

Research interview

Hvad er interview som metode?

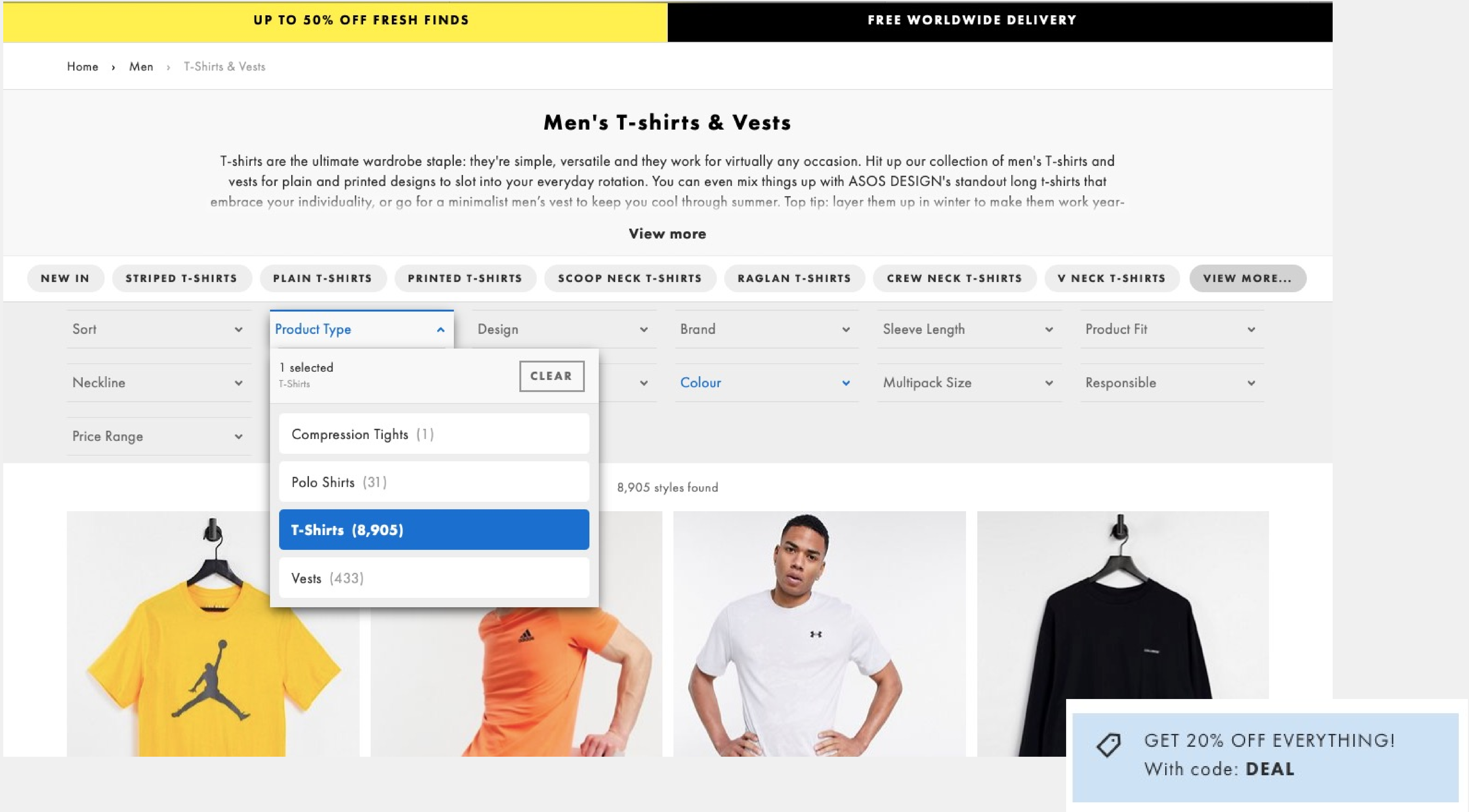
Interview er en forskningsteknik der handler om at stille åbne spørgsmål til en person om et specielt emne. Interviewet er en samtale til indsamling af information. Der er en interviewer der stiller spørgsmålene og styrer samtalen. Så er der en interviewperson som svarer på disse spørgsmål. Interviews kan gennemføres ansigt til ansigt eller over telefon.

