

# Eindverslag Marktplaats project

Team 8, 31-3-2017



Doortje Nipius - 11229128

Thierry Dikken - 10972080

Sterre Smit - 11274786

Yulia Valencia - 11331879

Ivo Coutinho - 11321105

# Inhoudsopgave

<b>Opdrachtbeschrijving</b>	3
<b>Ontwerp Beschrijving</b>	3
Kijk in je wijk	3
Vernieuwde profielpagina	4
<b>Ontwerp onderbouwing</b>	5
<b>Beschrijving Academische test</b>	5
<b>Analyse resultaten academische test</b>	9
<b>Conclusie en discussie</b>	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
<b>Referenties</b>	9
<b>Appendix</b>	9

## Opdrachtbeschrijving

In een wereld waarin het wereldwijd verbonden zijn steeds makkelijker gaat, is volgens Marktplaats een tegenreactie ontstaan: steeds meer mensen hebben de behoefte om op lokaal niveau verbonden te zijn. Daarom heeft Marktplaats de volgende ontwerpervraag voorgelegd: wat kan Marktplaats doen om zowel het lokaal handelen makkelijker te maken als dat mensen zich meer met elkaar verbonden voelen?

Marktplaats heeft op dit moment 2.100.000 unieke bezoekers bezoeken per dag en elke dag worden er 350.000 nieuwe advertenties geplaatst. Maar er zijn ook verkoopgroepen op Facebook en opkomende platforms als *LetGo*, die al meer gericht zijn op het idee van lokaal handelen. Het is daarom van belang dat Marktplaats hier ook een rol in gaan spelen, omdat het anders het risico loopt dat bezoekers naar een ander platform zullen overstappen.

In dit verslag doen wij een voorstel voor een aantal aanpassingen op Marktplaats, die volgens ons inspelen op de behoefte om lokaal te willen handelen en om verbonden te zijn. Als eerste stellen wij voor het huidige ‘Kijk in je wijk’ verder uit te werken tot een belangrijke plaats op de site; daarnaast denken wij dat het personaliseren van je profiel een belangrijk onderdeel is om het vertrouwen te vergroten en de verbondenheid te versterken. Beide ideeën zullen toegelicht en onderbouwd worden met behulp van schermafbeeldingen van het prototype en user tests.

## Ontwerp Beschrijving

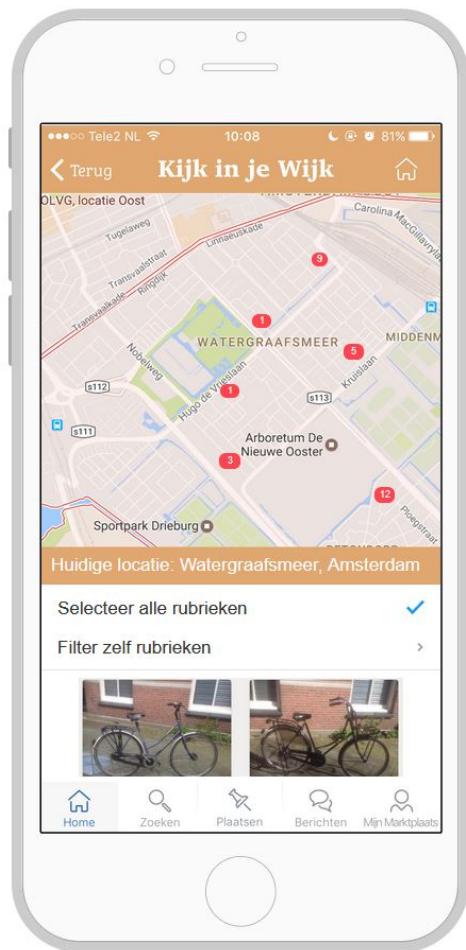
Voor de opdrachtgever Marktplaats zijn een aantal aanpassingen aan de website gemaakt, deze aanpassingen zijn gemaakt in de vorm van wireframes en klikbare prototypes. Alle wireframes en prototypes zijn met behulp van de web app *proto.io* gemaakt. Om de prototypes te testen is er een A/B test uitgevoerd door middel van usability testing. Bij de usability tests is gewerkt met een randomized steekproef. De proefpersonen werden willekeurig uitgekozen en er was verder geen informatie bekend over het gebruik of de bekendheid met Marktplaats van de proefpersonen. Daarnaast is er een populairwetenschappelijke poster ontworpen op A1 formaat om de aanpassingen aan de Marktplaats site en app verder te illustreren en toe te lichten.

Het ontwerp wordt hieronder beschreven met behulp van enkele screenshots van de wireframes en grafische ontwerpen. De complete verzameling wireframes en ontwerpen zijn bijgevoegd in de appendix.

