

INDUSTRY IMPACT STORY:

WAT BETEKENT CORONA VOOR UW SECTOR EN MERK?

Ipsos - April 2020

GAME CHANGERS



DE CORONACRISIS

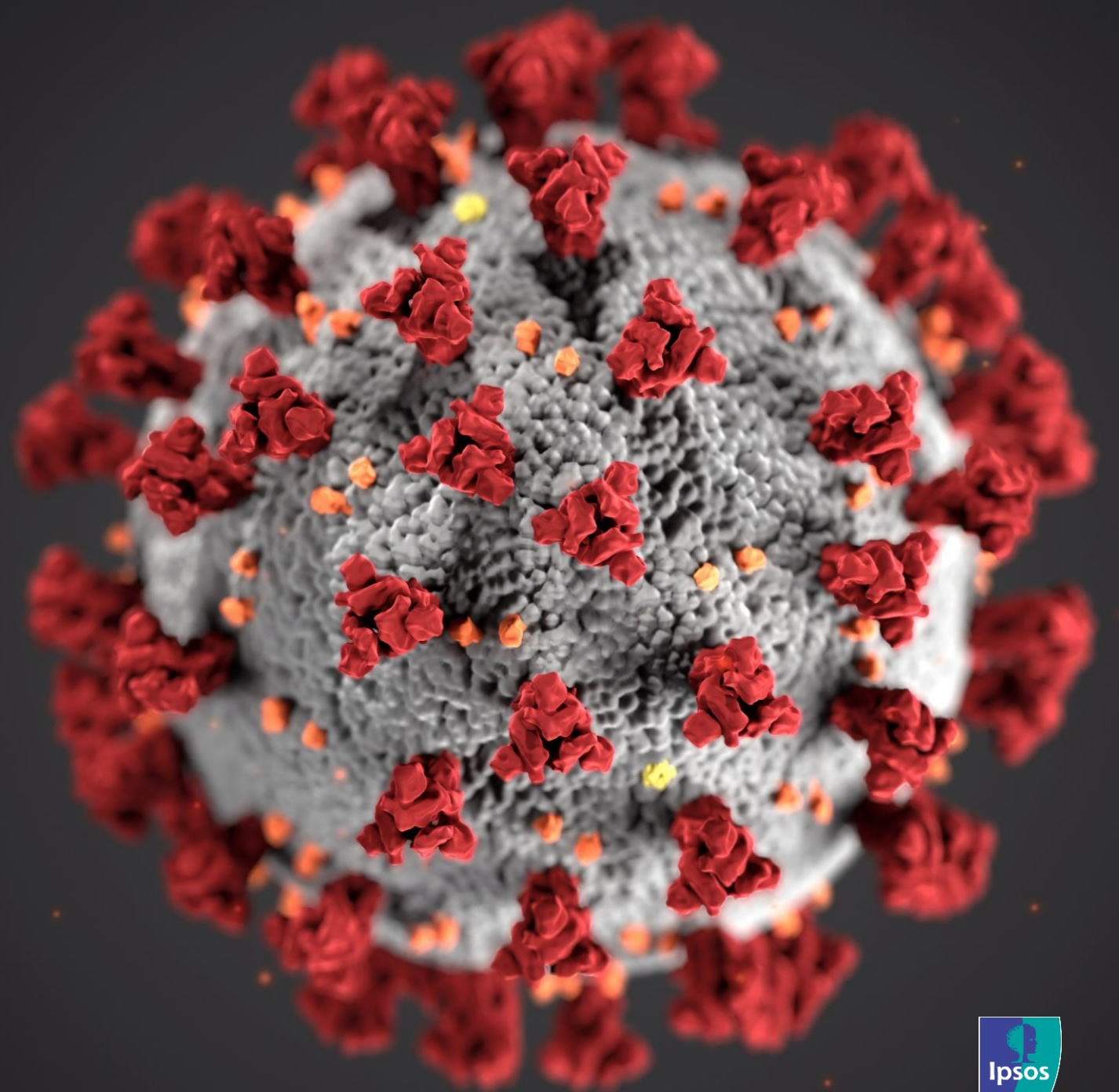
Data doet ertoe, vooral in onzekere tijden

De uitbraak van het coronavirus confronteert ons allemaal met **ongekende uitdagingen**.

