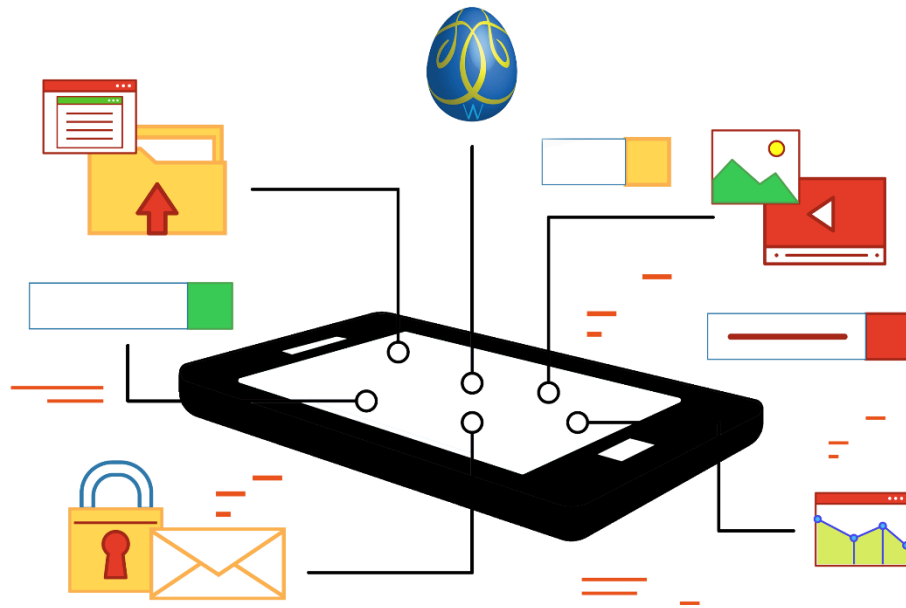


# Easter Egg Weldas Europe



**Studentnaam: Brent van Malsen**  
**Studentnummer: 4852869**  
**Klas: P-DB02**  
**PCN: 507960**

**Versie: 1.0**  
**Datum: 18-05-2023**

## Versiebeheer

Versienummer	Datum	Auteur	Veranderingen
0.1	16-05-2023	Brent van Malsen	Document opmaak gegeven, hoofdstuk 2 geschreven.
0.2	17-05-2023	Brent van Malsen	Hoofdstuk 3 geschreven, user test uitgevoerd, hoofdstuk 4 geschreven.
0.3	18-05-2023	Brent van Malsen	Hoofdstuk 5 geschreven, bibliografie toegevoegd.
1.0	19-05-2023	Brent van Malsen	Inleiding en reflectie geschreven, document compleet gemaakt.

# Inhoudsopgave

Inhoudsopgave.....	2
1. Inleiding.....	3
2. Implementeren van een easter egg.....	4
3. User test met een easter egg.....	5
4. Resultaten .....	7
5. Conclusie en aanbeveling.....	8
6. Bibliografie.....	9
7. Reflectie .....	10

# 1. Inleiding

## **Waar gaat dit verslag over?**

In dit verslag voer ik een user test uit op de easter egg die ik heb gemaakt voor de Weldas Europe website. Ik vertel hoe ik de user test ga uitvoeren en wat ik hierbij ga meten, ik begin hierbij met het bedenken van een onderzoeksvraag. Ik vertel wat een easter egg is, waarom je het zou kunnen gebruiken en ik geef voorbeelden van verschillende soorten easter eggs. Verder vermeld ik de resultaten en maak ik hierop gebaseerd een aanbeveling. Ik sluit het verslag af met een reflectie waarin ik kort samenvat wat ik heb geleerd.

## 2. Implementeren van een easter egg

### **Wat is een easter egg?**

Een (digitale) easter egg is een verborgen boodschap die in een website, film, software, plaats of andere type content is verwerkt. Een easter egg bevat verborgen content met als doel om de gebruiker te verrassen en daarbij het gevoel te geven dat de gebruiker een geheim heeft ontdekt. Het maken van een easter egg in je product is een waardevolle toevoeging voor de content strategie. Zo kunnen gebruikers bijvoorbeeld een enthousiast gevoel krijgen door het tegenkomen van de easter egg en het hierom doorvertellen aan vrienden en kennissen. Je creëert een exclusief gevoel bij de gebruiker en extra engagement bij je merk op een verrassende manier. De reden waarom het een easter wordt genoemd is omdat de verborgen functie of boodschap iets is wat je als gebruiker moet vinden, dit kan zowel bewust als onbewust. In videogames wordt er bijvoorbeeld vaak bewust naar een easter egg gezocht terwijl gebruikers bij een business to business website hier vaak niet specifiek naar op zoek gaan. (Rooijackers, 2023) (Wikipedia, 2022)