### Kijk in je wijk

Het doel van de opdrachtgever was voornamelijk om Marktplaats in zekere zin een meer lokaal te maken. Marktplaats heeft momenteel wel al een aantal functies die het gevoel van lokaliteit versterken; een gebruiker kan onder andere producten zoeken in een straal om hem heen gebaseerd op de postcode die wordt ingevoerd. Daarnaast is er de ‘Kijk in je wijk’-functie. ‘Kijk in je wijk’ biedt de mogelijkheid om te zien wat jouw dorps- of stadsgenoten aanbieden op Marktplaats. Op een kaart is zichtbaar waar de adverteerders wonen en hoeveel advertenties er op die locatie geplaatst zijn. Naar onze mening werkte deze functie nog lang niet optimaal en daarom zijn er in de prototypes vele verbeteringen hiervoor verwerkt. Naarmate we er ons verder in gingen verdiepen,

werd ook duidelijk dat frequente Marktplaats-gebruikers vaak niet eens gehoord hadden van de functie of niet wisten wat het inhield. ‘Kijk in je wijk’ is in de eerste plaats lastig te vinden voor de gemiddelde gebruiker: het staat niet in de header van de desktopwebsite, maar helemaal onder alle verschillende rubrieken. Tevens bestaat ‘Kijk in je wijk’ zelfs geheel niet op de mobiele app voor iOS. Dit terwijl mobiele gebruikers verreweg de grootste gebruikersgroep is van Marktplaats.



## Vernieuwde profielpagina

Op Marktplaats is vertrouwen de basis van onderhandelingen. Zonder vertrouwen zullen zowel kopers als verkopers daar moeite mee hebben. Omdat Marktplaats handelen zo makkelijk en open mogelijk wil houden, zonder te veel controle, is een volledig vertrouwen onmogelijk. Het personaliseren van de profielpagina zou volgens ons echter kunnen bijdragen tot het vergroten van het vertrouwen in elkaar. Wij denken dat het hebben van een profelfoto ervoor zorgt dat een verkoper betrouwbaarder overkomt. Daarnaast denken wij dat het aangeven van interesses er naast een verhoogde betrouwbaarheid, ook voor zorgt dat het ‘community-gevoel’ wordt aangewakkerd. Een mogelijke koper zou eerder voor een verkoper kiezen met gedeelde interesses, omdat hij daar een band mee voelt. Dit wordt ondersteund door het liking-principe van Cialdini (2001). Uit verschillende onderzoeken is namelijk gebleken dat overeenkomsten mensen samenbrengen. Men is zelfs eerder geneigd om iets te kopen, wanneer de verkoper claimt dezelfde soort interesses en

gewoonten te hebben. Dit komt doordat wij iemand die veel op onszelf lijkt, eerder vertrouwen. Op eenzelfde manier verwachten wij dat het tonen van interesses het vertrouwen op Marktplaats vergroot.

## Ontwerp onderbouwing

Voor het ontwerp hebben wij goed nagedacht wat handig is om toe te voegen of eventueel weg te halen om aan de wensen van Marktplaats te voldoen. Voor het prototype van de site zelf hebben wij het volgende bedacht: de ‘Kijk in je wijk’-functie uitbreiden. Ten eerste hebben wij de positie veranderd. Deze positie was voorheen altijd onderin, een beetje verborgen. Dit is niet zo een handige plek als Marktplaats wil dat mensen dit vaak gebruiken. Om het gebruik van ‘Kijk in je wijk’ te vergroten, hebben wij dit bovenaan de pagina geplaatst. In de app was de ‘Kijk in je wijk’-functie moeilijk vindbaar.

De stappen die op het iOS besturingssysteem gedaan moeten worden om de ‘Kijk in je wijk’-functie te vinden zijn vanaf de homepage achtereenvolgens: blader door groepen (dit is pas zichtbaar na scrollen), diversen (helemaal onderaan), rechtsboven staat een locatie icoontje. Via al die stappen kom je pas in de ‘Kijk in je wijk’-functie. Dit is totaal onvindbaar voor mensen die deze functie niet kennen. Op de Android-app is het iets makkelijker te vinden, maar het wordt alsnog momenteel niet vaak gebruikt.

Wij hebben geprobeerd om de principes van Cialdini zo goed mogelijk toe te passen. Het principe van liking hebben wij toe proberen te passen bij de aanpassingen van het profiel. Cialdini stelt dat mensen sneller ‘ja’ zeggen of iets kopen van iemand die zij aardig vinden, dit kan gebaseerd zijn op gemeenschappelijke interesses. Vandaar dat wij de gemeenschappelijke interesses van iemand weergeven op het profiel.

## Beschrijving academische test

Na lang brainstormen hebben we er uiteindelijk voor gekozen om een a-b test (ook wel split test) uit te voeren met behulp van het klikbare prototype. Ieder lid van het groepje heeft bij 2 verschillende personen een user test uitgevoerd. Deze personen zijn willekeurig gekozen op verschillende locaties door het land. Het doel van de test was om ons klikbare prototype van Marktplaats te laten testen op een aantal functionaliteiten. Bij de user test lieten we de testpersoon 4 taken uitvoeren, 2 met betrekking op de ‘Kijk in je wijk’ -functie en 2 met betrekking op profielen van marktplaats gebruikers. Bij alle taken hebben we geregistreerd of de testpersoon actie A of actie B uitvoerde.

Een uitgebreidere beschrijving van de taken van de user tests is te vinden in de appendix. Aangezien de sample size slechts 10 personen groot is en er 2 opties zijn, namelijk A en B, worden de resultaten van de usertest geanalyseerd met behulp van Fisher’s exact test. Deze statistische analysemethode is vergelijkbaar met de Chi-Square test, Fisher’s exact test geeft echter betrouwbaardere resultaten bij een kleinere steekproef.

