



VOORONDERZOEK DOELGROEP GREENHOUSE

Media S4

Rick van Wijk, Jordi Franssen

Inleiding

Dit document bevat al het verrichte onderzoek naar de doelgroep wat betreft de opdracht Solid met Greenhouse als opdrachtgever. De gestelde vragen en data uit de onderzoeken kunnen onderaan in het document gevonden worden onder het kopje 'Bijlage'.

Inhoudsopgave

Design challenge	3
How Might We?	4
Enquête	5
Vorbereiding	5
Wat?	5
Waar?	5
Wie?	5
Waarom?	5
Onderzoeksvraag	5
Conclusie	5
Vervolgstappen	5
Interviews	6
Vorbereiding	6
Wat?	6
Waar?	6
Wie?	6
Waarom?	6
Onderzoeksvraag	6
Conclusie	7
Vervolgstappen	7
Persona	8
Bijlage	10
Enquête vragen & resultaten	10
Uitleg	10
Vragen	10
Resultaten	12
Interview vragen & resultaten	14
Uitleg	14
Vragen	14
Resultaten	15

Design challenge

Design a relevant application, based on Solid to enable Greenhouse and/or its clients in commerce to still earn money on advertising with personalized ads , but in a way, users don't need to share their personal data with companies.

How Might We?

Voorafgaand aan het onderzoek hebben we 'How might we' vragen geformuleerd. Hiermee hebben we een overzicht van de belangrijkste punten die onderzocht moeten worden om tot een sterk concept te komen.

- How might we ensure that webshops and other stores make money on advertising, without having personal user data?
- How might we create a Solid-application without users noticing any changes in their user experience?
- How might we find out what users find interesting?
- How might we show/convince the users that they are the owners of their own data and not anyone else?
- How might we make the app relevant for Greenhouse and its clients?

Enquête

Vorbereiding

Wat?

Een kwalitatieve vragenlijst over online privacyvoorwaarden, advertenties en koopgedrag.

Waar?

Online via een Google Form link die verspreid wordt via social media.

Wie?

Zoveel mogelijk contacten. Er wordt gevraagd aan onze contacten of ze de vragenlijst willen invullen en eventueel ook willen delen met anderen.

Waarom?

Het doel is om inzichten te krijgen in de kennis en acties van mensen wat betreft online privacy en advertenties. Zo kan er ook meteen een beeld geschetst worden van de doelgroep. Er wordt gekozen om eerst een online enquête in te zetten, omdat dit snel, veel inzichten kan geven.

Onderzoeksvraag

Hoe privacy bewust is men?

Disclaimer: De conclusies die uit dit onderzoek zijn ontstaan kunnen NIET beschouwd worden als volledig betrouwbaar aangezien de vragen online worden afgenomen en er dus niet gecontroleerd kan worden of alle uitkomsten rechtmatig zijn. Hoogstwaarschijnlijk zullen er ook sociaal wenselijke antwoorden in voorkomen aangezien de respondenten contacten zijn van ons en ten slotte kan het zijn dat een aantal personen niet goed na heeft gedacht over de vragen omdat hij/zij bijv. afgeleid was.

Conclusie

Om terug te komen op de onderzoeksvraag "Hoe privacy bewust is men?"; een kwantitatief antwoord op deze vraag geven kan niet. Uit de resultaten blijkt dat men niet vaak de privacyvoorwaarden leest, er wel van op de hoogte is dat hun data wordt ingezet voor gepersonaliseerde advertenties, maar niet dat hun data ook voor andere doeleinden wordt gebruikt.

Vervolgstappen

Aangezien de online enquête niet betrouwbaar genoeg is en de vragen niet diep of gericht zijn, plannen we om interviews te houden.

Interviews

Vorbereiding

Wat?

1-op 1-interviews met kwalitatieve vragen.

Waar?

Thuis.

Wie?

Gezinsleden en bureu.

Waarom?

