



# Facebook Marketplace

*Jesper Håkansson - 2021-03-30*



## Sammanfattning

Denna studie är en sammanfattning av ett grupparbete som ämnar att undersöka och utvärdera köp-och-säljplattformen Facebook Marketplace ur ett användbarhetsperspektiv.

Efter att vi genomfört en konkurrent och omvärldsanalys kom vi överens om att den viktigaste aspekten att utvärdera för Facebook Marketplace var säkerhet och trygghetsaspekten användarna upplever med tjänsten. Utvärderingen skedde genom att triangulera insikter där vi genomförde en heuristisk utvärdering, omvärldsanalys, kvalitativa användarintervjuer och en kvantitativ enkät med screeningfrågor.

Våra slutsatser pekar mot att användare anser att det är köparens eget ansvar att avgöra och att säkerställa trovärdigheten hos säljare på köp och-säljplattformer på nätet. En majoritet av de svarande angav också att de tycker det är svårt att avgöra trovärdigheten hos säljare på Marketplace. Faktorer som rating, betyg och kommentarer från tidigare köpare uppges som viktiga parametrar för köpare när de ska göra en trovärdighetsbedömning.

Förslag på vidare undersökningar och användningstest ges även i slutet av rapporten.

Utöver insikterna gällande säkerhetsaspekten identifierade vi även navigationsmässiga brister, främst gällande kommunikationen mellan säljare och köpare som nämns vidare i denna presentation.



## Omvärldsanalys

Vi inledde vårt arbete med att göra en omvärldsanalys. Det gjorde vi genom att fördjupa oss i användandet av Facebook Marketplace och dess olika funktioner, för att sedan jämföra tjänsten med liknande populära köp- och säljtjänster på marknaden såsom Blocket och Tradera.

Blocket och Tradera är måna om tryggheten för sina användare då de båda lyfter information om säkerhetsarbete och säkra betalningslösningar. I jämförelse har vi identifierade denna aspekt bristfälligt hos Facebook Marketplace.

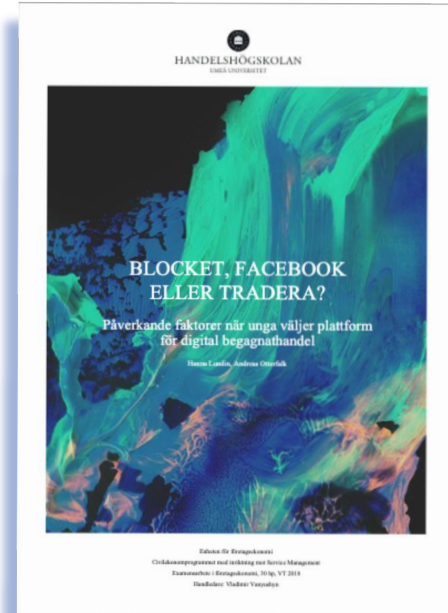




## Omvärldsanalys

I studien *"BLOCKET, FACEBOOK ELLER TRADERA?: Påverkande faktorer när unga väljer plattform för digital begagnathandel"* skriven 2018 från Umeå Handelshögskola ämnar de att besvara vilka faktorer som påverkar användare i valet av en begagnathandel. De faktorer som identifieras i studien rangordnas i fem olika kategorier, där 1 är viktigaste faktorn och 5 är minst viktig:

1. Social påverkan (Nätverkseffekter, word of mouth)
2. Prispåverkan (Annonsavgifter & generell priskänslighet)
3. Säkerhet (Omdöme, betyg, säker handel & anonymitet)
4. Kundbeteende (Målgrupp, användarkunskap)
5. Användarupplevelse (Design, sök och filtreringsfunktioner, "användarvänlighet").