Burns & Burns (2008).

Er zijn 3 verschillende tabellen gebruikt, namelijk een 2x2 kruistabel voor alle resultaten en daarnaast 2x2 kruistabellen voor respectievelijk de Kijk in je wijk taken en de taken met betrekking tot de profielen.

De nulhypothese bij dit onderzoek is als volgt: Er is geen significant verschil in het gebruik van marktplaats tussen controlegroep en de prototype groep te vinden. De bijbehorende alternatieve hypothese luidt als volgt: Er is wel een significant verschil in het gebruik van marktplaats tussen de controlegroep en prototype groep te vinden. Dit verschil houdt in dat de prototype groep vaker optie A kiest. (*one-tailed*)

Van belang hierbij is het significantieniveau, wij hanteren een alfa level van 0.05, wat inhoudt dat de gegeven resultaten in 95% van de gevallen kloppen. Er wordt gekeken naar een *one-tailed* significant verschil, omdat we willen weten in welke richting het verschil zit. Burns & Burns (2008).

De vraag is namelijk of de prototype groep vaker voor optie A kiest.

In het geval dat we een significant verschil vinden, moet er gekeken worden wat de implicaties hiervan zijn. Het kan positief voor ons uitpakken, bijvoorbeeld als de prototype groep vaker de kijk in je wijk functie gebruikt. Dit zou betekenen dat ons prototype bijdraagt aan een meer *locally connected* Marktplaats.

Voor de analyse van de resultaten wordt gebruik gemaakt van IBM SPSS Statistics versie 24. De gegevens zijn ingevoerd in SPSS en berekend volgens de methode uit het artikel '*Entering two-way tables in SPSS*'. Brown, D.E. (2013).

## Analyseresultaten academische test

Zoals eerder vermeld zijn de resultaten van de drie verschillende kruistabellen berekend met behulp van SPSS. Hieronder worden deze resultaten geanalyseerd, verder is in de appendix de SPSS Output te vinden. Er zijn drie verschillende variabelen aanwezig in de tabel namelijk Group (controlegroep en prototype groep), Option (A en B) en Frequencies (hoe vaak een waarneming voorkomt)

### Kruistabel 1: Kijk in je wijk + Profielen

Bij de combinatie van de 'groepen' kolom met de 'opties' rij is geen significant verschil gevonden, de waarde die bij de 1-tailed Fisher's exact test werd gevonden was 0,055, wat net boven de significantiegrens van 0,050 zit. De nulhypothese kan op basis van deze resultaten niet worden verworpen.

Aan de hand van deze resultaten blijkt dat het kiezen voor A of B redelijk normaal verdeeld is, d.w.z. er is geen neiging om vaker A of B te kiezen ongeacht de groep waar iemand deel van uitmaakt. Idealiter hadden we gehoopt dat significant meer mensen uit de prototype groep voor A zouden kiezen, omdat optie A altijd betrekking had tot de vernieuwde functies. Door te kijken naar de tabellen voor kijk in je wijk en profielen kunnen we erachter komen of voor een van deze twee tabellen wel een significant verschil te vinden is.

### Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	3,636 <sup>a</sup>	1	,057	,111	,055
Continuity Correction <sup>b</sup>	2,525	1	,112		
Likelihood Ratio	3,696	1	,055	,111	,055
Fisher's Exact Test				,111	,055
N of Valid Cases	40				

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 9,00.

b. Computed only for a 2x2 table

### Kruistabel 2: Kijk in je wijk

Bij de combinatie van de ‘groepen’ kolom met de ‘opties’ rij is een significant verschil gevonden. Het 1-tailed significantieniveau is 0,002 wat ruim onder de significantiegrens van 0,050 zit. Hierdoor kan de nulhypothese worden verworpen en de alternatieve hypothese worden aangenomen.

In normale mensentaal, er kiezen meer mensen voor de kijk in je wijk optie bij de prototype groep dan wat je onder normale omstandigheden zou verwachten. Dit is ook duidelijk te zijn uit de waarnemingen, bij de controlegroep kozen alle 10 de personen voor de zoekbalk optie. Bij de prototype groep waren dit er slechts 3, de overige 7 kozen dus voor kijk in je wijk. Op basis van deze resultaten is het aan te raden voor Marktplaats om de kijk in je wijk functie op dezelfde plek als het prototype te plaatsen in de echte site. Hierdoor gebruiken meer mensen de functie waardoor gebruikers van Marktplaats zich meer locally connected kunnen voelen. Natuurlijk is de steekproef wel klein, dus grootschaliger onderzoek is aan te raden voor extra betrouwbaarheid.

### Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	10,769 <sup>a</sup>	1	,001	,003	,002
Continuity Correction <sup>b</sup>	7,912	1	,005		
Likelihood Ratio	13,681	1	,000	,003	,002
Fisher's Exact Test				,003	,002
N of Valid Cases	20				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,50.

b. Computed only for a 2x2 table

### Kruistabel 3: Profielen

Bij de combinatie van de ‘groepen’ kolom met de ‘opties’ rij is geen significant verschil gevonden. Het 1-tailed significantieniveau is 0,500 wat natuurlijk veel hoger is dan de significantiegrens van 0,050. De nulhypothese kan niet verworpen worden.

