



Een onderzoek naar de wensen en behoeftes van de doelgroep.

Student: Bas Zierikzee

Studentnummer: S1089595

Onderwijs instelling: Hogeschool Leiden

Opleiding: Commerciële Economie

Begeleider vanuit school: Jean-Pierre Schreurs

Opdrachtgever: IQ-Leads

Contactpersoon opdrachtgever: Chyara van Ham

Vorm scriptie: Onderzoeksrapport

Woorden: 15.953

Versie: Definitief

Kans: 1

Datum: 20 Januari 2020

Contactgegevens

Bedrijfsgegevens:

Opdrachtgever: IQ Leads
Adres: Europalaan 16, 2408BG ,Alphen aan den Rijn.
Mail: info@iq-leads.nl

Afstudeerder

Naam: Bas Zierikzee
Studentnummer: 1089595
Contact: bas.zierikzee@hotmail.com

Opleidingsgegevens:

Opleiding: Commerciële Economie
Instelling: Hogeschool Leiden
Adres: Zernikedreef 11, 2333CK Leiden
E-mail: info@hsleiden.nl
Telefoon: 071 5188 800

Bedrijfsbegeleider:

Naam: Chyara van Ham
Contact: Chyara.vanham@iq-leads.com

Afstudeerbegeleidster

Naam: Jean-Pierre Schreurs
Contact: schreurs.j@hsleiden.nl

Eerste beoordelaar:

Ernst ten Haaf

Tweede beoordelaar:

Mark Bezuijen

Management summary

Commissioned by IQ Leads this research report is written for Hipperz. Hipperz is a webshop that operates in the online market of the bag/suitcase industry. IQ Leads is responsible for Hipperz's marketing.

This research examines the wishes and needs of the target group, compared to purchasing the assortment online. The assortment of Hipperz includes bags, laptop bags, and purses. The purpose of this research is to produce an advisory report to increase Hipperz's turnover in 2020.

Desk research has been done to describe the current situation, to investigate competitors, and to investigate the trends within this industry. Field research is executed to find out what the wishes and needs are of the target group. This was done by conducting in-depth interviews among the target audience. 16 interviews were conducted, 8 with potential customers and 8 with current Hipperz customers.

The most important conclusion is that the potential target group does not know Hipperz. This means that Hipperz must take action to increase brand awareness. Besides, reviews are important in deciding on the purchasing process. Furthermore, the security, privacy guarantee, and reliability of a website are important. In the absence of reviews or trust in a website, a large proportion of respondents drop out. Besides, current customers indicated that they are satisfied with Hipperz's webshop and service.

Various recommendations have been written based on these conclusions. Looking at the objective of increasing turnover, alternatives have been considered. In the end, four recommendations were written. Three recommendations contribute to increasing sales, and the latter contributes to sustainable business. This last recommendation will save money.

The first recommendation is to set up a sales account on Amazon. This is the greatest chance for more turnover for Hipperz.

The second recommendation is advertising on social media. In addition to increasing sales, this will increase brand awareness. Social media advertising will take place for a whole year.

The third recommendation is to automatically request reviews. This will be done through an automated mailing system. Sending the mails will happen after a customer has made a purchase. Getting reviews should expect that potential customers purchase at Hipperz.

The final recommendation is sustainable. With the arrival of the ecobox, organizations can save a lot of cardboard. An ecobox will last fifty shipments and therefore replace many cardboard shipping boxes, the organization will save the environment, and also money.

Inhoud

Management summary	2
Inleiding	6
Achtergrond	6
Aanleiding	6
Leeswijzer	7
H1: Probleemformulering	8
1.1 Doelstelling:	8
1.2 Probleemstelling:	8
1.3 Deelvragen:	8
1.4 Onderzoeksdoelgroep	9
1.5 Grenzen van het onderzoek	9
1.6 Opdrachtgever	9
1.7 Opdrachtnemer	9
1.8 Kernbegrippen van het onderzoek	9
H2 Theoretisch kader	10
2.1 Aankoopproces	10
2.1.1 Consumer decision process	10
2.2 De verwachtingen van de consument meten	11
2.2.1 Het RATER-model	11
2.3 Koopgedrag	12
2.3.1 FFF-model	12
2.4 Koopgedrag beïnvloeden	13
2.4.1 Persuasion Knowledge model	13
2.4.2 Fogg gedragsmodel	14
2.4.3 Principes Cialdini	14
2.5 Conclusie theoretisch kader	15
2.6 Conceptueel model	15
2.7 Hypothesen	16
2.8 Operationalisatie	17
H3 Methoden van onderzoek	18
3.1 Deskresearch	18
3.2 Kwalitatief onderzoek	18
3.3 Fieldresearch	18
3.3.1 Afbakening	19
3.4 De steekproef	20
3.5 Analysetechnieken	20
3.6 Betrouwbaarheid	21

3.7 Validiteit.....	21
H4 Resultaten deskresearch.....	22
4.1 Analyse organisatie.....	22
4.1.1 Doelgroep.....	22
4.1.2 Via welke kanalen genereert Hipperz bezoek?	23
4.1.3 Via welke kanalen genereert Hipperz het meeste bezoek?	24
4.1.4 Via welke apparaten genereert Hipperz het meeste bezoek	24
4.1.5 Huidige strategie	24
4.1.6 Sterktes en zwaktes	25
4.1.7 Huidige omzet Hipperz	26
4.1.8 Review analyse	26
4.2 Trends en ontwikkelingen.....	26
4.2.1 Micro-influencers	26
4.2.2 Personalisatie	27
4.2.3 Instagram stories	27
4.2.4 Amazon.nl.....	27
4.2.5 Duurzaam verzenden	28
4.3 Analyse concurrentie	29
4.3.1 Assortiment	29
4.3.2 Prijs	29
4.3.3 Service	30
4.3.4 Social media.....	31
H5 Resultaten Fieldresearch	32
5.1 Aankoopredenen	32
5.2 Oriëntatie.....	32
5.2.1 Informatie.....	33
5.2.2 Bekendheid Hipperz	34
5.2.3 In contact gekomen met Hipperz	34
5.3 Social media	34
5.4 Verwachtingen webshop	34
5.4.1 Indruk Hipperz	34
5.4.2 Ervaring bij Hipperz	35
5.4.3 Verbeterpunten website	35
5.5 Reden tot aankoop bij Hipperz	35
5.6 Reviews.....	35
5.7 Stellingen met showcards.....	36
5.7.1 Invloed Cialdini	36
5.7.2 Invloed website veiligheid, privacy en betrouwbaarheid.....	37

5.7.3 Factoren die de doelgroep weerhouden.....	38
H6 Conclusie.....	40
6.1 Conclusies deelvragen	40
6.1.1 Huidige situatie van Hipperz.....	40
6.1.2 De concurrenten van Hipperz.....	40
6.1.3 Oriëntatie doelgroep	40
6.1.4 Doelgroep bereiken	41
6.1.5 Wat zorgt ervoor dat het assortiment wordt aangeschaft door de doelgroep.....	41
6.1.6 Hoe kijken de huidige klanten naar Hipperz.nl?	41
6.1.7 Zijn klanten tevreden over het aankoopproces bij Hipperz?	41
6.2 Hypothesen.....	42
H7 Aanbevelingen	43
7.1 Uitwerking alternatieve aanbevelingen.....	43
7.1.1 Inzetten van verkoopplatform Amazon.....	43
7.1.2 Social media.....	43
7.1.3 Reviews.....	44
7.1.4 Duurzaam ondernemen	45
7.1.5 Verbeteringen webshop	45
H8 Implementatie	46
8.1 Amazon	46
8.2 Social media	47
8.2.1 Adverteren.....	47
8.3 Reviews	48
8.4 Duurzaam ondernemen	49
Bibliografie	50
Bijlage 1: Principes Cialdini.....	54
Bijlage 2: Concurrentieanalyse.....	55
Assortiment	55
Service.....	55
Social media.....	56
Bijlage 3: Topiclist	57
Bijlage 4: Analyseschema's	64
Bijlage 5: Verbatims interviews.....	114

Inleiding

Deze scriptie is geschreven voor Hipperz, een webshop die gespecialiseerd is in de verkoop van tassen. Deze webshop is een klant van IQ Leads, zij ondersteunen Hipperz bij het ontwikkelen van een online marketingstrategie.

Achtergrond

IQ-Leads

IQ Leads is een online marketingbureau dat opgericht is in 2003. Het bedrijf richt zich op het helpen van andere bedrijven met de online marketingstrategie, denk hierbij aan online aanwezigheid en vindbaarheid. IQ Leads verleent haar service binnen de B2B markt.

Vanaf de oprichting is er in de loop van de jaren veel veranderd voor IQ-Leads. Zij zijn gestart met het uitvoeren van SEO-marketing, het delen van kennis en het verlenen van traineeships. En zijn zich later (2011) volledig gaan richten op online marketing. In 2012 is het vernieuwde en het huidige IQ-Leads geboren. Het team geeft nu passende oplossingen voor iedere klant. Coaching, websites bouwen, online marketing inrichten, IQ-Leads ontzorgt en heeft aandacht voor het resultaat (IQ-Leads, 2019).

Hipperz

Hipperz is opgericht in 2009 en is sinds februari 2019 in handen van eigenaresse Carolyne. Binnen het bedrijf krijgt zij hulp van goede vriendin Melissa, haar man Piet Jan en zoon Jelle. Hipperz heeft geen fysieke winkel, maar biedt als webshop veel merken tassen aan. Van laptop- en luitertassen tot chique clutches en hippe festival tasjes voor vrouwen, van portemonnees tot schoudertassen voor mannen. Sinds februari 2019 heeft zij IQ Leads ingeschakeld om haar te ondersteunen met de marketingactiviteiten.

Aanleiding

‘De Nederlandse consumenten besteedden €23,7 miljard online in 2018’

De omzet van de Nederlandse e-commerce markt is in 2018 toegenomen met 10% ten opzichte van 2017. Het afgelopen jaar hebben de Nederlandse consumenten online €23,7 miljard uitgegeven aan producten en diensten. Verder blijkt uit dit onderzoek dat 96% van alle Nederlanders (vanaf de leeftijd 15+) online aankopen heeft gedaan in 2018. Dit percentage lag het jaar daarvoor nog op 94%.

“Met de groei van de Nederlandse consumenten die via het internet shoppen en het nog altijd stijgende marktaandeel van de online omzet kunnen we stellen dat e-commerce een steeds belangrijke rol inneemt binnen de detailhandel” (Thuiswinkel.org, 2019).

Hipperz is een webshop waar voornamelijk allerlei soorten tassen, laptoptassen en portemonnees worden verkocht. Hipperz verkoopt niet alleen rechtstreeks via haar website, maar ook via de webshop Bol.com.

Eigenaresse Carolyne wil haar omzet in haar webshop verhogen. Hiervoor wil zij weten wat voor factoren er nog meer spelen bij de doelgroep, om tot een online aankoop over te gaan.

Hierdoor is het commerciële vraagstuk ontstaan om uit te zoeken wat er gedaan kan worden om de doelgroep richting Hipperz.nl te krijgen.

Het onderzoek resulteert in een conclusie op het bovenstaande vraagstuk en een advies met mogelijkheden om de consument naar zich toe te trekken. In het ideale geval zal dit daadwerkelijk resulteren in een omzetverhoging. Verkeerde implementatie van het plan kan de gewenste resultaten beïnvloeden en daardoor kunnen doelstellingen mogelijk niet behaald worden.

Leeswijzer

Dit onderzoeksrapport is als volgt opgebouwd. Dit rapport begint met een probleemformulering, hierin worden de opgestelde probleemstelling, doelstelling en deelvragen behandeld. Daarna is een theoretisch kader opgesteld waarin verschillende theorieën en modellen worden beschreven die relevant zijn voor dit onderzoek binnen deze markt. Hieruit is een conceptueel model gekomen, waarbij passende hypothesen zijn opgesteld. Hierna is te lezen hoe dit onderzoek is uitgevoerd, dit staat in het hoofdstuk methoden van onderzoek. Vervolgens staan de resultaten in de hoofdstukken desk- en fieldresearch beschreven. Hierna volgen de conclusies van de bevonden resultaten, hier zullen de hoofd- en deelvragen worden beantwoord. Daarnaast zullen de hypothesen aangenomen of verworpen worden. Na het hoofdstuk conclusies, volgt het hoofdstuk aanbevelingen, waarin beschreven staat hoe Hipperz het beste verder kan gaan om de opgestelde doelstelling te behalen. Dit zal worden uitgewerkt in het hoofdstuk implementatie, hier zal het inzichtelijk worden hoe Hipperz de aanbevelingen in de praktijk kan toepassen.

H1: Probleemformulering

In het hoofdstuk probleemformulering staan de doelstelling, probleemstelling en deelvragen met bijbehorende subvragen beschreven. Daarnaast zijn ook de doelgroep en de grenzen van het onderzoek uitgewerkt.

1.1 Doelstelling:

De volgende doelstelling is na de aanleiding opgesteld:

In opdracht van Hipperz wordt een onderzoek opgesteld en uitgevoerd naar de wensen en behoeften van de doelgroep, ten opzichte van het online aanschaffen van het assortiment. Wat moet leiden tot een adviesrapport met als doel om de omzet van Hipperz te verhogen in 2020.

Het assortiment betreft: tassen, laptoptassen en portemonnees.

1.2 Probleemstelling:

De probleemstelling luidt als volgt:

Welke factoren spelen een rol bij de beslissing van de doelgroep om wel of niet over te gaan van het online aanschaffen van het assortiment binnen de online tassen -en koffermarkt?

1.3 Deelvragen:

1. Wat is de huidige situatie van Hipperz?

- Wat is de huidige strategie van Hipperz?
- Hoe genereert Hipperz haar omzet?
- Hoe ziet de doelgroep van Hipperz eruit?
- Is Hipperz bekend onder de doelgroep?
- Via welke kanalen wordt Hipperz door de huidige klanten gevonden?
- Via welke kanalen communiceert Hipperz?
- Hoe wordt Hipperz beoordeeld door klanten?

2. Wie zijn de belangrijkste concurrenten van Hipperz?

- Wat doet de concurrentie ten opzichte van Hipperz

3. Hoe oriënteert de doelgroep zich op de markt van tassen?

- Hoe zoekt de doelgroep naar het assortiment?
- Welke informatie vindt de doelgroep belangrijk?

4. Hoe kan Hipperz het beste haar doelgroep bereiken?

- Op welke online kanalen is de doelgroep actief?

5. Wat zorgt ervoor dat het assortiment wordt aangeschaft door de doelgroep?

- Waarom koopt de doelgroep het assortiment*?
- Wat zijn de basis verwachtingen van een online webshop voor het assortiment, vanuit de doelgroep?
- Welke factoren weerhouden de consumenten van overgaan tot aankoop?

6. Hoe kijken de huidige klanten naar Hipperz.nl?

- Wat is de indruk van de huidige klanten over de webshop van Hipperz?
- Welke verbeteringen aan de webshop zou Hipperz volgens de huidige klanten kunnen toepassen?

7. Zijn klanten tevreden over het aankoopproces bij Hipperz?

- Voldoet Hipperz aan de verwachtingen van de consument?
- Wat kan Hipperz volgens haar klanten op het gebied van service verbeteren?
- Doen klanten van Hipperz een herhaalaankoop? En wat is hier de reden van?

1.4 Onderzoeksdoelgroep

De onderzoeksdoelgroep is vastgesteld op basis van Google Analytics gegevens. Hieruit is gekomen dat de onderzoeksdoelgroep mannen en vrouwen zijn, in de leeftijdscategorie van 25 tot 54. Deze groep toont interesse in tassen, laptoptassen en portemonnees. In paragraaf 3.3 en 3.4 staat de onderzoeksgroep verder beschreven, waarom dit de onderzoeksdoelgroep is en hoe die gespecificeerd is.

1.5 Grenzen van het onderzoek

Om binnen de grenzen van het onderzoek te blijven, zullen enkel mensen die binnen de doelgroep vallen geïnterviewd worden. Hierin vallen zowel potentiële klanten als huidige klanten van Hipperz. Het onderzoek zal anoniem worden uitgevoerd, zodat de privacy gewaarborgd blijft.

1.6 Opdrachtgever

De opdrachtgever zal in dit onderzoek IQ Leads zijn. Zij zullen de opdrachtnemer ondersteunen door middel van het geven van nodige informatie en gegevens. Deze gegevens zullen onder andere afkomstig zijn van Hipperz.

1.7 Opdrachtnemer

De onderzoeker zal in dit onderzoek de opdrachtnemer genoemd worden. De onderzoeker zal minimaal twee werkdagen aan het onderzoek werken binnen de stageperiode.

1.8 Kernbegrippen van het onderzoek

Assortiment: Dit zijn de eerdergenoemde producten in de inleiding namelijk: tassen, laptoptassen en portemonnees.

IQ Leads: een online marketingbureau gevestigd in Alphen aan den Rijn.

Hipperz.nl: een webshop binnen de koffer-tassen markt.

H2 Theoretisch kader

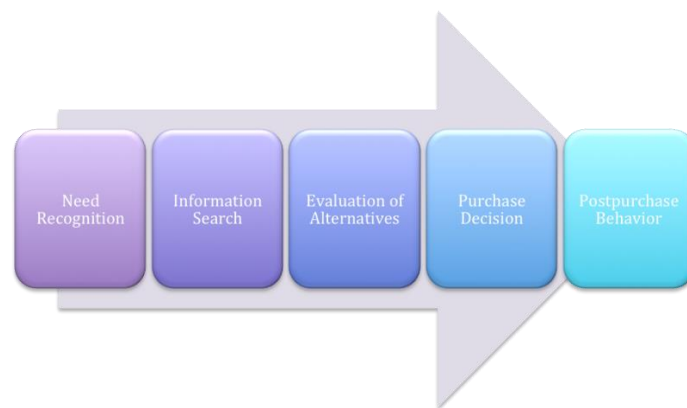
In het theoretisch kader is te lezen welke theorieën en modellen van toepassing zijn op het onderzoek. Een afgeleide vraag is opgesteld die centraal staat in dit theoretisch kader. De afgeleide vraag luidt als volgt: welke factoren zijn van invloed op het online aankoopproces vanuit de consument binnen de tassen- en koffermarkt?

2.1 Aankoopproces

Een consument loopt voorafgaand zijn of haar aankoop een proces door.

2.1.1 Consumer decision process

Kotler (2013) heeft een model ontwikkeld dat dit proces in vijf fases beschrijft, namelijk het *consumer decision process model* (Figuur 1). De fases worden, afhankelijk van het probleem, snel of juist rustig en intensief doorlopen. De vijf fases worden hieronder uitgelegd.



Figuur 1 Consumer decision process (Kotler, 2013)

Probleemherkenning

Zodra een behoefte zich openbaart in het hoofd van de consument, gaat de consument het probleem herkennen. Een probleem is het verschil tussen de huidige situatie en de gewenste situatie. Dit verschil kan worden getriggerd door interne en externe prikkels. Interne prikkels ontstaan vaak bij primaire behoeften zoals eten en drinken, en externe prikkels ontstaan door geur en visuele prikkels. Binnen de marketing probeert een marketeer een behoefte te openbaren bij de consument door middel van externe prikkels (Kotler, 2013).

Informatie zoeken

Als het probleem eenmaal is herkend door de consument, gaat men op zoek naar manieren om de behoefte te vervullen. Om tot een goede beslissing te komen, gaat de consument op zoek naar informatie over het product. Hoe complexer, duurder en risicovoller de aankoop, hoe meer informatie nodig is. Met behulp van de juiste informatie kan de consument tot een goede beslissing komen (Kotler, 2013).

Alternatieven evalueren

Met de verworven informatie kan de consumenten verschillende merken/producten die de behoefte kunnen vervullen met elkaar vergelijken. Alle alternatieven worden tegen elkaar afgewogen op basis van objectieve en subjectieve factoren. Objectieve factoren gaan over de functionaliteit, specificaties en kenmerken van een product. En subjectieve factoren bestaan uit de meningen van anderen en de verkoper, en de reputatie van het merk (Kotler, 2013).

Aankoopbeslissing

Als de alternatieven tegen elkaar afgewogen zijn, komt de consument aan bij de aankoopbeslissing. De eerder gevonden informatie heeft ertoe geleid dat de consument weet welk product de behoefte kan vervullen. Hierdoor kan de consument een weloverwogen aankoopbeslissing nemen (Kotler, 2013).

Evaluatie na aankoop

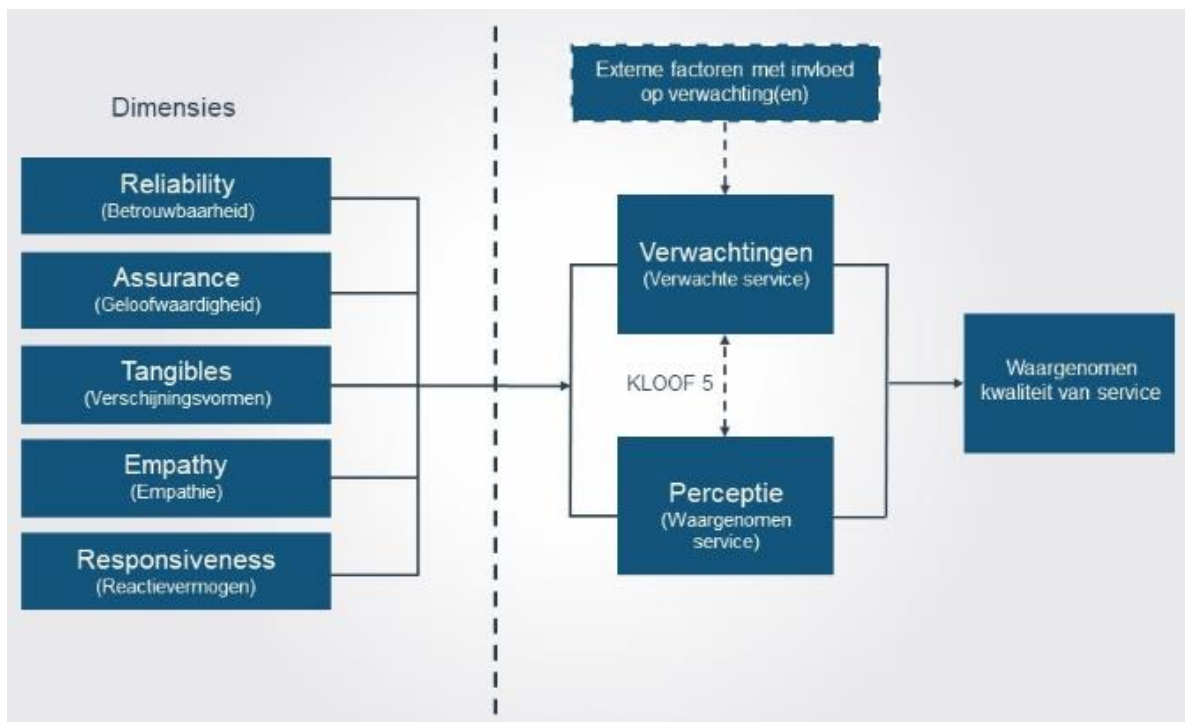
Zodra de aankoop is afgerond, wordt door de consument gekeken of het product voldoet aan de verwachtingen en of behoefte is vervuld. Als dit niet het geval is begint het aankoopproces weer opnieuw (Kotler, 2013).

2.2 De verwachtingen van de consument meten

2.2.1 Het RATER-model

Om dieper in te gaan op de verwachtingen en de perceptie van de consument, wordt het RATER-model (2018) gebruikt. Dit model is een verdieping op de vijfde *gap* uit het SERVQUAL-model en biedt inzicht in de kloof tussen de verwachtingen en de perceptie van de consument. Het RATER-model bestaat uit vijf dimensies, namelijk betrouwbaarheid, geloofwaardigheid, verschijningsvormen, empathie en reactievermogen. Daarnaast zijn ook externe factoren van invloed op de verwachtingen van de consument.

De verwachtingen en de perceptie leiden tot de waargenomen kwaliteit van de service. Als de ervaringen van de service beter of gelijk zijn aan de verwachtingen van de consument, zal de servicekwaliteit door hen goed worden beoordeeld (Mulder, 2018).



Figuur 2 RATER-model (Mulder, RATER model, 2018)

Kritiek RATER-model

Francis Buttle (1996) heeft het RATER-model onderzocht en had daarbij een aantal kritiekpunten. Allereerst zijn de perceptie en beleving van de consument erg subjectief en daardoor lastig te meten, waardoor er niet per se een direct verband tussen de waargenomen service en kwaliteitsbeleving is.

Tot slot zou hetgeen dat gemeten wordt meer betrekking hebben op klanttevredenheid dan betrekking op de service-kwaliteit.

Het RATER-model in praktijk

Met behulp van de vijf RATER-dimensies komt een organisatie erachter hoe consumenten over hen denken. Zijn de verwachtingen van klanten op de betreffende dimensies hoger dan de daadwerkelijke ervaringen, dan zullen zij de kwaliteit van de dienstverlening laag inschatten. De organisatie kan deze punten noteren en een stappenplan maken om zichzelf hierop te verbeteren (Mulder, 2018).

De verwachtingen worden in dit onderzoek gemeten aan de hand van de volgende vraag: wat zijn de verwachtingen van de doelgroep bij een online tassen-en koffer webshop? Hierna zullen de ervaringen worden gemeten aan de hand van de volgende vragen: bent u tevreden met de service vanuit de organisatie? En voldeed de organisatie aan uw verwachtingen?

