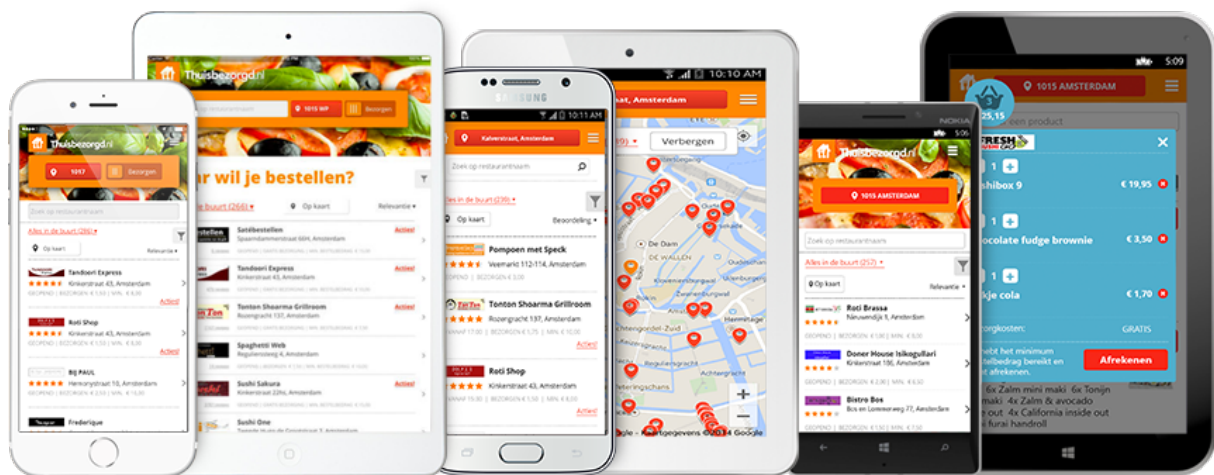


OPDRACHT WERKCOLLEGE 5

Social Interaction– Thuisbezorg.nl app



Zahra Saied (11018615)
Interactieontwerp
Universiteit van Amsterdam
24 februari 2017

Sociale interacties van de Thuisbezorgd.nl app

De app van thuisbezorgd.nl is een app waarbij je kunt zoeken door restaurants bij in de buurt om vervolgens eten te bestellen via de mobiele applicatie. Elk restaurant dat geregistreerd is bij thuisbezorgd.nl heeft een breed aangeboden menu met bijbehorende prijzen. Er zijn al veel restaurants geregistreerd bij thuisbezorg en daarom kan het best moeilijk zijn om een keuze te maken voor een bepaald restaurant.

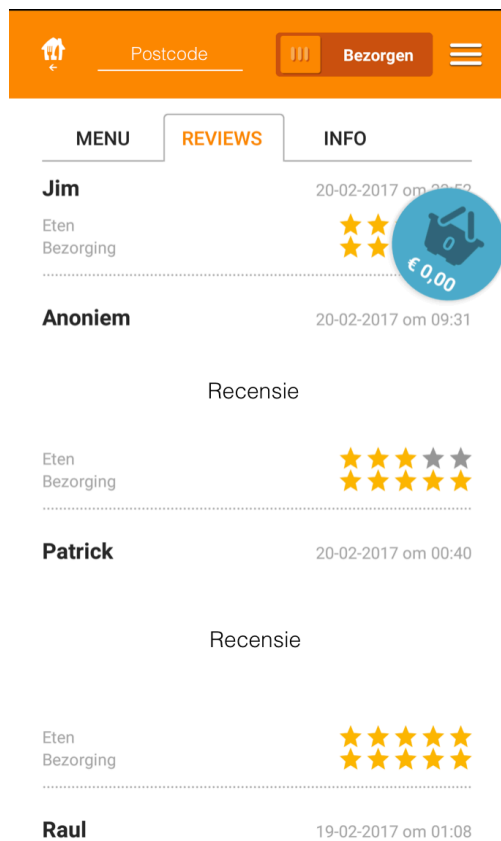
De app heeft een paar bepaalde sociale interacties om mensen te stimuleren de app te gebruiken en eten te bestellen. Zo kan men na elke bestelling bij een restaurant het restaurant raten met 1 tot 5 sterren op twee categorieën. De twee categorieën zijn 'eten' dat wijst naar de kwaliteit van het eten, en 'bezorging' daarmee kan je het verloop van de bezorging beoordelen. Dit beoordelingssysteem komt overeen met het principe van 'consensus' uit Cialdini's theorie. Mensen maken vaak een keuze door te kijken naar beslissingen die andere mensen eerder hebben genomen. Als andere mensen vaak voor een bepaald restaurant kiezen en deze een goede beoordeling geven, wordt men snel overgehaald om ook voor dat restaurant te kiezen. Hier is het beoordelingssysteem dus heel handig voor.

Daarnaast kan men bij het plaatsen van de bestelling een opmerkingen plaatsen die je kunt laten onthouden voor toekomstige bestellingen. Dit komt overeen met het principe van 'consistency'. De app heeft de gebruiker de optie om een kleine inzet te doen, hierdoor krijgt de gebruiker een gevoel van hechting en zal daardoor vaker bij het restaurant terugkomen om eten te bestellen.