Deze resultaten duiden erop dat de profielen functie uit ons prototype niet het gewenste effect had, de testpersonen vonden het prototype profiel niet beduidend betrouwbaarder. Als men kijkt naar de redenen die gebruikers gaven voor het kiezen van een optie (zie appendix: User Tests) blijkt dat veel van de testpersonen de bestaande pagina van een adverteerder al betrouwbaar genoeg vonden, voornamelijk omdat aangegeven wordt hoe lang een gebruiker al actief is.

### Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,267 <sup>a</sup>	1	,606	1,000	,500
Continuity Correction <sup>b</sup>	,000	1	1,000		
Likelihood Ratio	,268	1	,605	1,000	,500
Fisher's Exact Test				1,000	,500
N of Valid Cases	20				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,50.

b. Computed only for a 2x2 table

Uiteindelijk heeft de a-b test een significant verschil opgeleverd bij de taken met betrekking tot de vernieuwde kijk in je wijk functie. Over het algemeen en bij de profielen is geen significant verschil gevonden. Bij het resultaat over alle taken zat het significantieniveau een heel klein beetje boven de significantiegrens, door uitgebreider onderzoek kan hierdoor een ander resultaat ontstaan.

Het zou bijvoorbeeld kunnen dat bij grootschaliger onderzoek het significantieniveau juist net onder de grens zit waardoor de nulhypothese wel verworpen zou kunnen worden. De vernieuwde functie gaf geen significant resultaat, dit betekent dat de bestaande functies voor betrouwbaarheid van een profiel/adverteerder al goed genoeg zijn. Wel kan er nog geëxperimenteerd met meer of andere functies ter bevordering van de betrouwbaarheid om dan hopelijk wel een significant resultaat te krijgen.

## Conclusie en discussie

In dit verslag hebben wij antwoord gegeven op de vraag: wat kan Marktplaats doen om zowel het lokaal handelen makkelijker te maken als dat mensen zich meer met elkaar verbonden voelen? Volgens ons zou dit kunnen door de ‘Kijk in je wijk’-functie meer uit te lichten, en door profielpagina’s te personaliseren. Uit onze A/B-test is gebleken dat er een significant verschil was tussen de controlegroep en de prototype groep wat betreft de ‘Kijk in je wijk’-functie; bij de gepersonaliseerde pagina was geen significant verschil.

Een mogelijke verklaring hiervoor zou kunnen zijn dat de gepersonaliseerde pagina niet genoeg functies bevat om de betrouwbaarheid aanzienlijk te vergroten. Echter, omdat we voor dit project maar beperkt de tijd hadden, hebben wij onze test onder een kleiner aantal testpersonen moeten afnemen. Hierdoor kunnen wij onze hypothese niet met zekerheid aannemen of verwijderen. Wij raden Marktplaats daarom aan de test onder een groter aantal testpersonen af te nemen, zodat onderzocht kan worden of de door ons opgestelde hypotheses daadwerkelijk significant zijn.

Daarnaast zit er een ethische kanttekening aan ons voorstel: door ‘Kijk in je wijk’ zou het makkelijker kunnen zijn om voor kwaadwillende personen in te breken, omdat zij precies kunnen zien waar er iets te halen valt. Wij denken dat het goed zou zijn als Marktplaats verder onderzoekt in welke mate dit een probleem zou kunnen vormen.

## Referenties

- Burns, R. P., & Burns, R. (2008). *Business research methods and statistics using SPSS*.  
Brown, D.E. (2013). *Entering two-way tables in SPSS*  
Cialdini, R. (2001), *Influence: Science and Practice* (fourth edition), Chapter 5  
Cialdini, R. (2001) *Harnessing the Science of Persuasion*

## Appendix

- Desktop site: <https://pr.to/RSXFMN/>  
Mobiele app wireframes: <https://pr.to/DZ8Y1L/>  
Mobiele app grafisch: <https://pr.to/7TA5HQ/>