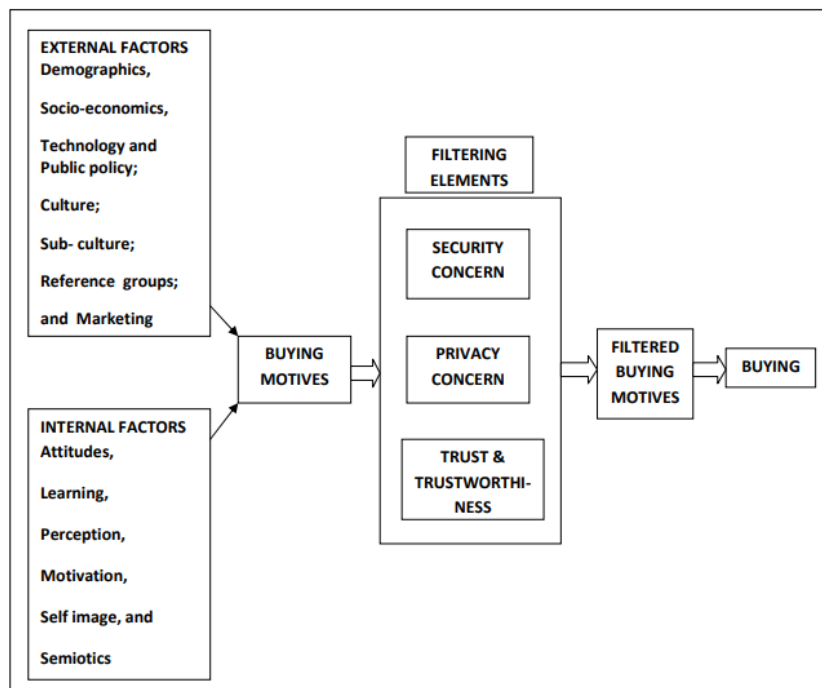
Hierna worden de verwachtingen met de ervaringen met elkaar vergeleken en wordt daarmee gekeken of de organisatie haar klanten op een juiste manier helpt. Bij eventuele verbeterpunten wordt een stappenplan opgesteld om de service van de organisatie te verbeteren (Mulder, 2018).

2.3 Koopgedrag

Nadat de waargenomen kwaliteit van de service door consumenten duidelijk is geworden, is het voor de organisatie van belang het koopgedrag van de consument in kaart te brengen.

2.3.1 FFF-model

Hiervoor kan het FFF-model van Kumar (2012) gebruikt worden. Het FFF-model staat voor *External & Internal Factors, Filtering Elements* en *Filtered Buying Motives*.



Figuur 3 FFF-Model (Kumar, 2012)

Het FFF-model laat de factoren zien die ervoor kunnen zorgen dat een consument overgaat tot aankoop. Allereerst worden de externe en interne factoren benoemd. Externe factoren bevinden zich buiten de consument, bijvoorbeeld cultuur. De interne factoren komen vanuit de consument zelf, bijvoorbeeld het zelfbeeld van de consument.

Deze factoren worden omgezet in *buying motives*; de motivatie om een product aan te schaffen. Hierna volgen *filtering elements*, dit zijn: veiligheid, privacy en vertrouwen. Deze elementen zorgen ervoor dat de consument daadwerkelijk doorgaat in het aankoopproces. Haakt de consument hierop af, dan zal de koop niet worden afgesloten (Kumar, 2012).

FFF-model in de praktijk

In het FFF-model van Kumar (2012) komt naar voren welke factoren van invloed zijn op het online aankoopproces. Door deze factoren te onderzoeken, zal blijken waarop de organisatie zich moet richten. Marketing richt zich op de externe factoren, omdat bedrijven proberen de consumenten over te halen naar hun website te komen.

Wanneer de organisatie erin slaagt om de veiligheid, privacy en vertrouwen te waarborgen, zullen potentiële klanten eerder overgaan tot aankoop. Om de veiligheid te waarborgen, kunnen organisaties bijvoorbeeld gebruik maken van keurmerken, zoals thuiswinkelwaarborg. Daarnaast geven reviews potentiële klanten vertrouwen in een (voor hen) onbekende website (Kumar, 2012).

2.4 Koopgedrag beïnvloeden

Nadat het koopgedrag in beeld is gebracht door middel van het FFF-model van Kumar (2012), wordt gekeken hoe dit gedrag beïnvloed kan worden vanuit de organisatie. Om dit te doen, wordt gebruik gemaakt van het *Persuasion Knowledge model* van Wernars (2017).

2.4.1 Persuasion Knowledge model

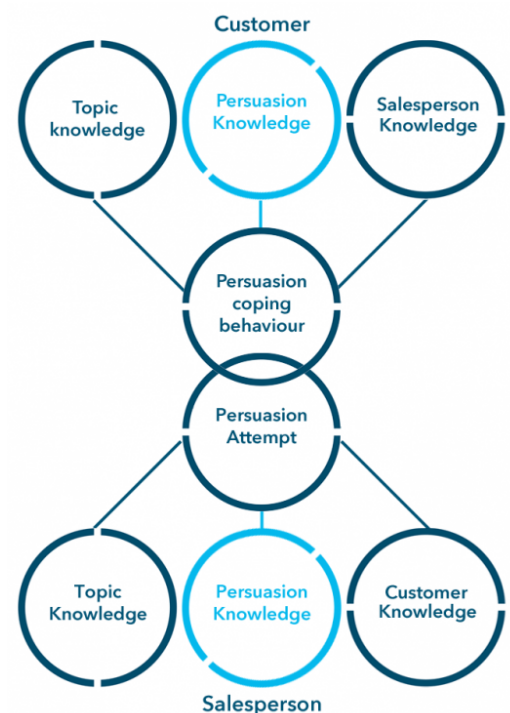
Het *Persuasion Knowledge model* beschrijft het overtuigingsproces tussen verkoper en klant. Elke poging tot overtuiging is een interactie tussen verkoper en klant. De verkoper doet een overtuigingspoging op basis van drie vormen van kennis; kennis over het onderwerp, overtuiging en de klant. Hierbij kan hij zich de volgende drie vragen stellen:

- Wat biedt mijn product?
- Wat weet ik over deze klant?
- Hoe kan ik deze klant overtuigen?

De klant bepaalt op zijn beurt hoe hij met de overtuigingspoging omgaat. Dit baseert de klant op kennis over het onderwerp, overtuiging en de verkoper. De klant stelt zich hierbij de vragen:

- Wat weet ik over het product?
- Wat weet ik over de verkoper?
- Hoe probeert de verkoper mij te overtuigen?

Volgens het *Persuasion Knowledge model* spelen de drie vormen van kennis en bijbehorende vragen een cruciale rol in het succes van de overtuigingspoging (Wernars, 2017).



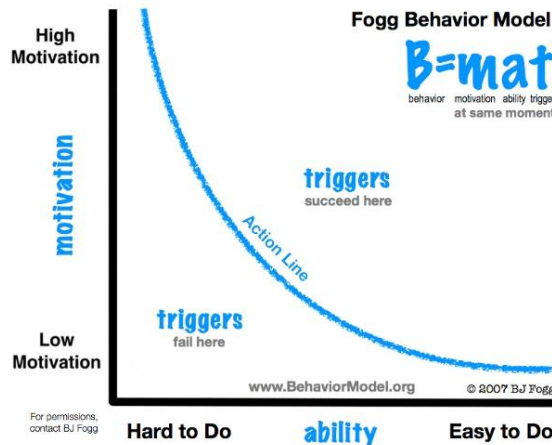
Figuur 4 Persuasion knowledge model (wernars, 2017)

Persuasion Knowledge model in praktijk

Het is van belang dat de organisatie van tevoren weet wat de vraag van de klant is, zodat de organisatie hiervoor een oplossing kan bieden. Verder is het van belang dat de organisatie kennis heeft over haar (potentiële) klanten, zodat de organisatie weet hoe zij de klant kan overtuigen om tot aankoop over te gaan (Wernars, 2017). In de interviews wordt ingegaan op de behoeften en wensen van (potentiële) klanten ten opzichte van de producten/webshop.

2.4.2 Fogg gedragsmodel

Naast het *Persuasion Knowledge model*, kan ook het gedragsmodel van Fogg (2013) gebruikt worden om het koopgedrag van de consument te beïnvloeden. Het model gaat in op gedragsverandering en is gebaseerd op drie elementen. Dit zijn motivatie (het willen), moeilijkheidsgraad (het kunnen) en triggers. Als deze elementen aanwezig zijn bij de consument kan er gedragsverandering plaatsvinden.



Figuur 5: Fogg Gedragsmodel (Fogg, 2013)

Fogg gedragsmodel in praktijk

Om het doelgedrag te kunnen realiseren bij de doelgroep bestaan er verschillende mogelijkheden. De motivatie zal moeten stijgen in het hoofd van de consument en de moeilijkheidsgraad van de handeling zal moeten dalen. Om te motiveren kan de organisatie een kleine stap nemen door bijvoorbeeld een online poll: welke tas vind jij het mooist? Dit maakt het makkelijker om de doelgroep een vervolgstap te laten nemen. Dit kan zijn op onderzoek uit te gaan naar het merk zelf. Daarnaast wordt gekeken welke trigger voldoende is om de doelgroep te verleiden tot het gewenste gedrag. Een trigger kan namelijk de motivatie van (potentiële) klanten verhogen. Om mensen te prikkelen kan de organisatie bijvoorbeeld een opvallende banner, advertentie of boodschap gebruiken (Fogg, 2013).

2.4.3 Principes Cialdini

Om de koopmotivatie van de consument te verhogen kan gebruik gemaakt worden van de zeven principes van Cialdini (2016). Cialdini heeft onderzoek gedaan naar hoe mensen te beïnvloeden te zijn en is hierbij gekomen tot zeven principes;

- Sociale bewijskracht: de meningen van andere mensen gebruiken als uitgangspunt.
- Autoriteit: kennis en ervaring van een organisatie, waardoor kwaliteit gegarandeerd wordt.
- Schaarste: beperkte oplage van een product of een tijdsbeperking.
- Consistentie en commitment: loyaliteit van klanten aan een merk.
- Sympathie: voorkeur voor een organisatie of merk.
- Wederkerigheid: welwillendheid om iets te doen voor een organisatie of merk.
- Eenheid: behoefte om ergens bij te horen.

De zeven principes staan in bijlage één nader beschreven.

Principes Cialdini in praktijk

Organisaties passen vaak meerdere principes toe om de consument te motiveren om over te gaan tot conversie. Voorbeelden hiervan zijn:

- Reviews inzetten als sociale bewijskracht; potentiële kopers kunnen overtuigd raken door het leven van reviews van andere consumenten.
- Een blog met tips en ervaring gebruiken om kennis te delen met de doelgroep.

- Commitment creëren door de doelgroep zich te laten aanmelden voor een nieuwsbrief en loyaliteit behouden door een goede nazorg te verlenen.
- Een bedankkaartje bij elke bestelling of verjaardagsmail versturen om een band met klanten te creëren, waardoor zij sneller geneigd zijn om een (vervolg)aankoop te doen (wederkerigheid).
- Allen producten laten zien waarin de doelgroep zichzelf terugziet creëert eenheid/een groepsgevoel.

Kritiek Cialdini

In 2011 is Cialdini in Nederland om te spreken op een Seminar van Denkproducties. Hinke Hamer schrijft hierover een verslag in Trouw, waaruit blijkt dat Cialdini één voorwaarde aan organisaties die de principes willen toepassen stelt. De organisaties moeten de principes op een ethische wijze gebruiken, want alleen dan zijn zij in staat om iemand van hun idee of product te overtuigen (Cialdini, 2011). *“Consumenten zijn geneigd te geloven wat iemand die zij als autoriteit beschouwen, beweert. Maar een vermeende autoriteit verschiet zijn kruit als hij oneerlijk is, hij wordt nooit meer geloofd”* (Cialdini, 2011). De organisatie dient dus ten alle tijden eerlijk te zijn over haar diensten/producten, anders kunnen zij potentiële klanten kwijt raken.

2.5 Conclusie theoretisch kader

In het theoretisch kader staan verschillende modellen beschreven. Op basis van deze informatie kan de volgende conclusie getrokken worden:

Het *consumer decision process model* van Kotler (2013) laat het proces zien wat de consument doorloopt om tot een aankoop over te gaan. Hierin is koopgedrag een belangrijke factor. Na aankoop wordt door de consument gekeken of de verwachtingen zijn waargemaakt en de behoeften is vervuld.

Om de verwachtingen en het koopgedrag van (potentiële) klanten te meten en te beïnvloeden, bestaan er diverse modellen. In dit onderzoek is gekozen voor het RATER-model (Mulder, 2018) wat laat zien hoe bedrijven kunnen inzetten op het eventuele verschil tussen de verwachte service en waargenomen service.

Om erachter te komen welke factoren bij de consument meespelen in het koopproces wordt het FFF-model gebruikt (Kumar, 2012). Ook wordt het FFF-model gebruikt om te kijken of consumenten de website betrouwbaar en veilig vinden. Het FFF-model in combinatie met het *Persuasion Knowledge model* (Wernars, 2017) zorgt ervoor dat het gedrag van de consument duidelijk wordt.

Als laatste bieden de modellen van BJ Fogg (2013) en de principes van Cialdini (2016) strategieën om dit gedrag te beïnvloeden. Deze modellen zijn goed te gebruiken voor bedrijven als analyse van het koopgedrag en beïnvloeding hiervan. Daarbij moet vermeld worden dat dit niet de enige modellen zijn die hier inzicht in biedt en dat er meer opties mogelijk zijn. De reden dat er in dit onderzoek voor deze modellen gekozen is, is omdat deze zeer hoog in de marketing staan aangeschreven en vaak door bedrijven worden gebruikt.

2.6 Conceptueel model

Het conceptueel model waarmee in dit onderzoek wordt gewerkt is een combinatie van het FFF-Model en de principes van Cialdini. Allereerst wordt gekeken naar de belangrijkste externe factoren die van invloed zijn op het online aankoopgedrag, vervolgens wordt door middel van interviews duidelijk of Hipperz genoeg doet om de consumenten van de *filtering elements* naar de *filtered buying motives* te krijgen. Daarna wordt gekeken door welk principe van Cialdini de consument overgaat tot aankoop.

The diagram illustrates the Theory of Planned Behavior (TPB) model. It shows the flow from external and internal factors to buying behavior. The process is as follows:

- EXTERNAL FACTORS** (Demographics, Socio-economics, Technology and Public policy, Culture, Sub-culture, Reference groups, and Marketing) and **INTERNAL FACTORS** (Attitudes, Learning, Perception, Motivation, Self image, and Semiotics) both influence **BUYING MOTIVES**.
- BUYING MOTIVES** lead to **FILTERING ELEMENTS**, which include **SECURITY CONCERN**, **PRIVACY CONCERN**, and **TRUST & TRUSTWORTHINESS**.
- FILTERING ELEMENTS** lead to **FILTERED BUYING MOTIVES**.
- FILTERED BUYING MOTIVES** lead to **BUYING**.

On the right side of the diagram, a simplified version of the model is shown with green boxes and arrows:

- Principles van Cialdini** (green box) leads to **Filtered buying motives** (green box) via a thick black arrow.
- Filtered buying motives** (green box) leads to **Buying** (green box) via a thick black arrow.

Figuur 7: Principes Cialdini toegepast in FFF-model

De hypothesen zijn opgesteld aan de hand van het theoretisch kader en het conceptuele model. Uit het deskresearch en fieldresearch zal blijken of de hypothesen aangenomen of verworpen zullen worden.

De volgende factoren beïnvloeden koopgedrag van consumenten op een positieve manier:

- ## Hypothese 2

*Met online conversie wordt bedoeld het online aankopen van het assortiment.

2.8 Operationalisatie

Hypothese één heeft als doel om te achterhalen in welke mate de zeven principes van invloed zijn op het online koopgedrag van de respondenten. Hypothese twee heeft als doel om te achterhalen in welke mate de veiligheid, privacy-waarborging en vertrouwen in een website de respondenten weerhouden bij het doen een online aankoop. Deze hypothese komt voort uit het FFF-model van Kumar.

Het toetsen van de hypothesen gebeurt door middel van interviews. De geïnterviewde krijgen stellingen voorgelegd, waarbij zij kunnen reageren met antwoorden tussen geen invloed en veel invloed.

Hypothese één zal worden getoetst door middel van de volgende interviewvraag: in hoeverre hebben de volgende factoren invloed op u bij het online aankopen van het eerdergenoemde assortiment? Hierbij worden de zeven principes van Cialdini getoetst, om te kijken welke principes van invloed zijn op het koopgedrag van de doelgroep.

Hypothese twee zal worden getoetst door middel van de volgende interviewvraag: in hoeverre zijn de volgende factoren van invloed? Hier zullen de volgende onderdelen voorgelegd worden: Laag veiligheidsgevoel, een laag gevoel van privacy en een laag gevoel van betrouwbaarheid.

Om de juiste conclusies te kunnen trekken, vraagt de onderzoeker door op basis van de antwoorden die de respondenten geven. Doorvragen helpt met het achterhalen van de achterliggende gedachten van de respondenten.

H3 Methoden van onderzoek

In dit hoofdstuk worden de verschillende onderzoeksmethodes toegelicht. Allereerst wordt ingegaan op de deskresearch en vervolgens wordt het kwalitatieve onderzoek toegelicht. Als laatste wordt ingegaan op de betrouwbaarheid en validiteit.

3.1 Deskresearch

Deskresearch is uitgevoerd om het theoretisch kader te vormen. Daarbij zijn de volgende deelvragen en sub-deelvragen gebruikt:

1. Wat is de huidige situatie van Hipperz?

- Via welke kanalen verkoopt Hipperz?
- Via welke kanalen communiceert Hipperz?
- Hoe ziet de doelgroep van Hipperz eruit?

2. Wie zijn de belangrijkste concurrenten?

- Wat doen de concurrenten ten opzichte van Hipperz?

De vragen zijn beantwoord met behulp van Google Analytics en internetbronnen. Met Google Analytics is de huidige situatie geschetst van de kanalen, omzet en consumenten. Daarnaast is hiermee ook de doelgroep geanalyseerd en in kaart gebracht, hierbij is gekeken naar het geslacht en leeftijden.

Aan de hand van internet is de concurrentie geanalyseerd. Hierbij is het assortiment, de prijs, service en marketingstrategie van het bedrijf onderzocht. Plaats en personeel is niet onderzocht, omdat dit niet relevant is voor Hipperz, omdat zij enkel online opereren binnen de markt.

De reviews zijn via de site en google bekeken, met als doel om inzicht te verkrijgen in de beoordelingen van klanten. Dit komt later terug in het hoofdstuk fieldresearch: verwachtingen/ervaringen.

3.2 Kwalitatief onderzoek

Dit onderzoek is van kwalitatieve aard, wat inhoudt dat de belevingswereld van de mens centraal staat. In tegenstelling tot kwantitatief onderzoek, waarbij het gaat over cijfers en toetsen, gaat het bij kwalitatief onderzoek over de achterliggende argumenten en motieven van personen die leiden tot het bevestigen of tegenspreken van theorieën. Dit soort onderzoek kan alleen in de 'werkelijke' wereld worden uitgevoerd en niet vanachter een bureau. De steekproef is hierbij dan ook klein, zodat goed kan worden achterhaald waarom een respondent een bepaalde mening heeft (Verhoeven, 2009).

3.3 Fieldresearch

Het onderdeel fieldresearch is uitgevoerd door middel van diepte-interviews met de doelgroep (huidige en potentiële klanten van Hipperz). Hiermee is antwoord gegeven op de deelvragen die betrekking hebben op de doelgroep, dit zijn deelvraag drie, vier, vijf, zes en zeven. Het voordeel van het afnemen van interviews is dat onderliggende beweegredenen kunnen worden blootgelegd. Dit is gedaan door doorvragen nadat antwoord is gegeven op een vraag, dit kan in de vorm van 'waarom' (Verhoeven, 2009).

Diepte-interviews

Een diepte-interview is semigestructureerd, dit houdt in dat het gesprek tussen de interviewer en de respondent in een bepaalde richting wordt geleid. Hiervoor is gebruik gemaakt van een vragenlijst met vooraf uitgewerkte vragen, maar waarbij ruimte aan de respondent is gelaten om vrijuit te praten. Hierdoor is zoveel mogelijk informatie verkregen van de respondenten.

De interviewvragen zijn aan de hand van een aantal stappen opgesteld (Thiel, 2015). Allereerst zijn de juiste onderwerpen bepaald. Dit is enerzijds bepaald door middel van de gekozen theorieën, anderzijds in overleg met Hipperz.

Hierdoor zijn ook alle onderwerpen die zij wenselijk achten meegenomen in het interview. Voorbeelden van onderwerpen zijn het betalingsproces, aankoopproces en ervaringen van de doelgroep met Hipperz en haar uitingen.

Als tweede zijn de specifieke vragen zorgvuldig per onderwerp geformuleerd, zodat deze aansluiten bij de deelvragen. Hierbij is gelet op openvragen, zodat de geïnterviewde uitgebreid antwoord kan geven. Suggestieve vragen zoals 'Vindt u niet dat...' zijn vermeden. Als laatste zijn de vragen in een logische volgorde geplaatst.

3.3.1 Afbakening

Doelgroep van het onderzoek

Om een zo representatief mogelijk onderzoek uit te voeren is het van belang dat de doelgroep helder in kaart wordt gebracht. Om deze doelgroep te bepalen zijn de gegevens die Hipperz heeft vanuit Google Analytics geanalyseerd. De respondenten zullen worden bepaald aan de hand van deze gegevens. Dit zorgt ervoor dat het adviesrapport zo goed mogelijk aansluit aan de doelgroep. Er is gekeken naar een periode van een jaar, zodat alle maanden meegenomen worden, zo dat eventuele piekmomenten naar voor komen.

Hieruit zijn de volgende gegevens gekomen:

Land

Hipperz is enkel actief in Nederland en uit de gegevens blijkt dat de bezoekers van de website voor 91% Nederlandse consumenten zijn. De onderzoeksdoelgroep is daarom gericht op de Nederlandse markt en zullen alleen mensen die woonachtig in Nederland zijn, ondervraagd worden.

Geslacht

Uit de gegevens blijkt dat 84% van de bezoekers vrouwelijk zijn en 16% mannelijk. Het onderzoek zal dus voornamelijk gericht worden op vrouwen, omdat dit het grootste deel van de doelgroep representeert.

Leeftijd

Het onderstaand schema vanuit Google Analytics laat zien dat het merendeel van de bezoekers in de leeftijdscategorie van 45-54 jaar valt. Daarna volgen de leeftijdscategorieën: 35-44 en 25-34 jaar. Deze leeftijdsgroepen zijn gekozen als doelgroep, omdat zij de meerderheid (bijna 70%) van de bezoekers van Hipperz vormen. Hierdoor kan Hipperz de doelgroep beter begrijpen en daarop inspelen.

Leeftijd ?	Acquisitie
	Gebruikers ? ↓
	2.952 % van totaal: 17,52% (16.845)
1. 45-54	761 (25,51%)
2. 35-44	642 (21,52%)
3. 25-34	629 (21,09%)
4. 55-64	519 (17,40%)
5. 65+	267 (8,95%)
6. 18-24	165 (5,53%)

Figuur 8: Overzicht leeftijd bezoekers Hipperz (Analytics, Hipperz, 2019)

Interesses

Voor dit onderzoek is het van belang dat de respondenten geïnteresseerd zijn in tassen, laptoptassen en portemonnees. Hierdoor krijgt het onderzoek de juiste samenstelling van (potentiële) bezoekers van Hipperz.nl. Daarom moeten respondenten minimaal één keer eerder een tas, laptoptas of portemonnee hebben aangeschaft. Vanwege de lange levensduur van de producten mag dit in de afgelopen twee jaar gebeurd zijn. Verder mag de aankoop zowel online als offline plaats hebben gevonden, omdat bij beide groepen kansen liggen voor Hipperz.

3.4 De steekproef

Er is een steekproef gehouden onder de doelgroep van Hipperz, waarbij rekening is gehouden met de eerdergenoemde criteria in paragraaf 3.3.1. Voor dit onderzoek is de samenstelling van de steekproef als volgt:

- Drie mannen en 13 vrouwen;
- Tussen de 25-54 jaar oud;
- Waarvan acht huidige klanten en acht potentiële klanten;
- Alle respondenten zijn woonachtig in Nederland.

Om te zorgen dat de huidige respondenten binnen de steekproef vallen, is het klantenbestand van Hipperz gebruikt om respondenten te werven. De huidige klanten hebben verteld wat hun ervaring bij Hipperz is geweest. De potentiële klanten zijn geselecteerd aan de hand van hun interesse in het assortiment en/of het wel eens gekocht hebben bij een andere partij. Zij hebben verteld waar zij opletten bij het (online) aankopen van producten.

Om duidelijke conclusies te kunnen trekken, zijn met de onderstaande 16 respondenten interviews afgenomen. Om de privacy van de respondenten te waarborgen, worden niet alle gegevens van de respondenten vrijgegeven.

Potentiële klanten	Geslacht	Leeftijd	Huidige klanten	Geslacht	Leeftijd
1	Vrouw	26	9	Man	26
2	Man	30	10	Vrouw	51
3	Vrouw	31	11	Vrouw	53
4	Vrouw	27	12	Man	42
5	Vrouw	26	13	Vrouw	39
6	Vrouw	30	14	Vrouw	51
7	Vrouw	49	15	Vrouw	36
8	Vrouw	54	16	Vrouw	41

Tabel 1: Selectie respondenten

3.5 Analysetechnieken

Om de informatie uit de interviews te vertalen naar resultaten zijn een aantal stappen gezet. Allereerst zijn de interviews getranscribeerd, dit betekend dat het gesproken interview omgezet is in een uitgeschreven tekst (Thiel, 2015). In de volgende stap zijn de transcripten gecodeerd en in analyse schema's geplaatst. Dit betekend dat antwoorden van respondenten gemarkeerd zijn en een bepaald label waartoe deze behoren gekregen hebben. Deze teksten en codes zijn vervolgens in analyseschema's geplaatst om zo met elkaar te kunnen vergelijken (Thiel, 2015). Door deze manier van werken kan subjectiviteit van de onderzoeker geminimaliseerd worden.

3.6 Betrouwbaarheid

Het is voor het onderzoek van belang dat de resultaten betrouwbaar zijn. Betrouwbaarheid houdt in dat de resultaten en uitkomsten van het onderzoek niet toevallig zijn (Thiel, 2015). Dat wil zeggen dat wanneer het onderzoek herhaald wordt, het dezelfde resultaten zal opleveren. Dit kan bij kwalitatief onderzoek moeilijk zijn, omdat de meningen en belevingen van personen op een bepaald moment in de tijd centraal staan. Deze kunnen door de tijd heen veranderen, waardoor dezelfde vraag op een ander moment een ander antwoord kan opleveren (Verhoeven, 2011).