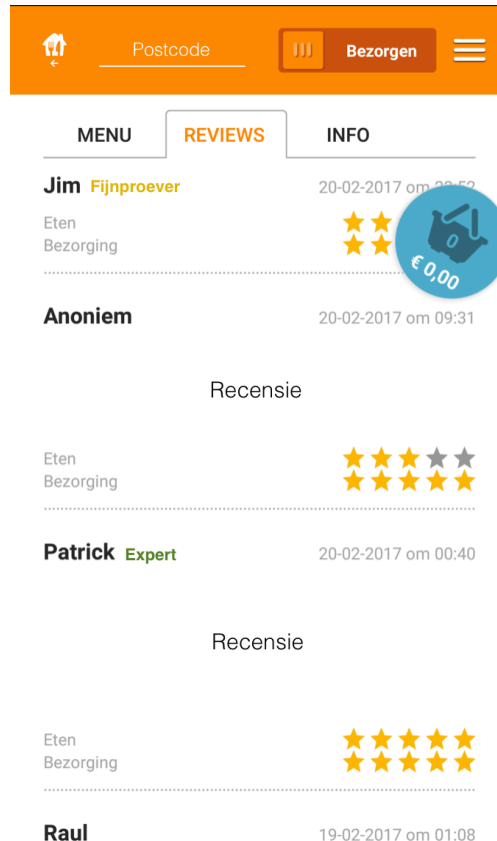
Verbetering van de bestaande sociale interacties

Een verbetering die van pas zou kunnen zijn voor de bestaande sociale interactie is het toepassen van het principe van 'authority' bij het beoordelingssysteem. Uit Cialdini's principe van authority blijkt dat mensen sneller geneigd zijn te luisteren naar mensen met geloofwaardig geïnformeerde experts. Dit zou men kunnen toepassen door bepaalde profielen van gebruikers, een hogere waarde te geven des te vaker zij bij restaurants bestellen en daarna ook een goede beoordeling achterlaten. Als een zoekende gebruiker dan bijvoorbeeld iemand die als 'expert' gemarkeerd is een goede beoordeling ziet achterlaten bij een bepaald restaurant, is hij of zij waarschijnlijk sneller bereid om voor dat restaurant te kiezen.

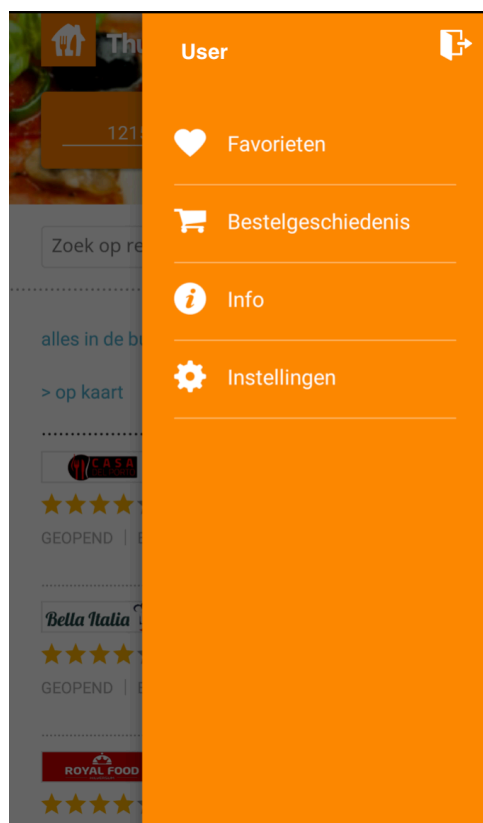
Om dit idee uit te voeren moet de thuisbezorgd.nl app de gebruikers stimuleren om vaker hun aangemaakte profiel te gebruiken bij het beoordelen van restaurants, in plaats van anonieme beoordelingen te plaatsen. Dit kan gedaan worden door mensen die worden geüpgrade naar een hogere rang, na het vaak plaatsen van openbare beoordelingen, te belonen met bijvoorbeeld eenmalige kortingen. De gebruikers kunnen geüpgrade worden naar de rang 'fijnproever' na het plaatsen van 10 recensies, en de gebruikers worden een 'expert' na het plaatsen van 30 recensies. Als die gebruikers een review achterlaten wordt de range die zij hebben behaald naar hun naam gezet. Fijnproevers worden in geel uitgedrukt en experts in groen. Dit laat zien dat geel de middenlijn is en de experts de hoogste rang. De gebruiker zelf moet zijn eigen status ook terug kunnen zien. Daarom wordt in de aangepaste versie van de app twee extra opties toegevoegd aan de persoonlijke menubalk. Een optie is om eerder geplaatste recensies terug te kunnen zien, de tweede toevoegde optie is om kortweg te laten zien wat de status van de rang van de gebruiker is.



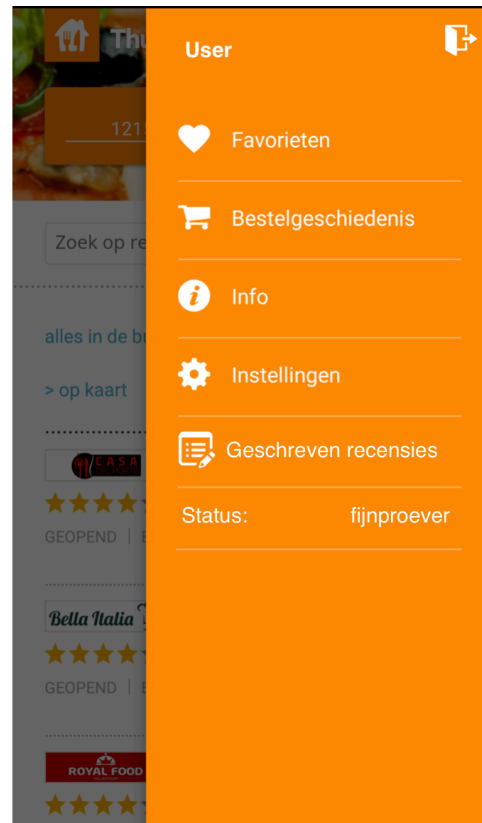
Huidige review pagina



Aangepaste review pagina



Huidige persoonlijke menubalk



Aangepaste persoonlijke menubalk