

Inleiding

Ik heb besloten om de ontwerpen door middel van interviews (A/B) testen meer informatie te verkrijgen. De ontwerpen zijn namelijk gebaseerd op verschillende resultaten uit bijvoorbeeld trendonderzoek.

Onderzoeksvraag van de analysefase is: ***Hoe kunnen promotiemiddelen ingezet worden om de Simac medewerkers over te halen om deel te nemen aan het nieuw sociale Simac platform?***

Voor het subonderzoek wordt de juiste onderzoeksmethode toegepast.

Hebben de onderzochte trends toegepast om de ontwerpen enig effect op de doelgroep om hen over te halen tot het downloaden van de app?

A/B test (veldonderzoek)

Methode

Om er zeker van te zijn dat het toepassen van bekende trends ook daadwerkelijk de doelgroep aanspreekt heb ik besloten om gebruik te maken van labonderzoek, waarbij de strategie A/B test is gekozen.

De reden hiervoor is om verschillende ontwerpen langs elkaar te leggen met elk zijn eigen toepassingen van verschillende trends of juist geen. Dit is om erachter te komen waar de behoeftes van de doelgroep ligt en of de trend enig effect hebben.

Het belangrijke is dat de doelgroep niet te horen krijgt wat het originele ontwerp is en wat hoort binnen de trends. Deze worden ook op een willekeurig volgorde getoond voor elk persoon.

Onderzoeksopzet

Soort onderzoek

Het onderzoek wordt gehouden in de vorm van een interview waarbij meerder vragen worden gesteld en de keuze wordt gemaakt tussen verschillende ontwerpen met behulp van een A/B test.

Het is belangrijk om te weten wat de gebruikers vinden van het promotiemiddel en of de boodschap duidelijk genoeg is om hen over te halen om de app te gaan gebruiken door de call to action.

Data verzamelen & omschrijven

Er wordt met minstens 5 mensen uit de doelgroep een interview & A/B test afgelegd, waarbij er wordt gevraagd of zij een duidelijk beeld krijgen van de app doormiddel van het promotiemiddel. Daarnaast wordt aan elk testpersoon gevraagd of het hen stimuleert om de app te gebruiken en waarom zij die keuze wel of niet maken. Tot slot maakt de testpersoon een keuze tussen de verschillende ontwerpen, deze keuzes worden bij elkaar opgeteld om erachter te komen welk ontwerp het vaakst is gekozen en waarom.

Data-analyse

De data wordt met audio opname vastgelegd en vervolgens teruggeluisterd om de keuzes en onderbouwing van de testpersoon te achterhalen. Deze resultaten worden met elkaar vergeleken om vervolgens erachter te komen waar de testpersonen het meest interesse in tonen. Hieruit kan geconcludeerd worden welk promotiemiddel het meest geschikt is voor de Simac medewerkers en de meeste medewerkers stimuleert om gebruik te maken van de app.

Betrouwbaarheid

De respondenten van de interviews zijn binnen 5 werkdagen van elkaar uitgevoerd, waarin het onderwerp thuiswerken door de corona maatregelen niet veranderd zijn. Hierdoor heeft het onderwerp COVID-19 en de maatregelen geen invloed gehad op de antwoorden.

Vragen

1. Kun jij een aantal seconden nemen om de ontwerpen te bekijken?
 - Welk gevoel krijg je bij het bekijken van de landing pagina? **microsoft reaction cards**
 - Waarom?
 - Weet jij waar de landing pagina over gaat?
 - Hoe weet jij dit?
 - Is de boodschap van de landing pagina duidelijk?
 - Waardoor komt dit?
 - Hoe zou volgens jou de boodschap duidelijk gemaakt kunnen worden?
2. Kun jij de drie ontwerpen op orde zetten van goed tot minder goed.
 - Waarom heb jij voor deze orde gekozen?
 - Wat kan beter aan de ontwerpen die jij minder vindt.
3. Zijn er bepaalde elementen die jij mist op het ontwerp?
 - Waarom kies jij voor deze elementen?
4. Zou jij gebruik maken van de app nadat je hebt gekeken naar deze landing page?
 - Waarom wel/niet?
 - Wat mist er om jou die push te geven om de app toch te gebruiken?
5. Is het duidelijk welke actie/interactie van jou gevraagd wordt?
 - Waarom wel niet?
 - Wat zijn producten die jou hebben overgehaald om tot actie te komen?
 - Waardoor komt dit?