Het doel is om erachter te komen of mensen bewust zijn dat bedrijven data doorverkopen, of het mensen interesseert dat data niet meer van henzelf is en of mensen er wat aan doen. Ook wordt er gekeken of ze interesse hebben in een app die de oplossing is. Met een 1-op-1 interview kan er doorgevraagd worden en kunnen emoties geobserveerd worden. Dit zorgt voor een betrouwbaarder resultaat en een beter beeld van een potentiële doelgroep.

Onderzoeksvraag

Hoe privacy bewust is men?

Disclaimer: net als het onderzoek van de online enquête kan dit interview niet als betrouwbaar opgevat worden. De geïnterviewden zijn bekenden en kunnen dus beïnvloed worden. Verder is het onderzoek niet representatief aangezien er slechts 2 personen zijn geïnterviewd.

Conclusie


Om terug te komen op de onderzoeksvraag “Hoe privacy bewust is men?”; ook hier kan er geen kwantitatief antwoord op de onderzoeksvraag gegeven worden. Uit interview 1 bleek dat de geïnterviewde enigszins op de hoogte was van wat wel en niet mag qua online privacy/data collecteren, maar niet wist dat deze wetten nog steeds veel genegeerd worden. De geïnterviewde van interview 2 dacht hier hetzelfde over alleen gaf dit persoon er niets om dat persoonlijke data onder andere verkocht wordt aan derde partijen.

Vervolgstappen

We hebben nu inzichten in de denkbeelden en acties van mensen wat betref privacy online. Na aanleiding van de interviews kan voorzichtig gezegd worden dat de doelgroep meer in de buurt zit van een middelbare leeftijd. Er moeten nu meer interviews gehouden worden met jongeren en volwassenen om dit te kunnen bevestigen.

Persona

Nadat de interviews zijn gehouden, konden we met de resultaten een persona schetsen.




'Gierige' Gerda

Demographic

♀ Vrouw 42 jaar oud
🇳🇱 Nederland 🏠 Gezin

Skills

- Goedkoop inkopen
- Multitasken
- Flexibel zijn



zo krijg ik extra goede deals!

Goals

Gerda's doel is om de beste koopjes te vinden.

Bio

Gerda is 46 jaar oud en woont samen met haar gezin in Nederland. Ze doet elke week boodschappen bij de supermarkt. Bij het doen van haar boodschappen zoekt ze fanatiek naar de goedkoopste prijzen. Gerda maakt maar al te graag gebruik van de kortingen. Daarom heeft ze ook van elke supermarkt een bonuskaart.

Key Behaviours

- Doet inkopen/boodschappen
- Zoekt naar aanbiedingen op het internet
- Houdt zichzelf niet op de hoogte van de laatste ontwikkelingen in de technische industry

Motivations

Zo goedkoop mogelijk inkopen geeft een voldaan gevoel en helpt financieel.


Primary activities

- Voordeelkaarten gebruiken bij het doen van boodschappen
- Inloggen op webshops en apps bij het zoeken naar voordeel


Technology

Devices owned and used

Browser



Social





Anita

Demographic

♀ Vrouw 38 jaar oud
🇳🇱 Nederland 🏠 Gezin
👥 Middenklasse 🛡️ Privacy

Skills

- Goedkoop inkopen
- Multitasken
- Flexibel zijn
- Afspraken maken
- Effectief zoeken op internet
- Socializen

Social



Bio

Anita is 38 jaar oud en woont samen met haar gezin in Nederland. Een hobby van haar is online shoppen. Regelmatig delen Anita en haar vriendinnen linkjes met elkaar naar aanbiedingen. Anita werkt bij Philips als secretaresse. Als secretaresse moet ze vaak via het internet boekingen regelen en spullen inkopen voor verjaardagen van collega's of voor bedrijfsuitjes.

Goals

Veilig en op haar gemak online kunnen zoeken naar aanbiedingen die voor haar of anderen relevant zijn. Een leuk paar schoenen bijvoorbeeld!

Key Behaviours

- Probeert effectief te zoeken
- Zoekt naar de goedkoopste aanbieders
- Heeft veel sociaal contact online.