### **Waarom een easter egg inzetten?**

Er zijn meerdere redenen waarom het inzetten van één of meerdere easter eggs goed kan zijn voor je bedrijf. De doelgroep kan goed reageren op visuele content en wil graag verrast worden. Bij bijvoorbeeld een webshop geeft een easter egg de gebruiker net dat extraatje of een lach op het gezicht wanneer ze de easter egg gevonden hebben, dit is goed voor je merk. Ook zijn er voordelen op het gebied van engagement. Wanneer een gebruiker een easter egg vindt kan dit ervoor zorgen dat hij of zij deze easter egg laat zien aan vrienden of familie. Hierdoor zitten de gebruikers niet alleen langer op de website en zien ze meer inhoud maar komen er ook meer mensen op de website af om de easter egg te bekijken. Het is belangrijk om de easter egg niet te makkelijk maar ook niet te moeilijk te verstoppen. Om de traffic naar een webshop te optimaliseren is het slim om ook een start- en einddatum in te schakelen voor de easter egg, ook is het goed om heel af en toe een keer een nieuwe easter egg te implementeren. (creativect, 2021) (Mohyrova, 2019)

### **Wat is een goede easter egg?**

Het is belangrijk om goed na te denken over wat voor een soort easter egg past bij welke gelegenheid. Verder is het ook belangrijk om de easter egg af te stemmen op de juiste doelgroep waar je op richt. Ik heb een easter egg gemaakt voor een website van een business to business bedrijf. Ik heb hierbij geprobeerd om de easter egg relevant en waardevol te maken voor zakelijke klanten. Vooral bij een bedrijf die verkoopt aan andere bedrijven zorgt de easter egg voor een opbouw in klantloyaliteit. Een goede easter egg verschilt veel per platform. Zo kan een goede easter egg in een videogame bijvoorbeeld een extra level zijn, in een film kunnen referenties gemaakt worden of kunnen dingen voorspeld worden, op een website kunnen kleine interacties gemaakt worden en in een boek kan een verborgen bericht verstopt zijn in de vorm van een puzzel. Kortom, er is niet perse één easter egg die op elk gebied goed zal werken en voor iedereen bedoeld is. Elke easter egg vereist een goed idee dat goed aansluit op de behoeftes en interesses van de gebruiker. (Peters, 2021)

### 3. User test met een easter egg

#### User test tijdens de demo

Op woensdag 17 maart geef ik samen met mijn groep een live demo in de klas van het resultaat van de Weldas Europe website. Ik zoek een plek uit en ik bereid een korte pitch voor terwijl ik een showcase van de pagina's geef. Na dat ik kort iets verteld heb over de keuzes die ik gemaakt heb mogen de personen die bij ons komen kijken de easter egg gaan zoeken. Terwijl de verschillende mensen op zoek gaan naar de easter egg hou ik de tijd bij en luister ik aandachtig naar de reacties van de deelnemers. Verder observeer ik het klikgedrag en de muisbewegingen. Ten slot let ik op de vragen die achteraf nog gesteld kunnen worden. Na de user test te hebben afgerond schrijf ik de resultaten op en schrijf ik hierop gebaseerd een conclusie. Ik maak de user test compleet door af te sluiten met een aanbeveling.

#### Onderzoeksvraag

In hoeverre zijn mensen in staat om de easter egg op de website te vinden?

#### Wat ga ik meten?

- De tijd
- Muisbewegingen
- Klikgedrag
- Reacties tijdens de test
- Vragen achteraf

#### Hoe ga ik dit meten?

Kwantitatieve metingen: Ik ga meten hoe lang het een deelnemer duurt om de easter egg te vinden en hoeveel kliks hiervoor nodig zijn.

Kwalitatieve metingen: Ik ga de deelnemers vragen om hardop na te denken, daarnaast leg ik uit dat de deelnemers achteraf nog eventuele vragen mogen stellen.

