

# Mountainview Research

Met de juiste inzichten naar een  
duurzame wereld





# Over Mountainview Research

---

In 2017 is Mountainview Research opgericht door Anke Bergmans met als missie om de transitie naar een duurzame wereld te versnellen. Dit doen we door organisaties te voorzien van de juiste markt- en klantinzichten door middel van objectief en verhelderend onderzoek en door training.

Mountainview Research neemt mee:

- ✓ 14 jaar marktonderzoekservaring, zowel op projectbasis als interim bij grote organisaties.
- ✓ Intrinsieke motivatie om samen te werken aan een betere wereld.
- ✓ Hoge kwaliteit marktonderzoek en iemand die echt met je meedenkt: In 2016 werd Anke uitgeroepen tot beste marktonderzoeker van Nederland door een vakjury van de MOA (brancherorganisatie voor marktonderzoek).
- ✓ Aandacht voor visuele presentatie van de resultaten zodat deze goed in de organisatie gedeeld kunnen worden.

## **Anke Bergmans – oprichter Mountainview Research**

Met inzichten uit marktonderzoek en gedragspsychologie help ik klanten om de juiste duurzame keuzes te maken en geef ik handvatten om je doelgroep in actie te krijgen voor een duurzamere samenleving. Mountainview Research is mijn manier om de transitie naar een duurzame wereld te versnellen. Want met de juiste inzichten is een wereld te winnen.

Dankzij mijn 14 jaar ervaring voor uiteenlopende klanten, mijn analytische blik en mijn betrokkenheid bij mijn opdrachtgever, begrijp ik snel wat een organisatie nodig heeft en hoe ik hen op de meest effectieve manier kan helpen.

[mountainviewresearch.nl](https://mountainviewresearch.nl) | [anke@mountainviewresearch.nl](mailto:anke@mountainviewresearch.nl) | +31 (0)612059614





# Wat kunnen we voor jou betekenen?

We bieden een breed pallet van onderzoek aan. Hieronder een greep uit de mogelijkheden.



**Behoefteonderzoek**



**Communicatieonderzoek**



**Stakeholderonderzoek**



**PR-onderzoek**



**Marktonderzoek**



**Bewonersonderzoek**



**Opinieonderzoek**



**Onderzoeksbegeleiding**

En ook voor andere vragen kun je bij ons terecht.

# Inzicht in je doelgroep

Effectief communiceren met je doelgroep door echt naar ze te luisteren.

|                    | Behoeftesonderzoek                                                                                                                       | Communicatieonderzoek                                                                                   | Stakeholderonderzoek                                                                     | PR-onderzoek                                                                                                                      |
|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Biedt:             | Inzicht in wat de doelgroep echt belangrijk vindt.                                                                                       | Inzicht in aansluiting van communicatie op doelgroep.                                                   | Inzicht in behoeftes en verwachtingen van stakeholders in samenwerking.                  | Inzicht in opinie over pakkende onderwerpen voor PR.                                                                              |
| Te gebruiken voor: | Fundament voor campagnes en communicatieboodschappen.                                                                                    | Aanscherping communicatieboodschappen en uitingen.                                                      | Verbeteren samenwerking en input voor externe profilering.                               | Persberichten, artikelen en andere PR-aandacht.                                                                                   |
| Onderzoeksmethode: | Kwalitatief onderzoek d.m.v. diepte-interviews of focusgroepen. Aangevuld met desk research naar bestaande informatie over de doelgroep. | Online testen onder de doelgroep van communicatiemateriaal op kpi's, sterke punten en onduidelijkheden. | Diepte-interviews met stakeholders, eventueel samen met opdrachtgever voor klantrelatie. | Kwantitatief onderzoek onder algemeen Nederlands publiek of specifiekere doelgroep. Eventueel aangevuld met bestaande informatie. |



# Inzicht in je doelgroep

Neem goed onderbouwde beslissingen op basis van onderzoek.