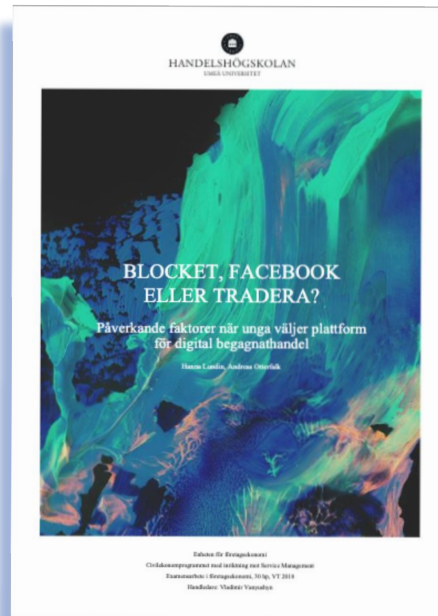


## Omvärldsanalys

Andelen människor som använder sig av Facebook Marketplace ökade kraftigt under 2020 enligt Svenska internetstiftelsen, där andelen människor som använder tjänsten i Sverige har ökat från 19% till 26% mellan det första och tredje kvartalet. Det är också den del av Facebook som har ökat mest sett över alla tjänster företaget erbjuder.

Med detta i åtanke kände vi att de första två kategorierna (social påverkan & prispåverkan) som tas upp i uppsatsen är någonting som Facebook gör bra med tanke på den stora tillströmningen av människor som tillkommit till tjänsten under fjolåret. Att det dessutom inte tillkommer några direkta avgifter för att köpa och sälja på Marketplace bidrar positivt till faktorn prispåverkan då plattformen finansieras via datainsamling och annonser.

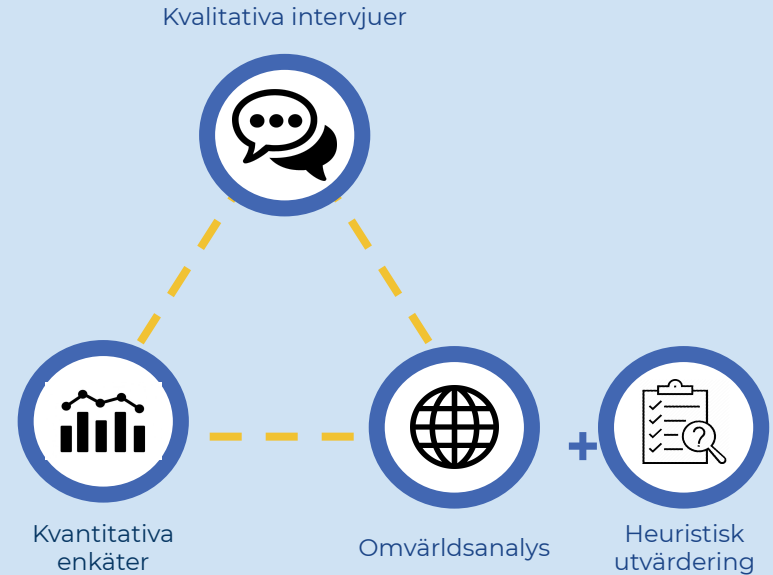
Vi ansåg därför att den tredje faktorn, som handlar om **upplevd säkerhet och trygghet**, är en intressant faktor att utvärdera för tjänsten.



Vi gjorde en heuristisk utvärdering och med insikterna från den och omvärldsanalysen formulerade vi en hypotes om att trygghetsaspekten på Facebook Marketplace kan upplevas som bristande, i förhållande till sina konkurrenter.

Den fullständiga heuristiska utvärderingen hittar du i mappen “Bilagor”.

För att validera vår hypotes valde vi att planera vårt arbete utifrån flera olika typer av metoder för att triangulera vår research och se på vår frågeställning ur olika perspektiv, som ni kan se här på bilden.





## Kvalitativa intervjuer - Målgrupp och Urval

Vi valde att avgränsa vår studie genom att fokusera på att söka insikter från enbart användare som har erfarenhet av att vara köpare på Facebook Marketplace, men även andra liknande köp- och säljtjänster av begagnade varor på nätet. För att säkerställa urvalet använde vi oss av screeningfrågor i samband med rekrytering av deltagare.

Nedan ser ni detaljer kring målgrupp och urval för intervjuerna:

- 2 män + 2 kvinnor
- Åldrarna 26- 51 år
- Boende i Stockholm
- Erfarenhet av att vara köpare på Facebook Marketplace





## Kvalitativa intervjuer - Målgrupp och Urval

Intervjun utgick från 15 st förplanerade frågor (se mappen Bilagor) med syftet att undersöka användarnas attityder, känslor och tidigare erfarenheter kring användandet av köp- och säljtjänster av begagnade varor.