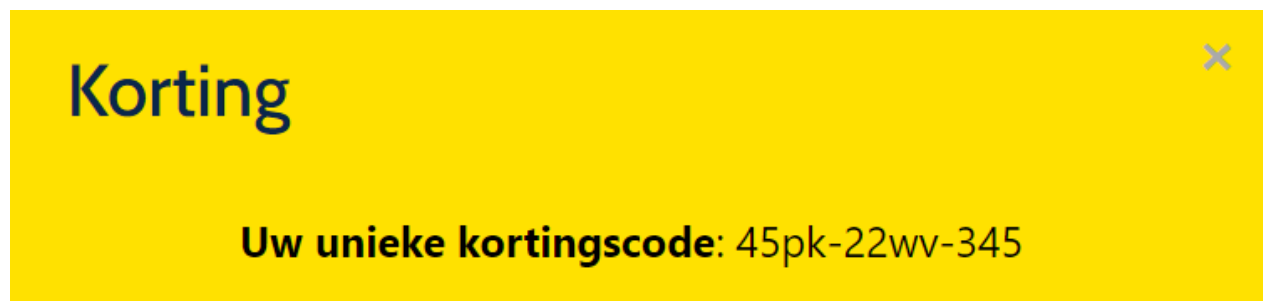
Voor het doorlopen van de user test heb ik een stappenplan gemaakt zodat mijn andere groepsleden ook precies weten wat ze moeten doen. Voor dat de demo begint neem ik samen de stappen door zodat we tijdens de test niet meer op het stappenplan hoeven te kijken. Gedurende de hele user test maak ik aantekeningen die ik achteraf dan weer gebruik om de resultaten op te schrijven. De resultaten zijn te zien in het hoofdstuk "Resultaten". In het hoofdstuk daarna vind je de conclusie waarna de aanbeveling volgt. In het onderstaande overzicht zijn de stappen te zien:

- Stap 1: Geef een korte pitch waarin je vertelt wat we gemaakt hebben en beargumenteer een aantal keuzes die we gemaakt hebben.
- Stap 2: Vertel de persoon dat hij zelf even mag gaan rondkijken op de verschillende pagina's van de website.
- Stap 3: Wacht eventuele reacties, opmerkingen of vragen af en beantwoord deze vervolgens.
- Stap 4: Licht toe dat we een easter egg hebben geïmplementeerd in de hoofdpagina en dat we een user test willen gaan uitvoeren.
- Stap 5: Vraag de persoon of hij zou willen deelnemen aan de user test, licht hierbij toe dat we alle input goed kunnen gebruiken voor leerdoeleinden in het vervolg.
- Stap 6: Als de persoon wilt deelnemen start je de tijd wanneer hij begint, let hierbij op de muisbewegingen en tel het aantal kliks. Mocht de testpersoon de easter egg niet kunnen vinden geef je aanwijzingen
- Stap 7: Luister na het afronden van de user test naar eventuele opmerkingen of vragen die de testpersoon heeft.

## 4. Resultaten

### Kwantitatieve resultaten

De easter egg zat verborgen op de grote afbeelding die ik heb geplaatst op de hoofdpagina. Wanneer een deelnemer met zijn cursor boven de handschoen van de meest linkse persoon zou komen verschijnt er een emoji met aan de zijkanten een aantal vraagtekens. Wanneer hierop geklikt wordt komt er een unieke kortingscode in beeld die de klant kan gebruiken bij het plaatsen van een bestelling. De pop-up van deze kortingscode is in de onderstaande afbeelding te zien. 5 verschillende personen hebben de user test uitgevoerd. Het duurde de 5 testpersonen gemiddeld 35 seconden om de easter egg te vinden. 2 van de 5 testpersonen gingen veel rondklikken terwijl de andere 3 helemaal niet geklikt hadden, het verschil hierin was dus groot. Ik vond het opmerkelijk dat de 2 personen die dit wel deden goed in de buurt zaten van de easter egg, ze klikte namelijk veel op dezelfde afbeelding als waar deze emoji van de easter egg te vinden was. Ik heb uiteindelijk één deelnemer een aantal tips gegeven omdat hij de easter egg niet gevonden kreeg, de andere 4 deelnemers hadden de easter egg zonder aanwijzingen gevonden.



### Kwalitatieve resultaten

Na en tijdens het uitvoeren van de user test kreeg ik verschillende opmerkingen en vragen over de easter egg. Zo kreeg ik om te beginnen een aantal opmerkingen over dat de easter egg niet te moeilijk maar ook niet te makkelijk was om te vinden, dit is een goed teken omdat de klanten des te meer verrast zullen zijn wanneer ze de easter egg tegen komen. Verder kreeg ik nog de vraag over hoe ervoor gezorgd wordt dat klanten niet telkens een nieuwe kortingscode krijgen bij het verversen van de pagina. Hier had ik nog niet over nagedacht. De beste manier om te kunnen voorkomen dat klanten verschillende codes gaan krijgen is door de easter egg alleen zichtbaar te maken wanneer klanten met een account zijn ingelogd. Op deze manier krijgt iedere klant maximaal 1 code ter beschikking. Verder kreeg ik nog de vraag over of ik na had gedacht over hoeveel korting een klant krijgt bij het gebruiken van de kortingscode, het antwoord hierop is 5% van het totale bedrag. Eén van de deelnemers vertelde me dat het misschien mooier geweest zou zijn om de emoji te veranderen in 2 ogen die gepositioneerd zouden zijn op een las helm in de foto, ik vond dit een goede tip die de easter egg visueel mooier en logischer zou maken. Omdat je de easter egg niet snel vind kreeg ik verder vaak de vraag of dat de easter egg wel zichtbaar was of dat de testpersonen eerst ergens op moesten klikken. Hier gaf ik af en toe wel een hint om ervoor te zorgen dat iedereen de test zou kunnen halen. Ik deed dit omdat ik de reacties van de testpersonen bij het vinden van de easter egg waardevol vond en goed kon gebruiken als input.