|                    | Marktverkenning                                                                                                                                                                          | Bewonersonderzoek                                                                                                        | Opinieonderzoek                                                           | Onderzoeksbegeleiding                                                                                                             |
|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Biedt:             | Inzicht in de kansen op de markt voor jouw product of dienst.                                                                                                                            | Inzicht in opvattingen, wensen en behoeften van bewoners.                                                                | Inzicht in kennis en houding van Nederlanders over duurzaam onderwerp.    | Ondersteuning bij opzetten van onderzoeksprogramma's en bij keuze voor onderzoeksbureaus. Of uitvoeren van onderzoeksprojecten.   |
| Te gebruiken voor: | Keuzes over verdere ontwikkeling en investering in product/dienst.                                                                                                                       | Beleidsvorming en strategie voor bewonersparticipatie. Communicatie richting bewoners.                                   | Input voor beleid en strategie. Ook te gebruiken voor PR en lobby.        | Capaciteitstekort of gebrek aan onderzoeksexpertise in de organisatie.                                                            |
| Onderzoeksmethode: | Desk research voor inzicht in marktomvang en potentie. Onderzoek onder potentiële klanten over aantrekkelijkheid propositie (kwantitatief of kwalitatief, afhankelijk van de doelgroep). | Enquête onder bewoners of groepsdiscussies/interviews met bewoners. Of gecombineerd op een online onderzoeksgemeenschap. | Kwantitatief onderzoek onder representatieve steekproef van de doelgroep. | Begeleiding door zeer ervaren onderzoeker. Dat kan bijvoorbeeld voor een vast aantal uren per week of voor een specifiek traject. |

# Cases

Hieronder een greep uit de relevante opdrachten die we in de afgelopen jaren hebben gedaan. Een uitgebreid overzicht van cases is te vinden op de [website](#)



## Bewonersonderzoek

Verschillende onderzoeken over hoe de gemeente bewoners kan betrekken bij klimaatadaptatie.



## Marktverkenning

Marktverkenning voor kansen voor duurzame proposities van ENGIE binnen verschillende sectoren (foodsector, chemische industrie, tuinbouwsector).



Rijksoverheid

## Communicatieonderzoek

Campagneonderzoek Rijksoverheids-campagnes, communicatiebehoeftes verschillende doelgroepen.



## Marktverkenning

Marktverkenning voor de kansen voor zeewier uit de Noordzee op de Europese food-markt.



## Stakeholderonderzoek

Onderzoek onder stakeholders van TenneT over elektrificatie van industrie en flexibel elektriciteitsgebruik.



## Behoefteonderzoek

Behoefteonderzoek onder aangesloten gemeentes bij Stichting Steenbreek als input voor meerjarenstrategie.

# Verschillende onderzoeksmethodes

Het startpunt van elk onderzoek is de vraag die onze opdrachtgever heeft. Vervolgens bepalen we welke methode het beste werkt om de juiste informatie naar boven te krijgen. Vaak is dat een combinatie van onderstaande methoden.



## Enquêtes

Voor cijfermatige inzichten zetten we enquêtes uit onder de doelgroep. We stellen een vragenlijst op en zetten deze uit onder de doelgroep. Dat kan onder een eigen klantbestand of wij kunnen het onderzoek uitzetten onder een specifieke doelgroep. Daarvoor schakelen we hoogwaardige onderzoekspanels in.



## Interviews of focusgroepen

Als je echt wilt begrijpen wat er leeft bij je doelgroep of samen met je doelgroep ideeën op wilt doen, zijn diepte-interviews of focusgroepen dé manier. Ook voor onderzoek onder een zakelijke doelgroep is dit een veelgebruikte methode. Deelnemers waarderen het dat een organisatie de moeite neemt om het gesprek aan te gaan met hen en denken graag mee.



## Online community

Een online research community is de perfecte methode om met een grote groep mensen het gesprek aan te gaan over een specifiek onderwerp. Op een online platform brengen we een paar honderd mensen samen om hun meningen, wensen en behoeftes te delen. In een paar weken tijd krijgen deelnemers verschillende opdrachten om zo het onderwerp van verschillende kanten te belichten. Denk aan forumdiscussies, foto-challenges of dagboek-opdrachten.



## Desk Research en data-analyse

Waarom nieuwe informatie verzamelen als er al zoveel informatie beschikbaar is? We kijken eerst welke informatie er al beschikbaar is om de vraag te beantwoorden. Dat doen we door desk research van openbare en interne bronnen. En we kunnen uitgebreide data-analyse doen op bestaande databases.



## Intern aanwezige kennis

Ook in een organisatie is vaak al veel relevante kennis aanwezig. Door een aantal medewerkers te interviewen, leren we hun kijk op en kennis van de markt kennen. Daarna vullen we de ontbrekende kennis aan met extra onderzoek onder de doelgroep.



## Gedragpsychologie

We gebruiken inzichten uit de wetenschappelijke kennis van o.a. nobelprijswinnaar Kahneman. En vanuit gerenommeerde marketing-experts, zoals Byron Sharp. Met deze inzichten helpen we opdrachtgevers om mensen de duurzame kant op te nudgen.



# Bij Mountainview Research ben je verzekerd van:



**Betrouwbaar, objectief, onafhankelijk onderzoek.**



**Heldere visuele inzichten en concreet toepasbaar advies.**



**Een fijne samenwerking vanuit een gedeelde missie om zo tot optimaal resultaat te komen.**



**Betrouwbare inzichten om tot een gefundeerde beslissing te komen voor de volgende stap.**





# Training Toegepaste Klimaatpsychologie

Speciaal voor professionals die werken in duurzaamheid en meer willen begrijpen van de menselijke, psychologische kant bieden we een training Toegepaste Klimaatpsychologie aan.