Från de användarintervjuer vi genomfört fick vi fram att vana användare av köp- och säljplattformar anser att det är upp till dem själva att göra bedömningen huruvida en annons eller säljare upplevs som trovärdig eller ej.

Bedömningen görs utifrån personliga faktorer och det beskrivs som att man går på magkänslan i sin bedömning.

Men som underlag för att göra bedömningar eller avgöra en magkänsla lyfts det fram påverkande faktorer såsom kommentarer från tidigare köpare eller att det finns någon form av betyg/rating att ta del av.



Kvinna 26 år,  
Stockholm



Man 51 år,  
Stockholm



Kvinna 51 år,  
Stockholm



Man 27 år,  
Stockholm





## Kvalitativa intervjuer

“Hur upplever du trygghetsaspekten när du handlar begagnade varor online?”

“Det ligger mycket i ens egna händer”

Kvinna 26 år,  
Stockholm

“Man kan ju kolla lite gällande betyg på köparen, alltså rating, kommentarer eller liknande. Skriver folk dåliga kommentarer så skiter man ju i det”

Man 51 år,  
Stockholm

“Trygghet... har inte tänkt så mycket på det. Jag går på magkänsla.”

Kvinna 51 år,  
Stockholm

“Man köper lite grisen i säcken. Det är mitt ansvar att kolla att det är äkta, att man inte blir lurad”

Man 27 år,  
Stockholm



## Kvantitativa enkäter

Insikterna vi fick från intervjuerna pekade inte direkt på att användarna upplevde att trygghetsaspekten var ett betydande problem i användningen av köp- och säljtjänster. Vi valde därför att gå vidare med att skicka ut en enkät i syfte att bredda vårt perspektiv och få ett större kvantitativt underlag i vår research.

Enkäten bestod av 12 frågor. Inledningsvis fick respondenterna svara på frågor kring vilken enhet de främst använder Marketplace på, hur ofta de använder tjänsten och i vilket syfte de senast använde tjänsten. Respondenterna fick sedan uppskatta hur väl de kunde instämma på 4 olika påståenden på en skala från 1-6. Där 1 är "Instämmer inte alls" och 6 är "Instämmer helt". Dessa påståenden kretsade kring upplevelser av tjänstens navigering, produktflöde, kommunikation samt enkelhet i att avgöra trovärdighet hos en säljare. Vi hade även en fråga där respondenterna fick möjlighet att lämna fritextsvar.

Enkäten finns att läsa i sin helhet i mappen Bilagor.

The screenshot shows a survey interface with a purple header. The title is 'Enkätundersökning - Facebook Marketplace'. Below the title, there is a greeting 'Hej!' and a paragraph of text: 'Vi är en grupp UX-studenter på Nackademin som just nu gör ett arbete kopplat till Facebook Marketplace. Om du har erfarenhet av att använda tjänsten Facebook Marketplace skulle vi gärna vilja att du delar med dig av dina synpunkter genom att svara på vår enkät!'. Below this, another paragraph states: 'Enkäten består av 12 frågor och tar max 5 minuter att svara på. Dina svar är helt anonyma och statistiken från enkäten kommer endast att presenteras som en helhet. Om du har några frågor kan du maila oss på jesper.hakansson@yh.nackademin.se. Tack på förhand!'. At the bottom, there is a question: 'Har du någon gång använt tjänsten Facebook Marketplace?' with three radio button options: 'Ja', 'Nej', and 'Vet inte'.



## Fyra påståenden i syfte att mäta attityder:

- “Jag tycker det är lätt att navigera på Facebook Marketplace”
- “Jag upplever att flödet av produkter som säljs på Facebook Marketplace är överskådligt.”
- “Jag upplever att kommunikationen mellan köpare och säljare på Facebook Marketplace fungerar bra.”
- “Jag upplever att det är enkelt att avgöra trovärdighet hos en säljare på Facebook Marketplace.”

...