## 5. Conclusie en aanbeveling

Onderzoeksvraag:

In hoeverre zijn mensen in staat om de easter egg op de website te vinden?

### Pluspunten

- + De easter egg is niet te moeilijk maar ook niet te makkelijk om te vinden.
- + Een leuke verrassing.
- + Zorgt voor meer conversie.
- + Past goed bij het bedrijf.

### Verbeterpunten

- Een oplossing bedenken om iedere klant maximaal 1 code te kunnen laten gebruiken.
- De easter egg ook werkbaar maken voor mobiele toestellen.
- Ervoor zorgen dat de emoji altijd op de handschoen blijft bij het gebruik van een andere resolutie.

### Aanbeveling

Na het ontvangen van alle resultaten heb ik een aantal verbeteringen bedacht voor de huidige easter egg. Om te beginnen werkt de easter egg momenteel niet voor mobiele toestellen aangezien je geen 'hover' effect kan creëren op een telefoon. Ik wil hiervoor aanbevelen om de emoji af en toe kort te laten knipperen op de afbeelding voor de mobiele website bezoekers. Op deze manier zullen de bezoekers nieuwsgierig worden en klikken op de plek van de emoji, wanneer ze dit doen krijgen ze de pop-up van de kortingscode te zien. Wat ik verder wil aanbevelen is om de emoji op verschillende resoluties op dezelfde plek op de handschoen gepositioneerd te houden. Wanneer een bezoeker momenteel de pagina kleiner of groter maakt, of een andere resolutie heeft is de easter egg verplaatst terwijl dit niet de bedoeling is. Verder wil ik aanbevelen om de lachende emoji te veranderen naar 2 ogen. Deze ogen kunnen vervolgens geplaatst worden op de grijze las helm zodat het een effect creëert alsof de helm ogen heeft gekregen. Ik denk dat dit niet alleen visueel aantrekkelijker is voor de bezoekers maar ook logischer.

## 6. Bibliografie

creativect. (2021, April 1). *Digital Easter Eggs inzetten?* Opgehaald van creativect: <https://www.creative-ct.nl/digital-easter-eggs-inzetten/>

Mohyrova, E. (2019, April 17). *Easter eggs zijn niet alleen leuk: ze geven uw bedrijf een boost.* Opgehaald van yuqo: <https://www.yuqo.nl/wat-zijn-content-easter-eggs/>

Peters, D. (2021, April 2). *Paaseieren zoeken is ook een marketingstrategie!* Opgehaald van Marketingfacts: <https://www.marketingfacts.nl/berichten/paaseieren-zoeken-is-ook-een-marketingstrategie/>

Rooijakkers, J. (2023, Januari 10). *Easter eggs in marketing.* Opgehaald van gethooked: <https://gethooked.nl/blogs/easter-eggs-in-marketing#:~:text=Een%20easter%20egg%20is%20een,een%20geheim%20te%20hebben%20ontdekt.>

Wikipedia. (2022, Maart 7). *Easter egg.* Opgehaald van wikipedia: [https://nl.wikipedia.org/wiki/Easter\\_egg](https://nl.wikipedia.org/wiki/Easter_egg)

## 7. Reflectie

### **Wat heb ik geleerd?**

Ik heb geleerd wat er allemaal komt kijken bij het bedenken en maken van een easter egg. Zo heb ik geleerd dat het belangrijk is om na te denken over de doelgroep waar de easter egg voor gemaakt is. Verder heb ik geleerd dat een goede easter egg goed is voor de conversie van je bedrijf. Bij de user test merkte ik veel verschil bij de testpersonen tijdens het zoeken van de easter egg. Dit heeft mij nieuwe inzichten gegeven voor het maken van verbeteringen. Door andere mensen te laten experimenteren met de easter egg kwam ik erachter dat er punten waren waar ik zelf nog niet aan had gedacht.