## Toegepaste Klimaatpsychologie

Mensen zijn geen rationele wezens. We weten allemaal dat ons gedrag slecht is voor de aarde, maar toch kunnen we moeilijk veranderen. Hoe komt het dat mensen onvoldoende in actie komen? En hoe kunnen we kennis over gedrag inzetten om mensen wél te motiveren? Dat leer je in deze training toegepaste klimaatpsychologie.

### In deze training leer je:

- Begrijpen waarom mensen niet voldoende in actie komen tegen klimaatverandering.
- Handvatten voor het beïnvloeden van gedrag zodat men wel in actie komt.

### Met deze inzichten kun je:

- Klimaatpsychologie toepassen in je duurzaamheidsbeleid.
- Sterke campagnes ontwikkelen voor gedragsverandering.
- Pakkende bewonersacties bedenken die écht werken.
- Marketing voor duurzame producten en diensten effectief aanpakken.



Beeld van firstaidforclimate.com.

### Onderwerpen

- De **publieke opinie** over klimaatverandering: wat weten, denken en vinden Nederlanders?
- Duurzaam denken is nog niet duurzaam doen: **de discrepantie** tussen kennis, houding en gedrag.
- **Sociale psychologie** in een notendop: ons oerbrein en ons rationele brein
- **Cognitive biases**: shortcuts in onze hersenen die verandering naar duurzaam.leven in de weg zitten en die we kunnen inzetten om mensen in actie te krijgen.

### Waarom deze training van Mountainview Research?

- We combineren theorieën uit klimaatpsychologie, psychologie, sociologie en marketing met 15 jaar ervaring in onderzoek naar consumentengedrag.
- In een paar uur ben je bijgepraat over de belangrijkste inzichten uit sociale psychologie die invloed hebben op duurzaam gedrag.
- We zetten theoretische kennis om in praktische handvatten en tips die je meteen kunt toepassen in je werk.
- We gebruiken voorbeelden van succes-cases waar je van kunt leren.
- De training biedt een goede mix van theorie en praktijk: in opdrachten ga je met andere professionals brainstormen hoe je de theorie in de praktijk kunt brengen.
- Training in een kleine groep van maximaal 12 personen zodat er veel tijd is voor interactie.

*“Door de theorie en opdrachten kreeg ik tijdens de training al meteen ideeën voor een campagne.”*

*“Het was pijnlijk om te zien dat we vaak vergeten dat mensen niet zo rationeel denken als wij willen.”*



# 40

## KLANTEN

Ruim 40 klanten voorzien van relevante inzichten waarmee zij de juiste keuzes kunnen maken.

*Dit onderzoek van Mountainview Research geeft ons de bouwstenen waar we onze meerjarenstrategie op kunnen baseren. Verhelderend en inzichtelijk.*

Roel van Dijk, Stichting Steenbreek

# 13.850

## RESPONDENTEN

In onze kwantitatieve en kwalitatieve onderzoeken hebben we de mening van ruim 13.000 mensen gehoord