Motivations

Anita brengt zowel op haar werk als thuis veel tijd door op het internet om de beste aanbiedingen te vinden.

Primary activities

- Browsed op internet naar informatie
- Het delen van aanbiedingen

Frustrations

- Haat agressieve advertenties
- Is onzeker of ze bepaalde aanbiedingen moet kopen, want ze weet niet zeker of het goede en/of betrouwbare deals zijn. Haar privacy geeft ze het liefst niet weg.

Technology

Devices owned and used



Browser



Met deze persona's zorgen we voor een overzicht op de doelgroep. Echter zal er nog meer onderzoek gedaan moeten worden om tot een gedetailleerde doelgroep te komen. De verwachting is dat er meer dan één persona nodig is om de doelgroep te definiëren.

Bijlage

Enquête vragen & resultaten

Uitleg

Wij zijn namens Greenhouse Group op zoek naar een oplossing om een bijdrage te leveren aan het decentraliseren van het internet. Dit houdt in dat we ervoor zorgen dat persoonsgegevens weer eigendom van de gebruikers worden, zonder dat grote tech-giganten hier zo maar mee aan de haal kunnen gaan.

Hoe denk jij over je online privacy? Van welke services maak jij gebruik? Kom je op internet wel eens interessante advertenties tegen en maak je daar dan gebruik van? Met deze korte vragenlijst geef je antwoord op zeven vragen, waarmee wij het internet kunnen veranderen.

Vragen

Privacy

Bij welke online services ben jij allemaal geregistreerd? Kies de 5 die jij het meeste gebruikt. Staat jou top 5 er niet helemaal bij? Vul het dan in bij "andere".

- ☐ Facebook
- ☐ Instagram
- ☐ Twitter
- ☐ Whatsapp
- ☐ Snapchat
- ☐ Google
- ☐ Youtube
- ☐ Microsoft
- ☐ Bol.com
- ☐ Zalando
- ☐ Coolblue
- ☐ Jumbo
- ☐ Albert Heijn
- ☐ Marktplaats
- ☐ Netflix
- ☐ Spotify
- ☐ TikTok
- ☐ Other: _____

Lees je altijd de privacyvoorwaarden voordat je je registreert?

- ☐ Ja, altijd
- ☐ Nee, nooit
- ☐ Soms

Ben je ervan bewust dat soms in die privacyvoorwaarden staat dat de desbetreffende service jouw gegevens voor alles mag gebruiken waarvoor zij dat willen? Daarnaast worden ze bijna altijd gebruikt voor gepersonaliseerde advertenties of zoekresultaten.

- ☐ Ja, dat weet ik maar dat boeit me niet.
- ☐ Ja, ik weet dat mijn gegevens voor gepersonaliseerde advertenties gebruikt worden, maar niet dat mijn gegevens ooit voor andere doeleinden gebruikt kunnen worden.
- ☐ Nee, weet ik niet. Maakt me niet zo veel uit.
- ☐ Nee, weet ik niet. Dit verrast me wel!

Advertising

Heb je ooit koopjeszin? Gewoon zin om nieuwe dingen te kopen, terwijl je ze niet echt nodig hebt?

- ☐ Ja, best vaak
- ☐ Bijna nooit
- ☐ Nooit

Ben je ooit geïnteresseerd in aanbiedingen of advertenties die op internet staan, of flyers en folders die je thuis in de brievenbus ontvangt?

- ☐ Ja, ik kijk hier wel eens naar.
- ☐ Nee, als ik iets nodig heb ga ik er zelf naar opzoek.

Waar kijk je als je iets wilt bestellen of kopen?