Toch zijn er manieren om een zo hoog mogelijke betrouwbaarheid in het onderzoek te behalen. In dit onderzoek hebben de volgende handelingen geleid tot een zo'n hoog mogelijke betrouwbaarheid:

1. Door de interviews op een gestructureerde en systematische wijze af te nemen, waardoor een structuur gecreëerd wordt in het stellen en beantwoorden van de interviewvragen (Thiel, 2015).
2. De interviews zijn allemaal (met toestemming) opgenomen en vervolgens getranscribeerd. Wat een eventuele nieuwe analyse in de toekomst mogelijk maakt (Verhoeven, 2011).
3. Er wordt nauw contact onderhouden met de opdrachtgever vanuit Hipperz. Hiervoor is één vast contactpersoon uitgekozen (Verhoeven, 2011).

3.7 Validiteit

Validiteit houdt in dat een onderzoek vrij is van systematische meetfouten (Verhoeven, 2011). De validiteit bestaat uit twee vormen (van Thiel, 2015):

Interne validiteit (geldigheid): is in het onderzoek gemeten, wat vooraf bepaald was om te meten? Om de interne validiteit zo hoog mogelijk te houden, is ervoor gezorgd dat de respondenten binnen de doelgroep vallen. Daarnaast is de vragenlijst voor de interviews samengesteld aan de hand van het theoretisch kader, de probleemstelling en de deelvragen. Hierdoor is de kans op fouten geminimaliseerd en kan de hoofdvraag op een juiste manier beantwoord worden.

Externe validiteit (generaliseerbaarheid): zijn de uitkomsten van het onderzoek ook geldig op andere personen, organisaties of situaties? Bij veel kwalitatieve onderzoeken ligt de externe validiteit vaak lager. Dit komt door de contextgebondenheid van het onderzoek. In dit onderzoek is dat de online tassen-en koffer markt en is het specifiek voor Hipperz geschreven. Hierdoor zijn de resultaten niet volledig over te nemen zijn voor andere onderzoeken. Om de externe validiteit toch zo hoog mogelijk te houden is aandacht besteed aan het kiezen van een juiste steekproef door middel van de juiste criteria (Verhoeven, 2009).

H4 Resultaten deskresearch

In dit hoofdstuk staan de resultaten van de uitgevoerde deskresearch beschreven. Deze geven inzicht in de organisatie van Hipperz, de doelgroep en de strategie. Daarbij worden de belangrijkste concurrenten en hoe zij in de markt opereren beschreven. De gegevens voor Hipperz zijn afkomstig uit Lightspeed.nl en Google Analytics, dit is gemeten vanaf de overname in Februari 2019 tot op heden Oktober 2019.

4.1 Analyse organisatie

Om de organisatie Hipperz te analyseren is gekeken naar de huidige doelgroep, strategie, sterktes en zwaktes, huidige omzet en de reviews. Deze gegevens geven een goed beeld over de huidige situatie van Hipperz.

4.1.1 Doelgroep

Geslacht	Man	Vrouw
Bezoekers	16 %	84 %

Tabel 2: overzicht bezoekers Hipperz (Analytics, Hipperz, 2019)

Leeftijd	Percentages (groot naar klein)
45-54	25,51 %
35-44	21,52 %
25-34	21,09 %
55-64	17,40 %
65+	8,95 %
18-24	5,53 %

Tabel 3: overzicht bezoekers Hipperz (Analytics, Hipperz, 2019)

De doelgroep van Hipperz is woonachtig in Nederland. 91% van de consumenten is Nederlands en 1,5% van de consumenten is van Belgische komaf. Hipperz zal zich vooral oriënteren op de Nederlandse markt (Analytics, Hipperz, 2019). Vervolgens is gekeken naar het geslacht van de bezoekers, daaruit blijkt dat 84% van de bezoekers vrouwelijk en 16% mannelijk is (Analytics, Hipperz, 2019).

Leeftijd

Volgens Google Analytics (2019) zijn de bezoekers van Hipperz.nl van alle leeftijden; van 18 tot 65 jaar en ouder. De grootste groep zijn consumenten tussen de 45 en 54 jaar oud, hierna volgen de groepen 35 tot 44, 25 tot 34, 55 tot 64, 65 jaar en ouder. Afsluitend volgt de groep van 18 tot 24 jaar.

Hieruit is uitgekomen dat de onderzoeksdoelgroep 36 tot 54 en 25 tot 35 jaar bestaat. Dit staat nader beschreven in paragraaf 3.3.1.

Social Media

Hipperz is actief op Instagram en Facebook, daarom wordt hieronder de activiteit van de doelgroep op deze social media kanalen beschreven.

Instagram

Instagram telde in 2018 4,1 miljoen actieve gebruikers, waarvan 2,1 miljoen mensen Instagram dagelijks gebruiken. Deze cijfers zijn afkomstig van de Nederlandse markt. In het totale gebruik van Instagram valt op dat vooral jongeren van 15 tot 19 jaar Instagram gebruiken. Binnen deze groep gebruikt 73% Instagram. De doelgroep van Hipperz (25 tot 34 jaar) valt in de Instagram-doelgroep van 20 tot 39 jaar, in deze groep gebruikt 46% Instagram.

Wat opvalt is dat de percentages afnemen als de leeftijd stijgt. Een deel van de doelgroep van Hipperz (35 tot 55 jaar) valt in de Instagram-groep 40 tot 64 jaar en deze groep gebruikt Instagram een stuk

minder, namelijk 22%. De doelgroep die hier voornamelijk zal worden bereikt, zijn de mensen van 25 tot 39 jaar oud. Van deze groep gebruikt 27% dagelijks Instagram (Newcom, 2018).

Facebook

In Nederland maken 10,8 miljoen mensen gebruik van Facebook en waarvan 7,6 miljoen mensen dagelijks. Kijkend naar de doelgroep van Hipperz (leeftijdsgroep van 25 tot 34) valt deze in de Facebookgroep van 20 tot 39 jaar. In deze groep gebruikt 89% van de mensen facebook. Het andere deel van de Hipperz doelgroep (35 tot 55 jaar) valt deels binnen de Facebookgroep van 40 tot 64 jaar, waarvan 77% Facebook gebruikt (Newcom, 2018).

4.1.2 Via welke kanalen genereert Hipperz bezoek?

Hipperz genereert via meerdere kanalen traffic naar de website. De kanalen worden hieronder benoemd en kort toegelicht.

Paid Search: Dit zijn de bezoekers die binnen komen via advertenties. Dit kan zijn middels Adwords, maar ook bezoekers die via de advertenties op Facebook of LinkedIn op de website terecht komt (Google, Support, 2019).

Social: Gebruikers die via social media naar de website komen. Bezoekers klikken op een verwijzing die hen doorstuurt naar de website. Bekende social mediakanalen zijn Facebook, Instagram, Twitter en LinkedIn (Media, 2019).

Organic: Bezoekers die via google op de website komen. Google Analytics ziet een gebruiker als organisch zodra deze via een standaard zoekmachine bij de website is gekomen (Media, 2019).

Direct: Dit zijn bezoekers die direct het webadres intypen in de zoekbalk. Google rekent een websitebezoek ook als direct wanneer iemand de website heeft opgeslagen als bladwijzer en hierop klikt (Media, 2019).

Affiliates: Affiliate bezoekers worden via publishers verwezen naar de website. Publishers schrijven bijvoorbeeld een blog over de website en de bezoeker klikt hier op een verwijzing. In het geval van Hipperz schrijven publishers over een bepaald soort tas, hierin verwerken zij hyperlinks die doorlinken naar de website (daisycon, 2019).

Display: Al het verkeer dat op de website binnenkomt via een banner of display. Dit zijn vaak banners die bezoekers eraan herinneren dat zij dit al eerder hebben gezocht (Google, Support, 2019).

Refferal: Een refferal is wanneer een bezoeker op de website is gekomen door een verwijzing vanuit een externe bron. Bijvoorbeeld een hyperlink op een andere website. In het geval van Hipperz zijn dit blogs die over tassen schrijven, in deze blogs zijn hyperlinks verwerkt naar de website/productpagina's van Hipperz (Google, Support, 2019).

Email: Bezoekers die via een e-mail op de site komen, worden gerekend onder de categorie E-mail binnen Google Analytics. Denk hierbij aan nieuwsbrieven die verstuurd worden met een link naar de website (Google, Support, 2019).

Other: Het Other kanaal bevat het verkeer dat binnenkomt via een kanaal dat niet goed is ingesteld binnen Google Analytics. Dit kunnen campagnes zijn met een niet ingestelde naam-code (UTM-tagging).

4.1.3 Via welke kanalen genereert Hipperz het meeste bezoek?

Hipperz heeft in de periode van 01-04-2019 tot en met 17-12-2019 20.076 bezoekers op de website ontvangen. Vanuit Google Analytics is het onderstaande overzicht over genomen om af te lezen via welke kanalen de bezoekers naar de website van Hipperz komen.



Tabel 4 overzicht binnenkomst bezoekers Hipperz (Analytics, Hipperz, 2019)

Momenteel wordt vanuit IQ-Leads veel gedaan voor Hipperz binnen Google Ads en dit is terug te zien in de cijfers. Zo blijkt 45% van het verkeer binnen te komen via Paid search, of wel betaalde advertenties. Vervolgens komt 21,4% van de bezoekers via de social media kanalen van Hipperz. Dit houdt in dat bezoekers op de links klikken die bij berichten op social media geplaatst worden. Vervolgens komt 17,8% van de bezoekers binnen via organisch verkeer en 9,7% van de bezoekers komt door direct search op de website. Dit betekent dat zij via Google.nl zijn gekomen of direct Hipperz.nl in de URL-balk hebben ingevuld (Analytics, Hipperz, 2019).

Hipperz wordt minder gevonden via affiliate pagina's (2,3%), dit kunnen blogs zijn met een verwijzing naar de website. Daarnaast komt 1,9% van de bezoekers via een display banner naar de webshop, 1,7% via een verwijzing op een externe website, 0,12% via een e-mail link en 0,04% via naamloze campagnes (Analytics, Hipperz, 2019).

4.1.4 Via welke apparaten genereert Hipperz het meeste bezoek

Naast de kanalen is ook gekeken via welke apparaten de bezoekers naar de website van Hipperz komen. Deze gegevens zijn ook afkomstig van Google Analytics en hieronder weergegeven.

Bron	Procent	Gebruikers
Mobiel	63%	12.613
Desktop	23,05%	4.637
Tablet	13,94%	2.804

Tabel 5: Overzicht apparaat categorie Hipperz (Analytics, Hipperz, 2019)

4.1.5 Huidige strategie

In deze paragraaf staat beschreven welke strategie Hipperz hanteert in de markt. Deze strategie is ingevuld aan de hand van de vier p's van Kotler (2013). Dit zijn product, plaats, prijs en promotie.

Product

Hipperz verkoopt voornamelijk tassen, welke te onderscheiden zijn in diverse groepen. Bijvoorbeeld weekendtassen, laptotassen en rugzakken. Hipperz verkoopt daarnaast ook portemonnees. Deze producten worden ingekocht bij de leveranciers van de merken waarmee Hipperz samenwerkt.

Plaats

Hipperz is enkel online actief en daarom verkopen zij hun producten via hun eigen website en via bol.com. Bol.com is een platform dat actief is op de Nederlandse en Belgische markt. Hipperz levert dan ook vooral aan de Nederlandse en Belgische markt. Zij oriënteren zich dan ook nog niet op andere landen.

Prijs

Hipperz biedt diverse soorten tassen aan tegen concurrentie georiënteerde prijzen. Dit houdt in dat Hipperz de prijzen die concurrenten hanteren als uitgangspunt neemt. (Muilwijk, 2018)

Promotie

Hipperz zet diverse promotiemiddelen in om naamsbekendheid te creëren en haar boodschap te verspreiden. Hieronder is te lezen welke middelen er offline/online worden ingezet.

Online-promotie

Om online consumenten te bereiken gebruikt Hipper ze volgende middelen:

- Sociale Media;
- E-mailmarketing;
- Nieuwsbrieven;
- Website.

Social Media

In dit onderzoek wordt onder andere gekeken naar hoe de concurrentie de (zelfde) doelgroep bereikt, daarom moet dit ook voor Hipperz in kaart gebracht worden. Hipperz is actief op Facebook en Instagram.

- Aantal volgers Instagram: 350
- Aantal volgers Facebook: 1442
- Aantal berichten: gemiddeld twee keer per week. Dit is gemeten vanaf de overname in Februari 2019.

Daarnaast deelt Hipperz ook berichten in de verhaallijn van Instagram. Deze berichten verdwijnen ,tenzij Hipperz deze opslaat en archiveert. Ook hier deelt Hipperz gemiddeld twee berichten per week.

4.1.6 Sterktes en zwaktes

De belangrijkste sterke en zwakte punten van Hipperz zijn in kaart gebracht aan de hand een gesprek met de eigenaresse Carolyne en verder aangevuld met deskresearch.

Sterktes:

- Hipperz beschikt over een ruim aanbod per productcategorie;
- Assortiment is ook te koop bij Bol.com;
- Per productcategorie, merk en product is een uitgebreide omschrijving gemaakt;
- Snelle levering, namelijk voor 23.59 besteld? Morgen in huis;

Zwaktes:

- Geen fysiek contactpunt voor de consument;
- Het assortiment is vele maler kleiner dan bij de concurrentie;
- Relatief onbekend in de markt.

4.1.7 Huidige omzet Hipperz

Zoals eerder beschreven is Hipperz ook actief op Bol.com. Hier genereert Hipperz dan ook 65% van haar omzet. Deze gegevens zijn van de periode: 12-02-2019 tot en met 31-12-2019. De resterende 35% van de omzet genereert Hipperz via haar eigen webshop.

Dit is af te lezen in de backoffice van Hipperz, hiervoor gebruiken zij het programma Lightspeed. Hierin komen alle orders binnen, zowel via bol.com als via de webshop zelf (Lightspeed, 2019).

Orders	Bol.com	Hipperz.nl	Totaal
Aantal	498	269	767
Percentages	65%	35%	100%

Tabel 6: Orders Hipperz verdeling (Lightspeed, 2019)

Orders per maand

Maand	Bol.com	Hipperz.nl
Februari	5	4
Maart	19	11
April	23	21
Mei	56	28
Juni	78	33
Juli	40	18
Augustus	51	25
September	51	35
Oktober	41	27
November	45	38
December	89	29

Tabel 7: Orders Hipperz per maand (Lightspeed, 2019)

4.1.8 Review analyse

Voor het schrijven van reviews door consumenten gebruikt Hipperz het reviewprogramma Kiyoch. De volgende gegevens zijn vanuit dit programma afkomstig en opgehaald uit de periode vanaf de oprichting tot oktober 2019.

Hipperz scoorde in de laatste 12 maanden (oktober 2018 – oktober 2019) een 9,8 op een schaal van 1 tot 10. Daarbij moet vermeld worden dat er slechts vier reviews in de afgelopen 12 maanden zijn geplaatst. Verder scoort Hipperz een totaalscore van een 9,1 uit totaal 855 reviews. Dit geeft aan dat klanten erg tevreden zijn als zij iets bestellen bij Hipperz. Voor de reviews wordt gevraagd of de klant het bedrijf aanbeveelt, wat zij vinden van de kwaliteit, communicatie, snelheid en betrouwbaarheid en of afspraken nagekomen worden (Kiyoh, 2019).

4.2 Trends en ontwikkelingen

In deze paragraaf worden trends en ontwikkelingen beschreven die relevant zijn voor dit onderzoek.

4.2.1 Micro-influencers

Er zijn twee soorten influencers: de top-influencers en de micro-influencers. Die laatste groep heeft – in tegenstelling tot de top-influencers – een minder grote achterban. Hun bereik ligt ongeveer tussen de 5.000 en 10.000 volgers en zij focussen zich vaak op een specifiek onderwerp wat zij met hun volgers delen. Kenmerkend voor deze influencers is dat hun achterban zeer trouw is, wat ertoe leidt dat zij veel meer authentieke en waardevolle connecties met hun publiek kunnen maken. Vanwege deze geloofwaardigheid is de inzet van micro-influencers vaak doeltreffender voor het verhogen van conversies (Join marketing, 2019) en worden zij daarmee steeds populairder voor bedrijven om mee samen te werken. Aan de andere kant worden top-influencers minder populair. Hun geloofwaardigheid daalt, omdat de match tussen hen en het bedrijf/product vaak niet optimaal is (Kerkhofs, 2019).

4.2.2 Personalisatie

Om het conversiepercentage te verhogen, wordt steeds vaker gebruik gemaakt van personalisatie. Het grootste voordeel van personalisatie is dat de kans dat een organisatie bezoekers omzet tot klanten hoger is. Dit komt omdat het bericht dat zij te zien krijgen, afgestemd is op de individuele bezoeker (linden, 2019).

Bhargava (2016) heeft in een onderzoek aangetoond dat 79% van de consumenten zich gefrustreerd voelen als de inhoud niet is afgestemd op hun voorkeuren. Dit geeft aan dat consumenten personalisatie verwachten. Gepersonaliseerde e-mailcampagnes hebben 29% hogere *open rates* en 41% hogere *click-through rates* ten opzichte van traditionele e-mails zonder enige vorm van personalisatie (linden, 2019).

Het voordeel van gepersonaliseerde marketing is de controle om een specifieke groep klanten te bereiken. Door het verzamelen en gebruiken van gebruikersgegevens, ben je als organisatie beter gepositioneerd om relevante en effectieve e-mailcampagnes te creëren voor een specifieke doelgroep op basis van hun koopgewoonten, interesses en gedrag (linden, 2019).

4.2.3 Instagram stories

Het gebruik van Instagram *stories* is in 2019 gestegen, maar zal in 2020 nog verder groeien. Het fijne aan *stories* is dat de kijker al geïnteresseerd is in de desbetreffende organisatie en de *story* zal door een groot deel van de (potentiële) volgers bekeken worden. Daarom bieden *stories* veel mogelijkheden voor webshops. Om de drie á vier *stories* verschijnt een advertentie. Een groot deel van de story-kijkers heeft dit niet direct door en daardoor worden de advertenties vaak langer bekeken. Hierbij is het van belang dat de *story ads* zo goed mogelijk passen binnen het segment (Baas, 2018).

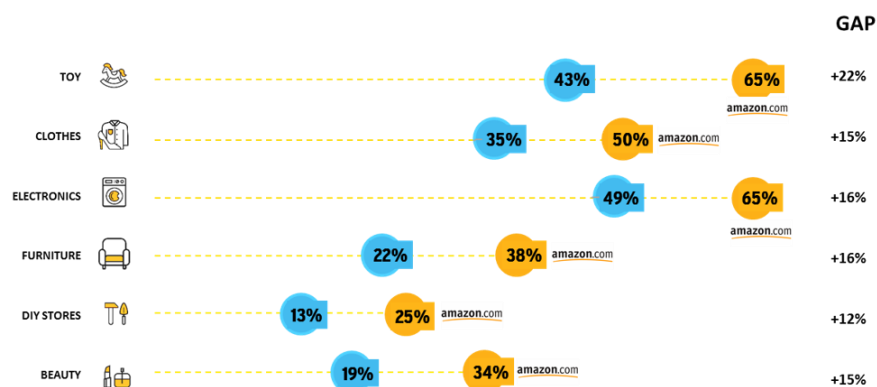
Met Instagram doorloopt de consumenten de marketing *funnel* steeds sneller. Bezoeken, boeien, beslissen en bestellen komt allemaal samen in één. Door product *tags* toe te voegen aan de Instagram *story*, ziet de consument het product en kan direct doorklikken naar de webshop (Baas, 2018).

4.2.4 Amazon.nl

Vanaf 2020 komt het online verkoopplatform Amazon naar Nederland. Op basis van een onderzoek naar het koopgedrag van Nederlanders is bepaald wat de impact van Amazon.nl zal worden in Nederland (steen, 2019).

Waar nu nog 58% van alle spullen in fysieke winkels worden gekocht, zal dit percentage verschuiven naar 55% online aankopen en nog maar 45% in fysieke winkels. Ook zullen meer klantreizen online beginnen. In 2019 was dit nog 57%, maar naar verwachting zal dit stijgen naar 74% (steen, 2019).

In onderstaand figuur is het online koopgedrag per categorie af te lezen. Hierin is Nederland (blauw) tegenover Amazon-landen (oranje) is afgezet. Het is duidelijk dat Amazon het online koopgedrag stimuleert. Niet alleen bij Amazon zelf, maar ook bij andere online winkels (steen, 2019).



Figuur 9: De impact van Amazon (steen, 2019)

Amazon verandert ons koopgedrag

Amazon.nl kan een flinke impact gaan hebben op het Nederlandse koopgedrag. Het kan ervoor zorgen dat de klantreizen vaker online beginnen, het online zoekgedrag en koopgedrag stijgt en dat de consumenten zich vaker online gaan oriënteren, voorafgaand aan een aankoop (steen, 2019).

4.2.5 Duurzaam verzenden

Maatschappelijk verantwoord ondernemen wordt steeds belangrijker. Een onderdeel van duurzaam ondernemen is sinds kort het duurzaam verzenden. Een voorbeeld van een winkel dat vanaf heden een duurzame verzendoptie aanbiedt, is Omoda. Bestellingen worden daar in een ecobox verzonden. Dat is een kunststof verzenddoos die meer van 50 keer hergebruikt kan worden. Na 50 keer te zijn gebruikt krijgt de ecobox een tweede leven als Omoda draagtas. Klanten die deze optie kiezen, betalen 4,95 euro statiegeld. Sinds de start zijn de klanten volgens Omoda (2019) enthousiast en geven zij aan dit voortaan als verzendoptie te kiezen.

Innovatieve inpak machine

Daarnaast heeft Omoda ook een nieuwe inpakmachine. Deze machine lijmt de deksel op de gevulde verzenddoos op exacte hoogte van de schoenendoos die erin zit. Dit zorgt voor 46% minder lucht in de pakketjes, wat resulteert in kleinere pakketjes, waardoor meer ruimte overblijft in vrachtwagens. Waar er voorheen vier vrachtwagens nodig waren, zijn dat er nu nog maar drie. Op jaar basis zorgt dit ervoor dat 130,6 ton minder CO₂ uitgestoten wordt (Omoda, 2019).

4.3 Analyse concurrentie

In de concurrentieanalyse zijn verschillende online webshops meegenomen. Deze concurrenten hebben ook fysieke winkels, maar omdat Hipperz enkel online opereert wordt hier alleen gekeken naar de online kant van de meegenomen concurrentie. In de onderstaande tabel staan de vijf concurrenten die in dit onderzoek zijn geanalyseerd.

Concurrentie
Travelbags
The Bag store
Little Greenbags
Duifhuizen
van Os tassen

Tabel 8: Concurrentie Hipperz

Variabelen

In de concurrentieanalyse zal het assortiment, de prijs en de service worden vergeleken. Deze analyse is gemaakt aan de hand van de strategiekeuzes van Treacy en Wiersema (2019). Daarnaast komen deze elementen ook naar voren in de kwalitatieve interviews.

Variabelen die onderzocht zijn
Assortiment
De prijs
Service
Social media

Tabel 9: Variabelen die onderzocht zijn

4.3.1 Assortiment

Bij de analyse van het assortiment is gekeken naar de breedte van het assortiment van de concurrentie. Hipperz heeft zelf 480 producten in haar assortiment, onderverdeeld in 17 categorieën. Onder categorieën vallen bijvoorbeeld: clutches, portemonnees, laptotassen en weekendtassen.

	Artikelen	Categorieën
Hipperz	480	17

Concurrent	Artikelen	Categorieën
Travelbags	15.000	35
The bag store	4.100	17
The little green bag	5.000	12
Duifhuizen	6.000	30
Van Os tassen	4.000	29

Tabel 10: Concurrentie assortiment

4.3.2 Prijs

Om de prijs te analyseren zijn drie producten van Hipperz gekozen. Deze prijs van de gekozen producten zal worden vergeleken met de vijf concurrenten.

De volgende producten zijn gekozen met bijbehorende artikelcodes:

1. Micmagbags Wildlife Schoudertas Bruin: 100504208.1
2. The Chesterfield Brand Rugzak Rich Cognac: C58.015731
3. MYK. Focus laptop 13 inch: 512000190.1

Tas	Hipperz	Travelbags	The bag store	The little green bag	Duifhuizen	Van Os tassen
1.	119,95	-	119,95	-	119,95	-
2.	179,95	179,95	-	-	-	-
3.	159,95	-	-	-	159,95	-

Tabel 11: Prijsoverzicht concurrenten

Hieruit blijkt dat Hipperz producten voor een marktconforme prijs verkoopt. Daarnaast valt op dat Hipperz een specifiek assortiment heeft die niet iedere concurrent verkoopt.

4.3.3 Service

Bij service is gekeken naar bereikbaarheid, verzendkosten, bedenktijd, levertijd en retournering.