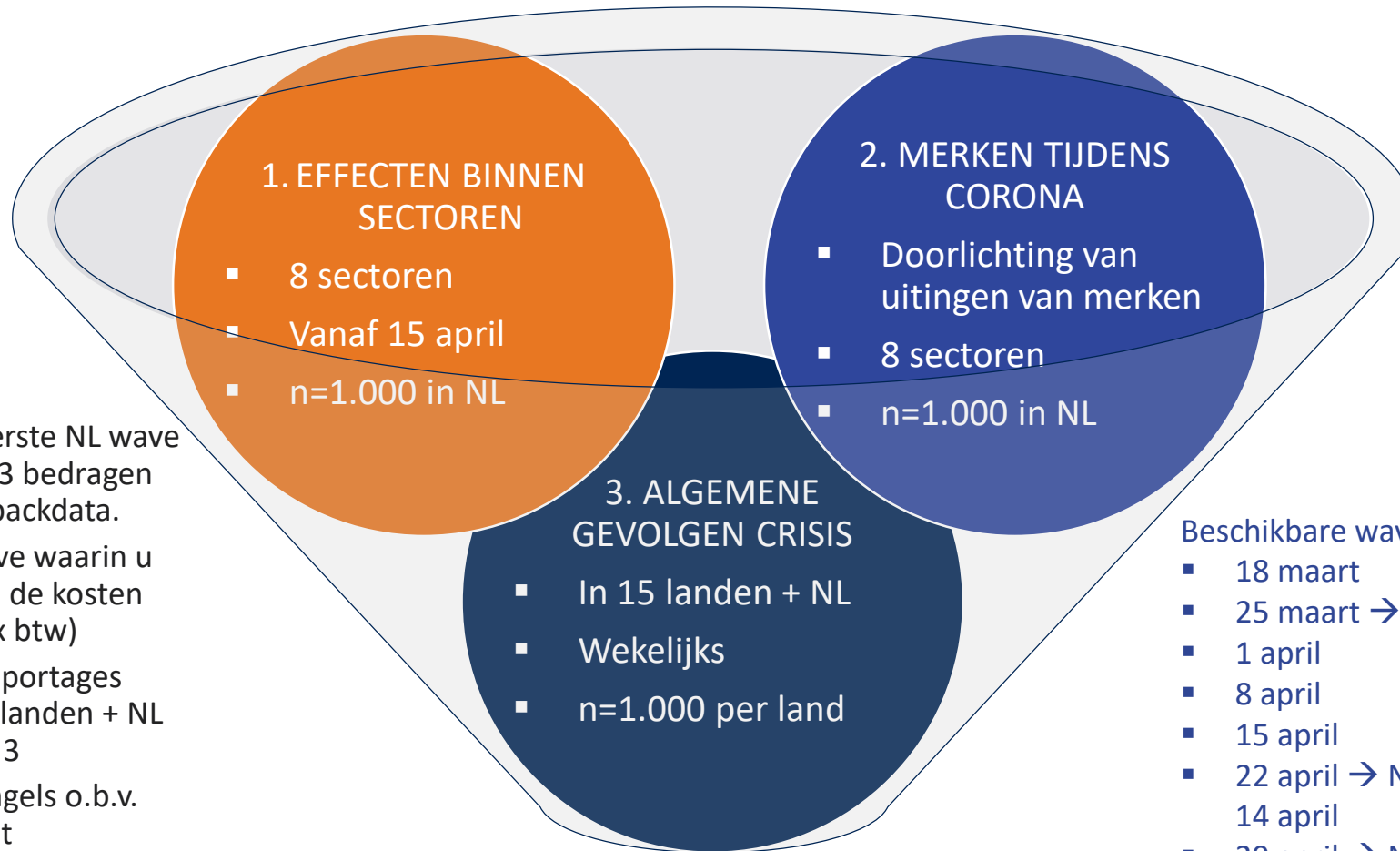
Overheden moeten leiden in onzekere tijden en burgers informeren. **Bedrijven** moeten de juiste beslissingen nemen – niet alleen voor hun klanten maar ook voor hun werknemers. En **klanten** passen hun gedrag aan, met implicaties die mogelijk verder zullen reiken dan alleen deze crisis.

Ipsos helpt organisaties te navigeren in deze onzekere en snel veranderende wereld. Dit doen we door u representatieve inzichten te bieden die een betrouwbaar beeld geven van de effecten van COVID-19 op het gedrag van consumenten.