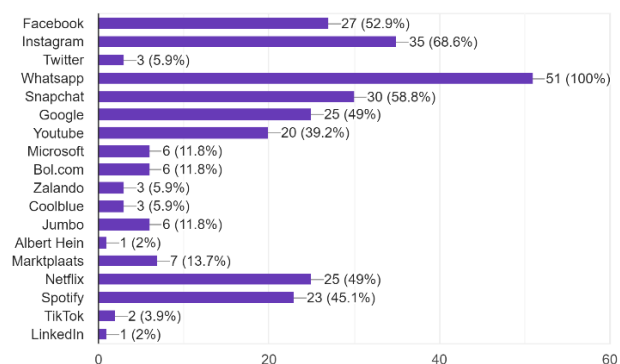
- ☐ Ik ga op internet naar een webshop, zoals Bol.com en kijk wat ze in de aanbieding hebben.
- ☐ Ik ga naar een fysieke winkel om te zien wat ze hebben.
- ☐ Ik ga niet op zoek, ik kom op internet of Facebook wel een keer een advertentie tegen die interessant is voor mij.
- ☐ Ik kijk door de folders van bijvoorbeeld Spotta om te kijken wat er in welke winkels in de aanbieding is.
- ☐ Ik weet van tevoren al wat ik wil kopen. Ik ga dan op internet op zoek naar een winkel of webshop waar ik het goedkoopste uit ben.
- ☐ Ik weet van tevoren al wat ik wil kopen. Ik ga dan meteen naar mijn favoriete webshop en doe daar mijn aankoop.

Zou je geïnteresseerd zijn in een app of website waarin gepersonaliseerde producten, aanbiedingen en advertenties staan van alle webshops en winkels, op basis van interesses die door jou vooraf zijn ingesteld? Dit allemaal zonder dat grote bedrijven jou persoonsgegevens hebben.

- ☐ Ja, graag!
- ☐ Nee, bedankt

Bij welke online services ben jij allemaal geregistreerd? Kies de 5 die jij het meeste gebruikt. Staat jou top 5 er niet helemaal bij? Vul het dan in bij "anders".

51 responses

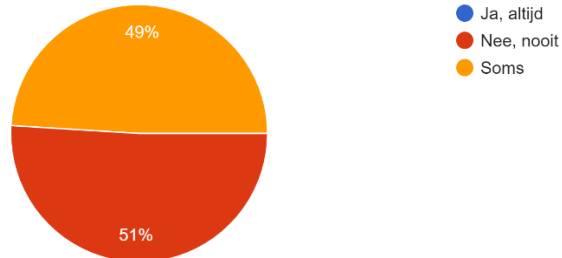


Resultaten

De resultaten zijn van 52 respondenten.

Lees je altijd de privacyvoorwaarden voordat je je registreert?

51 responses



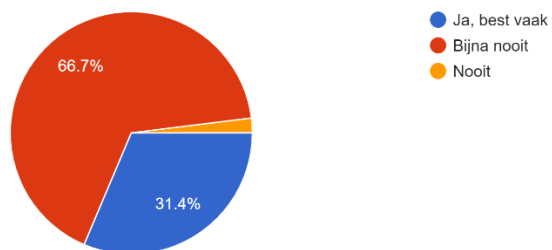
Ben je ervan bewust dat soms in die privacyvoorwaarden staat dat de desbetreffende service jouw gegevens voor alles mag gebruiken waarvoor zij da...epersonaliseerde advertenties of zoekresultaten.

51 responses



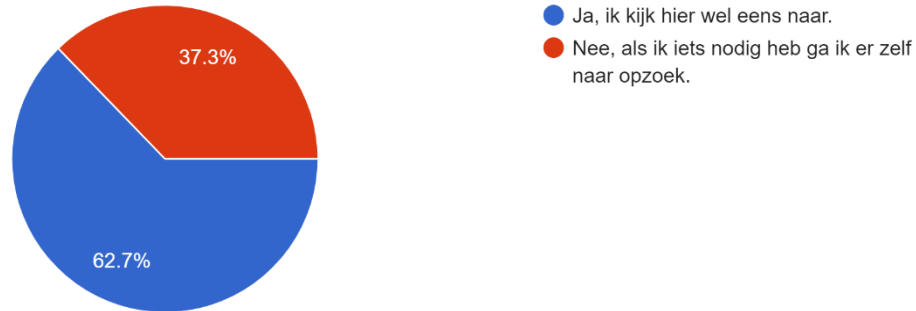
Heb je ooit koopjeszin? Gewoon zin om nieuwe dingen te kopen, terwijl je ze niet echt nodig hebt?

