

Lokaal handelen via Marktplaats

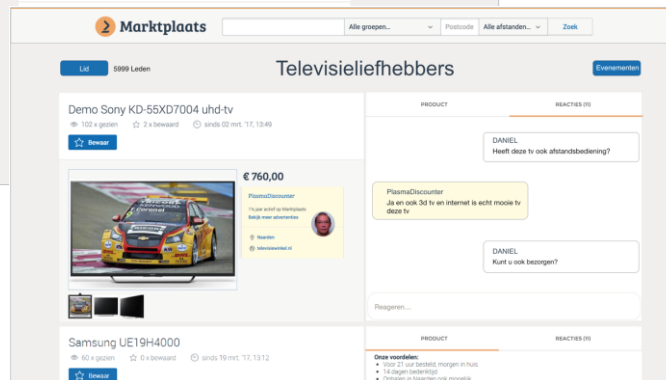
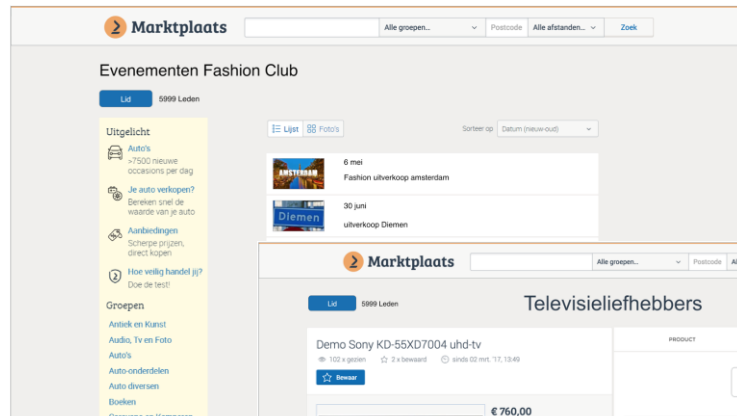
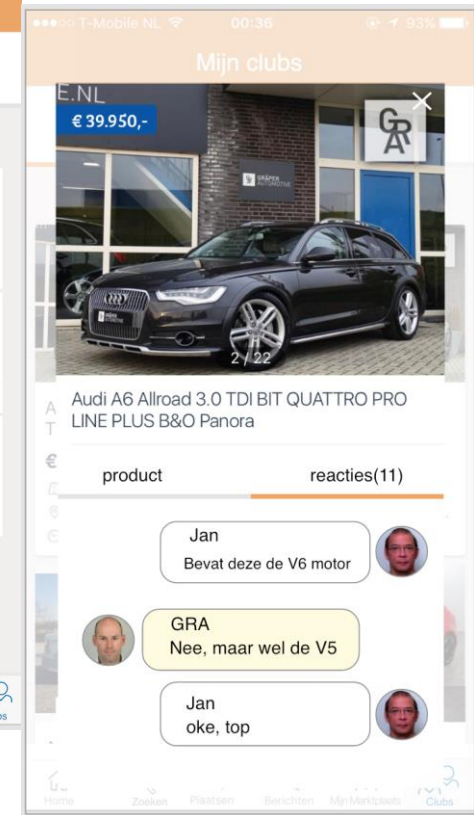
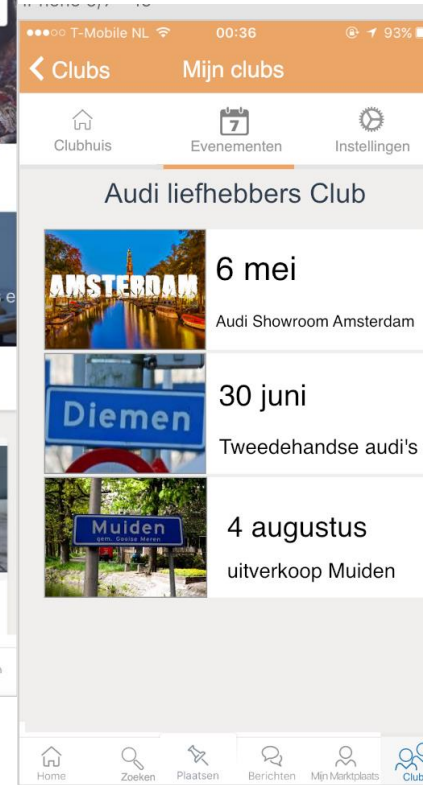
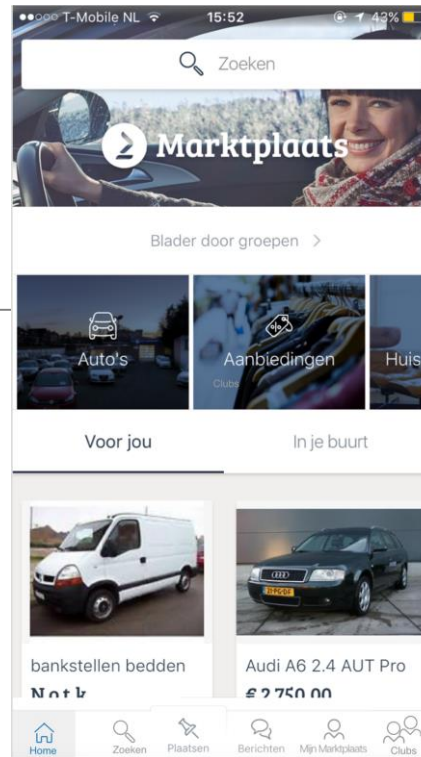
MAURICE AMRANI, MONIQUE ARLAUD, MARCUS BOTROS

