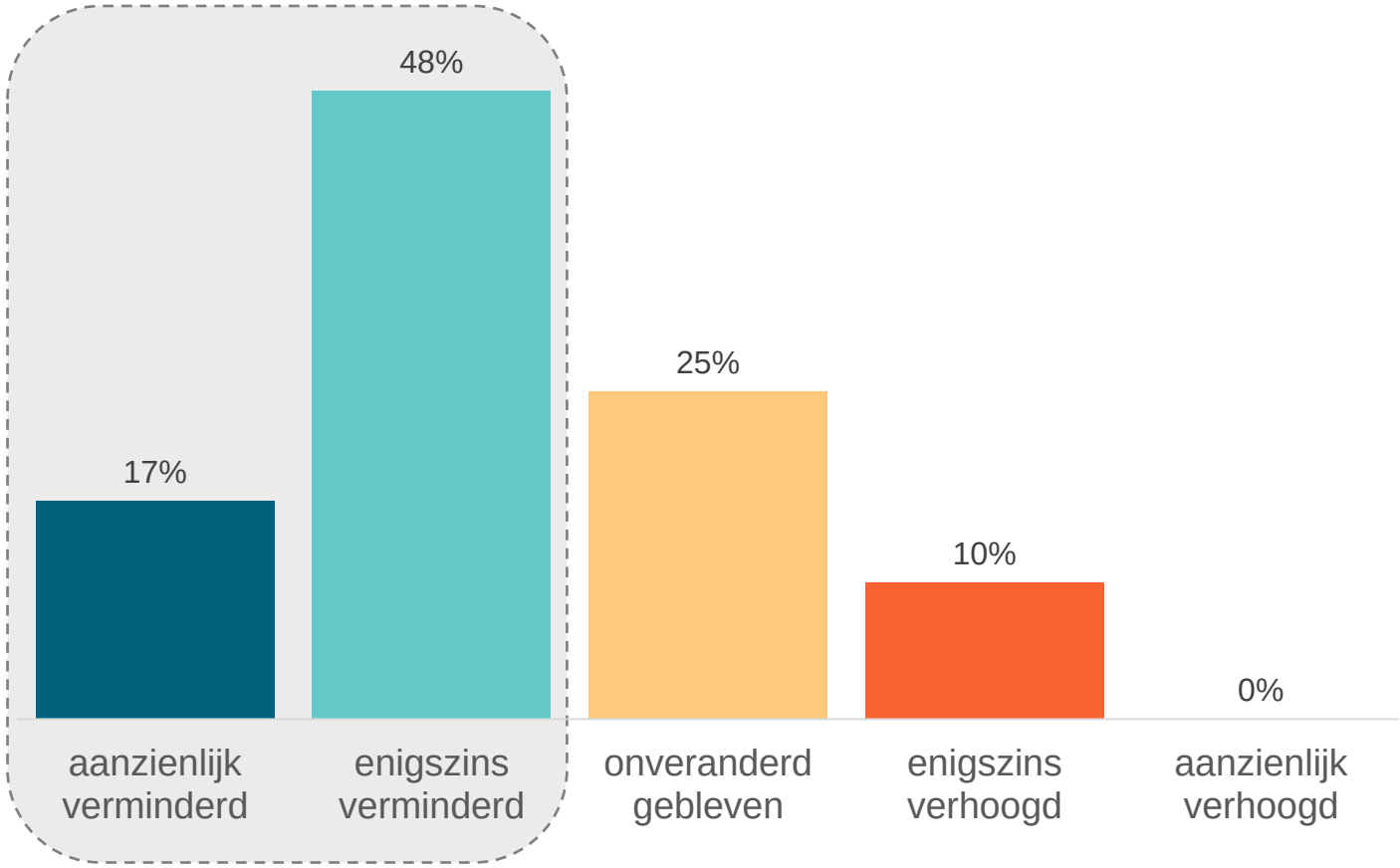
Impact van Dressr op het aankoopgedrag

- De frequentie waarmee nieuwe kleding gekocht wordt, neemt af na lidmaatschap
- 81% van de klanten koopt nog hoogstens 4 keer per jaar kleding



Impact van Dressr op het aankoopgedrag

- Bij 65% verminderde ook de totale uitgaven voor kleding



Recap…

- PMF metric: nog ruimte om te groeien
- USP (‘voordelen van Dressr’)
  - Toegang tot exclusievere merken (‘status’, ‘accesability’)
  - Afwisseling & gemak (‘convenience/usability’)
  - Risicoverlagend (verschillende stijlen uittesten, minder miskopen) (‘risk reduction’)
- Interventies (aangereikt door de klanten)
  - Flexibiliteit in abonnement
  - Maten raadpleegbaar op persoonlijke pagina; gehuurde stuks kunnen liken (historiek kunnen raadplegen)
  - Een app?
  - Een loyaliteitsprogramma?

Jolien.roedolf@thomasmore.be
Michelle.lenaerts@thomasmore.be