In dit voorstel leest u hoe wij uw organisatie kunnen helpen.



SAMENGEVAT: INZICHTEN OP 3 NIVEAU'S



- De kosten voor de eerste NL wave van modules 1, 2 en 3 bedragen € 5.000 inclusief de backdata.
- Vanaf de tweede wave waarin u deelneemt bedragen de kosten € 4.000 per wave (ex btw)
- Optioneel zijn de rapportages beschikbaar voor 15 landen + NL op basis van module 3
- Rapportage in het Engels o.b.v. beknopte PowerPoint
- Voorbehoud: we starten dit onderzoek in Nederland op bij minimaal 3 deelnemers

- We gebruiken onze eigen hoogwaardige onderzoek panels van consumenten
- Representatief NL qua leeftijd/geslacht/regio
- We maken gebruik van online onderzoek

Beschikbare waves module 3 (datum rapportage):

- 18 maart
- 25 maart → NL cijfers beschikbaar
- 1 april
- 8 april
- 15 april
- 22 april → NL cijfers bij > 3 deelnemers vóór 14 april
- 29 april → NL cijfers bij >3 deelnemers vóór 21 april
- 6 mei
- 13 mei

1. INZICHTEN PER SECTOR

Per sector worden specifieke vragen gesteld die ingaan op de gevolgen van de crisis binnen die sector. Het gaat om de volgende sectoren:

BANKEN/ VERZEKERINGEN



Verwacht men betalingsproblemen?
Tegemoetkoming van banken? Gebruik maken van verzekeringen?

TELECOM



Heeft men problemen met internet? Schrijft men die toe aan de provider?

REIZEN/ TOERISME



Verwacht men op vakantie te kunnen gaan?
Verandert men plannen?
Verwacht men kosteloze annulering?

E-COMMERCE



Gaat men meer en andere producten online kopen?



Verwacht men betalingsproblemen?
Tegemoetkoming van energiebedrijven? Stijging energiekosten?

NUTSVOORZIEINGEN



Gaat men meer of minder thuiswerken, OV gebruiken, auto gebruiken na de crisis?

MOBILITEIT



Hoe veranderen dagelijkse routines?
Andere producten, andere winkels?

RETAIL/ FMCG



Bezorgdheid over besmetting? Gebruik medicijnen en vitaminen?

PHARMA

Zie de bijlage voor een uitgebreide lijst met vraagpunten per sector
Dit onderzoek wordt uitsluitend in Nederland uitgevoerd

2. CORONAVIRUS EN MERKEN

COMMUNICATIE VAN MERKEN TIJDENS DE CRISIS

Over alle categorieën heen:

- Per sector drie voorbeelden spontaan noemen van goede of juist slechte communicatie uitingen tijdens de coronacrisis
- Van de genoemde voorbeelden: beoordeling van de timing, relevantie, geloofwaardigheid, perceptie van toegevoegde waarde
- In overleg kunnen we uw eigen communicatie uiting toevoegen in de vragenlijst





Wat meten we per merk/ uiting/aanbod?

TIMING

Biedt het aanbod een effectieve oplossing voor de huidige crisis of moeten mensen wachten tot na de crisis om de resultaten te zien?

MERK EXPERTISE

Ligt het aanbod in lijn met de expertise van het merk?
Is het aanbod geloofwaardig voor het merk?