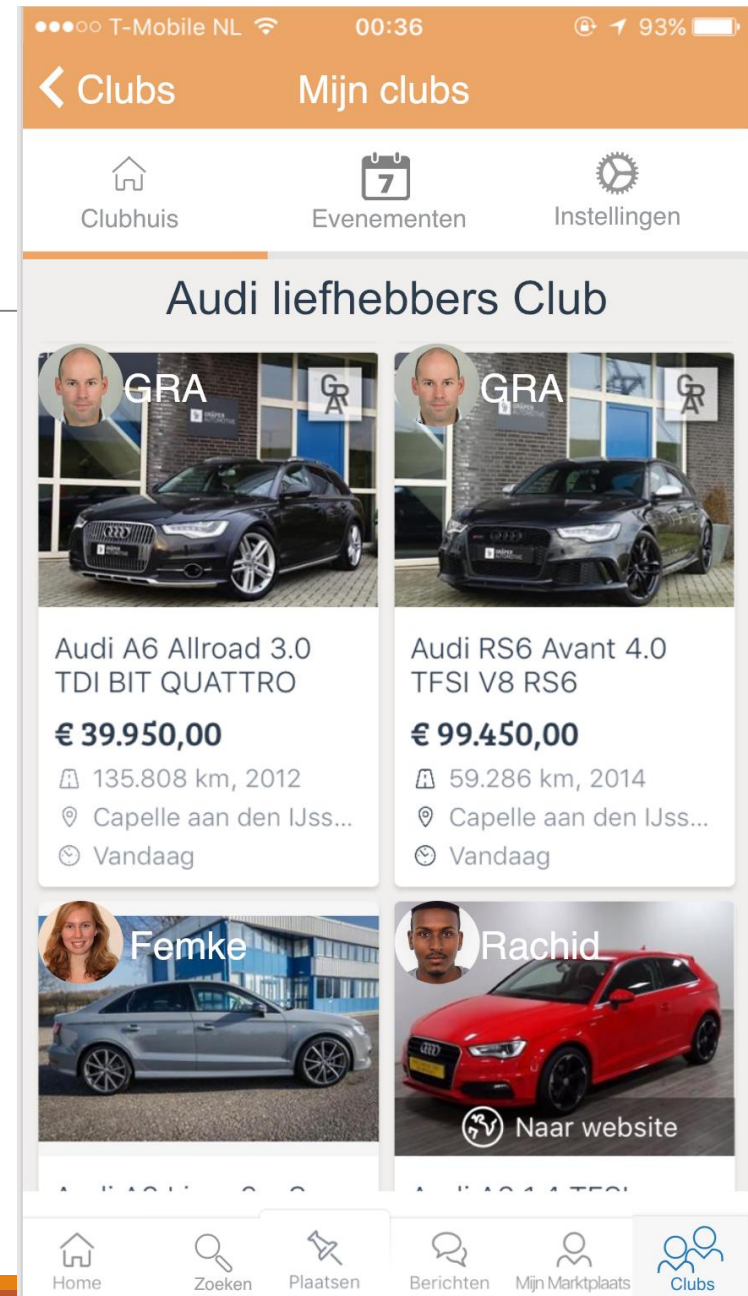
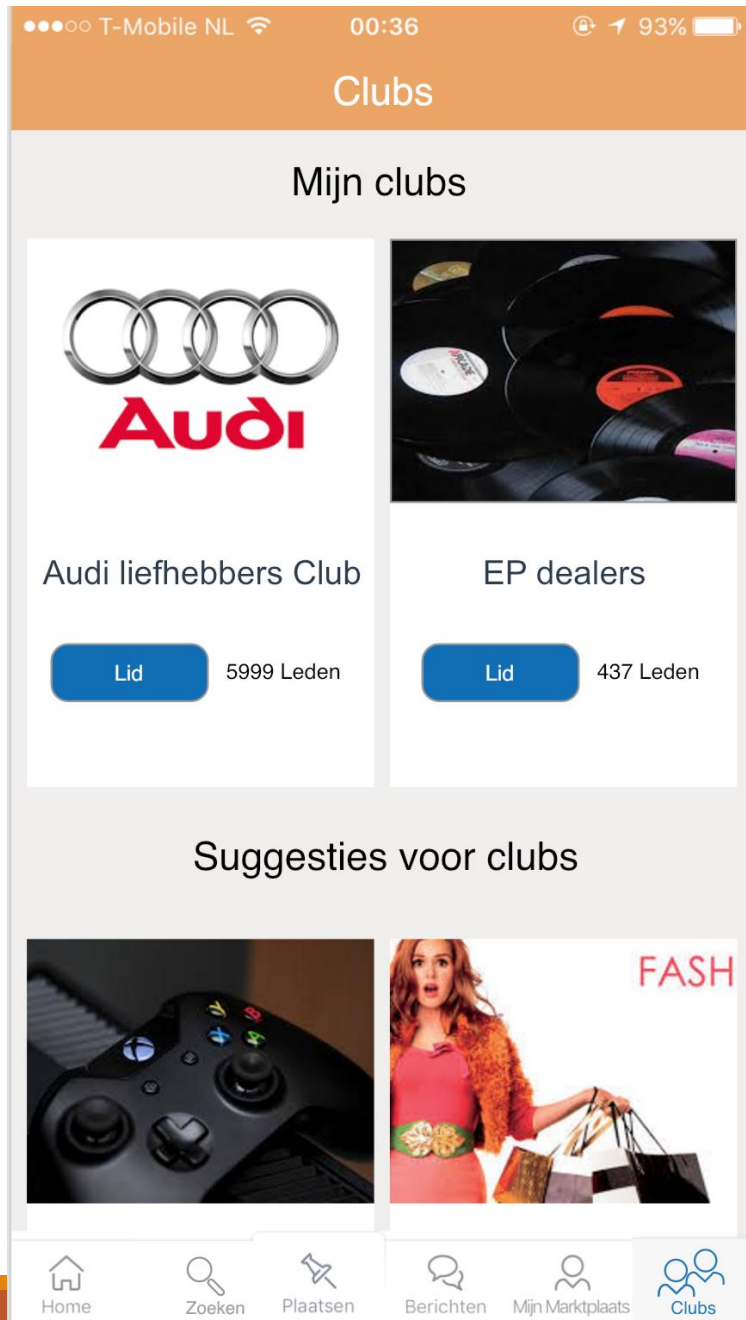