51 responses



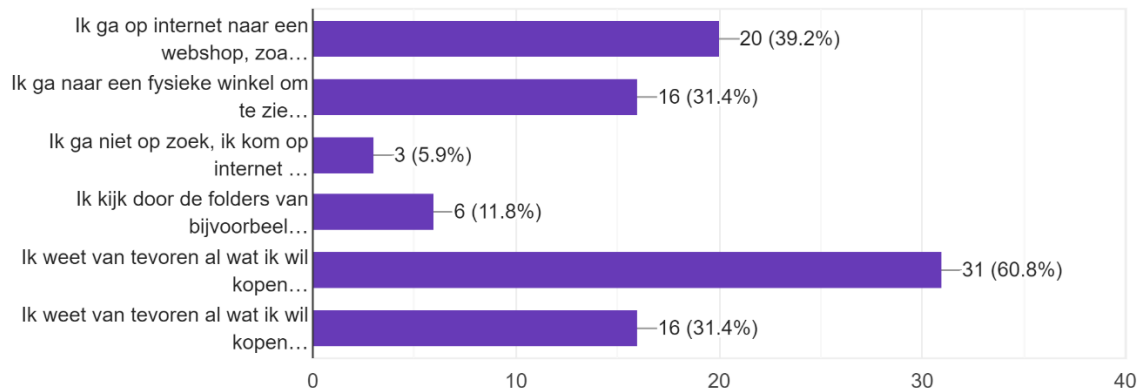
Ben je ooit geïnteresseerd in aanbiedingen of advertenties die op internet staan, of flyers en folders die je thuis in de brievenbus ontvangt?

51 responses



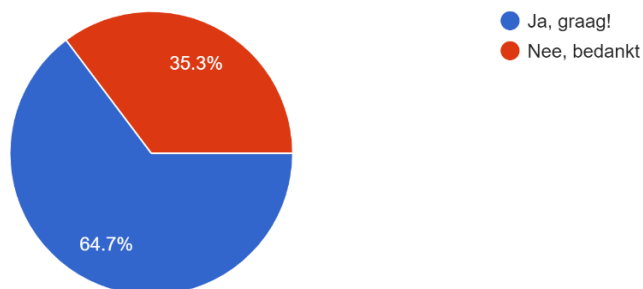
Waar kijk je als je iets wilt bestellen of kopen?

51 responses



Zou je geïnteresseerd zijn in een app of website waarin gepersonaliseerde producten, aanbiedingen en advertenties staan van alle webs...at grote bedrijven jou persoonsgegevens hebben.

51 responses



Interview vragen & resultaten

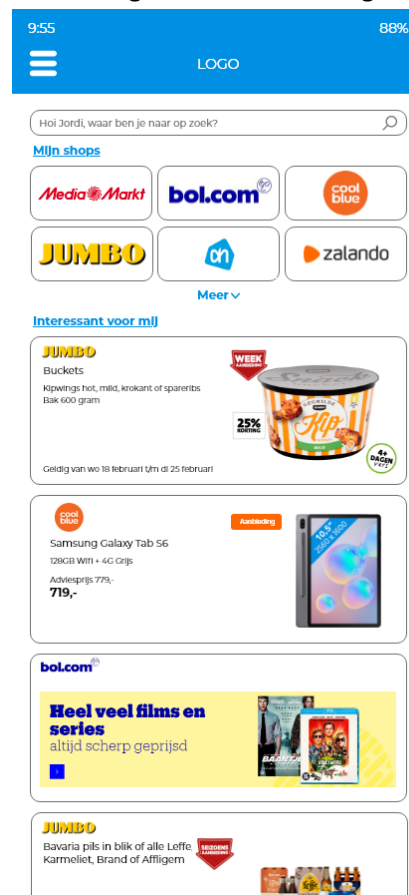
Uitleg

Wij zijn namens Greenhouse Group op zoek naar een oplossing om een bijdrage te leveren aan het decentraliseren van het internet. Dit houdt in dat we ervoor zorgen dat persoonsgegevens weer eigendom van de gebruikers worden, zonder dat grote tech-giganten hier zo maar mee aan de haal kunnen gaan.