	Bereikbaarheid	Verzendkosten	Bedenktijd	Levertijd	Retournering
Hipperz	Ma. tot Vr. 8.30 t/m 18.00	Gratis verzendkosten	30 dagen	Voor 23.59 = morgen in huis	Gratis

Concurrent	Bereikbaarheid	Verzendkosten	Bedenktijd	Levertijd	Retournering
Travelbags	Ma. tot Vr. 8.30 t/m 21.00 & Za. 10.00 tot 15.00	Gratis vanaf €20,-	30 dagen	Voor 23.59 = morgen in huis	Gratis
The bag store	Ma. tot Vr. 09.00 t/m 17.00	Gratis vanaf €50,-	14 dagen	Voor 22.00 = morgen in huis	Gratis
The little green bag	Ma. tot Vr. 10.00 t/m 18.00 & Za. 10.00 tot 18.00	Gratis vanaf €20,-	30 dagen	Voor 23.00 = morgen in huis	Gratis
Duifhuizen	Ma. tot Vr. 10.00 t/m 20.00 & Za. 09.00 tot 13.00	Gratis vanaf €39,95	30 dagen	Voor 21.30 = morgen in huis	Gratis
Van Os tassen	Ma. tot Wo. 09.00 tot 18.00, Do & Vr. 09.00 tot 21.00 & Za 09.30 tot 14.00	Gratis vanaf €39,95	100 dagen	1-4 werkdagen	Gratis

Tabel 12: Serviceoverzicht concurrenten

4.3.4 Social media

De social media activiteiten van de concurrentie zijn ook met elkaar vergeleken. Hierbij is gekeken naar hoe regelmatig de concurrentie een bericht plaatst en op welke platforms. De focus ligt hierbij op Instagram en Facebook, omdat Hipperz hier zelf actief op is en zich hieraan kan meten. De volgende gegevens zijn vanaf het afgelopen half jaar (01-05-2019 tot 1-11-2019).

	Instagram volgers	Facebook volgers	Post per week Instagram	Post per week Facebook
Hipperz	353	1.503	2	2

	Instagram volgers	Facebook volgers	Post per week Instagram	Post per week Facebook
Travelbags	5.000	28.479	1	3
The Bag store	10.000	11.755	5	1
The Little Green Bag	6.266	26.490	6	6
Duifhuizen	5.449	15.000	4	2
van Os tassen	2.367	8.555	4	4

Tabel 13: Concurrentieoverzicht social media

H5 Resultaten Fieldresearch

In dit hoofdstuk staan de belangrijkste resultaten van de uitgevoerde fieldresearch beschreven. Het onderzoek is uitgevoerd doormiddel van diepte-interviews, deze zijn gehouden met twee groepen respondenten:

- Bestaande klanten van Hipperz die in de afgelopen twee jaar bij Hipperz een aankoop hebben gedaan.
- Potentiële klanten uit de eerder geformuleerde steekproef (zie paragraaf 3.3.1).

De topiclijst met vragen staat in bijlage twee en de volledige antwoorden zijn te vinden in de analyseschema's.

5.1 Aankoopredenen

De meest genoemde reden waarom respondenten een nieuwe tas kopen is vanwege het uiterlijk van die tas, acht mensen geven dit aan. Vaak vonden zij deze 'gewoon mooi', liepen zij er spontaan tegenaan (ook online) of kochten zij er een omdat deze past bij een outfit. De reden die hierop volgt is dat mensen een nieuwe tas kochten, omdat zij er een uit noodzaak nodig hebben. Bijvoorbeeld omdat oude tassen oud, lelijk of kapot zijn. Ook benoemd een enkele respondent een nieuwe tas uit praktische overwegingen aan te schaffen; *"Bijvoorbeeld een kleinere tas om mee te nemen in mijn vrije tijd"* (Respondent 14). Als derde reden worden speciale gelegenheden, zoals een bruiloft of kerstgala, benoemd. Overige redenen die nog worden benoemd, zijn: werk, dagelijks gebruik, vakantie, uitgaan en school.

Daarnaast is ook aan de respondenten gevraagd of zij wel eens een tas als cadeau voor iemand kopen. Het merendeel (11 respondenten) geeft aan dit niet te doen, omdat zij het lastig vinden om te bepalen wat iemands smaak is. De andere vijf respondenten hebben wel eens een tas of portemonnee als cadeau gekocht, maar vaak omdat ze wisten wat iemand wilde hebben. De volledige antwoorden zijn terug te vinden in analyseschema vier.

5.2 Oriëntatie

Bijna alle potentiële klanten geven aan hun zoektocht te starten via Google.nl. Slechts twee respondenten gaat direct naar de webshop van zijn of haar favoriete tassenwinkel. Eenmaal op Google zoeken de meeste respondenten (zeven van de acht) naar een specifieke tas. Zo zegt respondent zes hierover: *"Ik start op google en tik het type tas in dat ik wil. In dit geval dan die rugtas"*. Slechts een tweetal respondenten zegt hier ook een specifiek merk bij te zetten. Alle respondenten die via Google zoeken klikken vervolgens op een van de bovenste websites, omdat dit vaak de bekende webwinkels zijn. Respondent een geeft bijvoorbeeld aan: *"ik open een van de eerste hits om daarop verder te kijken. Of ik kijk naar welke bekende winkels in de resultaten verschijnen"*. De volledige antwoorden zijn terug te vinden in analyseschema een.

5.2.1 Informatie

Aan de potentiële klanten is gevraagd welke informatie zij op een website belangrijk vinden. Hierbij is gevraagd naar productinformatie, reviews, en informatie over levering, retourneren, bezorging en betalen. Door middel van scores hebben de respondenten aangegeven in welke mate zij bepaalde informatie belangrijk vinden. Hierbij was één totaal niet belangrijk en een vijf zeer belangrijk. Het overzicht van de scores is hieronder in volgorde van hoog naar laag weergegeven.

	Product-informatie	Informatie over bezorgkosten	Informatie over retourbeleid	Reviews	Informatie over de levering	Informatie over betaalopties
1.	5	5	5	4	4	3
2.	5	4	3	4	3	2
3.	5	5	5	5	4	3
4.	5	3	5	5	3	1
5.	5	4	4	4	4	2
6.	5	5	4	5	5	2
7.	5	4	4	3	2	2
8.	5	4	2	1	3	5
Gemiddelde score	5	4,25	4	3,9	3,5	2,5

Tabel 14: Score informatie website

Uit de scores en antwoorden blijkt dat de respondenten de productinformatie het meest belangrijk vinden op een website. Zij vinden dit essentiële informatie vinden, omdat de producten in een webwinkel niet tastbaar zijn. Respondent vijf zegt hierover: *“in een winkel kun je de tas zelf bekijken en oordelen of die voldoet, maar online kan dat natuurlijk niet”* en Respondent acht geeft aan dat: *“dit soort punten moeten duidelijk zijn om een goed beeld van de tas te hebben”*.

De respondenten willen een zo uitgebreid mogelijke beschrijving van de tassen, veel hierbij benoemd is: de kleur(en), binnenkant tas, afmeting, rits, prijs en materiaal. Daarnaast vindt de helft van de respondenten productfoto's belangrijk om een goed beeld van de tas te krijgen.

Vervolgens vinden de respondenten informatie over de bezorgkosten belangrijk. Ze willen op voorhand weten of zij voor de verzending moeten betalen. Daarna volgt informatie over het retourbeleid, waarbij het vooral gaat om het weten hoe het retourneren moet en hoe lang zij hiervoor de tijd hebben.

Reviews zijn daarop volgend het meest belangrijk. Bij reviews gaat het vooral over de mening van andere mensen over de webshop (is deze betrouwbaar?) en/of producten (zijn van goede kwaliteit?). Zo zegt respondent drie hierover: *“ik vind het belangrijk dat ik kan lezen wat andere mensen van de webshop/producten vinden. Hieraan kan ik opmaken of ik iets wel of niet moet kopen, of de webshop betrouwbaar is”*. Opvallend is dat hierbij twee respondenten aangeven dat reviews slechts een mening zijn en niet voor iedereen gelden. Zo zegt respondent zeven: *“Wel belangrijk, maar niet doorslaggevend, het is vaak iemands persoonlijke mening, dan hoef jij dat nog niet zo te vinden”*.

Vervolgens is informatie over de levering voor de respondenten ook belangrijk. De respondenten vinden het fijn om te weten hoe de bestelling wordt geleverd, wanneer en waar (bijvoorbeeld thuis of bij een afleverpunt).

Als laatste volgt informatie over de betaalopties. De meeste respondenten gaan ervan uit dat betalen met iDeal mogelijk is en dit doen zij dan ook het liefst. *“Ik betaal het liefst met iDeal en dat is bij de meeste wel mogelijk”* aldus respondent vijf. Andere opties die benoemd worden, zijn achteraf betalen, eventueel met PayPal, en creditcard.

De volledige antwoorden zijn te vinden in de analyseschema's zes tot en met 11.

5.2.2 Bekendheid Hipperz

Geen van alle potentiële klanten heeft aangegeven bekend te zijn met Hipperz. De volledige antwoorden zijn terug te vinden in analyseschema twee.

5.2.3 In contact gekomen met Hipperz

Aan de huidige klanten van Hipperz is gevraagd hoe zij Hipperz gevonden hebben. Hierbij is zijn diverse antwoorden gegeven. Zo geven twee respondenten aan Hipperz via een familielid gevonden te hebben en twee andere zeggen Hipperz via vrienden gevonden te hebben. Respondent 10 zegt hierover: *“Mijn nicht had daar een hele mooie tas besteld en toen ben ik zelf ook gaan kijken”*. Drie andere respondenten geven aan Hipperz via Bol.com, Google.nl en Instagram gevonden te hebben. Een respondent gaf aan de eigenaresse van vroeger te kennen en via haar op de Facebookpagina van Hipperz te zijn gekomen; *“Ze deelt daar wel eens berichten van Hipperz en uit nieuwsgierigheid ben ik daar eens een kijkje gaan nemen”* (Respondent 14).

De volledige antwoorden zijn te vinden in analyseschema drie.

5.3 Social media

Aan de potentiële klanten is gevraagd op welke social media kanalen zij actief zijn. Hieruit is gebleken dat iedereen op Facebook actief is en, op een enkeling na, ook iedereen op Instagram actief is. Een klein aantal respondenten is ook op Snapchat, Linked-In en Pinterest actief. Op de vraag of zij wel eens op advertenties klikken antwoorden slechts twee respondenten met ja en geven vier respondenten aan dit soms wel eens te doen. Of zij op de advertenties klikken is afhankelijk of de inhoud van de advertentie hun aanspreekt (lees: leuk, mooi of interessant) en dus aan hun persoonlijke voorkeuren voldoet, dan willen zij er wel op klikken en verder kijken. Respondent drie zegt hierover: *“als het producten zijn die mij aanspreken dan klik ik erop. Bijvoorbeeld een aantrekkelijke prijs of leuke afbeeldingen”*. Er zijn twee respondenten die aangeven nooit op advertenties te klikken, omdat zij deze als irritant ervaren en het gevoel hebben te worden lastig gevallen.

De volledige antwoorden zijn te vinden in analyseschema 12.

5.4 Verwachtingen webshop

Aan alle respondenten is gevraagd wat hun verwachtingen zijn met betrekking tot een webshop die dit soort assortiment verkoopt. De verwachting die door de helft van de respondenten werd benoemd is een overzichtelijke website; *“een overzichtelijke webshop waarin je snel vindt wat je zoekt”* (Respondent vier). Gevolgd door een goede (prijs-)kwaliteit, snelle levering, goed werkende website, goede productbeschrijvingen met mooie foto's, een ruim assortiment, goede service, betrouwbare website en makkelijk retourbeleid. Slechts een enkele respondenten geven aan gratis verzending, duidelijke prijzen, advies over producten en diverse betaalopties te verwachten.

De volledige antwoorden zijn te vinden in analyseschema vijf.

5.4.1 Indruk Hipperz

Aan de huidige klanten van Hipperz is gevraagd wat hun eerste indruk van de website was. Hierbij geven alle respondenten aan een positieve indruk van Hipperz te hebben. Zeven respondenten noemen overzichtelijk als grootste pluspunt van de website, gevolgd door de simpele, rustige, frisse en gebruiksvriendelijke lay-out van de website. Zo zegt respondent 14: *“Dat het heel overzichtelijk is met snelle zoekfuncties en dat ze geen schreeuwende kleuren hebben gebruikt”*. Daarnaast is nog benoemd dat Hipperz goede product omschrijvingen met goede foto's heeft, betrouwbaar overkomt en een divers aanbod heeft.

De volledige antwoorden zijn te vinden in analyseschema 13.

5.4.2 Ervaring bij Hipperz

Vervolgens is ook aan de huidige klanten gevraagd of hun indruk van Hipperz overeenkomt met wat zij op voorhand verwachten van een webshop. Alle respondenten hebben hierop positief gereageerd met als voornaamste reden dat ze Hipperz een overzichtelijke website vinden. Daarnaast werd benadrukt dat Hipperz betrouwbaar is, goed levert en goede kwaliteit verkoopt. Respondent 15 zegt hierover: *“Hipperz verkoopt tassen van een bepaalde kwaliteit, hebben keus genoeg en de tassen passen bij deze tijd”*. Als laatste wordt ook benoemd dat Hipperz een ruim assortiment, mooie productfoto's en goede service heeft. Zo geeft respondent 13 aan dat: *“de producten komen goed tot zijn recht op het scherm. En als ik vragen heb, krijg ik snel reactie”*.

De volledige antwoorden zijn te vinden in analyseschema vijf.

5.4.3 Verbeterpunten website

Aan de huidige klanten is gevraagd of zij nog verbeterpunten voor de website en service van Hipperz hebben. Vier respondenten geven aan geen verbeteringen voor de website te hebben en hier al tevreden over zijn. De andere vier geven wel een aantal verbeterpunten mee. Twee van hen geven aan dat de mobiele versie van de website nog niet optimaal werkt; *“de mobiele versie lijkt nog een beetje op een opgekropte website van pc”* (Respondent negen). In de mobiele versie staan de tassen onder elkaar weergegeven, waardoor het minder overzichtelijk is en langer duurt om alle tassen te bekijken. Respondent 12 geeft als verbeterpunt aan dat bij alle foto's een foto met model en tas geplaatst moet worden, om zo een betere inschatting te kunnen maken van het formaat tas; *“soms als een kleine tas op de foto staat kan die heel groot lijken. Dus als je dan een menselijk model erbij hebt, kan je beter inschatten hoe groot de tas werkelijk is”*. Als laatste geeft een respondent aan dat mogelijk de witte achtergrond kleur verandert kan worden, maar geeft hierbij zelf aan dat dit een kwestie van smaak is. Wat betreft de service heeft geen van de respondenten verbeterpunten. Respondent 15 geeft hierover aan; *“tas wordt als een cadeautje verpakt, dat is echt een dikke plus”*.

De volledige antwoorden staan in analyseschema 14.

5.5 Reden tot aankoop bij Hipperz

Aan de huidige klanten is gevraagd waarom zij een aankoop bij Hipperz hebben gedaan. De meeste respondenten geven aan dat de goede prijs doorslaggevend was. Daarnaast zijn ook aanbevelingen van andere mensen en gratis en snelle verzending benoemd als redenen. Respondent 11 zegt hierover: *“Door de tip van mijn vriendin. Daarnaast zijn het mooie tassen voor een goede prijs en de service is goed”*. Enkele respondenten benoemde nog het retourbeleid, betrouwbaarheid, service en gemak als redenen om bij Hipperz te bestellen. Daarnaast is ook gevraagd of zij in de toekomst nog een keer bij Hipperz willen bestellen en alle respondenten hebben aangegeven zeker bij Hipperz te gaan kijken.

De volledige antwoorden staan in analyse schema 16.

5.6 Reviews

Het merendeel van de respondenten (14 respondenten) geeft aan geen reviews achter te laten na hun bestelling. Hiervoor hebben zij verschillende redenen; respondenten doen dit nooit, hebben geen tijd, denken er niet aan of zijn het vergeten, kost te veel moeite of ze twijfelen aan het nut ervan. Zo zegt respondent 14: *“daar had ik op dat moment geen tijd voor. Maar eigenlijk doe ik dat nooit”*. Aan deze respondenten is gevraagd of zij een herinneringsmail en/of direct voordeel helpt om wel een review achter te laten. Zes respondenten geven aan na een herinneringsmail misschien wel een review achter te laten en slechts één respondent geeft aan dat dit niet zal werken. Een direct voordeel, zoals korting, geeft ongeveer een gelijk resultaat. Dit zou één respondent wel overhalen, één respondent niet en vier respondenten mogelijk wel. Respondent negen geeft een tip voor een kortingscode: *“Maar wel met een wat langere tijd om die te gebruiken, want zo'n tas koop je niet zo snel weer”*.

Twee van de huidige klanten van Hipperz hebben wel een review achter gelaten met als voornaamste reden om andere mensen te informeren. Daarnaast geeft respondent 15 ook als reden aan: *“Als een soort bedankje naar de eigenaren. Zij mogen ook wel eens horen dat ze het heel goed doen”*. De volledige antwoorden staan in analyseschema 15.

5.7 Stellingen met showcards

5.7.1 Invloed Cialdini

Aan de respondenten is gevraagd in welke mate de principes van Cialdini invloed hebben op het aankoopproces. De scores zijn weergegeven in tabel 15.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	Gem.
Sociale bewijskracht	3	3	3	3	3	2	2	1	3	3	3	3	2	3	2	3	2,63
Autoriteit	3	1	3	3	1	3	1	3	3	3	2	3	2	3	2	1	2,31
Schaarste	2	1	1	1	1	3	1	3	2	3	1	1	1	2	3	1	1,69
Loyaliteit	3	2	1	1	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	2,38
Sympathie	3	1	2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2,5
Wederkerigheid	3	2	3	2	1	2	1	2	3	3	2	2	3	2	3	2	2,25
Eenheid	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	2	2	1	1	1	1,44

Tabel 15: Scores invloed principes Cialdini

Uit de resultaten blijkt dat sociale bewijskracht de meeste invloed op respondenten heeft. Op een enkele respondent na ervaart iedereen de mening van andere als iets positiefs. Zeven respondenten geven hierbij aan vrienden en familie als betrouwbare bron te ervaren. Vier respondenten geven aan de mening van anderen te waarderen, maar vaak toch nog hun eigen plan te trekken; *“zelfs al komt het van goede vrienden af, dan kan ik er alsnog anders over denken”* (Respondent 13).

Onder autoriteit wordt de kennis en ervaring van een webshop verstaan. Deze scoren de respondenten iets lager, wat inhoudt dat een aantal van hen dit minder belangrijk vindt. Tien respondenten geven aan dat dit wel invloed op hun keuze heeft, met als voornaamste redenen: 1) als er iets fout gaat, kan de webshop beter helpen, 2) ze weten waarover ze praten, en 3) ze geven beter advies en meer informatie. Zo stelt respondent zes: *“fijn als er iemand is aan wie je je vraag kunt stellen waarvan je zeker weet dat diegene er ook verstand van heeft”*. Drie respondenten reageren neutraal, wat inhoudt dat zij dit enigszins belangrijk vinden, maar dat dit geen doorslaggevende rol heeft. De overige drie respondenten geven hier weinig om.

Schaarste speelt slechts een kleine rol in de keus van de respondenten. Elf respondenten geven aan dat dit geen invloed op hun keuze heeft, met als redenen dat zij liever bedenkijd willen, dat het hen niet uitmaakt of een product snel uitverkocht is of dat zij niks geven om exclusieve producten. Zo geeft respondent vier aan dat: *“Als de tas er dan niet meer is, dan heb ik gewoon pech”*. De overige respondenten geven wel aan sneller hun keus te maken als er weinig voorraad is; *“Dan zou ik juist wel snel bestellen, maar eerst even kijken of je dan makkelijk kunt retourneren”* (Respondent drie). Of als een product exclusief is; *“dat ik dan een van de weinige ben die een bepaalde tas heeft, dat vind ik wel gaaf”* (Respondent 15).

Loyaliteit en sympathie voor merken liggen dicht bij elkaar en dit blijkt ook uit de cijfers die respondenten hiervoor hebben gegeven. Bij loyaliteit geven 11 respondenten aan dat zij bij hun aankoop eerst bij vertrouwde merken kijken. Vier respondenten geven hierbij wel aan dat zij niet uitsluiten om ook wel eens bij andere merken te kijken; *“als het een goede verkoper is, blijf ik wel terug komen. Maar het wil niet zeggen dat ik nooit bij de burens zou kijken”* (Respondent 10). Van de overige respondenten reageren drie respondenten hier neutraal op en zeggen altijd bij diverse merken te kijken en twee respondenten geven aan dit totaal niet belangrijk te vinden; *“ik koop meer wat ik leuk vind”* (respondent vier). Als het over voorkeuren gaat, is een soort gelijke verdeling te zien. Hierbij geven 12 respondenten aan bepaalde voorkeuren te hebben; *“ik heb voor alles voorkeuren, merken,*

kleuren, vormen” (Respondent 12). Daarnaast geven twee respondenten aan hier neutraal tegen over te staan en twee respondenten geven aan hier weinig waarde aan te hechten.

Bij wederkerigheid lopen de meningen van de respondenten uiteen; zes respondenten geven aan hier wel iets in te zien als er korting tegen over staat, vier respondenten willen hier niets voor doen en zes respondenten laten het antwoord in het midden; *“afhankelijk van hoeveel je ervoor moet doen”* (Respondent zes). Voorbeelden die zijn benoemd, zijn inschrijven voor een nieuwsbrief (twee respondenten wel, één niet en één misschien) en het invullen van een vragenlijst/interview (twee wel en één niet).

Het minst van invloed op de respondenten is eenheid, of wel het ‘groepsgevoel’. Het merendeel van de respondenten (12) geeft aan hier niets voor te voelen, waarvan drie respondenten benoemen dat zij dit vroeger wel hadden; *“dat vind ik iets voor vroeger toen je op de middelbare school zat”* (Respondent twee). Van de overige respondenten geven twee respondenten aan dit een beetje belangrijk te vinden en twee respondenten dit heel belangrijk te vinden. Als het gaat over het volgen van trends geven vijf respondenten aan hier een beetje op te letten en twee respondenten hier totaal niet op letten. Zo stelt respondent negen: *“Ik vind het wel interessant om te zien wat in is en om dat dan ook te volgen”*.

De volledige antwoorden staan in analyseschema 19.

5.7.2 Invloed website veiligheid, privacy en betrouwbaarheid

Aan alle respondenten is gevraagd hoe belangrijk zij de veiligheid, privacy waarborging en website vertrouwen vinden bij het doen van online aankopen.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	Gem.
Veiligheid webshop	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Privacy waarborging	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2,7
Vertrouwen webshop	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

Tabel 16: Scores veiligheid, privacy en vertrouwen

Zowel de veiligheid als het vertrouwen scoren unaniem een 3. Dit geeft aan dat de respondenten dit heel belangrijk vinden en dit in hun keus, om ergens een aankoop te doen, meenemen. Opvallend is dat de respondenten geen onderscheid maken in factoren die voor hun bijdragen aan de veiligheid of het vertrouwen. Bij beide aspecten worden dezelfde factoren benoemd, maar dan in iets andere maten.

Waar de respondenten het meest opletten bij website veiligheid is het beveiligingsslotje in de zoekbalk en een webshop keurmerk. Vervolgens letten zij het meest op de lay-out van een website. Deze moet professioneel ogen; *“Als het er houtje-touwtje snel in elkaar geknutseld uitziet dan vertrouw ik het al minder”* (Respondent een). Gevolgd door duidelijke bedrijfsgegevens op de website, bijvoorbeeld een KvK-nummer, en of de verbinding beveiligd/privé is; *“Ik let dan op een veilige verbinding en dan niet alleen bij het afrekenen, maar ook de website zelf”* (Respondent 13). Als laatste werden nog de contactgegevens van een webshop en goed werkende website zonder foutmeldingen benoemd.

Als wordt gevraagd naar webshop vertrouwen kwamen dezelfde factoren naar voren en een aantal nieuwe factoren, zoals: slechte reviews, correct taalgebruik en naamsbekendheid van winkels. Respondent drie laat weten: *“dat een site in goed Nederlands staat, want een site met spelfouten daar ga ik ook aan twijfelen”*.

Privacy waarborging scoort iets lager, maar heeft wel degelijk een belangrijke invloed. Voor de meeste respondenten gaat het hierbij over dat zij niet willen dat hun persoonlijke gegevens bekend worden of in handen van criminele organisaties vallen; *“je wilt niet dat de verkeerde mensen met je bankgegevens of identiteit aan de haal gaan”* (Respondent 14). Waar de respondenten, naast het slotje in de zoekbalk, hierbij opletten zijn nieuwsberichten (of het niet al bekend is dat een bedrijf hier slordig mee

omgaat) en dat zij niet te veel persoonlijke informatie afgeven. Respondent 15 zegt hierover: *“Bijvoorbeeld mijn telefoonnummer geef ik soms niet, want voor pakketbezorging lijkt het mij niet heel relevant”*.

De respondenten die een twee hierbij scoren geven hierbij aan dat zij zich al voelen aangetast in hun privacy door bedrijven als Facebook en door cookies. Maar dat zij, zolang er zorgvuldig met de data wordt omgegaan, hierdoor niet belemmerd voelen om ergens te bestellen. Respondent drie zegt hierover: *“ik weet ook dat je door alle cookies sowieso minder privacy hebt. ... Dus voor mijn gevoel heb je niet super veel privacy meer tegenwoordig. En dat accepteer ik maar gewoon”*.

De volledige antwoorden zijn te vinden in analyseschema 17.

5.7.3 Factoren die de doelgroep weerhouden

Aan de respondenten is gevraagd in welke mate zij worden weerhouden in het doen van een online aankoop door de volgende factoren: geen contact met personeel, levertijden, beperkt assortiment en geen of slechte reviews. De scores zijn te vinden in de onderstaande tabel.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	Gem.
Geen fysiek contact met personeel	1	2	2	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1,4
Levertijd	3	4	4	3	2	4	3	3	5	1	5	2	1	4	1	4	3,1
Een beperkt assortiment	2	4	3	1	3	3	3	4	3	3	3	4	1	4	3	2	2,8
Geen of slechte reviews	4	4	3	5	4	3	3	1	4	3	4	4	3	5	5	3	3,7

Tabel 17: Scores, factoren die de doelgroep weerhouden

De respondenten hebben aangegeven dat het ontbreken van contact met winkelpersoneel geen belemmering voor hen vormt om online een aankoop te doen. Het merendeel van de respondenten geeft aan prima zelfstandig een product te kunnen bestellen op basis van de verkregen informatie. Slechts een tweetal respondenten geven aan het juist wel prettig te vinden om vragen in een winkel te kunnen stellen; *“Ik vind het prettig als er iemand is aan wie ik vragen kan stellen”* (Respondent zes). Een drietal respondenten geeft aan de klantenservice een goed alternatief te vinden om vragen te stellen; *“Als ik een vraag heb, kan ik die vaak ook online stellen”* (Respondent 10).

