

Profiel nr.

109150

In eigen beheer ontwikkelde enquête-tool

Gevestigd in

Noord-Brabant

Ook interessant voor

Heel Nederland

Algemene informatie

Branche

ICT-Dienstverlening

Soort bedrijf

Platform / website

Rechtsvorm:

Eenmanszaak

Transactievorm

Activa / passiva transactie

Levensfase onderneming

Groeiend

Aantal medewerkers (in FTE)

< 5

Type koper:

- MBI kandidaat
- Strategische overname

Financiële informatie

Omzet indicatie

Vertrouwelijk

Indicatie overnamebedrag

€ 0 - € 100.000

Resultaat voor belasting

Vertrouwelijk

Bedrijfshistorie / achtergrond

Sinds 2008 specialist op het gebied van onderzoek doen in een nichemarkt - voor franchise, cooperaties en samenwerkingsverbanden. De in eigen beheer ontwikkelde online enquête-tool heeft een op wetenschap gebaseerde vragenlijst, die in een cafetariamodel (bestaande uit modules) gekozen kan worden door de opdrachtgever zelf. De tool is volledig geautomatiseerd en vergt weinig actief werk. Doel is om formules te versterken door laagdrempelig enquêtes uit te sturen naar aangesloten ondernemers (in zeven stappen) en zo inzichten te verschaffen, via een dashboard, waar concrete verbeterstappen genomen kunnen worden. Dit betreft de gebieden Relatie, Strategie, Winstgevendheid, Contract, Werving, MVO en eigen formulespecifieke

vragen. Technische aspecten zijn o.a. mogelijkheden tot customizen en benchmarken.

Met de visie: Binnen beginnen is buiten winnen, geeft deze tool een unieke en specialistische dienstverlening aan een specifieke en groeiende doelgroep.

Het bieden van een platform met online (zelf samen te stellen) vragenlijsten voor een specifieke markt, mogelijkheden om zelf de vragenlijsten uit te sturen en inzichten op te doen in een beveiligde eigen omgeving/dashboard en met filters diepgaande analyses te doen op specifieke thema's.

Unique selling points

In relatie tot de online vragenlijst-markt (o.a. de Google Forms of Survio's, etc): het onderscheid zit in de wetenschappelijke basis. Er is een directe toegang tot modules die specifiek op franchise zitten. Dus op basis van de expertise win je het van dit soort kanalen

In relatie tot de onderzoeksbureaus: deze hebben geen specifieke kennis van franchise, dus de inhoud van de vragenlijst zal daar algemener zijn. Ook hier wint de expertise het.

In relatie tot franchisepartijen/consultancy: deze hebben veel kennis van franchise, maar weten dan weer niet hoe je goed onderzoek moet doen. De expertise rondom de online tool, het gemak van de tool en de samenstelling van de vragenlijst zorgt ook hier voor een unieke propositie. Overigens zijn franchisepartijen/consultancy een secundaire doelgroep.

Overig

De tool is in samenwerking met een universiteit en met ontwikkelaars gebouwd en vanuit het boek 'The New Oil' (Using Innovative Business Models to Turn Data Into Profit) bedacht. Momenteel werkt er een persoon deels aan (founder), en is er operationele ondersteuning voor opdrachten. Vanwege een unieke promotie-kans (op een universiteit) van de founder en na jaren ontwikkeltijd en een terugkerende klantengroep (van formules met Naam en Faam), is het tijd om de groei echt te laten plaatsvinden, maar dan door een ondernemer die de potentie ziet in de markt, de wil heeft om op deze propositie door te bouwen.

Het verdienmodel is interessant, vanwege de volledige automatisering in het platform, omdat er weinig werkuren per opdracht zijn. Dat maakt deze tool snel schaalbaar, helemaal in deze interessante markt en met deze unieke positie. Er wordt dan ook een bevlogen ondernemer gezocht.