Met ons werk dragen wij bij aan deze SDG's





# Opdrachtgevers

---



morgenwereld



Rijksoverheid

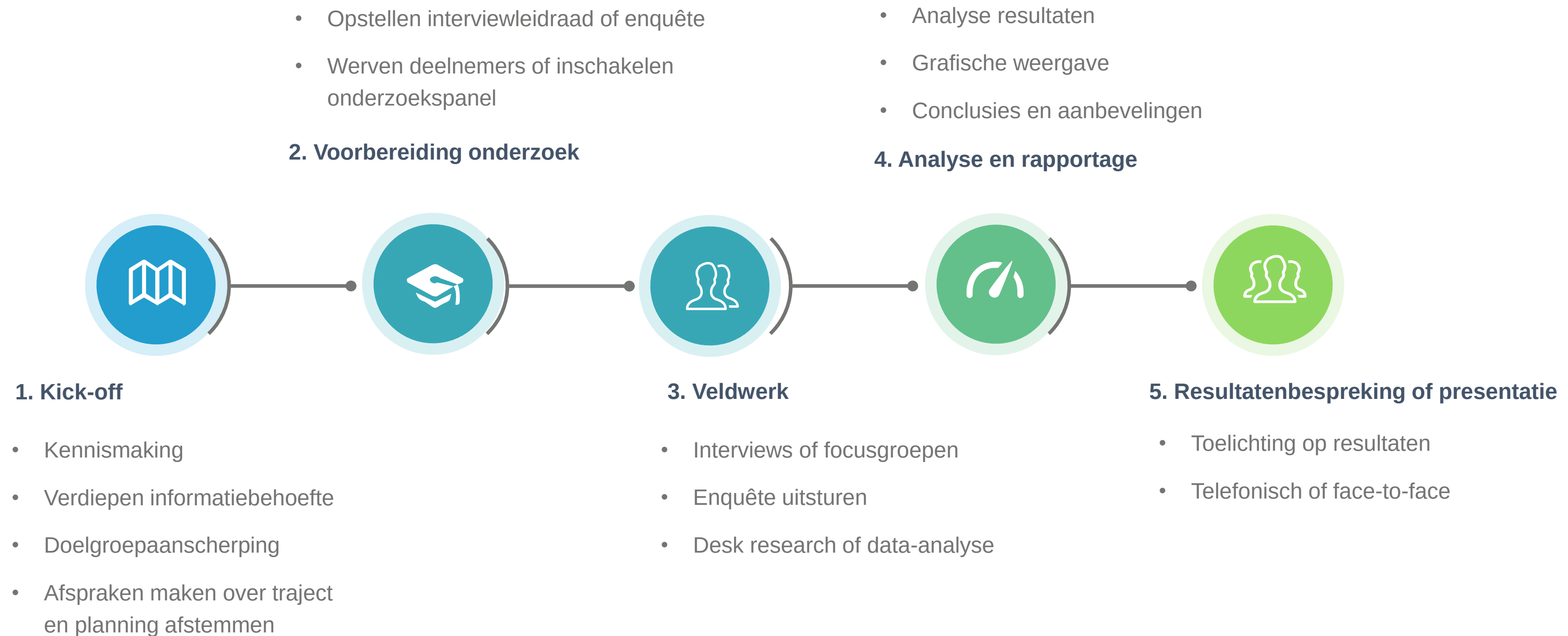


Belastingdienst



# Projectstappen onderzoek

Elk onderzoek loopt grofweg volgens deze stappen. De doorlooptijd varieert van een paar dagen bij een eenvoudige speedtest tot ca. 6 weken bij een complex stakeholderonderzoek.





# Team

---



## Anke Bergmans

**ALGEMEEN DIRECTEUR &  
SENIOR ONDERZOEKSADVISEUR**

Anke heeft haar passie voor onderzoek al tijdens haar studie ontdekt. Inmiddels heeft ze bijna 15 jaar ervaring in marktonderzoek voor uiteenlopende klanten. 5 jaar geleden besloot ze om zich met haar expertise volledig te richten op de grote maatschappelijke uitdagingen van deze tijd, zoals klimaatverandering en inclusie. Met deze motivatie werkt ze voor organisaties die zich inzetten voor een betere wereld. Door haar brede ervaring zowel bij onderzoeksbureaus als binnen grote organisaties, doorziet Anke snel wat haar opdrachtgever nodig heeft en hoe ze onderzoek daar optimaal voor kan inrichten. In 2016 is Anke uitgeroepen tot Beste Marktonderzoeker door een vakjury de MOA (branchevereniging van Marktonderzoek & digital analytics), vanwege haar klantgerichte aanpak.



## Angelique Doorakkers

**RESEARCH MANAGER & MARKETING**

Angelique combineert haar achtergrond in marketing en sociologie om consumentengedrag in een bredere context te doorgronden. Ze is geïnteresseerd in hoe de maatschappelijke omstandigheden consumentengedrag beïnvloeden. Deze kennis zet ze in om consumenten richting meer duurzaam gedrag te bewegen. Angelique heeft ervaring met verschillende onderzoeksmethodes en haalt snel de juiste inzichten uit de data. Daarnaast is Angelique een ster in project management en houdt ze zich bezig met marketing voor Mountainview Research.



# Meer weten? Neem contact op

- ✓ Kijk op de [website](#) voor ons aanbod en inspirerende cases.
- ✓ Bel of mail als je meer wilt weten of ergens over wil sparren.
- ✓ Kom langs op ons kantoor in Rotterdam voor een kop koffie en kennismaking.
- ✓ Volg ons op LinkedIn waar we regelmatig inzichten en inspiratie delen.

## CONTACT

**Mountainview Research**  
**Anke Bergmans**

**ALGEMEEN DIRECTEUR &  
SENIOR ONDERZOEKSADVISEUR**

Mail: [anke@mountainviewresearch.nl](mailto:anke@mountainviewresearch.nl)  
Telefoon: 06-12059614  
Website: [mountainviewresearch.nl](https://mountainviewresearch.nl)  
LinkedIn: [Anke Bergmans](#)  
LinkedIn: [Mountainview Research](#)