På vilken typ av enhet använder du främst Facebook Marketplace? \*

☐ På mobiltelefonen

☐ På datorn

☐ På surfplatta

När du senast använde Facebook Marketplace, i vilket syfte var det? \*

Kort svarstext

Hur ofta använder du Facebook Marketplace? \*

☐ Aldrig

1

2

3

4

5

6

Instämmer inte alls

○

○

○○OC

Instämmer helt

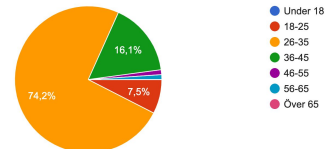


## Kvantitativa enkäter

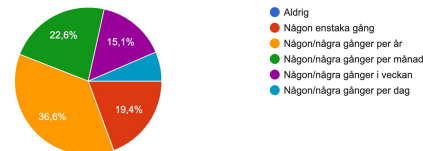
Under perioden enkäten låg ute fick vi in totalt **105 svar**. **12** av dessa personer svarade “nej” på frågan om dem “någon gång använt tjänsten Facebook Marketplace?” som var vår inledande screeningfråga. För de deltagande som svarade nej på denna fråga avslutades enkäten direkt då personer som inte har någon erfarenhet av tjänsten och ej ingår i urvalet för studien. Det var alltså **93 personer som ingick** i enkätens urval.

Åldersspannet som främst var representerat bland respondenterna var **26-35 år** och sett till sysselsättning är kategorin **Arbetande** tydligast representerad.

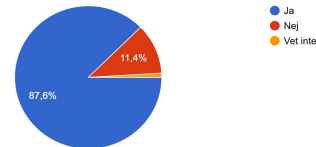
Hur gammal är du?  
93 svar



Hur ofta använder du Facebook Marketplace?  
93 svar



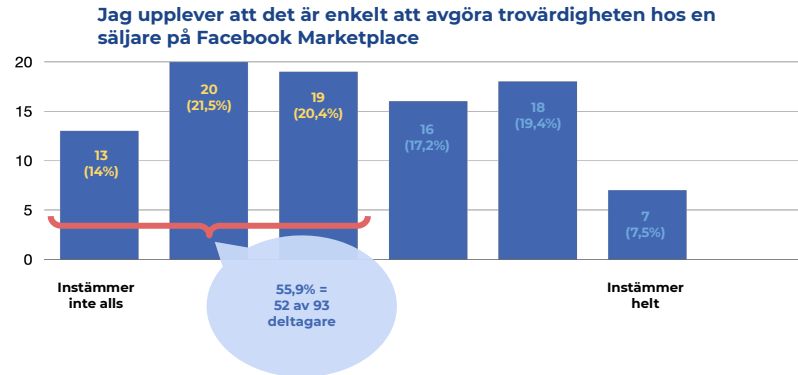
Har du någon gång använt tjänsten Facebook Marketplace?  
105 svar





## Kvantitativa enkäter

Det påståendet som stack ut mest utifrån resultatet var påståendet kring enkelheten i att avgöra trovärdighet hos en säljare på Facebook Marketplace. Här var det en betydande andel på 55,9% av respondenterna som skattade 1-3 på frågan, från inte instämmer alls/ till viss del inte instämmer.





## Kvantitativa enkäter

**“Känns mindre trovärdigt än Blocket”**

**“Förut kunde man ge stjärnor/betyg på säljaren osv, men har inte upplevt att man kan göra det numera. Jag tycker att det är bra med betygssystem”**

**“Många falska annonser”**

Som en del av enkäten fanns också möjlighet för respondenterna att lämna fritextsvar under frågan “Har du några övriga synpunkter relaterade till Facebook Marketplace som du vill lyfta?”. Bland dessa fritextsvar kunde vi även se att det lyftes synpunkter som gav oss insikter relaterade till trovärdighet och kring hur bedömning av trovärdighet görs. Uppe i hörnet här har vi exempel på några av de fritextsvar som vi fick i enkäten.