# Customer journeys

Pragmatist	Profile				
	PRODUCT KWIJT	KEUZE PLATFORM	KEUZE: MARKTPLAATS	KOPER GEVONDEN!	AFHANDELING
Mensen die gewoon iets willen (ver)kopen in zo min mogelijk tijd. Het mag niet te veel tijd en moeite kosten; bij te ingewikkelde handelingen of te veel stappen haken ze af. Deze personen zijn aanwezig op marktplaats alleen voor het product dat ze aangeboden hebben of specifiek nodig hebben.	<p>Plan</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>De bank wilt van zijn bank af. Hij is oud maar nog acceptabel als tweedehands.</li> </ul>	<p>De pragmatist overweegt zijn bank te verkopen via Marktplaats OF Facebook</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Facebook</li> <li>Marktplaats/Speurders/e.d.</li> </ul>	<p>De bank wordt aangeboden op marktplaats. Het doel is om er niet te veel aandacht aan te besteden en het zo snel mogelijk af te handelen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Rubriek kiezen</li> <li>Prijs vaststellen of mensen laten bieden</li> <li>Foto's maken of niet</li> </ul>	<p>Er is iemand geïnteresseerd in de bank. De onderhandelingen beginnen!</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Onderhandelen over prijs</li> <li>Locatie (ophalen)</li> <li>eventuele bijkomende kosten</li> </ul>	<p>De koper stemt in, vervolgens moet er een deal worden gemaakt en afgesproken worden hoe en wanneer de ruit of aankoop plaatsvindt.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Opsturen</li> <li>Latere ophalen</li> <li>Ontmoeten</li> <li>Betaling</li> </ul>
(mogelijke) acties	<ul style="list-style-type: none"> <li>De bank bij de kringloop/grofvuil afstoten</li> <li>Verkopen op marktplaats e.d.</li> <li>Verkopen via Facebook</li> </ul>				
Vragen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hoeveel werk moet ik hier aan besteden?</li> <li>Hoe stel ik een prijs vast in geval van verkopen?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Welk platform?           <ul style="list-style-type: none"> <li>Moete?</li> <li>Kosten?</li> <li>Tijdsuur?</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Laat ik iemand de bank ophalen of niet?</li> <li>Wat is een juiste prijs?</li> <li>Hoe maak ik mijn bank echt vindbaar?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zijn er bepaalde voorwaarden nodig?</li> <li>In hoeverre kan ik de koper vertrouwen op zijn woord?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Welke optie voldoet aan mijn eisen?</li> <li>Cash of overmaken of in het bijzijn pinnen?</li> </ul>
Problems	<ul style="list-style-type: none"> <li>Er tegenop zien om mee te doen</li> <li>Bij verkoop via internet zijn risico's dus dat schrik af</li> <li>Bij inleveren bij kringloop krijg je er niks voor terug</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bij marktplaats onderhandelt je met vreemden. Bij Facebook is er direct een mogelijkheid om een backgroundcheck te doen bij degene met wie je onderhandelt.</li> <li>Bij Facebook worden advertenties vaak neergezet die niet passen en de verkoopgroepen enorm veel berichten per dag krijgen dat niet alles meer oprolt als het niet direct gelijkt wordt.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Geen verstand van juiste rubriek</li> <li>Twijfels over de personen achter de reacties</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Trage communicatie</li> <li>Ongrijpbaar over prijs/levering</li> <li>Gebrek aan vertrouwen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>vertrouwenskwestie: afhalen, geld, etc.</li> </ul>
Think & feel	<p>Gemak en geld staan voorop bij het kiezen voor de verkoop; anders breng ik het wel weg</p>	<p>Op Facebook ben ik lid van verkoopgroepen; hier wordt de advertentie echter vaak over het hoofd gezien omdat de groepen zo groot zijn. Wel is dit meer betrouwbaar omdat je de persoon kunt peilen op betrouwbaarheid.</p>	<p>Waar laat ik de kopers beginnen met bieden? Kijkt er wel echt iemand naar mijn advertentie die opecht geïnteresseerd is?</p>	<p>IK ken deze persoon helemaal niet. Hoe kan ik er van op gaan dat hij of zij het geld meeneemt en geen verkeerde bedoelingen heeft met een eventuele ontmoeting?</p>	<p>Ga ik deze persoon in mijn huis laten om de bank op te halen?</p> <p>Vertrouw ik erop dat degene het geld overmaakt of meeneemt?</p>
Ideas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Weten met wie je in zee gaat bij onderhandeling</li> <li>Ervoor zorgen dat kopers en verkopers geen vreemden meer zijn op Marktplaats</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>Bij het opstellen van een Marktplaatsprofiel kunnen er meer persoonlijke voorkeuren toegevoegd worden. Hierdoor leren gebruikers elkaar kennen en is er (hopelijk) meer vertrouwen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Om te laten zien dat de verkoop geslaagd is een vorm van feedback achterlaten voor de (ver)koper op marktplaats</li> </ul>