De levertijd blijkt voor veel respondenten redelijk doorslaggevend in hun keus om ergens te bestellen. Slechts vier respondenten verwachten hun bestelling snel in huis te hebben (twee á drie dagen), zeven andere respondenten wachten rustig af, zolang dit maar niet te lang duurt. Hierbij geven vier respondenten aan maximaal één week wachten en drie respondenten maximaal twee weken wachten. Slechts twee respondenten halen een product liever in de winkel als dat het snelst is.

De respondenten staan neutraal tegen over een beperkt assortiment. Dit is niet doorslaggevend in hun keus om ergens te bestellen. Het merendeel van de respondenten geeft aan dat als een webshop een tas verkoopt die past bij hun smaak, dat het hen niet uitmaakt hoeveel tassen de winkel verder aanbiedt. Slechts twee respondenten geven aan het niet prettig te vinden als een webshop weinig assortiment heeft. Zij geven aan het dan minder te vertrouwen; *“Dan denk je toch bij jezelf, klopt dit wel?”* (Respondent 13).

De reviews hebben de meeste invloed op de respondenten, zij geven hier de hoogste score. 14 respondenten geven aan geen aankoop te doen als er geen of slechte reviews zijn. De reviews dienen als een soort check op de producten (zijn deze van goede kwaliteit?) en op de website (is deze betrouwbaar?). Een viertal respondenten geeft aan dat het wel afhankelijk van de kwaliteit van de review is. Deze moet nuttige informatie bevatten; *“En ik kijk ook wel wat er in de reviews staat, is het een beetje redelijk of meer gezeur?”* (Respondent 10). De volledige antwoorden zijn te vinden in analyseschema 18.

H6 Conclusie

Aan de hand van de deelvragen en gevonden onderzoeksresultaten wordt in dit hoofdstuk antwoord gegeven op de probleemstelling. Daarnaast worden op basis van deze gegevens de hypothesen aangenomen of verworpen.

6.1 Conclusies deelvragen

De probleemstelling luidt als volgt:

Welke factoren spelen een rol bij de beslissing van de doelgroep om wel of niet over te gaan van het online aanschaffen van het assortiment binnen de online tassen -en koffermarkt?

6.1.1 Huidige situatie van Hipperz

Als eerste is de huidige strategie van Hipperz in kaart gebracht. Hipperz biedt diverse soorten tassen aan tegen concurrentie georiënteerde prijzen. Dit houdt in dat Hipperz de prijzen die concurrenten hanteren als uitgangspunt neemt. Daarnaast verkoopt Hipperz haar assortiment enkel online via haar eigen webshop en via het verkoopplatform Bol.com. De huidige omzet wordt voor 35% behaald door verkopen via de eigen webshop en voor 65% via Bol.com.

De doelgroep bestaat voornamelijk uit vrouwen in een leeftijdsgroep van 25 tot 54 jaar. Uit de fieldresearch blijkt dat Hipperz niet bekend is bij de potentiële consumenten en dat hier dus nog winst te behalen valt. Om de doelgroep te bereiken communiceert Hipperz via Google Adwords, Facebook, Instagram, e-mailmarketing en nieuwsbrieven met de doelgroep. Dit komt grotendeels overeen met de kanalen waarop Hipperz door consumenten gevonden wordt. Dit zijn: paid search, en via social en organisch zoeken. De minst effectieve middelen zijn display, referral en email.

Hipperz wordt door klanten hoog beoordeeld, namelijk met een 9,1. Echter, zijn er slechts vier reviews in de afgelopen 12 maanden (oktober 2018 tot en met oktober 2019) geplaatst. Uit de fieldresearch blijkt dat bestaande klanten van Hipperz tevreden zijn, maar niet altijd een review achter laten.

6.1.2 De concurrenten van Hipperz

Vijf concurrenten zijn geanalyseerd: Travelbags, The Bag store, Little Greenbags, Duifhuizen en van Os tassen. Concurrenten hanteren dezelfde marktconforme prijzen als Hipperz. Op het gebied van assortiment hebben zij alle vijf een ruimer aanbod. Qua service doet Hipperz niet onder aan de concurrenten. Tot slot op het gebied van social media plaatst Hipperz gemiddeld minder dan de concurrentie.

6.1.3 Oriëntatie doelgroep

Aan de doelgroep is gevraagd hoe zij hun online zoektocht naar (laptop)tassen en/of portemonnees starten. Hieruit blijkt dat zij allemaal hun zoektocht starten op het internet, specifiek op google.nl. Hier typen zij het model, kleur en/of merk in en kijken zij op de websites die verschijnen. Slechts twee respondenten gaan op het internet direct door naar hun favoriete webwinkel.

Eenmaal aangekomen op de website vindt de doelgroep productinformatie het meest belangrijk, gevolgd door informatie over de bezorging, retournering, reviews, levering en betaalopties.

6.1.4 Doelgroep bereiken

De doelgroep is het meest actief op Facebook en Instagram. Dit is positief voor Hipperz, omdat zij ook het meest op deze kanalen actief zijn. Slechts enkele respondenten gaven aan op advertenties te klikken, een aantal respondenten doet dit wel al en de rest nog niet.

De voornaamste reden waarom respondenten op de advertenties klikken is, omdat zij iets voorbij zien komen wat bij hun persoonlijke smaak past.

6.1.5 Wat zorgt ervoor dat het assortiment wordt aangeschaft door de doelgroep

De meest genoemde reden waarom respondenten een nieuwe tas kopen, is vanwege het uiterlijk van de tas. Gevolgd door noodzaak; respondenten hebben een nieuwe tas nodig, omdat de oude kapot of versleten is. De overige redenen dat respondenten een tas kopen, is voor speciale gelegenheden, werk, vakantie, uitgaan en school.

De respondenten zijn gevraagd naar hun basis verwachtingen van een online webshop met het (laptop)tassen en portemonnees in het assortiment. Op website niveau verwachten respondenten een overzichtelijke, goed werkende en betrouwbare website. Op service niveau verwachten de respondenten een snelle levering, een goed retourbeleid en goede service. Op product niveau verwachten de respondenten dat Hipperz een goede kwaliteit levert, een ruim assortiment heeft en goede productomschrijvingen met duidelijke foto's.

De factor die de respondenten weerhoudt van het overgaan tot aankoop op website niveau is het minimale vertrouwen in een website. Als de respondent vindt dat de website onveilig oogt haakt hij/zij af. Verder wil men zeker weten dat hun gegevens in goede handen zijn in verband met hun privacy. Als één van deze drie punten niet in orde blijkt te zijn, gaat de respondent niet door in het aankoopproces. Verder is het hebben van slechte reviews of geen reviews een reden dat de respondenten niet overgaan tot aankoop, gevolgd door het hanteren van een lange levertijd.

Bij Hipperz geeft de prijs de doorslag voor de respondenten om daar hun aankoop te doen. Daarnaast dragen goede aanbevelingen van vrienden en familie daaraan bij. De goede service en het gemak van het bestellen geeft de huidige klant reden tot terugkeer bij Hipperz.

6.1.6 Hoe kijken de huidige klanten naar Hipperz.nl?

De respondenten zijn positief over de webshop van Hipperz. Ze noemen de webshop overzichtelijk, simpel, rustig, fris met een gebruiksvriendelijke lay-out. Daarnaast heeft Hipperz een divers aanbod en goede product omschrijvingen met duidelijke foto's. Tot slot komt de webshop betrouwbaar over.

Ondanks dat het merendeel de respondenten aangeeft tevreden te zijn over de webshop, zijn er een aantal respondenten die wel verbeterpunten hebben. Zo wordt aangegeven dat 1) de mobiele website aan verbetering toe is, 2) dat het bij productfoto's wenselijk is om een foto te plaatsen waarop iemand de tas vasthoudt, zodat klanten beter kunnen inschatten hoe groot de tas is, en 3) dat de achtergrond van de webshop een andere kleur mag hebben.

6.1.7 Zijn klanten tevreden over het aankoopproces bij Hipperz?

De huidige klanten van Hipperz geven aan dat Hipperz aan hun verwachtingen heeft voldaan. Voornamelijk de overzichtelijke website is goed ontvangen. Daarnaast vinden zij dat de webshop betrouwbaar is, de producten van goede kwaliteit zijn en de service goed is.

Wat betreft de service hoeft Hipperz volgens de klanten niks te veranderen, zij geven aan dat dit allemaal in orde is.

Van alle klanten hebben tot nu toe twee van hen een herhaalaankoop bij Hipperz gedaan. Dit komt door de goede service en gemak van het bestellen. Daarnaast geven de andere klanten aan dat als zij nog een keer een tas nodig hebben, zij zeker bij Hipperz gaan kijken.

6.2 Hypothesen

Op basis van het conceptueel model zijn voorafgaand de fieldresearch tweetal hypothesen opgesteld. Met behulp van de resultaten worden de hypothesen aangenomen of verworpen. De opgestelde hypothesen luiden:

Hypothese 1

De volgende factoren beïnvloeden koopgedrag van consumenten op een positieve manier:

1. Sociale bewijskracht
2. Autoriteit
3. Schaarste
4. Consistentie en commitment
5. Sympathie
6. Wederkerigheid
7. Eenheid

Hypothese 2

De veiligheid, privacy-waarborging en vertrouwen van een website heeft een positieve relatie met de online conversie, met andere woorden: hoe veiliger en betrouwbaarder een website is, hoe eerder er online conversies worden gedaan.

Aannemen of verwerpen?

Met behulp van informatie uit de fieldresearch worden beide hypothesen aangenomen.

Hypothese één is aangenomen, omdat respondenten aangeven dat meerdere factoren invloed hebben op het aankoopproces. Niet elke factor weegt even zwaar mee in het aankoopproces, maar geen enkele factor is volledig afwezig bij alle respondenten. De factor eenheid weegt bijvoorbeeld bij het merendeel van de respondenten niet mee in het aankoopproces, maar wel bij een aantal. Vastgesteld is dus dat voor elke respondent wel één of meerdere factoren tegelijkertijd invloed hebben op hun aankoopproces. Dit geeft aan dat de organisatie de principes van Cialdini kan toepassen binnen de marketingstrategie, omdat dit een positieve relatie heeft op het koopgedrag van consumenten.

Hypothese 2 is aangenomen vanwege het feit dat elke respondent aangeeft geen aankoop te zullen doen op een website die zij niet vertrouwen of veilig inschatten. Kijkend naar het FFF-model zullen deze respondenten niet doorgaan naar het *Filtered buying motives*. Dit geeft aan dat het hebben van een veilige webshop, een goede waarborging van privacy en een betrouwbaar ogende website een positieve relatie heeft met het aankoopproces van de respondenten.

H7 Aanbevelingen

Op basis van de conclusies worden in dit hoofdstuk aanbevelingen gedaan die gericht zijn op het behalen van de doelstelling. De doelstelling van dit onderzoek is:

“In opdracht van Hipperz wordt een onderzoek opgesteld en uitgevoerd naar de wensen en behoeften van de doelgroep, ten opzichte van het online aanschaffen van het assortiment. Wat moet leiden tot een adviesrapport met als doel om de omzet van Hipperz te verhogen in 2020”.

In dit hoofdstuk worden de aanbevelingen kort toegelicht en in het hoofdstuk implementatie worden deze verder uitgewerkt door middel van een kosten-batenanalyse.

7.1 Uitwerking alternatieve aanbevelingen

Op basis van alle informatie zijn een vijftal aanbevelingen opgesteld, dit zijn: inzetten van Amazon Nederland, het effectief inzetten van social media, het verkrijgen van reviews, het duurzaam ondernemen en als laatste eventuele verbeteringen aan de webshop. Hieronder worden de aanbevelingen verder beschreven.

7.1.1 Inzetten van verkoopplatform Amazon

Amazon betreedt eind februari 2020 de Nederlandse markt. Uit deskresearch is gebleken dat de tassen van Hipperz het meest besteld worden bij Bol.com. De verwachting is dat Hipperz ook omzet kan halen uit het verkoopplatform van Amazon. Hipperz kan meeliften met de naamsbekendheid van Amazon, de gratis marketing en het gemak wat de verzending betreft. Hierdoor kan de omzet en de naamsbekendheid verhoogd worden. Beide zullen meehelpen aan het behalen van de opgestelde doelstelling.

Prioriteit

Kijkend naar de opgestelde doelstelling zal deze aanbeveling mee worden genomen in het implementatieplan. De verwachting is dat dit het meest gaat bijdragen aan het behalen van doelstelling.

7.1.2 Social media

Uit de fieldresearch is gebleken dat de potentiële klant Hipperz.nl nog niet kent. Dit betekent dat Hipperz een lage naamsbekendheid heeft bij de doelgroep. Om dit te verhogen, biedt de inzet van social media de meeste kans. Dit kan op verschillende manieren.

Inzetten van Micro-influencers

Het inzetten van micro-influencers zorgt voor meer *engagement* en effect. Doordat micro-influencers een trouwe achterban hebben, zorgt dit voor interactie met de doelgroep. Dit kan ervoor zorgen dat de naamsbekendheid van Hipperz stijgt en daarmee het percentage dat de website bezoekt stijgt.

Adverteren op Facebook en Instagram

Door frequenter in beeld te komen bij de doelgroep die zich bevindt op Facebook en Instagram, is de kans groot dat er meer contact ontstaat tussen de doelgroep en Hipperz. Dit kan doormiddel van advertenties op de eerder genoemde kanalen. Hierdoor komt Hipperz vaker in beeld bij de doelgroep, wat zorgt voor meer klantenbinding en kan resulteren in meer conversies.

Personalisatie

Om als merk relevant te blijven voor de doelgroep, is het belangrijk om persoonlijke advertenties in te zetten. Bijvoorbeeld iemand die net een handtas heeft gekocht, hoeft de volgende dag niet weer advertenties te zien van een handtas. Deze manier van adverteren kan ingesteld worden aan de hand van verzamelde gegevens, zoals cookies. Door gepersonaliseerde advertenties kan het conversiepercentage op Hipperz stijgen. Een voorbeeld als een consument op Hipperz.nl een tas heeft bekeken en weg klikt van de site, zal deze tas terug keren als advertentie.

Stories op Instagram

Door frequenter Instagram stories te posten is het mogelijk om naamsbekendheid te vergroten en de omzet te verhogen. De volgers die bereikt worden, zijn namelijk al geïnteresseerd. Daarbij is het belangrijk om een verwijzing te maken naar de website, waar de klant terecht komt op een relevante landingspagina. Dit kan ervoor zorgen dat de doelgroep eerder overgaat tot een online conversie.

Instagram stories ads

Uit onderzoek blijkt dat Instagram storie advertenties beter worden bekeken. Hipperz zal hierin moet inspelen door advertenties te draaien in Instagram stories. De doelgroep zal de advertentie zien en mits goed ingericht zal de doelgroep overgaan tot de gewenste actie.

Prioriteit

Kijkend naar de doelstelling is gekozen om de aanbeveling Facebook advertenties uit te werken in het implementatie plan. Dit zal naar verwachting het meeste bijdragen aan het behalen van meer omzet, omdat alle respondenten op Facebook actief zijn. Het inzetten van micro-influencers en Instagram stories draagt weliswaar bij aan het verkrijgen van naamsbekendheid en zal op de langere termijn ook bijdragen aan het verkrijgen van meer omzet, maar de focus ligt voor Hipperz op het verkrijgen van meer omzet op de korte termijn.

7.1.3 Reviews

Uit de deskresearch en fieldresearch is gebleken dat Hipperz maar vier reviews heeft ontvangen in een jaar tijd en dat niet veel respondenten een review achterlaten na aankoop. Opvallend is dat veel respondenten wel waarde hechten aan reviews en op basis van reviews hun keuze baseren.

De aanbeveling is om structureel klanten die een bestelling hebben geplaatst te vragen om een review achter te laten. Hiermee vergroot Hipperz de kans om een review te krijgen, wat leidt tot meer sociale bewijskracht en kan wellicht potentiële kopers overtuigen om bij Hipperz hun aankopen te doen. Om dit te bereiken zijn twee opties beschreven.

Geautomatiseerde e-mails met een persoonlijke touch

Om de kans op reviews te vergroten, zal gewerkt moeten worden met geautomatiseerde e-mailing. Door een geautomatiseerde e-mail te sturen met hierin de vraag om een review achter te laten na de aankoop, is de kans groter dat klanten het daadwerkelijk ook doen. De e-mails fungeren hier als herinnering naar de klant en Hipperz kan hierbij zelf bepalen na hoeveel tijd zij deze e-mail versturen. De belangrijkste voordelen van geautomatiseerde mails zijn:

1. Het versturen gaat automatisch;
2. Het kost geen tijd voor het personeel;
3. Hipperz hoeft maar één keer een e-mail op te stellen, waardoor de kans op menselijke fouten verkleind wordt.

De persoonlijke touch is dat het systeem de voornaam noemt in de e-mails. Hierdoor zullen de e-mails eerder de aandacht trekken dan onpersoonlijke mails.

Beloning aankoppelen

Een andere oplossing om meer reviews binnen te krijgen, is het koppelen van een beloning aan het achterlaten van een review. Uit fieldresearch blijkt dat respondenten gevoelig zijn voor een direct voordeel. Hierdoor zijn zij eerder geneigd om een review in te vullen dan wanneer hier niets aan verbonden is. De aanbeveling is dan ook aan Hipperz om een spaarpunten systeem op te zetten. Hierbij krijgt de klant punten bij elke review die hij of zij achterlaat en bij een bepaald aantal punten ontvangt de klant korting. Bijkomend voordeel is dat het spaarpunten systeem ervoor kan zorgen dat klanten loyaal blijven aan Hipperz.

Het advies is om eerst te beginnen met het geautomatiseerde e-mailsysteem en als na verloop van tijd alsnog geen reviews binnen komen, het spaarsysteem erbij in te schakelen. Het is aan Hipperz om te bepalen wanneer zij deze keuze maken.

Prioriteit

De prioriteit in dit onderzoek ligt op het verhogen van de omzet en daarom is ervoor gekozen om het geautomatiseerde e-mailsysteem voor de reviews uit te werken. Omdat dat reviews bijdragen aan de sociale bewijskracht en daardoor wellicht meer conversies. Daarnaast wordt op deze manier ook de behoefte van de respondenten vervuld, namelijk het verkrijgen van informatie door middel van reviews.

7.1.4 Duurzaam ondernemen

Duurzaam ondernemen is een trend die steeds belangrijker wordt. Om ook Hipperz hierin mee te laten gaan, wordt aanbevolen om een ecobox in plaats van kartonnen verzenddozen te gaan gebruiken. Deze ecobox gaat tot wel vijftig verzendingen mee, wat veel karton in de retailmarkt bespaart. En als de ecobox op is, kan hier een draagtas van gemaakt worden (Omoda, 2019).

Deze aanbeveling zal niet direct leiden tot een omzetverhoging, maar tot een besparing op het inkopen van verzenddozen. Daarnaast is het ook de verwachting dat Hipperz hiermee sympathie bij de doelgroep kweekt.

7.1.5 Verbeteringen webshop

De respondenten hebben als aanbeveling voor de webshop van Hipperz aangegeven dat een verbetering van de mobiele website wenselijk is. Veel mensen zoeken vaak snel iets via hun mobiele telefoon op en via advertenties op social media komen mensen op de mobiele versie van de website uit. Daarom is het van belang een goed werkende en overzichtelijke mobiele website te hebben. Dit kan leiden tot een verhoging van het conversiepercentage.

Prioriteit

De aanbeveling verbetering webshop zal niet worden behandeld in het implementatieplan, omdat slechts enkele respondenten dit hebben aangegeven en zij hierbij niet hebben aangegeven op welke manier dit anders zou kunnen. Het is dus aan Hipperz om verder onderzoek te doen naar de manier waarop de mobiele website aangepast moet worden.

H8 Implementatie

In dit hoofdstuk wordt beschreven wat gedaan moet worden om aanbevelingen succesvol door te voeren. Per aanbeveling wordt toegelicht wie dit moeten doen, wat moet gebeuren en wat de kosten en opbrengsten zullen zijn. In de kosten-batenanalyse wordt uitgegaan van een heel jaar.

In verband met gevoeligheid van gegevens, zal gebruik worden gemaakt van fictieve cijfers waar aangegeven. Deze cijfers zijn gebaseerd op de daadwerkelijke cijfers.

8.1 Amazon

Om de aanbeveling over Amazon te realiseren zal Hipperz een account moeten aanmaken en haar producten moeten inladen. Binnen Amazon *selling programs* zijn twee keuzes: een individueel of professioneel verkoopaccount. Het verschil hiertussen is het aantal mogelijkheden die Amazon beschikbaar stelt aan de verkoper. Bij een professioneel account krijgt de verkoper meer mogelijkheden, zoals business optimalisatie tools.

Het kosten plaatje voor de twee accounts zijn als volgt: €1,- per verkoop bij het individuele account of €40,- per maand voor het professionele account. Voor Hipperz wordt ervan uit gegaan dat gestart wordt met een individueel verkoopaccount. Mocht het een succes worden kan er altijd opgeschaald worden naar het professionele verkoopaccount (Bilt, 2019).

Wie?	Wat?	Wanneer?	Werkende uren	Kosten per uur	Totale kosten
Carolyne	Het aanmaken van een account	Begin Februari, eenmalig	1	€20*	€20
IQ-Leads	Het inladen van producten	Begin Februari, eenmalig	1	€75*	€75
Carolyne	Het verwerken van orders	Elke dag	0,5 dagelijks = 182,5 jaarlijks	€20*	€3.650
Totaal					€3.745

Tabel 18: kosten opzetten Amazon. Bron IQ-leads: (Ham, 2019).

*Fictief uurtarief IQ Leads

*Fictief uurloon Carolyne van Hipperz

Om het inladen goed te laten verlopen is aan te raden hiervoor IQ-Leads in te schakelen. IQ-Leads heeft hier ervaring mee, zij hebben het verkoopaccount van Hipperz bij Bol.com ingericht. Door IQ-leads te kiezen, wordt de kans op fouten geminimaliseerd.

Het uurtarief wat IQ-leads hanteert voor dit soort projecten is aangegeven in tabel 18. Als de producten zijn ingeladen, wordt dit elke dag opnieuw opgehaald vanuit het verkoopsysteem zonder extra kosten.

In onderstaand tabel zijn drie scenario's geschetst. Hierbij is in gedachten gehouden dat Hipperz 500 artikelen verkocht heeft via Bol.com. Omdat van een opstartjaar wordt uitgegaan, is het verkoopaantal op 250 gezet met een gemiddelde orderwaarde van €90,-. De kosten voor tassen liggen op €1 per verkoop + 18% bemiddelingskosten (Marketingmakers, 2019).

Amazon	Verkoopcijfers	Gemiddelde orderwaarde	Kosten Amazon per order	Omzet
Beste scenario	325	€90	€1+ €16,20	€29.250-€5.590 =€23.660
Gemiddeld scenario	250	€90	€1+€16,20	€22.500-€4300 =€18.200
Slechtste scenario	175	€90	€1+€16,20	€15.750-€3.010 =€12.740

Tabel 19: Baten Amazon

Uit de berekeningen blijkt dat het voor Hipperz winstgevend is om te gaan verkopen op Amazon.nl, vanaf het moment dat dit in Nederland komt. De kosten van dit plan zijn niet hoog en dit komt doordat het slechts eenmalig hoeft ingevoerd te worden en geen maandelijkse kosten aan zijn verbonden. Het kost Hipperz enkel tijd om de orders goed te verwerken en de rest van de werkzaamheden zijn in de handen van Amazon.

8.2 Social media

Om de omzet te verhogen en indirect meer naamsbekendheid te creëren is de inzet van social media advertenties verder uitgewerkt.

8.2.1 Adverteren

Om zowel de omzet te laten stijgen en meer naamsbekendheid te creëren, wordt aanbevolen om te adverteren op Facebook en Instagram. Hiervoor kan Hipperz IQ-Leads inschakelen, omdat zij hier ervaring mee hebben. Om de kosten laag te houden is ervoor gekozen om dit door een stagiair te laten uitvoeren. Daarbij dient wel een werknemer van IQ-Leads toezicht te houden om fouten te voorkomen.

Voor de volgende gegevens is ervan uit gegaan dat Hipperz een advertentie opzet die het hele jaar draait. Deze advertentie is gericht op de eerder genoemde doelgroep van Hipperz. Het ingestelde bedrag is €100,- per maand en hiermee zullen maandelijks 11.000 geïnteresseerde mensen bereikt worden (adsmanager, 2020). Het gemiddelde conversie percentage van Facebook advertenties ligt op 1,5% (visser, 2019). Op basis van deze gegevens is tabel 20 opgesteld voor de kosten en tabel 21 voor de baten.

Wie	Wat	Wanneer	Uren	Kosten per uur	Totale jaarlijkse kosten
Stagiair	Het maken en plaatsen van een advertentie	Eenmalig	4	€1,80*	€7,20
IQ-Leads	Controleren van advertentie	Eenmalig	0,5	€75,-	€37,50
n.v.t.	Facebook advertentie kosten	Jaar	n.v.t.	n.v.t.	€1.200
Totaal					€1.244,70

Tabel 20: Kosten adverteren

*De kosten van de stagiair zijn gebaseerd op de stagevergoeding die IQ-Leads hanteert voor een online marketing stagiair.

Advertentie Facebook	Bereik x CTR	Webshop bezoekers	Conversiepercentage Hipperz	Verwachte conversie Hipperz	Gemiddelde orderwaarde	Omzet
Beste scenario	132.000 x 2%	2640	0,84*	22	€90,-	€1.980
Gemiddeld scenario	132.000 x 1,5%	1980	0,84	17	€90,-	€1.530
Slechtste scenario	132.000 x 1%	1320	0,84	11	€90,-	€990

Tabel 21: Opbrengsten adverteren

*Conversiepercentage is afkomstig uit (Analytics, Google Analytics, 2019) in de periode van (maart-december)

Uit de tabellen blijkt dat het winstgevend is om Facebook advertising op deze manier in te zetten. Het kan in de toekomst nog winstgevender worden als het conversiepercentage stijgt. Daarnaast dragen advertenties ook bij aan de branding van het merk Hipperz. Hierdoor wordt een beeld gecreëerd bij de doelgroep en vergaart het meer naamsbekendheid.