Vragen

1. Ben je privacybewust? Zo ja, wat doe je aan je privacy.
2. Lees je ooit de privacyvoorwaarden en weet je wat online services allemaal met je data kunnen doen?
3. Maak je ooit gebruik van gepersonaliseerde advertenties, zoals je die op internet tegenkomt, of maak je gebruik van spaarsystemen zoals Jumbo Extra's, of AH Bonuskaart?

-- Design laten zien + uitleg--



Advertenties komen op één plek samen en jij hebt controle over je data en advertenties.

4. Wat vind je van dit idee? Denk je hiervan gebruik te maken?
5. Maak je gebruik van AH bonuskaart, Jumbo Extra` etc.?

Resultaten

Interview 1 - Riëlle Verhagen 49 jaar

Ben je privacybewust? Zo ja, wat doe je aan je privacy.

Wat bedoel je precies?

Ben je ervan op de hoogte dat bedrijven jouw data verzamelen?

Ja dat klopt, maar vaak is het zo dat als je op een website iets opzoekt, je al meteen de vraag, accepteren of niet (de geïnterviewde bedoelt de cookies) en dan heb je geen zin om al hun voorwaarden op te gaan zoeken en dan klik je toch maar op 'ja ik accepteer/wil de cookies' ook al weet je dat ze dat soort dingen bij kunnen houden.

Ben je ervan op de hoogte dat de bedrijven je data ook doorverkopen aan derden partijen?

Ik dacht dat dat niet meer mocht met de nieuwe privacywet?

Dat mag inderdaad niet, maar het gebeurt alsnog veel omdat sommige websites/bedrijven anders geen/te weinig geld kunnen verdienen.

Maar kun je dat tegenhouden dan?

Dat kan bijvoorbeeld met het 'Solid' systeem. Met Solid wordt je data niet gedeeld met bedrijven, maar zelf behouden zodat je zelf kan beslissen wat er mee gebeurt. Met Solid kun je zelf advertenties uitkiezen. Op dit moment zul je bijvoorbeeld advertenties over appels krijgen als je op internet zoekt naar appels. Met Solid gebeurt dit ook alleen bewaar je je eigen data.

Maakt het je uit dat je data wordt gebruikt voor andere doeleinden dan je toestemming voor hebt gegeven?

Ja, ik geef daar wel om. Maarja, je kan het toch niet voorkomen als je gebruik wilt maken van het internet.

Lees je ooit de privacyvoorwaarden en weet je wat online services allemaal met je data kunnen doen?

Nee, ik lees niet altijd de privacyvoorwaarden.

Waarom niet?

Omdat het veel gedoe is, je moet veel gaan lezen het is vaak langer dan 1 A4'tje en dan heb je daar geen zin in.

Maak je ooit gebruik van gepersonaliseerde advertenties, zoals je die op internet tegenkomt, of maak je gebruik van spaarsystemen zoals Jumbo Extra's, of AH Bonuskaart?

Soms krijg je omdat je een bonuskaart hebt een nieuwsbericht/brief of je krijgt inderdaad een email die vermeldt dat er een actie is bij elke scan (de geïnterviewde bedoelt het scannen van de voordeelkaart) dat je punten krijgt).

Heb je ook apps van supermarkten?

Ja, voor de Jumbo en de Lidl.

Kijk je vaak naar de aanbiedingen op de app?

Nee, eigenlijk niet. Ik kijk meestal als ik in de winkel ben wat de acties zijn als ik boodschappen doe.

-- Interviewer legt het idee achter de wireframe app uit--

Met de app kun je zelf winkels toevoegen en vervolgens categorieën selecteren van producten waar je geïnteresseerd in bent. Sommige mensen willen misschien geen bol.com advertenties, maar zijn wel geïnteresseerd in advertenties van supermarkten. Als ze de categorieën dus hebben geselecteerd krijgen ze gepersonaliseerde advertenties.