Pragmatist	Profile					
	KOOP OVERWEGEN	ZOEKEN	KEUZE MAKEN	AANKOOP DOEN	AFHANDELING	FEEDBACK
Mensen die gewoon iets willen kopen in zo min mogelijk tijd. Het mag niet teveel tijd en moeite kosten; bij te ingewikkelde handelingen of te veel stappen haken ze af. Deze personen zijn alleen aanwezig op Marktplaats voor het product dat ze aangeboden hebben of specifiek nodig hebben.	<p>Plan</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Bij (online) winkels kijken</li> <li>Op tweedehands platformen kijken</li> <li>Via vrienden of familie rondvragen</li> </ul>	<p>De pragmatist is uitgekomen op Marktplaats; en gaat nu op zoek naar zijn product.</p>	<p>De pragmatist heeft een aantal producten voorbij zien komen en gaat de knoop doorhakken.</p>	<p>De pragmatist heeft een keuze gemaakt en gaat zijn product aanschaffen.</p>	<p>De pragmatist krijgt zijn product.</p>	<p>De pragmatist heeft zijn product gekregen en mits het niet teveel tijd kost, anderen laten weten of de verkoper betrouwbaar was.</p>
(Mogelijke) acties	<ul style="list-style-type: none"> <li>Welke mogelijkheden heb ik?</li> <li>Waar heb ik de meeste kans om te slagen?</li> <li>Wat kost mij de minste tijd en moeite?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Welke producten zijn bij mij in de buurt?</li> <li>Hoe betrouwbaar zijn de verkopers?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Can ik het in de buurt ophalen? Hoeveel tijd ben ik daaraan kwijt?</li> <li>Als het alleen verzonden wordt: hoe lang gaat het dan duren?</li> <li>Moet ik vooraf geld overmaken, en hoe weet ik dan zeker dat ik mijn product krijg?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hoe lang zal de correspondentie duren voordat ik mijn product heb?</li> <li>Zal de verkoper betrouwbaar blijken te zijn en zich aan de afspraken houden?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zal ik mijn product krijgen?</li> <li>Zal hij in de staat zijn zoals ik me had voorgesteld?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Verkoper bij vrienden aanbevelen/afreden</li> <li>Marktplaats waarschuwen bij slechte ervaring</li> </ul>
Vragen	<p>Vergelijken tussen verschillende winkels en platformen kost veel tijd en moeite.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Het is niet altijd makkelijk om producten in jouw omgeving te vinden</li> <li>Een platform zoals Marktplaats kan als gehandicapt beschouwd worden omdat het een open platform is. Daardoor zal de pragmatist zich altijd afvragen of een verkoper weltevertrouwen is.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Er is vaak weinig bekend over een koper; alleen de (schuil)naam, hoe lang iemand op Marktplaats zit en de locatie.</li> <li>Er blijft altijd een kans dat de verkoper zich niet aan de afspraken houdt.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>De communicatie kan moeizaam verlopen.</li> <li>Afspraken kunnen al dan niet opzettelijk niet worden nagekomen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Naar iemand zijn huis gaan, kan eng zijn omdat men de intenties van de verkoper niet kent.</li> <li>Het product kan niet aan de verwachtingen voldoen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Er zou misbruik van gemaakte kunnissen worden, doordat een verkoper zichzelf aanprijs, of doordat een review wordt geplaatst zonder dat er een transactie heeft plaatsgevonden.</li> <li>De pragmatist wil niet veel tijd kwijt zijn aan het beoordelen van verschillende aspecten.</li> </ul>
Problemen	<p>Via het internet is wel zo makkelijk, maar op welk platform zal ik zonder teveel moeite mijn product kunnen aanschaffen?</p>	<p>Ik wil het liefste iemand die in de buurt woont, zodat ik geen gedoe heb over verzendingen. Dan kunnen we gewoon een gelijke oversteek maken.</p>	<p>De verkoper woont zo te zien wel vlakbij. Maar verder weet ik weinig over hem.</p>	<p>Hij zegt wel dat hij het heeft opgestuurd, maar ik wacht nu al drie dagen. Ik had mijn tijd beter kunnen besteden.</p>	<p>Ik hoop dat alles gewoon goed gaat - zoals gepland. Ik heb een plan om nog weer tijd kwijt te zijn aan het hele proces.</p>	<p>Ik wil anderen graag op een snelle manier laten weten hoe ik de verkoper vond. Het moet vooral weinig tijd kosten.</p>
Think & feel	<p>Een overzicht met de voordeelen van Marktplaats ten opzichte van andere platformen.</p>	<p>De zoekfunctie verbeteren zodat je op een kaart direct ziet waar jouw product in de omgeving te verkrijgen is.</p>	<p>Een profiel met bijvoorbeeld een profielfoto en interesses zorgen ervoor dat men een beeld heeft bij de verkoper.</p>	<p>Marktplaats zou een stukje onzekerheid kunnen wegnemen door beide partijen te laten bevestigen wanneer een product verzendt en aangekomen is. Hierdoor kunnen andere kopers zien hoe lang een verkoper ongeveer over een verzending doet.</p>	<p>Marktplaats zou een meeting plek kunnen creëren of evenementen organiseren waar men mag handelen.</p>	<p>Er zou na de eerder genoemde verandering op Marktplaats een mail ingestuurd kunnen worden waarin de koper gevraagd wordt of hij/trede was over de verkoper. Hij kan in de mail meteen klikken op Ontvrezen - Matig - Tevreden. Dit komt dan bij het profiel van de verkoper te staan.</p>
Ideeën						

Vinay Kali  
  
 Lid van 'Marktplaats Almere' Facebook Groep  
 Op de verschillende Facebook 'marktplaats' groepen zijn veel soorten mensen te vinden. De meesten van hen prefereren Facebook boven Marktplaats als onderhandelingspunt omdat het lokaal en persoonlijker is. Meestal zijn deze groepen namelijk voor bepaalde steden/dorpen