**“Det ska gå att ge ”ratings” på säljare men hittar inte vart man gör det”**

**“Varför har rankingen tagits bort? Saknar den”**



## Slutsatser

Här följer de slutsatser vi kan dra av denna studie:

- Från **användarintervjuerna** vi gjort kan vi påvisa att användare av köp och säljplattformar anser att det är **upp till dem själva att säkerställa trovärdigheten** hos säljare. Vi kan också påvisa att majoriteten av våra respondenter från enkäten anser att det är **svårt att avgöra trovärdigheten hos säljare** på Marketplace, och att alla har en **egen uppfattning** om vad trygghet är i denna aspekt.
- Vi kan se att faktorer som **rating eller betyg**, och **kommentarer från tidigare köpare** är viktiga parametrar för köpare vid en trovärdighetsbedömning.
- Vi har utifrån vår analys kunnat identifiera **navigationsmässiga brister** i flertalet av Marketplace funktioner. Det rör främst möjligheten att kunna **navigera från marketplace-chattar** i mobilversionen av Facebook Messenger till den annons knuten till säljaren - ett problem som lyfts av svarande både i enkäten och från en intervju. Med hänsyn till att **85% angett att mobilversionen av Marketplace är den främsta enheten** de använder för tjänsten anser vi att denna brist är värd att lyftas och uppmärksammas.

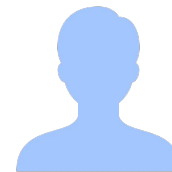




## Åtgärds punkter

Utifrån de slutsatser vi kommit fram till har vi två åtgärds punkter som vi anser bör prioriteras:

- Utvärdera **vilka egenskaper och faktorer i en säljares handelsprofil och annonser som kan bidra till en större trovärdighet** hos köpare. Detta eftersom majoriteten av respondenterna ansåg att själva trovärdighetsbedömningen var en svårighet för dem.
- Utvärdera hur en **effektivisering av navigationen från en annonsspecifik konversation** till aktuell annons, då utifrån i den mobila applikationen för Messenger.

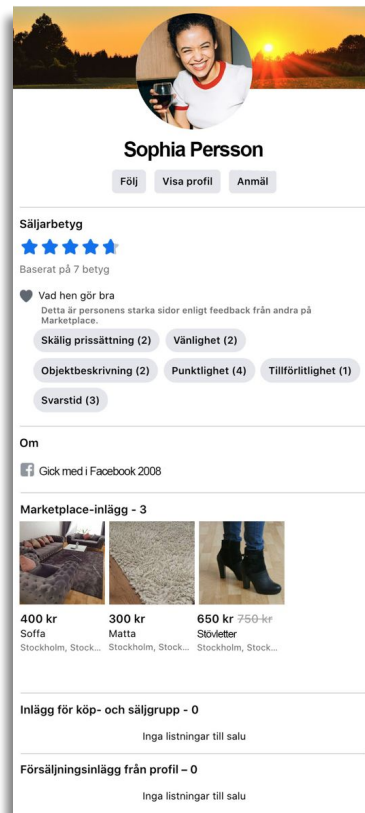
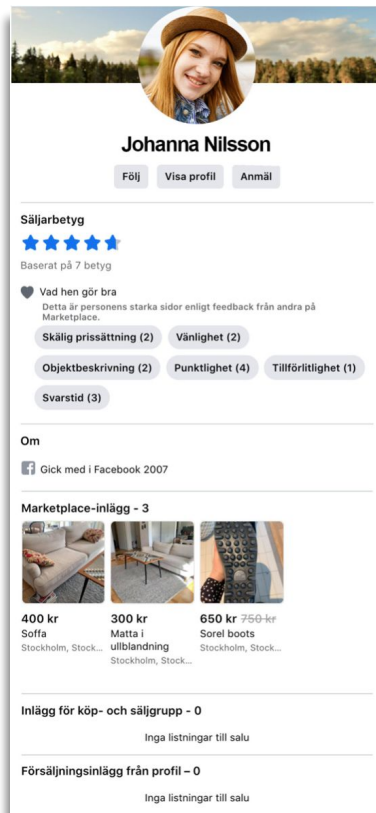






## Framtida rekommendationer

- Hierarkisk Card Sort av handelsprofiler och annonser.
- Anonymisering måste genomföras på alla detaljer som kan härleda tillbaka till en verklig person.
- Minst 5 testpersoner får rangordna trovärdigheten hos dessa, och muntligt resonera kring hur de tänker
- Resultatet skulle kunna mynna ut i "tips" som skickas till användare kring hur de kan framstå som mer trovärdiga på Marketplace.
- Dessa tips skulle kunna mätas med A/B-tester.



Tack för er uppmärksamhet! ✨