Prototype

Mobiel

Desktop





De opdracht

Doel: 'Lokale handel bevorderen en meer verbondenheid tussen koper en verkoper creëren'

Deelvragen

- In hoeverre is er een verband tussen afstand en vertrouwen?
- Welke middelen kunnen worden ingezet om lokaal handelen te stimuleren?
- Welke aspecten maken dat iemand online betrouwbaar overkomt?
- Waarom zou iemand in een groep zich verbonden voelen met andere leden binnen de groep?

Het onderzoek

Concurrentiereview

- Facebook
- Letgo

Survey

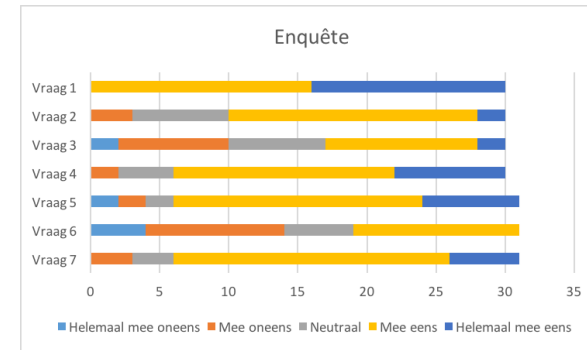
- 7 Stellingen
- 5-punts Likertschaal



Resultaten

Resultaten survey

Wat betekent dit?