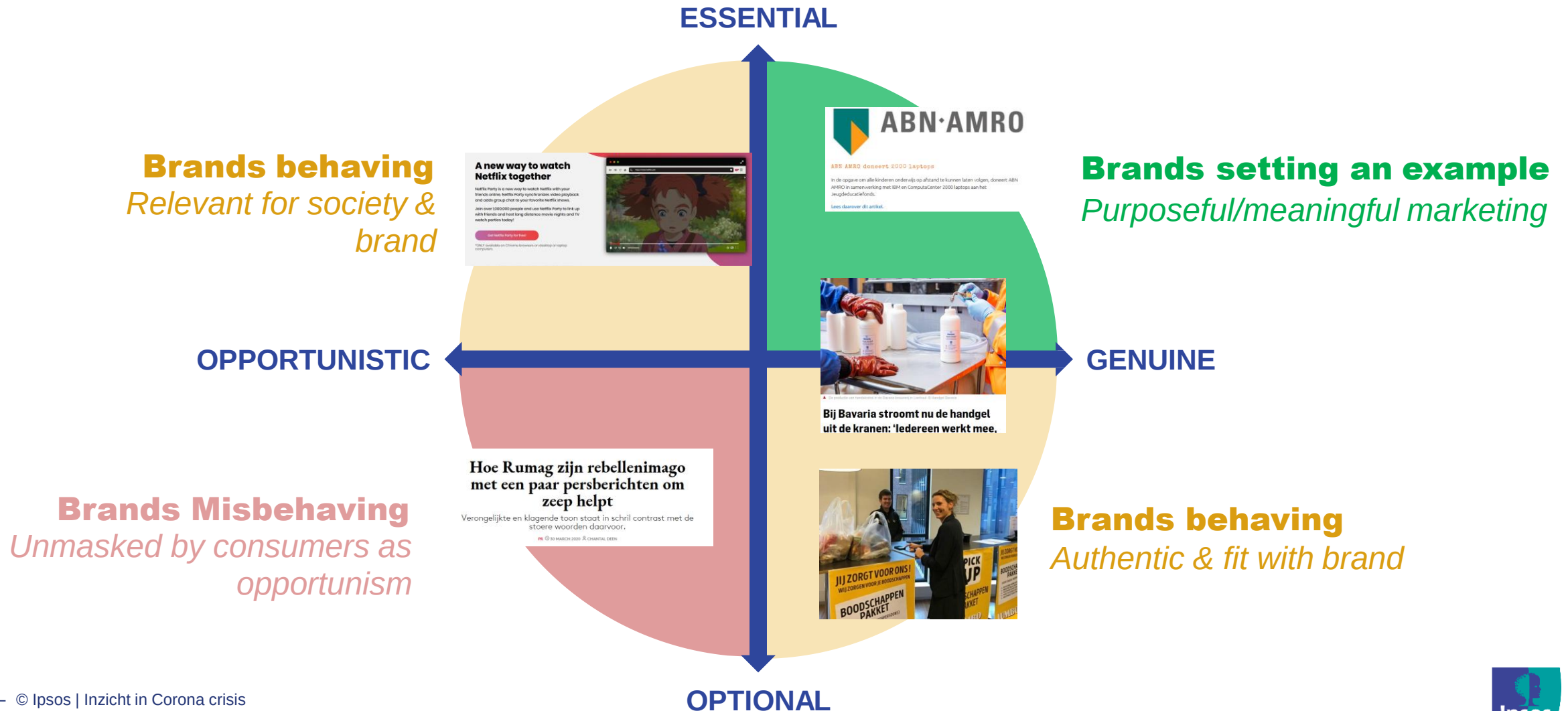
RELEVANTIE

Ligt het aanbod in lijn met de expertise van het merk?
Is het aanbod geloofwaardig voor het merk?

COMPLEXITEIT

Is het aanbod gemakkelijk te gebruiken/toe te passen?
Is het voordeel van het aanbod duidelijk zichtbaar?

OP BASIS VAN HET ONDERZOEK KUNNEN WE DE UITINGEN PLAATSEN DEZE MATRIX



3. CORONAVIRUS BECOMES REAL

ALGEMENE GEVOLGEN CORONACRISIS

De algemene vragenlijst omvat de volgende onderwerpen:

- Perceptie van de financiële impact van de recessie
- Angst voor wereldwijde recessie
- Angst voor verlies van baan
- Veranderingen in consumentengedrag
- Vertrouwen in overheid en andere instanties

Dit onderzoek wordt uitgevoerd in Nederland en 15 andere landen

TRACKING THE CORONAVIRUS

RESULTS FROM A MULTI-COUNTRY POLL

February – March 2020

GAME CHANGERS



DEZE INZICHTEN ONTVANGT U VANUIT DE VRAGENLIJST OVER DE ALGEMENE GEVOLGEN VAN DE CRISIS

▪ **Inzicht** in ontwikkelingen en trends rondom COVID-19:

- Perceptie van de situatie (toename/afname infecties, uitbraak onder controle)
- Persoonlijke maatregelen n.a.v. corona (mondkapje, handen wassen, thuisblijven, hamsteren)
- Veranderingen in gedrag (dagelijkse activiteiten, sociale contacten, sporten, mobiliteit)
- Perceptie van financiële impact (algemene en persoonlijke gevolgen, beurzen, ...)
- Veranderingen in consumeergedrag (online bestellen, thuisbezorgen boodschappen of eten, meer/minder kopen producten)
- Veranderingen in mediagedrag (social media, on demand services)
- Angst voor een wereldwijde recessie of verlies van baan
- Angst voor gevolgen corona (voor jezelf, je familie, je directe omgeving, je land, de wereld)
- Vertrouwen in overheid en andere instanties (inclusief beoordeling rol en communicatie)
- Vertrouwen in info vanuit social media, websites, tv-nieuws, wetenschappers, gezondheidsorganisaties
- Vertrouwen in effect maatregelen (social distance, grenzen sluiten, lockdown, verbieden evenementen, etc.)
- Verantwoordelijkheid voor bestrijden corona (overheid, bedrijven, pharma, wetenschap, retail, reisbranche, horeca, banken, luchtvaart)

Deze inzichten zijn optioneel ook beschikbaar binnen 15 andere landen, te weten: Australië, Brazilië, Canada, China, Duitsland, Frankrijk, Japan, India, Italië, Mexico, Rusland, Spanje, VK, VS en Vietnam

CONTACT INFORMATIE

Eric Landwaart

Chief Client Officer

+31 6 5144 6310

eric.landwaart@ipsos.com

Jeroen Barten

Senior Client Officer

+31 6 2062 4048

Jeroen.barten@ipsos.com

Sjoerd van Heck

Ipsos Public Affairs

+31 6 5331 87 57

sjoerd.vanheck@ipsos.com



BIJLAGE: ONDERWERPEN PER SECTOR

BIJLAGE: DEZE INZICHTEN ONTVANGT U PER SECTOR

BANKEN/ VERZEKERINGEN

Waar is men klant/ (verwachte) financiële moeilijkheden / afbetaling hypotheek & leningen / kennis over maatregelen overheid / maatregelen van bank (perceptie en waardering) / plannen en gedragingen op vlak van financiën tijdens en na de crisis (meer/minder verzekeren, beleggen, hypotheek)



Waar is men klant voor energie / kennis en verwachtingen m.b.t. overheidsmaatregelen / verwachtingen verbruik door thuiswerken / verwachtingen energieprijzen (en gaat men vergelijken of switchen) / ondersteuning van energieleverancier (betalingsregelingen: verwacht men dit en wordt dit al aangeboden) / investeringen energiematregelen uitstellen/ verwacht men dat energiesubsidies worden uitgesteld of geschrapt



NUTSVOORZIEINGEN

TELECOM

Waar is men klant voor vast en mobiel / online gedrag (meer/minder online, surfen, videobellen, social media, streamen, gamen) / problemen met internet (toeschrijven aan provider) / ondernomen/geplande acties / videocalls / abonnementen op streaming dienst tijdens crisis / verwachtingen gedrag na de crisis (meer/minder)



Mobiliteit voor vs. na de lockdown (meer/minder auto, OV, fiets, thuiswerken, dichtbij werken) / (verandering in) intentie om een auto te kopen / acties na de coronacrisis / verwacht men compensatie van OV vervoerders en in welke vorm



MOBILITEIT

BIJLAGE: DEZE INZICHTEN ONTVANGT U PER SECTOR

REIZEN/ TOERISME

Plannen voor de zomervakantie / bestemming / plannen om te reizen / verwachte mogelijkheden en belemmeringen om te reizen / alternatieven die men overweegt (thuisblijven, dichterbij), verwacht men compensatie (van wie en in welke vorm)



E-COMMERCE

Online aankoopgedrag per categorie voor en tijdens de crisis (gestegen tijdens de Coronacrisis) / problemen met de levering / verwachtingen na de crisis (welke producten blijft men online kopen)



Verandering van winkel om boodschappen te doen / dichterbij huis / maatregelen van winkels / voorzorgen tijdens en na de boodschappen / angst voor besmetting / meer of minder uitgaven (winkelmerken, A-merken, kant-en-klaar maaltijden, conserven, voorverpakt, diepvries) / meer lokale aankopen / thuis koken



RETAIL/ FMCG

Bezorgdheid over besmetting, gezondheid zelf en gezinsleden / gebruik medicijnen en vitaminen / wat doet men zelf om besmetting te voorkomen/ is men op de hoogte van de adviezen / intentie om na de crisis gezond te leven (op welke wijze)



PHARMA