**EDIT IN PERSONAS**

		PRODUCT KOPEN	KEUZE PLATFORM	KEUZE FACEBOOK	FOUND PRODUCT	AFHANDELEN	+ ADD
<b>Plan</b>		Vinay wil een nieuwe microfoon kopen, het liefst tegen een goede prijs maar ook van goede kwaliteit	Vinay twijfelt nog tussen Marktplaats, de Facebookgroep en de reguliere winkel	Vinay heeft uiteraard voor Facebook gekozen, hij wil een zo goed mogelijk microfoon voor zijn budget vinden	Er is een geschikte microfoon gevonden, nu even snel contact opnemen met de verkoper	De verkoper en Vinay spreken een tijd en datum af om de microfoon af te halen of de verkoper stuurt de microfoon op	
<b>(Mogelijke) Acties</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>De microfoon in de winkel kopen</li> <li>De microfoon bij een webshop kopen</li> <li>Een 2de hands microfoon kopen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Webshop/Retail</li> <li>Marktplaats</li> <li>Facebook</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>'Microfoon' zoeken in de facebook groep</li> <li>In de facebook groep vragen of iemand een microfoon wilt verkopen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>(Eventueel) Bieden/onderhandelen over de prijs</li> <li>Adres oppakken/doorgeven</li> <li>Product ophalen/laten brengen</li> <li>Contact opnemen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Afhalen</li> <li>Ontvangen met de post</li> <li>Ontmoeten op openbare plek</li> </ul>	
<b>Vragen</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Heb ik per se een goedkope microfoon nodig?</li> <li>Hoewel ik maximaal uitgeven?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Welk platform?           <ul style="list-style-type: none"> <li>Prijs?</li> <li>Categorie?</li> <li>Betrouwbaarheid?</li> <li>Veiligheid?</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hoewel wil ik eran uitgeven?</li> <li>Hoeveel de microfoon op of laat ik hem bezorgen?</li> <li>Kan de microfoon tussen voordat ik hem koop?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ik hoop maar dat ik niet wordt opgeschoten!</li> <li>Klopt de prijs met de staat waarin de microfoon zich bevindt?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wat is het handigst?</li> <li>Contant of pinnen?</li> <li>Ca ik met de fiets of openbaar vervoer?</li> </ul>	
<b>Problemen</b> ☹		<ul style="list-style-type: none"> <li>Veel verschillende opties, hoe weet ik dat ik de juiste voor mij kies</li> <li>Kost veel tijd om de keuze te maken en om te kopen (restijd fact.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Een reguliere winkel biedt garantie maar is ook gellijk veel duurder</li> <li>Op marktplaats weer je niet met wie je handelt en er kan veel restijd zijn</li> <li>Het is lastiger om een product te vinden op Facebook</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Iemand zou me kunnen opplichten</li> <li>Microfoon lijkt de microfoon op het eerste gezicht goed te werken maar na langer gebruik toch niet</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Verkoper is niet thuis</li> <li>Het product blijkt niet naar behoren te werken</li> <li>Veel gedoe om alles te regelen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reistijd kan groot zijn</li> <li>Er kan les misgaan met het bezorgen</li> <li>Het daadwerkelijke product kan afwijken van de verwachtingen</li> </ul>	
<b>Ideeën</b> 💡		Scheren op merk selectievakjes voor welke merken je in de resultaten wilt laten zien	Marktplaats betrouwbaarheid maken op de een of andere manier	Met de verkoper bellen om te bevestigen dat alles klopt	Op een openbare plek afspreken zodat het een stuk veiliger is		
<b>Think &amp; feel</b>		IK heb de lieft een goedkope 2de hands microfoon, want heb op dit moment niet zoveel geld	Facebook lijkt me de beste keuze, want het is betrouwbaarder dan Marktplaats en goedkoper dan de winkel. Hopelijk vind ik wel de juiste microfoon	IK hoop dat ik snel een goede deal kan vinden, ik wil echt weer wat tracks maken, want mijn andere mic is kapot gegaan	Hopelijk heeft de verkoper geen kwade bedoelingen. IK heb gewoon even snel een nieuwe microfoon nodig	Hopelijk is het een chille gast en zij er verder geen problemen. Ophalen lijkt me handiger, want hij woont reeëeljk dichtbij	

**+ ADD SECTION**

## - Persona Pragmatist (meest voorkomende gebruiker op Marktplaats)



**Pragmatist** GENERATE NAME Rational ?

**Goals**  
 Iets verkopen zonder te veel moeite, het liefst zo snel mogelijk. Als het niet aan deze voorwaarden voldoet brengt de pragmatist zijn voorwerp naar de kringloop.

**Quote**  
 "Met de minste moeite het beste resultaat boeken."

**Background**  
 Mensen die gewoon iets willen (ver)kopen in zo min mogelijk tijd. Het mag niet te veel tijd en moeite kosten; bij te ingewikkelde handelingen of te veel stappen haken ze af. Deze personen zijn aanwezig op marktplaats alleen voor het product dat ze aanbieden of specifiek nodig hebben.

**Motivations**  
 Geld krijgen voor iets dat je anders weg zou gooien

**Frustrations**  
 Het lukt niet in een keer door gebrek aan vertrouwen, geen reacties of geen overeenkomst met de koper

Taak 1: Je bent op zoek naar een cadeau voor iemand, maar je hebt nog geen idee wat. Laat zien hoe je het aanpakt vs

Taak 2: Je bent op zoek naar een broek bij jou in de buurt. Laat zien hoe je dit aanpakt.

Taak 3: Je bent van plan om iets te kopen van een gebruiker op marktplaats. Vertrouw je het account? Leg uit waarom wel of niet.