8.3 Reviews

Om meer reviews te ontvangen zal de aanbeveling geautomatiseerde e-mailing worden uitgewerkt. Hierbij gaat het om het opstellen van een template en het opstellen van een e-mail. Het versturen van de e-mails gebeurt door het programma Reloadify. Dit software pakket biedt tools aan om het versturen van e-mails geheel geautomatiseerd te laten verlopen (Lukas, 2020). Hier heeft Hipperz al een bestaand account.

Wie	Wat	Wanneer	Uren	Kosten per uur	Jaarlijkse kosten
Stagiair	Opstellen template	Eenmalig	3	€1,80	€5,40
Stagiair	Opstellen mail	Eenmalig	3	€1,80	€5,40
IQ Leads	Check	Eenmalig	0,5	€75	€37.50
Reloadify	Versturen mails	Na elke aankoop	n.v.t.	n.v.t.	12x25= €250*
Totaal					€298,30

Tabel 22: kosten reviews

*Dit zijn is de abonnementsprijs van Reloadify. (Lukas, 2020)

Om de kosten laag te houden, is gekozen om het opstellen van de template en e-mail door een stagiair te laten doen met toezicht van een medewerker van IQ Leads. Deze medewerker zal de e-mail controleren en goedkeuren.

De meeste kosten zitten in de abonnementsprijs van Reloadify, maar Hipperz gebruikt dit programma voor meerdere mailings, waardoor het bedrag van €250,- niet enkel voor deze mailing is.

Tuk (2014) schrijft in zijn onderzoek dat het conversiepercentage in het ideale geval met 0,21% kan stijgen door een toename in het aantal reviews. Dit gegeven geeft de volgende tabel met baten.

Reviews	Conversiepercentage	Huidige omzet	Extra omzet
Beste scenario	$0,84 + 0,21 = 1,05\%$	€20.000	€1000
Gemiddeld scenario	$0,84 + 0,17 = 1,01\%$	€20.000	€200
Slechtste scenario	$0,84 + 0,13 = 0,97\%$	€20.000	€0

Tabel 23: opbrengsten reviews

Uit de berekening blijkt dat het beste scenario als enige winstgevend is. Echter, zijn er ook andere voordelen. Zo is het vanuit de doelgroep gewenst om reviews te lezen en hoeft het opstellen van de e-mail (bij een foutloze uitvoering) slechts eenmaal, wat tijd scheelt. Hipperz hoeft hier verder niet meer naar om te kijken, mits er geen reviews ontvangen worden.

8.4 Duurzaam ondernemen

Het duurzaam ondernemen wordt uitgevoerd door het in gebruik nemen van de ecobox. Hiervoor zijn in onderstaand tabel de kosten uitgewerkt.

De kosten van de ecobox zijn hierbij geschat, want deze zijn niet bekend. Hiervoor is uitgegaan van een gemiddelde prijs van €5,- per doos en dat Hipperz per honderd stuks afneemt. Een ecobox gaat gemiddeld 50 leveringen mee en hiermee vervangt het 500 kartonnen verzendboxen met een gemiddelde kostprijs van €1,60 (Paardekooper, 2020).

Duurzaam ondernemen	Kosten	Bestellingen
Ecobox	€500,-	500
Kartonnen verzendboxen	€800,-	500

Tabel 24: duurzaam ondernemen

Doordat de ecobox meerdere bestellingen meegaat zal dit geld besparen ten opzichte van de kartonnen verzendboxen die normaliter gebruikt worden voor verzendingen. Dit kan een besparing van €300,- opleveren.

Bibliografie

- adsmanager, F. (2020). *Facebook adsmanager*. Opgehaald van Facebook: <https://www.facebook.com/adsmanager/>
- Analytics, G. (2019). *Google Analytics*. Opgehaald van Google: <https://analytics.google.com/analytics/web/>
- Analytics, G. (2019, December). *Hipperz*. Opgehaald van Google Analytics.
- Baas, B. &. (2018). *Marketing trends*. Opgehaald van Baas & Baas: <https://www.baasenbaas.nl/de-5-meest-opvallende-online-marketing-trends-voor-2019/>
- bag, T. I. (2019). *Facebook*. Opgehaald van The little green bag: <https://www.facebook.com/thelittlegreenbagNL/>
- Bhargava. (2016). *Changing with the times: The future of personalization (2017)*. Opgehaald van Exitbee: <http://blog.exitbee.com/changing-with-the-times-the-future-of-personalization-2017/>
- Bilt, T. v. (2019). *Kosten Amazon*. Opgehaald van Emerce: <https://www.emerce.nl/achtergrond/verkopen-amazon-dit-ben-kwijt-kosten>
- Buttle, F. (1996). SERVQUAL; review, critique, research agenda," *European Journal of Marketing*. In F. Buttle, *SERVQUAL; review, critique, research agenda*," *European Journal of Marketing* (pp. 8-31). MCB Press.
- Cialdini. (2011). Hoe je ander kunt overtuigen. (Trouw, Interviewer)
- Cialdini, R. (2016). *Pre-Suasion: A Revolutionary Way to Influence and Persuade*. Opgehaald van 7 principes van Cialdini: <https://www.hellodialog.com/nl/alle-7-beinvloedingsprincipes-van-cialdini-onder-elkaar-toegespitst-op-e-mailmarketing/>
- daisycon. (2019). *Affiliate verkeer meemeten in Google Analytics*. Opgehaald van Daisycon: <https://www.daisycon.com/nl/blog/affiliate-verkeer-doormeten-google-analytics/>
- Duifhuizen. (2019). *Facebook*. Opgehaald van Duifhuizen: <https://www.facebook.com/DuifhuizenNL/>
- Duifhuizen. (2019). *Homepage*. Opgehaald van Duifhuizen: <https://www.duifhuizen.nl/>
- Duifhuizen. (2019). *Over duifhuizen*. Opgehaald van Duifhuizen: <https://www.duifhuizen.nl/over-duifhuizen>
- Dutchmarq. (2012). Opgehaald van Dutchmarq: https://dutchmarq.nl/hoe-grijp-je-de-ongrijpbare-klant-in-b2b-marketing/?utm_source=twitter&utm_medium=social&utm_content=a0b29b8c-415b-4b7b-97d5-ceaf09367032
- Fogg, B. (2013). *A behaviour model for persuasive*. Opgehaald van crow: <https://www.crow.nl/mobiliteit-en-gedrag/weblog/april-2013/xx>
- Google. (2019). *Support*. Opgehaald van Google: <https://support.google.com/analytics/answer/6205762?hl=en>
- Google. (2019). *Support*. Opgehaald van Google: <https://support.google.com/analytics/answer/1011811?hl=nl>

- Google. (2019). *Support*. Opgehaald van Google: <https://support.google.com/google-ads/answer/2404190?hl=nl>
- Ham, C. v. (2019, December 21). (B. Zierikzee, Interviewer)
- IQ-Leads. (2019, Oktober 1). *over ons*. Opgehaald van IQ-Leads: <https://www.iq-leads.nl/over-ons/>
- Join marketing. (2019). *Micro-influencers: Influencer marketing 2.0*. Opgehaald van Join marketing: <https://join.marketing/nl/blog/micro-influencers-influencer-marketing-2-0/#/>
- Kerkhofs, S. (2019, Oktober 21). *9 socialmedia-trends die 2020 gaan domineren*. Opgehaald van Frankwatching: <https://www.frankwatching.com/archive/2019/10/21/social-media-trends/>
- Kiyoh. (2019, Oktober 24). *Reviews Hipperz*. Opgehaald van Kiyoh: <https://www.kiyoh.com/reviews/1045070/hipperz?lang=en&limit=25&pageNumber=1>
- Kotler, P. (2013). *Principes van Marketing Editie 5*. Pearson Benelux B.V.
- Kumar, D. &. (2012). A STUDY OF FACTORS AFFECTING ONLINE BUYING BEHAVIOR: A.
- Lightspeed. (2019, Oktober 24). *Orders Hipperz*. Opgehaald van Lightspeed.
- linden, A. v. (2019, November 25). *De belangrijkste digital marketing en analytics trends voor 2020*. Opgehaald van Adformatie: <https://www.adformatie.nl/contentmarketing/2020-de-belangrijkste-digital-marketing-en-analytics-trends>
- little., t. (sd).
- Lukas. (2020). *Mogelijkheden reloadify*. Opgehaald van Reloadify: <https://www.reloadify.com/>
- Madimba, S. (2019, Oktober 22). *Digitale marketing trends 2020*. Opgehaald van IMU: <https://imu.nl/internet-marketing/digitale-marketing-trends-2020/>
- Marketingmakers. (2019). *Verkopen via Amazon: de kosten*. Opgehaald van Marketingmakers: <https://marketingmakers.nl/blogs/e-commerce/verkopen-amazon-kosten/>
- Media, B. (2019). *Google Analytics uitleg: wat houdt het in en wat kun je ermee?* Opgehaald van <https://www.bsmedia.nl/blog/analytics-wat-houdt-het-en-wat-kunt-u-er-mee/>
- mkbexposure. (2018). *zakelijk verkopen op bol.com*. Opgehaald van mkbexposure: <https://www.mkbexposure.nl/2018/01/zakelijk-verkopen-op-bol-com-heel-wat-addertjes-onder-het-gras/>
- Muilwijk, E. (2018). *Prijsstrategie*. Opgehaald van intemarketing: <https://www.intemarketing.nl/marketing/marketingmix/prijsstrategie>
- Mulder, P. (2017). *SERVQUAL model*. Opgehaald van Toolshero: <https://www.toolshero.nl/kwaliteitsmanagement/servqual-model/>
- Mulder, P. (2018). *RATER model*. Opgehaald van Toolshero: <https://www.toolshero.nl/marketing-modellen/rater-model/>
- Newcom. (2018). *Hoeveel nederlanders hebben een instagram account*. Opgehaald van Keijzer: <https://www.corinnekeijzer.nl/2018/08/22/hoeveel-nederlanders-hebben-een-instagram-account/#.Xfnm42RKjIV>

- Omoda. (2019). *Duurzaam verzenden*. Opgehaald van Omoda: <https://www.omoda.nl/duurzaam/ecobox-MVO14.html>
- Omoda. (2019). *Duurzame inpakmachine*. Opgehaald van Omoda: <https://www.omoda.nl/duurzaam/video-onze-inpakmachine-MVO01.html>
- Paardekooper. (2020). *Industriedozen*. Opgehaald van Paardekooper: https://www.paardekooper.nl/nl_NL/industrie-dozen-en-bakken-postpakketdozen/2646/?seq=code-desc
- steen, M. v. (2019, November 1). *De impact van Amazon in Nederland*. Opgehaald van Frankwatching: <https://www.frankwatching.com/archive/2019/11/01/amazon-2020-nederland-ecommerce/>
- Store, T. B. (2019). *Facebook*. Opgehaald van The Bag Store: <https://www.facebook.com/thebagstorenederland/>
- tassen, V. o. (2019). *Homepage*. Opgehaald van Van oss tassen: <https://www.vanostassenenkoffers.nl/>
- tassen, V. O. (2019). *Van Os tassen*. Opgehaald van Facebook: <https://www.facebook.com/vanostassenenkoffers/>
- Thebagstore. (2019). *Homepage*. Opgehaald van The bag store: <https://www.thebagstore.nl/>
- thebagstore. (2019). *over ons*. Opgehaald van thebagstore: <https://www.thebagstore.nl/over-ons>
- thelittlegreenbag. (2019). *over ons*. Opgehaald van the little green bag: <https://www.thelittlegreenbag.nl/informatie/over-the-little-green-bag/>
- thelittlegreenbag. (2019). *thelittlegreenbag*. Opgehaald van homepage: <https://www.thelittlegreenbag.nl/>
- Thiel. (2015). *Bestuurskundigonderzoek*.
- Thuiswinkel.org. (2019, Maart 13). *Nederlandse consumenten besteedden €23,7 miljard online in 2018*. Opgehaald van Thuiswinkel: <https://www.thuiswinkel.org/nieuws/3992/nederlandse-consumenten-besteedden-23-7-miljard-online-in-2018>
- Travelbags. (2019). *Homepage travelbags*. Opgehaald van travelbags: <https://www.travelbags.nl/>
- Travelbags. (2019). *Over ons*. Opgehaald van Travelbags: <https://www.travelbags.nl/klantenservice/over-ons/>
- Travelbags. (2019). *Travelbags*. Opgehaald van Facebook: <https://www.facebook.com/Travelbags/>
- Tuk, Y. (2014). *Hogere conversie door reviews*. Opgehaald van Emerce: <https://www.emerce.nl/achtergrond/hogere-conversie-door-reviews-gezicht>
- van Thiel, S. (2015). *Bestuurskundig Onderzoek*. Bussum: Couthino.
- Vanostassenenkoffers. (2019). *over ons*. Opgehaald van van os tassen en koffers: <https://www.vanostassenenkoffers.nl/overons/>
- Verhoeven, N. (2009). *Wat is onderzoek?* Boom Lemma Uitgevers.

- visser, J. (2019, Februari 19). *benchmarks*. Opgehaald van Frankwatching:
<https://www.frankwatching.com/archive/2019/02/19/facebookcampagnes-nieuwe-nederlandse-benchmarks/>
- wernars, S. (2017, Juni 2). *Smart online marketing*. Opgehaald van SOM: <https://smart-online-marketing.nl/gedragsbeinvloeding/persuasion-knowledge-model/>
- Wernars, S. (2017, Juni 2). *Smart online marketing*. Opgehaald van SOM: <https://smart-online-marketing.nl/gedragsbeinvloeding/persuasion-knowledge-model/>
- Wiersema, T. e. (2019, December). *Waardestrategieën van Treacy en Wiersema*. Opgehaald van Marketingscriptie: <https://www.marketingscriptie.nl/waardestrategieen-treacy-en-wiersema/>

Bijlage 1: Principes Cialdini

Sociale bewijskracht

Mensen zijn sociale dieren en zoeken voorafgaand aan een aankoop bevestiging voor hun keuze. Een effectieve manier om daar als organisatie op in te spelen, is het faciliteren van reviews. Met een review kan iemand een gedane aankoop evalueren. Als anderen tevreden zijn over de producten of diensten die je aanbiedt, dan geeft dat een potentiële koper vertrouwen. (Cialdini R. , 2016)

Autoriteit

Mensen doen graag een aankoop bij een partij die weet waar hij/zij over praat. Dit houdt in dat kennis en ervaring buiten kijf staan en dat de kwaliteit van wat geleverd wordt objectief is vastgesteld. Deze kwaliteit kan blijken uit gewonnen awards, nominaties voor bepaalde prijzen, toegekende keurmerken en onderzoeksresultaten. Als een bedrijf of merk zich op deze manier profileert, zet deze zichzelf neer als autoriteit. En een autoriteit is iets waar mensen graag mee in zee gaan. (Cialdini R. , 2016)

Schaarste

Mensen worden hebberig bij een beperkte oplage van een product of bij een tijdsbeperking op een speciale aanbieding. Het geeft mensen de kans om als één van de weinigen de gelukkige eigenaar te worden van iets dat veel mensen willen hebben. Deze schaarste maakt een product of dienst bij voorbaat aantrekkelijk omdat het daarmee de waarde verhoogt van het aanbod. Onder dezelfde noemer valt exclusiviteit, waarbij een selecte groep mensen toegang krijgt tot een bepaald event, beperkte oplage of een speciale dienst. (Cialdini R. , 2016)

Consistentie en Commitment

Mensen stapsgewijs enthousiast voor het merk maken en deze aandacht vasthouden, is waar consistentie en commitment over gaat. Hiermee wordt iemand gefaseerd warm gemaakt om een product of dienst bij af te nemen én blijft diegene daarna tevreden. Als conversie als uitgangspunt genomen wordt, is de aanmelding voor de e-mailmarketing van een bedrijf een goede eerste stap om loyaliteit te creëren. (Cialdini R. , 2016)

Sympathie

Mensen kiezen graag voor een merk waar zij sympathie voor hebben. Sympathie voor een merk ontstaat als iemand die zij kennen hier enthousiast over is. Een manier om sympathie op te wekken bij een specifiek merk is door te tonen welke bekenden van een persoon je merk leuk vinden via sociale media. (Cialdini R. , 2016)

Wederkerigheid

Wederkerigheid draait om het geven en nemen met de consument.

Cruciaal daarbij is dat je de eerste zet doet als merk, bijvoorbeeld iemand te feliciteren op zijn verjaardag of iets anders doet dat attent is. Hiermee wordt welwillendheid gestimuleerd bij de persoon om iets terug te doen en daarmee wordt de interesse in het merk vergroot. Dat kan zich uiten in de vorm van een bezoek aan de organisatie, aanmelding voor een evenement/bijeenkomst, de bedrijfspagina 'liken' op sociale media, oriënteren op de website en wellicht zelfs een conversie. (Cialdini R. , 2016)

Eenheid

Eenheid gaat over de behoefte van ieder mens om ergens bij te horen. Iemand die bij een bepaalde groep hoort of het gevoel heeft erbij te horen, zal moeite doen om die identificatie in stand te houden. Dat begint in de familiesferen, maar strekt zich uit tot mensen met overeenkomstige kenmerken zoals achtergrond en interesses. Mensen worden nu eenmaal enthousiast van onderwerpen of personen waar zij zich in herkennen of graag mee identificeren. (Cialdini R. , 2016)

Bijlage 2: Concurrentieanalyse

Assortiment

Travelbags

Travelbags heeft 15.000 artikelen onderverdeeld in 35 categorieën. Travelbags verkoopt daarnaast ook accessoires, waaronder kofferhoezen, paraplu's en schrijfmappen vallen. (Travelbags, Homepage travelbags, 2019)

The bag store

The bag store heeft 4100 artikelen onderverdeeld in 17 categorieën. The bag store verkoopt daarnaast ook accessoires, waaronder etuis, riemen en toilettassen. (Thebagstore, 2019)

The little green bag

The little green bag heeft ruim 5000 artikelen onderverdeeld in 12 categorieën. Daarnaast verkopen ze schoenen, woonaccessoires en sieraden. (thelittlegreenbag, thelittlegreenbag, 2019)

Duifhuizen

Duifhuizen verkoopt ruim 6000 producten onderverdeeld in 30 categorieën. Daarnaast verkopen zij onder andere nog boodschappentrolley's, mutsen, telefoonhoesjes en paraplu's als accessoires. (Duifhuizen, Homepage, 2019)

Van Os tassen

Van Os tassen verkoopt ruim 4000 producten, deze producten zijn onderverdeeld in 29 categorieën. Daarnaast verkopen zij ook accessoires zoals handschoenen, paraplu's en onderhoudsproducten. (tassen V. o., 2019)

Service

Travelbags

Travelbags is van maandag tot en met vrijdag tussen 8.30 tot 21.00 uur en op zaterdag van 10.00 tot 15.00 uur bereikbaar. Verder hanteren zij gratis verzending vanaf €20,-. Voor 23.59 besteld, is morgen in huis. Binnen 30 dagen na ontvangst mogen de consumenten nog gratis ruilen of retour sturen (Travelbags, Over ons, 2019).

The bag store

Travelbags is enkel op werkdagen van 09.00 tot 17.00 uur bereikbaar. Verder hanteren zij gratis verzending vanaf €50,-. Voor 22.00 uur besteld, is morgen in huis. Binnen 14 dagen na ontvangst mogen de consumenten gratis ruilen of retour sturen. (thebagstore, 2019)

The little green bag

The little green bag is van maandag tot en met vrijdag van 10.00 tot 20.00 uur en op zaterdag van 10.00 tot 18.00 uur bereikbaar. Verder hanteren zij gratis verzending vanaf €20,-. Voor 23.00 uur besteld, is morgen in huis. Binnen 30 dagen na ontvangst mogen de consumenten geleverde artikelen gratis ruilen of retour sturen (thelittlegreenbag, thelittlegreenbag, 2019).

Duifhuizen

Duifhuizen is van maandag tot en met vrijdag van 10.00 tot 20.00 uur en op zaterdag van 09.00 tot 13.00 uur bereikbaar. Verder hanteren zij gratis verzending vanaf €39,95,- Voor 21.30 uur besteld, is morgen in huis. Binnen 30 dagen na ontvangst mogen de geleverde artikelen gratis geruild of retour gestuurd worden (Duifhuizen, Homepage, 2019).

Van Os tassen

Van Os tassen is van maandag tot en met woensdag van 09.00 tot 18.00 uur, op donderdag en vrijdag van 09.00 tot 21.00 uur en op zaterdag van 09.30 tot 14.00 uur bereikbaar. Verder hanteren zij gratis verzending vanaf €39,95,-. Zij hanteren binnen 1 tot 4 werkdagen voor verzending. Geleverde artikelen mogen gratis geretourneerd worden in één van de winkels binnen 100 dagen. (tassen V. o., 2019)

Social media

Travelbags

Aantal volgers

Instagram: 5000

Facebook: 28.479

Travelbags post op Instagram één keer in de week. Op facebook zijn zij wat actiever met drie keer in de week een post. (Travelbags, Travelbags, 2019)

The Bag Store

Aantal volgers

Instagram: 10.000

Facebook: 11.755

The Bag Store is actief op Instagram met gemiddeld 5 berichten per week. Op Facebook zijn zij wat minder actief met gemiddeld één bericht per week. (Store, 2019)

The Little Green Bag

Aantal volgers

Instagram: 6.266

Facebook: 26.490

The Little Green Bag is actief op Instagram met gemiddeld 6 berichten per week. Ook zijn zij erg actief op Facebook met gemiddeld 6 berichten per week. (bag, 2019)

Duifhuizen

Aantal volgers

Instagram: 5.449

Facebook: 15.000

Duifhuizen is actief op Instagram met gemiddeld 4 berichten per week. Op Facebook posten zij gemiddeld 2 berichten per week. (Duifhuizen, Facebook, 2019)

Van Os tassen

Aantal volgers

Instagram: 2.367

Facebook: 8.555

Van Os tassen is actief op Instagram met gemiddeld 4 berichten per week. Op Facebook posten zij ook gemiddeld 4 berichten per week. Dit komt omdat zij Instagram en Facebook aan elkaar hebben gekoppeld. Hierdoor komen de berichten op beide mediums terecht. (tassen V. O., 2019)

Bijlage 3: Topiclist

Topic list potentiële klanten

1. Wat is uw geslacht

2. Wat is uw leeftijd

Algemene vragen over het kopen van het assortiment.

3. U heeft aangegeven dat u wel eens een tas, laptoptas of portemonnee gekocht heeft. Wat voor product(en) was dit?

4. Hoeveel van de eerder genoemde artikelen heeft u dit jaar gekocht?

De keuze bestaat uit :

0-1

2-3

4-5

Meer dan 5

En, heeft u dit toen bij een webshop gekocht? Of in de winkel?

Bij webshop: Op welke website heeft u deze toen gekocht?

Zou u ooit weer één van de bovenstaande producten online kopen?

Waarom wel/niet?

Bij winkel: Waarom heeft u voor de winkel gekozen?

Zou u ooit één van de bovenstaande producten online kopen?

Waarom wel/niet?

5. Waarom koopt u een tas, laptoptas of portemonnee?

Bijvoorbeeld een festival tas in de zomer, of voor een bruiloft?

Heeft u ze wel eens als cadeau gekocht?

Oriëntatiefase

Ik wil u vragen om te zoeken naar een willekeurige tas die je wilt kopen, graag kijk ik stap voor stap mee, hoe u zoekt en waarnaar, vindt u dat oke?

6. Hoe begint u met zoeken?

7. Naar welke informatie zoekt u eenmaal op een site?

8. Vergelijk je verschillende webwinkels met elkaar?

Verwachtingen website

9. Welke verwachtingen heeft u bij een webshop die dit assortiment verkoopt?

10. In hoeverre vindt u de volgende informatie belangrijk?: 1 tot en met 5, waarin 5 heel belangrijk is.

Graag per onderdeel uitleggen waarom je dit niet of wel belangrijk vindt.

Informatie over het product (inhoud, formaat, voering, aantal vakken, prijs)

Reviews

Informatie over de levering
Retourbeleid
Bezorgkosten
Betaalopties

Aanvullende optie :

En waarom is dat belangrijk en welk cijfer geef je dit?

Website vertrouwen

11. In hoeverre zijn de volgende factoren van invloed:

Graag per onderdeel uitleggen waarom dit niet of wel invloed heeft op u.

Website veiligheid

Privacy

Website betrouwbaarheid

Hier betekent:

- 1 heeft geen invloed op mij
- 2 heeft een beetje invloed op mij
- 3 heeft veel invloed op mij

	1	2	3
De webshop oogt onveilig			
U heeft het gevoel dat uw gegevens niet worden gewaarborgd op de webshop.			
Uw vertrouwen in de webshop is laag			

Verwachtingen service

12. Welke punten van service zijn belangrijk: 1 tot en met 5 waar 5 heel belangrijk is.

Graag per onderdeel uitleggen waarom je dit niet of wel belangrijk vindt.

Informatievoorziening (mail dat product onderweg is, track en trace)

Snelheid van levering & Leveringstijden (ochtend, middag, avond)

Bereikbaarheid klantenservice

Aanvullende optie:

Waarom vind je dit belangrijk en beoordeel dit van 1 tot en met 5.

Bij aankoop op een webshop deze vraag beantwoorden:

Vorige aankoop bij de vorige webshop

U heeft aangegeven wel eens een van de eerder genoemde artikelen te hebben gekocht online.

13. Wat is de reden dat u voor deze partij koos?

Bijvoorbeeld:

Gemak, vertrouwen, prijs, leveringszekerheid

14. Voldeed deze site aan de eerder genoemde verwachtingen van een webshop?

Zo ja, hoe?

Service bij de vorige aankoop

15. Welke service heeft u bij deze webshop ervaren?

In hoeverre is de webshop de verwachte service nagekomen?