Interview guide

1. Hvornår har du sidst købt tøj online?
2. Hvor? ... Hvordan var det? ... Hvad syntes du?
3. Hvad købte du?
4. Hvad kostede det?
5. Hvad syntes du da du fik dit tøj? ... hvorfor, kan du uddybe?
6. Hvad var det længe på vej?
7. Hvad syntes du om det? ... hvorfor?
8. Hvor ofte handler du online?
9. Hvor?
10. ... har du en yndlings website?
11. Hvilke, og hvorfor? Hvad er specielt ved det?
12. Hvor ofte køber du T-shirts?
13. Kan du uddybe hvordan du handler online, din proces?
14. Hvad er dine indsigter og oplevelser til online handling?
15. Hvorfor?
16. Hvad synes du er vigtigt for en online shop at have? ... hvorfor
17. Hvad kan du ikke lide med online handling? (hvis det er noget) og hvad kan du godt lide?
18. Hvorfor handler du online? Er det noget specielt, hvad? Hvorfor, kan du uddybe?

Hvad fandt jeg ud af

Interviewet var på zoom og tog 14 minutter. Jeg interviewede en mand der er 21 år gammel. Sidste gang da han handlede online var i sidste uge. Han handler tøj online ca. anden hver måned. Han handler sit tøj mest online og oftest køber han kun T-shirts. Han har en yndlings site og det er asos.com fordi han synes at den er nem at bruge og man kan specificere hvad man vil købe. Han synes at det er vigtigt at online sites har en god design og er nemme at bruge, og at der er en favorit button. Han synes det er vigtigt at man ikke vil vente for længe for sin bestilling, men på den anden side er det lidt spænende at vente lidt, måske 2-3 dage, fordi så bliver man ekstra glad når man får sine tøj.



3 minutters transskription

Jeg fik ham til at fortælle mig hvordan han handler T-shirts online. Han forklarede det rigtig godt. Han starter med at søge for asos.com, fordi det er den side han kan best lide. Først vælger han men – sin størrelse – en farve. Så scroller han ned igennem alle mulighederne der kommer og favoritter dem da han kan lide. Siden vælger han hvad han skal købe ud fra sine favorits. Han siger at asos har ofte, næsten altid, tilbud og rabatkoder på sitet, og han passer på at bruge dem og nogle gange er det en “motivation” for ham til at købe noget. Han sagde at han synes det er mega cool når sider har en god forside. Fx med “new arrivals” som man kan klikke på og se alt de nye, eller tøj på tilbud som man kan klik på at søge videre. Jeg spurgte ham siden om hvad han synes er vigtigt for en online site at have. Han sagde at det er vigtigt for et site at fjerne dem produkter der er ”out of stock” af sitet. Fordi nogle gange har han set noget spændende på asos og klikkede på det, men det var ”out of stock”. Han følte at det var virkelig irriterende. Han sagde at det er også vigtigt for online sites at være organiseret, godt designet og nemme at bruge, fordi han har besøgt sites der er det ikke og handler aldrig på sådanne websites.

Vigtige indsigter

- Designet på websitet er SUPER vigtig
- Sitet skal se godt men også simpelt ud
- Sitet må ikke være for forvirrende
- Rabatkoder og tilbyder får folk til at købe
- “Pop-up-ads” med fx tilbud
- Reminders of favorits og tinge man har klikket på
- Man vil holde kunderne på sitet så længe man kan
- Organisation
- “I like t-shirts with simple designs, maybe a little icon or picture on the front, but nothing big on the back!”
- “I don’t spend much money on clothes, I like discounts”