Taak 4: Je wilt een tweedehands boek kopen van een gebruiker op marktplaats. Vertrouw je de profielpagina, leg uit waarom wel of niet.

Controlegroep: Huidige versie marktplaats

Andere groep: Ons prototype

Bij taak 1:

- Opties:
  - A: klik op kijk in je wijk: %
  - B: gebruik de zoek balk: %

Bij taak 2:

- Opties:
  - A: Kijk in je wijk
  - B: Gebruik de zoekbalk

Bij taak 3:

- Opties:
  - A: Ja, want ik zie het aan het persoonlijke profiel en hoe lang iemand al op marktplaats actief is.
  - B: Nee

Bij taak 4: <https://pr.to/5XYV62/> Profiel menu 3)

- A: Ja, want (ik zie aan de extra gegevens zoals de profielbeschrijving dat het profiel er betrouwbaar uitziet.) of een andere reden
- B: Nee, want....

## Wireframes Marktplaats App

The wireframes illustrate the user interface of the Marktplaats mobile application across four main screens:

- Home Screen:** Displays a search bar at the top, followed by a large "Marktplaats" logo. Below the logo is a button labeled "Blader door groepen >". A horizontal navigation bar includes "Auto's", "Kijk in je wijk", and "Huis en ...". Underneath are two buttons: "Voor jou" and "In jouw buurt". Two placeholder images for "Voor jou" and "In jouw buurt" are shown. At the bottom is a blue navigation bar with icons for "Home", "zoeken", "PLaatsen", "Berichten", and "Mijn pagina".
- Kijk in je wijk Screen:** Shows a map centered on "Kaart" with a placeholder image "(Locatie details)" below it. Search filters "Zoeken op alle rubrieken" and "Selecteer zelf ..." are present. The bottom navigation bar is identical to the Home screen.
- Mijn pagina Screen:** Displays a profile picture placeholder and user information: "Naam", "7 Jaar Actief", and "email@voorbeld.com". Buttons for "Bewaard" and "Mijn ads" are at the top. A section for "Interesses" lists "Antiek en Kunst" and "Kleding", both marked with a checkmark. The bottom navigation bar is identical to the Home screen.
- Rubrieken Screen:** A list of categories including Antiek en Kunst, Audio, Tv en Foto, Auto's, Auto-onderdelen, Auto diversen, Boeken, Caravans en Kamperen, Cd's en Dvd's, Computers en Software, Contacten en Berichten, Diensten en Vakmensen, Dieren en Toebehoren, Doe-het-zelf en Verbouw, Fietsen en Brommers, Hobby en Vrije tijd, Huis en Inrichting, Huizen en Kamers, Kinderen en Baby's, Kleding | Dames, Kleding | Heren, Klussen, Motoren, Muziek en Instrumenten, Postzegels en Munten, Sieraden en Tassen, Spelcomputers, Games, Sport en Fitness, and Telecommunicatie. The bottom navigation bar is identical to the Home screen.

## Grafisch ontwerp Marktplaats App

The image displays three screenshots of the Marktplaats mobile application, showing different sections of the platform.

**Screenshot 1: Home Screen**

This screen shows the main feed with various items. At the top, there's a search bar labeled "Zoeken". Below it is a featured item for "Marktplaats" with a smiling woman. The main content area is divided into two sections: "Voor jou" (For you) and "In je buurt" (In your neighborhood). Each section contains a grid of items, such as "Auto's" (Cars), "Kijk in je wijk" (Look in your neighborhood), and "Huis en tuin" (Houses and gardens). At the bottom, there are navigation icons for "Home", "Zoeken", "Plaatsen", "Berichten", and "Mijn Marktplaats".

**Screenshot 2: Local Offers Screen**

This screen is titled "Kijk in je Wijk" (Look in your neighborhood) and shows a map of the Watergraafsmeer area in Amsterdam. The map highlights several locations with numbered pins (1 through 12). A banner at the bottom indicates the current location is "Watergraafsmeer, Amsterdam". Below the map, there are two sections: "Selecteer alle rubrieken" (Select all categories) with a checked checkbox icon, and "Filter zelf rubrieken" (Filter by own categories) with a dropdown arrow icon. There are also thumbnail images of a bicycle and a car.

**Screenshot 3: Profile Screen**

This screen is titled "Mijn profiel" (My profile) and features a profile picture of a woman named Petra Janssen. It includes her activity status ("5 jaar actief"), email ("petrajanissen@voorbeeld.com"), and location ("Amsterdam, NL"). A button "Bekijk jouw advertenties" (View your ads) is also present. The bottom navigation bar is identical to the first screenshot.

**Screenshot 4: Category Filter Screen**

This screen is titled "Filter per rubriek" (Filter by category) and shows a list of categories with checkboxes. The categories listed are: Antiek en Kunst (Antiques and Art), Audio, Tv en Foto (Audio, TV and Photo), Auto's (Cars), Auto-onderdelen (Car parts), Auto diversen (Other cars), Boeken (Books), Caravans en Kamperen (Caravans and Campers), and Cd's en Dvd's (CDs and DVDs). The "Boeken" category has a checked checkbox icon. The bottom navigation bar is identical to the first screenshot.