Even kort herhaalt: Informatievoorziening van je bestelling (statusupdate), Snelheid van de levering en bereikbaarheid klantenservice. Bijvoorbeeld:

- heb je een mail ontvangen dat je bestelling onderweg was?
- heb je het product op de genoemde datum ontvangen?
- werd je snel geholpen door de klantenservice?

Loyaliteit

16. Heeft u na uw aankoop een review achtergelaten? Waarom wel/niet?

17. Kunt u voor de volgende onderdelen aangeven welke u het meest weerhouden om een aankoop te doen bij een online webshop voor tassen op een schaal van 1 tot 5? En waarom vindt u dit? Hier worden de volgende maatstaven gebruikt

- 1 betekent hier dat u totaal niet weerhouden word
- 2 betekent dat u niet weerhouden word
- 3 betekent een beetje weerhouden word
- 4 betekent dat u weerhouden word
- 5 betekent dat u enorm weerhouden wordt om een aankoop te doen.

	1	2	3	4	5
Geen fysiek contact met personeel					
Levertijd					
Een beperkt assortiment					
Geen of slechte reviews					

Gedrag → welke factoren zorgen voor aankoop

18. Kunt u voor de volgende factoren aangeven in hoeverre deze invloed hebben in uw koopgedrag. En waarom geeft u dit antwoord.

Hier betekent:

- 1 heeft geen invloed op mij
- 2 heeft een beetje invloed op mij
- 3 heeft veel invloed op mij

	1	2	3
Sociale bewijskracht (reviews, meningen van vrienden)			
Autoriteit (Kennis en ervaring)			
Schaarste (beperkte oplage)			
Loyaliteit aan een merk (bijvoorbeeld eenmaal klant, altijd klant)			
Sympathie voorkeur (voorkeur hebben voor een bepaald merk)			
Wederkerigheid (iets terugdoen)(korting gekregen, hierna overgaan tot aankoop)			
Eenheid (groepsgevoel, erbij willen horen)			

Social media advertenties

19. Op welke social media kanalen bent u actief?

20. Klikte u wel eens op advertenties op social media?
En waarom wel/niet?

Topic list huidige klanten

Bedankt dat u mee wilt werken aan dit interview. Uw antwoorden zullen anoniem verwerkt worden en niet verstrekt worden aan derden.

Graag wil ik u vragen om zo uitgebreid mogelijk te antwoorden. Zodat er een duidelijk beeld wordt gevormd van de situatie.

Algemene vragen

Ik zou het graag hebben over het aanschaffen van het assortiment, dit bestaat uit een tas, laptoptas of portemonnee.

1. Wat is uw leeftijd?
2. Wat hebt u bij Hipperz gekocht?
3. Wat is de reden dat u deze tas, laptoptas of portemonnee heeft aangeschaft?
4. Zijn er ook andere redenen waarom u een tas, laptoptas of portemonnee koopt?
5. Geeft u wel eens een tas cadeau?
 - a. Waarom wel of niet?
6. Heeft u vaker iets bij Hipperz aangeschaft?
 - a. Indien ja, waarom?

Kunt u beschrijven hoe het aankoopproces verliep? Beginnend bij het oriënteren

Oriëntatiefase

7. Hoe bent u in aanraking gekomen met Hipperz?
8. Welke informatie vindt u belangrijk op een website?
9. Heeft Hipperz de informatie die u zoekt op de website staan? Zo nee, wat ontbreekt er?
10. Heeft u op social media gezocht naar informatie?
 - a. Zo ja op welk social media kanaal?

Overwegingsfase

11. Welke verwachtingen heeft u bij een webshop die tassen, laptoptassen en portemonnees verkoopt?
12. Wat was uw indruk van de webshop van Hipperz?
13. Komt u verwachting overeen met de indruk van de webshop van Hipperz?
 - a. Zo ja, hoe?
 - b. Zo nee, wat verschilt er?
14. Welke informatie vindt u op een website die dit assortiment verkoopt belangrijk?
15. Kunt u deze informatie ook bij Hipperz vinden?
16. Heeft u aanvullingen of verbeterpunten gericht op de (informatie van de) webshop van Hipperz?

Aankoop bij Hipperz

17. Wat is de reden dat u voor Hipperz koos?
18. Heeft u nog andere webwinkels overwogen?
 - a. Zo ja waarom?
19. Vond u het gemakkelijk een aankoop bij Hipperz te doen?
20. Zijn er extra's die u graag wilt zien bij Hipperz?

Service

21. Bent u tevreden over de service vanuit Hipperz?
 - a. Waarom wel of niet?
22. Werd uw pakket op de juiste dag geleverd?
23. Heeft u de klantenservice nog nodig gehad?
 - a. Zo ja, waarom, op welke manier en kreeg u snel antwoord?
24. Zijn er verbeterpunten die de service van Hipperz beter kunnen maken?

Loyaliteit

25. Heeft u na uw aankoop een review achtergelaten?
 - a. Waarom wel of niet?
26. Zou een herinnering en/of beloning voor het achterlaten van een review helpen?
 - a. Waarom wel of niet?
27. Bent u tevreden over de algemene ervaring met Hipperz?
 - a. Waarom wel of niet?

Kunt u voor de volgende onderdelen aangeven welke u het meest weerhouden om een aankoop te doen bij een online webshop voor tassen op een schaal van 1 tot 5?
1 betekent hier dat u totaal niet weerhouden wordt en 5 betekent dat u enorm weerhouden wordt om een aankoop te doen.

Graag een x zetten in het vak wat u wilt invullen en uitleggen waarom.

	1	2	3	4	5
Geen fysiek contact met personeel					
Levertijd					
Een beperkt assortiment					
Geen of slechte reviews					

In hoeverre hebben de volgende stellingen over website veiligheid, privacy en vertrouwen invloed op u? Graag uitleggen waarom.

Hier betekent:

- 1 heeft geen invloed op mij
- 2 heeft een beetje invloed op mij
- 3 heeft veel invloed op mij

	1	2	3
De webshop oogt onveilig			
U heeft het gevoel dat uw gegevens niet worden gewaarborgd op de webshop.			
Uw vertrouwen in de webshop is laag			

Kunt u voor de volgende factoren aangeven welke voor u invloedrijk zijn bij het online aankopen van het eerder genoemde assortiment. Hierbij is 1 beïnvloed mij niet en 3 beïnvloed mij heel erg.

Met beïnvloeden wordt bedoeld dat u zich erdoor laat leiden bij uw online aankoop

Graag een x zetten in het vak wat u wilt invullen en uitleggen waarom.

	1	2	3
Review(sociale bewijskracht)			
Autoriteit (Kennis en ervaring)			
Schaarste (beperkte oplage)			
Loyaliteit aan een merk (bijvoorbeeld eenmaal klant, altijd klant)			
Sympathie voorkeur (voorkeur hebben voor een bepaald merk)			
Wederkerigheid (iets terugdoen)(korting gekregen, hierna overgaan tot aankoop)			
Eenheid (groepsgevoel, erbij willen horen)			

Einde vragenlijst,

Bedankt voor uw medewerking!

Bijlage 4: Analyseschema's

Analyse schema 1

V6	Label	Item: Hoe begint u met zoeken?
1.	Google Specifiek merk Bekende winkels Specifieke tas Google shopping Openen eerste sites	Ik open google chrome en dan ligt het er een beetje aan wat ik wil. Als ik al een specifiek merk in mijn hoofd heb, dan google ik deze gewoon en open ik een van de eerste hits om daarop verder te kijken. Of ik kijk naar welke bekende winkels in de resultaten verschijnen. Maar als ik meer op zoek ben naar een soort tas, bijvoorbeeld een shopper, dan zoek ik op shopper en open dan gewoon een aantal sites. Meestal ook degene die bovenaan staan.
2.		Hoe begin je met zoeken? Ik ga naar google en ik zoek naar laptotas, vervolgens klik ik op een van de eerste resultaten. Oké waarom op een van de eerste resultaten? Nou dat zijn vaak de bekendste webwinkels dus die zullen wel hebben wat ik nodig heb. En ik zie mijn zoekwoord terugkeren hierin. Wat bedoel je met zoekwoord? Nou ik typ laptotas in en ik zie bol.com / laptotassen. Duidelijk en daar klik je dan op? Ja bol.com is een goede partij en ze hebben laptotassen, dus ja.
3.		Ik start internet op en zoek op Google naar rugtas. Voor Noorwegen wilde ik specifiek een rugtas van Fjallraven, dus dat zet ik er dan achter. En dan kijk ik bij de eerste links welke ze hebben en of het assortiment bevalt. Okee dus je zoekt naar een tas en zet het specifieke merk erachter? Ja in dit geval wel, maar niet altijd hoor als ik een handtas zoek, zoek ik gewoon op internet: handtas
4		Mag dat gewoon op mijn telefoon? Ja zeker Nou ik ga naar google en zoek naar handtassen. En wat zie je dan?

		Nou ik zie bovenin afbeeldingen van tassen, en daaronder allemaal links naar webshops. En klik je wel eens op de afbeeldingen bovenin? Ja soms wel, als er een tas bij staat die ik ongeveer in mijn hoofd heb om te kopen wel ja. Dus als de afbeelding van de tas voldoet aan het beeld in je hoofd, en kijk je dan nog naar welke link er onderstaat? Nee ik klik denk te snel op de afbeelding haha, dus ik zie vanzelf wel op wat voor webshop ik kom.
5.		Ik start op google en tik het type tas in dat ik wil. In dit geval dan die rugtas. En wat is dat je volgende stap? Dan klik ik op een van de sites die zeggen dat ze rugtassen verkopen. En als je op de website bent, naar welke informatie zoek je dan? Toen wilde ik graag een leren rugtas hebben, dus heb ik op materiaal leer geklikt. En ik wilde ook een bruine, dus de kleur bruin ingetikt. En toen heb ik de verschillende tassen bekeken op inhoud, sluiting, hoe die op je rug hangt, foto's en dat soort dingen. Heb je toen ook nog verschillende webwinkels vergeleken? Ja toen ik eenmaal wist welk merk en model ik wilde wel. En toen hadden ze bij Bol gratis levering dus heb ik daar besteld. Heb je ook nog bij de google shopping functie gekeken? Wel gekeken, maar vond via de websites kijken toch handiger. Dan zag ik alle tassen die aan mijn wensen voldeden, dus dat vond ik fijner.
6.		Ik ga naar een van mijn favoriete winkels - duifhuizen - en daar naar de shoppers. En dan afhankelijk van de kenmerken ga ik door de lijst heen. Op wat voor kenmerken zoek je dan? Meestal kleur en/of materiaal. Zoek je nog naar andere informatie op een site? Voornamelijk informatie over de tas zelf en als ik op een onbekende site zit of ze dan ook een winkel ergens hebben. Vergelijk je ook wel eens verschillende webshops met elkaar? Mhh, nee dat eigenlijk nooit. Weet je ook waarom niet? Te veel moeite, als ik een leuke tas zie dan ga ik meestal toch nog langs de winkel. Denk dat het wel handig zou zijn om vaker te doen, maar dan moet ik er wel zin in hebben.
7.		Ik open internet, ik zie hier chrome, maar ik gebruik op mijn tablet de 'gewone' internet. Bedoel je explorer? Ja die. En naar welke zoekmachine ga je dan? Ik gebruik altijd google.

		Waarom kies je voor google? Omdat die prettig werkt en ik ken eigenlijk geen andere. Voor werk gebruik ik die ook altijd, dus dat is makkelijk. Dus omdat die het meest bekend voor jou is? Ja inderdaad. Oké, hoe zoek je dan verder? Meestal typ ik het type tas in dat ik wil hebben. Ik hou anders even die sporttas van mijn dochter in mijn hoofd. Dat is prima. Dus dan typ ik sporttas in en dan ga ik op deze sites kijken of ze iets hebben.
8.		Oké, hoe begin je met zoeken? Ik zoek eerst naar bekende winkels die in de buurt zijn en deze producten in het assortiment hebben. Je hebt net Google chrome geopend, een van de mogelijke browsers, wat vul je dan in in de zoekbalk? Nu zou ik eerst op Van Os googlen, omdat deze bij ook bij mij in het dorp zit. Maar ik zou ook opzoek kunnen gaan naar tassenwinkels die in een stad dichtbij zitten, zoals Duifhuizen.

Analyse schema 2

	Label	Item: Hoe bent u in aanraking gekomen met Hipperz
9.	Social media-advertentie	Ik ben het via social media tegengekomen. Via welk kanaal? Via Instagram. Ik zat op Instagram te scrollen toen ik een advertentie voorbij zag komen. De dagen daarna ben ik het nog een aantal keer tegengekomen en ben ik ook uiteindelijk het account gaan volgen.
10.	Familie Social media-advertentie	Helder. Hoe ben je bij Hipperz gekomen? Eerst via familie. Mijn nicht had daar een hele mooie tas besteld en toen ben ik zelf ook gaan kijken. Op een gegeven moment kreeg ik daarna ook een advertentie op Instagram te zien en ben ik op hun pagina gaan rondneuzen. En heb ik even op de Facebookpagina gekeken.
11.	Vriendin	Hoe heb je Hipperz gevonden? Via een vriendin. Had zij daar al een keer besteld? Ja en ze was er erg tevreden over. Dus toen we een keer koffie dronken vertelde ze mij hierover. Ik ben toen zelf ook op de website gaan kijken.
12.	Familie	Oke duidelijk. Je kent Hipperz nu al een tijdje, hoe heb je hen de eerste keer gevonden? Eigenlijk door mijn nichtje. Ze mocht dus een wat duurder cadeau uitzoeken, omdat ze 18 werd en haar VWO diploma had behaald. En toen kwam ze daarmee aanzetten, met een linkje erbij van Hipperz. Geen idee hoe zij er op is gekomen.
13.	Google Bol.com	Hoe heb je Hipperz dan gevonden? Hipperz heeft tassen van het merk waarin ik geïnteresseerd ben. Dus ik heb het merk gegoogled en ben via bol.com bij Hipperz uitgekomen. Welk merk is dit? MYOMY vind ik een ontzettend mooi merk. Oké en heb je op de website van Hipperz nog gezocht? Ja dat bedoelde ik eigenlijk. Ik zag via bol.com dat Hipperz de verkooppartner was en ik keek even en ze hadden hele goede scores voor levertijden en dergelijke. De eerste keer verliep wel via bol.com. Dus als ik het goed begrijp heb je de eerste keer via bol.com besteld en ben je voor de tweede keer op de website van Hipperz gaan kijken? Ja dat klopt. En ze zijn niet goedkoop, dus nu weer even sparen.
14.	Via de eigenaar	Dat snap ik inderdaad. En hoe ben je bij Hipperz uit gekomen?

	Social media	Toevallig ken ik de eigenaresse - Carolynne - van vroeger. Ik ken haar niet heel goed, maar we zijn wel Facebook vrienden. Ze deelt daar wel eens berichten van Hipperz en uit nieuwsgierigheid ben ik daar eens een kijkje gaan nemen. Toen zag ik verschillende leuke tassen en heb ik er uiteindelijk ook eentje besteld.
15.	Vriendin	Duidelijk en hoe heb je Hipperz gevonden? Een goede vriendin van mij heeft er wel eens wat besteld. En toen dacht je meteen daar moet ik ook kijken? Niet direct, maar later was ik wat aan het online shoppen en toen dacht ik er weer aan.
16.	Google	Ik zocht een leuke werktas en ben op google gaan rondkijken en toen kwam Hipperz daarop voorbij.

Analyse schema 3

	Label	Item: Bent u bekend met Hipperz?
1.	Positief Negatief	De laatste vraag van het oriënteren, ben je bekend met de webshop Hipperz.nl? Hipperz? Nee zegt mij niks (laat de website zien) Nee deze site ken ik niet
2.		Dan de laatste vraag van het oriënteren, ben je bekend met de webshop Hipperz.nl? Nee die naam zegt mij niks. (laat de website zien) Nee deze site ziet er niet bekend uit voor mij.
3.		Dan heb ik nog een vraag, de laatste van het onderdeel oriënteren ben je bekend met de tassen webshop Hipperz.nl? Nee niet dat ik weet (laat de website zien) Nee deze site ken ik niet Oké duidelijk
4.		Ben je bekend met de tassen winkel Hipperz? Er gaat geen belletje rinkelen nee. Ik zal je de website laten zien Nee deze winkel ken ik niet, ziet er wel leuk uit. Maar nee het zegt me nu even niks. Dat kan, dan gaan we door.
5.		Dan heb ik nog één vraag wat betreft dit onderwerp en dat is ben jij bekend met de webshop Hipperz? Uhm Hipperz? Nee die naam zegt mij even niks. Ik zal je de website laten zien, misschien zegt het je dan wat (laat website zien)

		Nee het zegt mij echt niets Oké duidelijk
6.		Dan heb ik nog één vraag voordat we verder gaan naar het volgende onderwerp Ben je bekend met de website Hipperz.nl? Nee nog nooit van gehoord (laat website zien) Nee hier ben ik nog nooit op geweest.
7.		Ben jij bekend met Hipperz Nee die naam zegt mij niks (laat de website zien) Nee ken ik niet, het ziet er niet bekend uit voor mij.
8.		Ben je bekend met de volgende website, Hipperz.nl Nee die site ken ik niet, (laat site zien) Nee sorry deze site zegt mij niks

Analyse schema 4

V5 & V1	Label	Item: Waarom koopt u een tas, laptotas of portemonnee?
1.	Uiterlijk van de tas Vakantie Cadeau Noodzaak Dagelijks gebruik Uitgaan Werk Speciale gelegenheden School	En met welke reden heb je deze tassen toen gekocht? Lastig, ik kocht deze gewoon omdat ik ze mooi vond. En koop je ook wel eens een tas met een specifieke reden? Nee eigenlijk niet, nouja, ik heb een keer een strandtas speciaal voor vakantie aangeschaft, telt dat ook? Ja hoor en heb je ook wel eens een tas als cadeau voor iemand gekocht? Ja een keer. Een shopper aka boodschappentas voor mijn moeder. Die van haar was doorgesleten en bij de Søstrene Grene hadden ze toen hele leuke. Die heb ik toen voor kerst gegeven. Was wel een gok, maar omdat ik wist dat ze er eentje nodig had toch gedaan. Ik zou het niet zo snel weer aan iemand als cadeau geven, omdat iedereen toch een hele eigen smaak heeft. Mits iemand zou zeggen ik wil dat merk en dat model, dan zou ik het wel een leuk cadeau vinden.

2.		Duidelijk, nou de volgende vraag is waarom koop je een tas, nou in dit geval lijkt het me duidelijk. Wanneer je hem nodig hebt. Haha ja klopt, ik koop puur een tas uit noodzaak. En koop je ze nog als cadeau? Nee vaak koop ik dan een waardebon of geef ik gewoon geld, zodat degene kan kopen wat ze wilt. Oké je koopt ze dus niet als cadeau. Nee want dan ben ik bang dat ik de verkeerde meeneem en dat vind ik zonde.
3.		Wat was de reden dat je deze kocht? Ik heb deze rugtas gekocht toen ik naar Noorwegen ging. Normaal heb ik altijd schoudertassen, maar dat was niet handig voor de hikes die ik daar ging doen. Daarom was ik op zoek naar een rugtas, zodat het comfortabeler lopen was. Oké en als laatste vraag, heb je ooit een tas als cadeau voor iemand gekocht? Nee, ik koop eigenlijk nooit tassen als cadeautje. Waarom? Ja ik vind het gewoon lastig, ik wil niet de verkeerde tas kopen voor iemand Ja dat is wel logisch, dan moet die persoon de tas weer inruilen of blijft die weer liggen Ja precies en dat wil ik wel voorkomen bij het geven van cadeau
4.		Duidelijk en waarom koop je een tas, koop je die voor speciale gelegenheden? Nee deze heb ik gekocht voor dagelijks gebruik En heb je er wel eens 1 cadeau gegeven? Nee, want dit vind ik lastig, een tas geven is nogal specifiek, je moet dan echt de persoon goed kennen en de smaak van de persoon kennen.
5.		En wat is de reden dat je tassen koopt? Ik koop er een als heb, zoals voor op reis of voor uitgaansgelegenheden. Koop je er ook wel eens eentje omdat je die gewoon mooi vindt om te hebben? Ja dat ook hoor. Als ik tijdens een middagje winkelen iets moois zie, neem ik die gewoon mee. Heb je ook wel eens een tas cadeau gedaan? Ik heb wel eens een tas cadeau gedaan, maar niet vaak. Waarom doe je dat niet vaak? Omdat mensen vaak een specifieke smaak hebben en dat maakt het lastig. Als ik er nu aan denk dat mijn moeder mij een tas cadeau doet, dan wordt het waarschijnlijk een hele andere tas dan dat ik zelf mooi vind. Dus toen je die ene keer een tas cadeau gaf, kende je de smaak van die persoon goed? Dat ook, maar ze had hem een keer in de stad laten zien, dus wist ik dat ze die wilde hebben.
6.		Koop je tassen dus speciaal voor werk?

		Onder andere wel ja. En wat zijn je andere redenen om een tas te kopen? Eigenlijk koop ik altijd tassen omdat ik ze mooi vind. Heb ze dan niet perse nodig, heb er toch wel genoeg. Koop je ook wel eens tassen voor een speciale gelegenheid? Ik heb er vorig jaar wel eentje gekocht voor een bruiloft. Grote tassen passen niet zo bij een leuk jurkje. Dus toen heb ik zo'n clutch besteld, maar buiten een kerstborrel om gebruik ik die niet veel. En heb je ze wel eens als cadeau gekocht? Nee dat doe ik eigenlijk nooit, ik geef meestal iets anders, want iedereen's smaak is anders, dus ik probeer dit soort cadeau te vermijden
7.		Duidelijk en heb je wel eens een tas met een bepaalde reden gekocht? Als in een speciale gelegenheid? Ja. Ik weet vroeger nog wel eens voor een bruiloft, omdat ik dan niks had wat bij een jurk paste. Maar tegenwoordig doe ik dat niet meer. Nu koop ik ze echt alleen nog voor in mijn vrije tijd en voor werk. Waarom doe je dat nu eigenlijk niet meer? Interesses zijn wat veranderd, vroeger vond ik dat veel belangrijker. Als ik nu nog eens een bruiloft of een ander feest heb, dan maakt het mij minder uit dat de tas er niet 100% bij past. Heb genoeg tassen om alsnog uit te kiezen. Duidelijk en als laatste, heb je iemand wel eens een tas cadeau gedaan? Alleen aan me dochter. Wat heb je toen gegeven? Een sporttas, want daar vroeg ze om met kerstmis. En een keer een mooie tas voor der verjaardag.
8.		Duidelijk en met welke redenen heb je de tassen gekocht? Omdat een andere van mij oud en lelijk waren geworden, dus het werd tijd voor een aantal nieuwe. En koop je ze ook wel eens voor een speciale gelegenheid? Nee. Heb je ze ooit wel eens cadeau gedaan? Een tas nog nooit. Wel heb ik ooit eens een portemonnee als cadeau gekocht voor mijn man.
9.		Waarom heb je dit gekocht? Omdat ik naar de uni veel spullen mee moet nemen, zoals een laptop en boeken. Hiervoor heb ik een grote rugzak nodig waarin ik alles kwijt kan. Hiervoor heb ik ook specifiek gezocht naar een rugzak met een apart laptopvak.
10.		En wat was de reden dat je deze producten aanschafte? Mijn eigen portemonnee was kapot, dus vandaar een nieuwe. De tas was omdat ik nog op zoek was naar een andere kleur.

		Oké, koop je tassen ook wel eens op ze cadeau te doen? Nee nooit.
11.		Met welke reden heb je deze tas gekocht? Ik had nog geen bruine shopper. Dus vanwege de kleur voornamelijk? Ja, ik heb wel een zwarte en grijze, maar geen bruine. En vond deze erg mooi. En koop je ook nog wel eens tassen met een andere reden? Als er een versleten is, dan koop ik ook wel nieuwe. Of als ik gewoon een mooie tegen het lijf loop.
12.	Uiterlijk Vervanging	Wat was het dat je hebt aangeschaft? Ik heb een leren laptop tas gekocht. En met welke reden heb je deze gekocht? Nou niet persé omdat ik er een nodig had, maar omdat ik meteen verkocht was toen ik deze zag op instagram. En toen heb ik de tas voor mezelf gekocht als cadeau onder de kerstboom. Dat is ook een leuke reden. En koop je ook wel eens tassen met nog andere redenen dat gewoon zomaar? Nouja als er een stuk is, koop ik ook een nieuwe. Logisch en was dit je eerste aankoop bij Hipperz? Nee, ik heb ook een keer een portemonnee als cadeau voor mijn nichtje gekocht. Maar dat was alweer een tijdje geleden. Hoe lang geleden was dat denk je? Pfoe, even denken. Het was voor haar 18e verjaardag en volgens mij is ze nu 21, dus dat zal een jaar of 3 geleden zijn. Oké en koop je wel eens vaker dit soort cadeaus voor mensen? Nee, dat was toen de enige keer, omdat ik wist dat ze een bepaalde graag wilde hebben.
13.	Uiterlijk Speciale gelegenheden	En wat was de reden dat je een nieuwe handtas hebt gekocht? Dat vroeg mijn man ook al haha. De reden bij deze was, omdat ik graag een nieuwe tas wilde en toen ben ik gaan kijken en kwam ik de tas tegen die ik nu heb gekocht. Dus niet omdat je een nieuwe nodig had? Niet uit noodzaak nee, maar dat mag toch? Ja zeker. En koop je ook wel eens een tas met een andere reden? Meestal als ik een tas zoek die passend bij een nieuwe outfit is of voor speciale gelegenheden
14.	Vervanging Dagelijks gebruik	En wat was de reden dat je deze tas hebt gekocht? Ik koop eigenlijk alleen iets als ik het echt nodig heb.