		Helemaal mee oneens	Helemaal mee eens	Neutraal	Mee eens	Helemaal mee eens
		1	2	3	4	5
Locatie	1	0	3	3	20	5
Locatie	2	4	10	5	12	0
profielfoto	3	2	2	2	18	7
Reviews	4	0	2	4	16	8
Like-Minded	5	2	8	7	11	2
Like-Minded	6	0	3	7	18	2
Event	7	0	0	0	16	14



Globaal denken, lokaal handelen

Concept om lokaal handelen via Marktplaats te stimuleren

Maurice Amrani, Monique Arlaud, Marcus Botros

80% van de respondenten geeft aan eerder een product te (ver)kopen van een (ver)koper uit de buurt dan van een (ver)koper die verder weg woont.



39% zou een (ver)koper in de buurt eerder vertrouwen dan een (ver)koper die ver weg woont.

Bronnen:
Bak, S. (2015). Establishing online trust through a community responsibility system. *Decision Support Systems*, Volume 71, pp. 522-536.
Barnard, A., & Wang, B. A. (2014). How close is the border and the marketplace? A network view on the antecedents of online trust. *Computers in Human Behavior*, Volume 36, pp. 477-486.
Chen, J., Arthur-War, S., & Wang, A. (2016). Feedback CAC: social commerce. A study of online feedback during decision support systems. *Decision Support Systems*, Volume 88, pp. 22-36.
De Lathauwer, M., Verbeke, A., & Hogen, N. (2015). Trust and responsibility in the sharing economy: The role of personal profiles in Airbnb. *Tourism Management*, Volume 52, pp. 40-52.
Dimitrakaki, L., Mavrouli, A., & Kollias, S. (2015). Studying the Effecting Factors on Trust in Social Commerce: An exploratory study of e-commerce in the Consumer Science and Engineering (CSE) domain. *Journal of Management Information Systems*, Volume 32, pp. 47-68.
Hui, S. (2015). Social commerce: consumers and companies' responses to the Internet and social information technologies. *Journal of Management Information Systems*, Volume 32, pp. 47-68.
Hui, S., & Li, S. (2015). Why customers participate in social commerce? A study of the impact of technological environment and virtual customer experience. *Information & Management*, Volume 51, pp. 1071-1080.

De opdracht

Marktplaats heeft de opdracht gegeven een concept te ontwerpen om het handelen op lokaal niveau en de verbondenheid tussen koper en verkoper te bevorderen.

Het doel van dit project is:

“Lokale handel bevorderen en meer verbondenheid tussen de koper en verkoper creëren”

Hoe wordt dit bereikt?

Om dit doel te bereiken moet er eerst een aantal vragen worden beantwoord.

• *Is er een verband tussen afstand koper-verkoper en vertrouwen?*

• *Hoe lokaal handelen stimuleren?*

• *Wat maakt een verkoper betrouwbaar?*

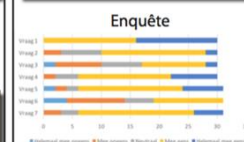
Het onderzoek

Het vooronderzoek bestond uit een concurrentieonderzoek en een enquête.

De enquête ($n=37$) bestond uit de volgende stellingen.

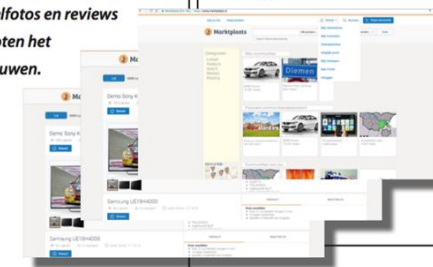
1. Ik zou eerder (ver)kopen van een (ver)koper in mijn buurt dan van een (ver)koper die verder weg woont
2. Ik zou een (ver)koper die bij mij in de buurt woont eerder vertrouwen dan een (ver)koper die verder weg woont.
3. Ik zou eerder vertrouwen hebben in een (ver)koper met een profielfoto dan een (ver)koper zonder
4. Ik zou eerder vertrouwen hebben in websites met advertentie reviews dan in websites zonder advertentie reviews
5. Ik zou eerder handelen met iemand met dezelfde interesses, ideeën, visies etc. dan met iemand met andere instellingen
6. Ik voel me meer verbonden met (ver)kopers met dezelfde interesses dan met (ver)kopers met andere interesses dan ik
7. Ik zou eerder een product kopen als ik het fysiek kon zien

De resultaten



Wat betekent dit?

- *Hoe kleiner de afstand, hoe groter het vertrouwen.*
- *Stimuleer fysieke handel*
- *Profielfotos en reviews vergroten het vertrouwen.*



Test mij!

Scan de QR-code om het prototype in actie te zien.

De oplossing

Uit deze resultaten is een prototype voortgekomen met de volgende functionaliteiten.

- Groepen
- Profielen
- Advertentiereviews
- Events



<https://xu.aau.dk/view/https://doi.org/10.1016/j.is.2016.05.005-b67598c9df2a/>