

Tijdens haar studie sociale psychologie aan de UvA heeft Nathalie Klok zich gespecialiseerd in consumentengedrag. Zij deed onderzoek bij VNU (Sanoma) naar de Libelle lezeres en het effect van groepsgesprekken op attitudevorming. Als kwalitatief onderzoeker begon zij bij Censydiam en richtte daarna haar eigen bureau Peopleswatch op. Peopleswatch haalde het onderzoek weg uit de onderzoeksruimte en is expert geworden in onderzoek naar gedrag en motivatie van consumenten in hun eigen, dagelijkse omgeving, zodat resultaten daarmee in relatie staan. Dit etnografisch onderzoek gebruikt Nathalie Klok voor het analyseren van gedrag en rationele en emotionele behoeften. Op basis hiervan worden doelgroepsegmentaties gemaakt.

# Peopleswatch