Wat vind je van dit idee? Denk je hiervan gebruik te maken?

Ik weet het niet. Het is toch een app?

Ja

Maar is dat dan niet hetzelfde als de app Stocard die ik heb op mijn telefoon?

Nee, Stocard is een app voor voordeelkaarten van verschillende winkels digitaal bij te houden en je krijgt aanbiedingen op basis van welke voordeelkaarten je hebt toegevoegd. Deze data wordt gedeeld via het internet. Met de app die wij willen maken wordt jij baas van je eigen data en wordt deze dus niet zomaar gedeeld met/doorverkocht aan bedrijven.

Maak je gebruik van AH bonuskaart, Jumbo Extra` etc.?

Nogmaals, zou je hier gebruik van maken?

Dat weet ik niet zeker. Ik denk dat ik er geen behoefte aan heb. Ik denk dat als ik de supermarkt heb waar ik altijd naar toe ga, de Jumbo en Lidl, ik daar genoeg aan heb. In de supermarkt kijk ik altijd zelf wel naar aanbiedingen.

Kijk je dan niet veel op je telefoon naar de aanbiedingen op de apps?

Nee

Dus je kijkt zelf in de winkel en leest bijvoorbeeld foldertjes in plaats van digitale aanbiedingen?

Ja, ik lees meer in de folders. Ik doe niet zoveel met mijn telefoon. Het zal wel aan mijn leeftijd liggen.

Laatste vraag, maak je gebruik van bonuskaarten?

Ja, de AH, Jumbo, Lidl en de Hema.

Interview 2 - Sabine 17 jaar

Ben je privacybewust en wat doe je aan je privacy?

Ik acht mezelf niet heel privacybewust. Ik ben makkelijk op internet te vinden en maak veel gebruik van social media.

Weet je dat al die services je data opslaan en dat je vaak toestemming hebt gegeven dat die gegevens gebruikt mogen worden voor meer doeleinden dan alleen de kernfunctionaliteiten van de service?

Ze mogen mijn gegevens overal voor gebruiken, ik heb toch niks te verbergen.

Lees je ooit de privacyvoorwaarden?

Nee, nooit. Mij maakt het niet zoveel uit wat er met mijn gegevens gedaan wordt, dan wordt het al snel te veel leeswerk.

Maak je ooit gebruik van online advertenties? Ooit van die in websites verschijnen?

Zo min mogelijk. Je weet niet op wat voor website je terecht komt en als ik ooit iets online koop, dan wil ik altijd zelf vergelijken.

-- Interviewer legt het idee achter de wireframe app uit--

Dit is een app of website, waarin winkelketens of webshops zich kunnen aanmelden en hier vervolgens hun aanbiedingen en advertenties in kunnen zetten. Vervolgens kan jij zelf kiezen van welke onderwerpen en winkels advertenties wil zien in je feed.

Wat vind je hiervan en zou je er gebruik van maken?

Dit lijkt me een erg interessant idee. Dit is misschien een goede vervanger voor de papieren folders die je thuis in de brievenbus krijgt.

Kijk je ooit door die foldertjes?

Nee hier kijk ik nooit doorheen. Eigenlijk omdat daar nooit interessante dingen voor mij in staan. Als ik iets nodig heb dan ga ik er meestal zelf voor op uit.

Misschien dat ik wel gebruik zal maken van de app of website, maar om daar nu weer een compleet account voor aan te maken, vind ik misschien wat te hoog gegrepen.

Een account aanmaken is niet nodig. Je kan gebruik maken van de service met Solid, een soort van inloggen met Google of Facebook, maar dan meer gericht op privacy.

Dan valt het nog te overwegen.

Laatste vraag: maak je gebruik van Jumbo Extra's of AH bonuskaart?

Jazeker, ik werk bij Jumbo, dus de Jumbo extra's pas heb ik al.