		Dus wanneer een oude kapot is? Onder andere of wanneer ik uit praktische overwegingen er een nodig heb. Bijvoorbeeld een kleinere tas om mee te nemen in mijn vrije tijd. Oké en heb je wel eens een tas cadeau gegeven? Niet zo vaak. Maar dus wel eens? Een paar keer ja. En heb je die toen helemaal zelf uitgezocht? Niet helemaal, ik wist wel precies wat die personen wilde hebben, dat maakte het makkelijk. Anders weet ik niet of ik het zou kunnen hoor.
15.	Uiterlijk Speciale gelegenheden	Dat is goed om te horen. En met welke redenen koop jij tassen? Goede vraag! Tassen heb je nooit genoeg en vaak gebruik ik ze om een outfit compleet te maken of voor een bepaalde gelegenheid. Wat voor soort gelegenheden heb je het over? Een festival, bruiloft, kerstgala, dat soort momenten.
16.	Werk	En met welke reden heb je deze rugzak gekocht? Om te gebruiken voor werk. Duidelijke reden en koop je nog wel eens met andere redenen een tas? Ik koop ook tassen zodat ik bij verschillende outfits een ander tasje kan meenemen. Oké en koop je ook wel eens een tas als cadeau? Nee dat vind ik lastig. Waarom vindt je dat lastig? Ik heb dan geen idee wat ik voor iemand moet uitzoeken, vinden ze het wel mooi?

Analyse schema 5

Resp. Nr	Label	Welke verwachtingen heeft u bij een webshop die dit assortiment verkoopt?	Komt uw verwachting overeen met uw indruk van Hipperz?
1.	Goedwerkende website Snelle levering Gratis verzending	Oke duidelijk, welke verwachtingen heb je bij een webshop die dit assortiment verkoopt? Umh, ik verwacht of - hopen is het meer - op een snelle levering, liefst geen verzendkosten en een duidelijke en goed werkende website.	n.v.t

	Overzichtelijke website product omschrijving Prijs in beeld Betrouwbare website Prijs/kwaliteit Mogelijkheid tot retourneren Advies over producten Service Gemakkelijk betalen Duidelijke productfoto's Assortiment	Wat versta je onder een goed werkende website? Nou dat alles snel laadt en dat ik geen foutmeldingen krijg. Duidelijk en zou je dan wegklikken bij bijvoorbeeld een trage website? Ja want daar zou ik mij aan gaan irriteren en dan klik ik weg en zoek ik wel verder.	
2.		Wat ik eerder al aangaf, de prijs duidelijk in beeld, en een ruime product omschrijving. Verder een duidelijke website, waar je makkelijk doorheen zoekt. Wat bedoel je met makkelijke doorheen zoekt? Nou dat ik op de website zo naar een product kan zoeken of duidelijk kan zoeken naar producten die ik zoek. Oké dus een overzichtelijke website met een duidelijke indeling. Ja. We hebben tot nu toe prijs, ruime productomschrijving, een duidelijke website met duidelijke structuur. Wat verwacht je nog meer van een website? Even denken hoor, nou dat de site betrouwbaar is en snel laad. En onder betrouwbaar bedoel je dan, veilige verbinding? Ja niet dat ik naar een onveilige website ga.	n.v.t

		En als een website niet snel laad, wat doe je dan? Dan ga ik van de website af en laat ik het erbij. Oké dus dan zie je af van je potentiële aankoop? Ja precies.	
3.		En wat voor verwachtingen heb je bij webshops die tassen verkopen? Wat ik verwacht en waar ik dus eigenlijk ook naar zoek is een goede prijs/kwaliteitverhouding, betrouwbaarheid, goede levertijden en de mogelijkheid tot retourneren. Wat zijn goede levertijden? In deze tijd vind ik het normaal dat het binnen 1-2 dagen geleverd wordt, tenzij er langer vermeld staat.	n.v.t.
4.		Dat ligt eraan of het een bekende of onbekende winkelnaam is. Bij een winkel die ik ken, weet ik wat voor kwaliteit ik kan verwachten en klantenservice. Kwaliteit van de webshop of producten? Beide eigenlijk, ik weet dan wat ik aan die webshop heb en dat het goed zit met de service bijvoorbeeld of dat de levering goed zit. Kan je iets specifiek noemen? Nou bijvoorbeeld levering dat de bestelling morgen of overmorgen in huis is, en service dat ik goed geholpen word als ik een vraag heb. Oké en iets specifiek over de website? Een overzichtelijke webshop waarin je snel vind wat je zoekt, zodat ik niet te lang moet gaan zoeken naar wat ik wil op dat moment.	n.v.t.
5.		Dat ze kwaliteit-spuulletjes verkopen. Een webshop die gespecialiseerd is in tassen, daar verwacht ik wel meer van dan een webshop die ook kleding en sieraden verkoopt. En op welke punten verwacht je dan meer?	n.v.t.

		Nou betere kwaliteit materiaal voor nepleer kun je net zo goed naar de H&M zeg maar. Ook verwacht ik meer informatie en advies over de producten. Wat voor informatie verwacht je dan? Hoe je de tassen zeg maar goed onderhoud en lang laat meegaan.	
6.		Gek genoeg heb ik geen slechte verwachtingen bij online webwinkels. Tegenwoordig verwacht ik wel een snelle levering en makkelijke manieren om te betalen. Wat versta je onder gemakkelijke manier om te betalen? Ideal, en dat achteraf betalen is wel makkelijk, en paypal. Okee dus een snelle levering en gemakkelijk betalen, en hoe moet de website zelf zijn? Overzichtelijk, dus gemakkelijk door heen scrollen of klikken. En snel vooral snel, want bij een trage website haak ik af.	n.v.t
7.		Duidelijk, en dan een hele open vraag: welke verwachtingen heb je van een webshop die tassen verkoopt? Dat de website overzichtelijk is, goed werkt - dat je klikt en dat die goed reageert - en dat ze de juiste bestelling op tijd leveren. En met juiste bestelling, bedoel je de producten die jij besteld hebt? Ja, niet dat ze een verkeerde tas of iets dergelijks leveren.	n.v.t.
8.		En welke verwachtingen heb je bij een webshop die dit soort producten verkoopt? Dat zij de producten goed gefotografeerd hebben en dit overzichtelijk laten zien. Kun je dat iets toelichten? Dat zij foto's van verschillende kanten maken en dat deze foto's duidelijk en scherp zijn. Daarnaast moeten zij dit goed presenteren. En bedoel je dan de pagina met de specifieke tas of de gehele website?	n.v.t

		Beide. Op de pagina zelf moet je de verschillende foto's goed kunnen bekijken . Niet dat foto's klein zijn of de afbeeldingen doorwisselen. Op de website zelf moet je in het overzicht van alle tassen ook duidelijke foto's hebben , anders klik je daar niet op.	
9.		Oké en dan even iets anders, welke verwachtingen heb jij bij een webshop die dit assortiment verkoopt? Dat ze snel leveren, retourneren makkelijk is als ik mijn tas niet leuk vindt en dat ze een overzichtelijke website hebben. Wat bedoel je met snel leveren? Nou vandaag besteld, morgen in huis. Oké en makkelijk retourneren? Gratis en op veel plekken afgeven. Duidelijk en wat bedoel je met een overzichtelijke website? Dat alles in categorieën voor mannen en vrouwen staat en de paginas zelf mooi zijn vormgegeven. Dus de layout van de website? Ja, geen rommeltje, netjes gerangschikt.	Ja, de tassen zijn overzichtelijk weergegeven en ziet er betrouwbaar uit.
10.		Dat slaat een mooi bruggetje naar mijn volgende vragen over de website. Maar voordat we daaraan beginnen, welke verwachtingen heb je van een webshop die dit soort assortiment verkoopt? Dat de leveringstermijn is zoals wordt beloofd op de website en dat het product netjes wordt verpakt en geleverd. Duidelijk en wat verwacht jij van een leveringstermijn? Mij maakt dat niet zoveel uit als ik even op mijn bestelling wacht. Maar moet zeggen dat het wel heel leuk was om het de volgende dag al in huis te hebben. Geniet je er extra snel van. Zeker en je had het over netjes verpakken, kun je uitleggen wat netjes is? Dat het niet verfrommeld in de doos zit, maar dat de doos past, dus ook niet te groot is.	Meer dan zelfs, vind het een erg prettige website en de levering ging ook helemaal goed .

11.		Vandaar en welke verwachtingen heb je bij een webshop die tassen en portemonnees verkoopt? Ik verwacht een uitgebreid assortiment in ieder segment en goede productomschrijving met foto's. Wat bedoel je met segment? Oh, soorten tassen. Dus schoudertassen, shoppers en dat soort dingen.	Ja, ze hebben zeker een ruim aanbod en op een overzichtelijke manier gepresenteerd.
12.		Dat geeft niet. Dan zou ik je willen vragen naar je verwachtingen. Wat zijn je verwachtingen - even los van Hipperz - die je hebt bij een webshop die dit assortiment verkoopt? Ik verwacht een goede kwaliteit, geen prul of neppe zoi, en voldoende keus in het assortiment. En wat verwacht jij dan van het assortiment? Dat er voor ieder wat wils is. Dus van handtasjes voor vrouwen tot aan stoere weekendtassen voor mannen.	Ja in mijn ogen wel. Ik vind de website zeer overzichtelijk, onderverdeeld in dametassen, herentassen en laptoptassen
13.		Eigenlijk dezelfde als dat ik een winkel loop. Ik hou in mijn achterhoofd een kleur en/of formaat en hoop dan een tas te vinden. Waar hou je dan rekening mee in een winkel? Nou overzichtelijk gepresenteerd, goede service, uitgebreide productinformatie En als ik vragen heb dat ik deze kan stellen. Bedoel je daarmee een ruim assortiment? Nou ik hou er wel rekening mee dat ze niet alles kunnen verkopen en net als in een winkel, moet je soms verder kijken.	Nee, alles is mij wel duidelijk. De producten komen goed tot zijn recht op het scherm. En als ik vragen heb, krijg ik snel reactie.
14.		Dat is prima. En welke verwachtingen heb jij bij een webshop die tassen verkoopt? Dat ze tassen verkopen met een goede kwaliteit, dus stevig en sterke tassen. En dat het een goede uitstraling heeft door de beeldvorming, dus kleuren, lettertype en foto's van de producten.	Helemaal, had niet iets dat ik miste.

15.		Dat kan ik begrijpen ja. En even los van Hipperz, welke verwachtingen heb jij bij een webshop die dit soort producten - dus tassen en dergelijke - verkoopt? Dat ze kwalitatief goede tassen hebben en dat ze ook modieus zijn. En wat versta jij onder kwalitatief goed? Even denken, mooie en duurzame materialen waardoor de tas een lange levensduur heeft.	Jazeker. Hipperz verkoopt tassen van een bepaalde kwaliteit, hebben keus genoeg en de tassen passen bij deze tijd. Dus ze hadden zelfs meer dan wat ik had kunnen verwachten.
16.		Wat voor verwachtingen ik daarbij heb... Toch wel een goede prijs-kwaliteitverhouding, een goede service en breed assortiment.	Ja zeker, ze hebben mij in niks teleurgesteld.

Analyseschema 6

Resp. Nr	Score/Label Online – niet tastbaar Productinformatie Productfoto's Prijs	Item Scores - Productinformatie
1.	5	Kun je uitleggen waarom je dat vindt? Omdat het gaat over het product dat je wilt kopen. Zeker als je het niet in een winkel zou kunnen zien - bijvoorbeeld als deze te ver weg zit - dan wil je precies kunnen lezen wat de tas is. Precieze kleur, grootte, ritsen of open tas, binnenzakjes, e.d. Ik ben niet iemand die producten snel en impulsief koopt, ik wil wel eerst alle informatie hebben, zodat ik een inschatting kan maken of ik de tas echt wil hebben.
2.	5	Een 5, dit vind ik het belangrijkste, zeker online waar je het product niet echt ziet en kan voelen. Welke informatie verwacht je dan dat er allemaal bij staat? Zoals jij al zei de prijs, formaat, maar ook kleuren, type sluiting, of het waterdicht is.
3.	5	ik vind het belangrijk dat de webshop er tijd en energie in heeft gestoken om de informatie te updaten. Ik wil natuurlijk wel weten wat ik koop en als de informatie dan onvolledig is, dan zorgt dat ervoor dat ik verder ga kijken en dan mijn aankoop waarschijnlijk ergens anders doe. Let je op specifieke informatie? Wat de afmeting is, van welk materiaal de tas is gemaakt, inhoud en welk type ritssluiting.
4.	5	Een 5, dit is toch het eerste dat je wilt weten over een tas.

		Heb je dan nog specifieke informatie waar je naar kijkt? Allereerst welke kleur de tas is en vervolgens hoe die eruit ziet, dus buiten- en binnenkant, of het een groot vak is of meerdere vakjes. En of die een rits als sluiting heeft of zo'n magnetische sluiting. Goede afbeeldingen vind ik daarbij wel belangrijk. En als dat allemaal goed is, ga ik kijken naar de prijs.
5.	5	Nou daar verwacht ik inderdaad wel meer van. Dus een 5. In een winkel kun je de tas zelf bekijken en oordelen of die voldoet, maar online kan dat natuurlijk niet. Dus dan moet de informatie wel volledig zijn en kloppen. Je wilt niet een leren bestellen en dat die nep blijkt te zijn. Nee inderdaad, welke informatie zie jij het liefst erbij staan? Zoveel mogelijk. Prijs, kleur, afmetingen, vakjes, ritsen, stiksels, alles wat je maar kunt bedenken om een zo goed mogelijk beeld te krijgen. Liefst ook meerdere foto's. Bij een website zag ik van die rugzak maar 2 foto's: voor- en achterkant. Daar baseert ook niemand zijn keus op denk ik, ik wil wel de binnenkant ook kunnen zien.
6.	5	Een 5! Zoals ik eerder al zei is dit juist mijn reden waarom ik een tas eerst nog in het echt wil bekijken. Mits een webshop zo'n uitgebreide uitleg kan geven, dan zou ik misschien nog overtuigd worden om een tas online te bestellen. (Zelf ingevuld: eerdere reden: Ik vind het prettiger om eerst de tassen te kunnen zien in het echt. Hoe groot ze echt zijn en hoeveel vakjes ze van binnen hebben enz.)
7.	5	Een 5 - Wat jij al zei natuurlijk de prijs, dat allereerst. En daarna de vorm, grote van de tas, kleur, materiaal, binnenkant, hoe je hem kunt dragen. Veel informatie komt bij mij wel van de foto's af. Daarop kun je de beste inschatting maken van de tas.
8.	5	Oké de eerste is informatie over het product, zoals inhoud, voering, prijs en dergelijke. Een 5, dit is het belangrijkste. Dit soort punten moeten duidelijk zijn om een goed beeld van de tas te hebben. Wat vindt je zelf dan belangrijke informatie over de tas? Waar het van gemaakt is, hoe de binnenkant eruit ziet, hoeveel vakken en mogelijke kleuren.

Analyse schema 7

Resp. Nr	Label	Item Score - reviews
1	Productinformatie Persoonlijke mening	Vind ik wel redelijk belangrijk een 4. Aan de ene kant vind ik het fijn om reviews over producten te kunnen lezen. Maar dan ligt het eraan of de reviews nuttig zijn. Sommige mensen droppen daar hun persoonlijke mening over een product in, bijvoorbeeld 'ik vind de kleur niet mooi' of 'vind de tas toch te klein'. Maar ik wil meer reviews waar je echt wat aan hebt, zoals: 'tas heeft een zwakke rits' of 'tas heeft een extra klein binnenvakje met rits' of 'de kleur van de tas komt overeen met de foto'. Reviews waar je meer feitelijke informatie uit halen, snap je?

		Ja, dat snap ik. Lees je de reviews dus wel altijd? Als ze er zijn wel ja. Dus ik denk dat ik het dan toch wel belangrijk vindt.
2.	4	Een 4, het is niet het allerbelangrijkste maar ik vind het wel belangrijk om te zien en even door te nemen. Waar let je dan op? Nou hoe mensen reageren op de winkel zelf en de artikelen, zo controleer ik eigenlijk of de mensen tevreden zijn over alles wat die winkel aanbiedt.
3.	5	5, ik vind het belangrijk dat ik kan lezen wat andere mensen van de webshop/producten vinden. Hieraan kan ik opmaken of ik iets wel of niet moet kopen, of de webshop betrouwbaar is. Dus ik vind het wel belangrijk dat de webshop reviews heeft en dat er een goede beoordeling is.
4.	5	Toch wel een 5, omdat dit aangeeft of een product van kwaliteit is en of het overeenkomt met wat er op de website beschreven staat.
5.	4	Die geef ik een 4, het is wel fijn als mensen het product aanraden.
6.	5	Een 5! Informatie over de tas is het meest belangrijk, dus als andere mensen daarover iets zeggen dan wil ik dat natuurlijk graag weten.
7.	3	Wel belangrijk, maar niet doorslaggevend, het is vaak iemands persoonlijke mening, dan hoeft jij dat nog niet zo te vinden.
8.	1	Dit is niet belangrijk voor mij, want smaken en verwachtingen verschillen dus daar kun je niet te veel op vertrouwen. Dus een 1. Lees je de reviews dan wel eens? Nee eigenlijk om die reden niet.

Analyse schema 8

Resp. Nr	Score & labels Hoe Wanneer Waar	Item: Informatie over levering
1.	4	Vind ik ook belangrijk, dus een 4. Ik wil wel graag weten hoe en wanneer mijn levering aankomt. En hoe zou je deze informatie dan willen krijgen? Oh dat mag via de mail zijn, in de vorm van een track en trace of de verwachte dag dat het geleverd wordt.
2.	3	3, Het is wel belangrijk om te weten hoe ze leveren, wanneer ik het pakket ongeveer kan verwachten bij bestelling.

3.	4	Een 4: ik vind het belangrijk dat ik weet wat de levertijd is , maar om bijvoorbeeld te weten dat het in een zak of in een doos komt, dat maakt me niet uit . En bijvoorbeeld of het PostNL of DHL is, dat maakt me ook niet uit of ik dat weet. Als ik het terug wil sturen zitten deze punten toch allebei dichtbij. Daarom een 4. En hoe zou je deze informatie dan willen krijgen? Dat mag via de mail binnenkomen, vaak krijg je bij een bestelling een track en trace code mee, dat vind ik fijn.
4.	3	3, het is fijn om te weten wanneer je iets kan verwachten . Met name als het product dat je besteld “haast” heeft. Vaak staat er bij webwinkels voor 23:59 uur besteld de volgende dag in huis. Wanneer de bestelling haast heeft, is dit erg fijn om te weten.
5.	4	Ook een 4, het is wel fijn om vooraf te weten hoe lang het duurt totdat het binnen is. En ook op welke manier het binnen komt en om te weten of je opties hebt. Bijvoorbeeld afleveren bij een winkel als je niet thuis bent.
6.	5	Ook een 5, ik wil gewoon precies weten hoe, wat en waar . En dan het liefst vooraf natuurlijk, je gaat niet ergens bestellen als je niet weet hoe het daarmee zit. En wat wil je dan precies weten? Hoelang het duurt, dan weet ik wanneer het kan verwachten .
7.	2	Die vind ik niet zo belangrijk, een 2. Waarom vindt je dat niet zo belangrijk? In de huidige wereld is het overal bijna 1 á 2 dagen bezorgtijd.
8.	3	Dit geef ik een 3: ik verwacht eerlijke informatie over de levering . Wat bedoel je daarmee? Dat zij niets vermelden wat niet waar gemaakt kan worden. Dus dat zij het aantal dagen benoemen een ook binnen die tijd leveren? Ja precies.

Analyse schema 9

Resp. Nr	Score/ labels Handelingen Tijd	Item: score Retourbeleid
1.	5	Maar als je op zoek gaat naar informatie over het retourbeleid wat vind jij dan belangrijk? 5, Hoe het in zijn werk gaat, wat voor handelingen er bij komen kijken . Waar ik het moet afleveren of dat het opgehaald wordt.
2.	3	een 3, want ik vind het wel belangrijk als ik eenmaal heb besteld en het bevalt niet, dan wil ik die informatie wel snel kunnen vinden en dat het er duidelijk staat wat ik moet doen .

3.	5	Een 5: ik wil van tevoren wel weten hoelang ik de mogelijkheid heb om te retourneren en hoe ik dit moet doen. Ik wil achteraf niet voor verrassingen komen te staan.
4.	5	Een 5, mocht het een miskoop zijn, dan moet het product makkelijk te retourneren zijn en het liefst gratis retour natuurlijk.
5.	4	Ook een 4, val wel in herhaling haha. Maar als er iets stuk is, bijvoorbeeld dat de rits niet werkt, dan is het wel handig om te weten welke regels hiervoor gelden en hoe je dit moet aanpakken.
6.	4	Ook een 5! Zeker bij de duurdere tassen. Je gaat geen dure tas bestellen als je die niet mag retourneren. Of als je alleen zo'n stomme tegoedbon terug krijgt en perse weer bij die winkel iets moet bestellen. Dat zou voor mij echt wel een drempel zijn om iets wel of niet te bestellen. Wil je dan nog specifieke informatie lezen? Hoelang ik bedenktijd heb is wel fijn, en hoe retour zenden werkt.
7.	4	Ook heel belangrijk om te weten. Dus een 4. mocht het niet bevalen wil ik het wel gewoon terug kunnen sturen. Vindt je daar nog specifiek iets heel belangrijks voor? Ik vind het wel belangrijk als je het gratis kunt terug sturen. Vind het onzin als je daar nog eens voor moet betalen en in 'the end' niks in huis hebt, maar weggegooid verzendkosten hebt. Verder moet het makkelijk zijn, maar dat is tegenwoordig overal wel zo.
8.	2	Dit geef ik een 2. Ik ga er niet vanuit dat ik het bestelde retour zou willen sturen, maar als het erg afwijkt van de verwachting dan moet het wel mogelijk zijn. Verwacht je dan nog iets van het retourbeleid? Dat ik het in de winkel kan afgeven en als dat niet kan dat er duidelijk wordt aangegeven hoe ik het terug zou moeten sturen.

Analyse schema 10

Resp. Nr	Scores - Verzendkosten	Reden
1.	5	Belangrijk; een 5. Je wilt natuurlijk wel weten of je ervoor moet betalen of niet. En ik wil daarvoor niet de hele website afspeuren. Dus dat moet volgens jou direct in beeld komen? Nouja het zou fijn zijn als het op de eerste pagina staat, het hoeft niet groot maar wel duidelijk.
2.	4	Een 4, dit wil ik wel weten, maar het is zo normaal geworden dat het vaak op de website staat, bij bestelling boven de zoveel euro, gratis verzending, of bij het afrekenen staan de bezorgkosten erbij.
3.	5	Een 5: ik vergelijk webshops ook om hun bezorgkosten. Als ik bij de een wel gratis verzending heb en bij de ander niet, dan is mijn keuze snel gemaakt. Dus dit vind ik ook wel belangrijk.

4.	3	Deze geef ik een 3, dit ligt aan het product en de hoogte van de bezorgkosten of ik het waard vind om de bestelling door te zetten . €5 vind ik eigenlijk wel al een max voor pakketbezorging.
5.	4	Ik geef dit ook weer een 4. Lijkt me ook wel logisch dat er vermeld staat wat je moet betalen - of niet - om je pakket op te sturen. Vind het wel prettig als dit op een duidelijke plek op de website staat, niet dat je moet gaan zoeken naar deze informatie.
6.	5	Ook een 5, dit moet ten alle tijden vermeld staan . Ik vind het niet erg om bezorgkosten te betalen, maar bij dure tassen mag het ook wel gratis. Klant is koning toch?
7.	4	Een 4, ik vind het belangrijk om te weten of ik moet betalen en wat er mogelijk is . Het liefst gratis verzending of gratis in de winkel ophalen, dat vind ik ook geen probleem.
8.	4	Het moet wel duidelijk zijn vermeld bij het product als er bezorgkosten bijkomen . Dus een 4.

Analyse schema 11

Resp. Nr	Scores / label Belangrijk om te hebben Soort betaling	Reden
1.	3	ik vind het belangrijk om verschillende opties te hebben en het liefst achteraf betalen . Maar als een winkel zijn zaken goed op orde heeft, vind ik het niet erg om direct te betalen . Maar als het een relatief onbekende winkel is dan vind ik het wel minder prettig. En als het er dan wat minder betrouwbaar uitziet dan overweeg ik om ergens anders te bestellen.
2.	2	Nee dat zou ik een 2 geven, want de meeste winkels hebben toch wel Ideal . Want daarmee betaal je meestal? Ja of paypal maar Ideal toch wel het meeste, en ik denk dat alle winkels inmiddels wel die betaalmethode hanteren.
3.	3	Een 3: ze zijn wel belangrijk, maar niet het belangrijkste. Ik betaal overal wel met iDeal, dus ik ga er automatisch vanuit dat dat overal wel kan . Dus ik denk niet dat dit heel verrassend is. Dus ook wat minder belangrijk.
4.	1	Dit maakt mij niet zoveel uit, dus een 1. Gezien het feit dat ik op meerdere manieren aan een betaling kan voldoen . Creditcard, pinpas, achteraf of gelijk aan de betaling voldoen heb ik geen problemen mee.
5.	2	Dit geef ik eens - heel verrassend na al die 4'en - een 2. Ik betaal het liefst met iDeal en dat is bij de meeste wel mogelijk .
6.	2	Dit geef ik een 2, want tegenwoordig heeft elke webwinkel, tenminste ga ik vanuit. Ideal als betaaloptie . En verder zit er altijd wel een betaaloptie bij die ik kan gebruiken .
7.	2	Die informatie is voor mij niet zo belangrijk, een 2.

		Waarom niet? Ik betaal eigenlijk alles met iDeal en die staat er altijd bij. Dus of ze dan meer opties hebben, maakt mij niet uit.
8.	5	Dit geef ik een 5: er moet een keuze mogelijk zijn. En ik zou graag willen weten welke.

Overzicht informatie score

Respondent nummer	Productinformatie	Reviews	Informatie over de levering	Informatie over retourbeleid	Informatie over bezorgkosten	Informatie over betaalopties
1.	5	4	4	5	5	3
2.	5	4	3	3	4	2
3.	5	5	4	5	5	3
4.	5	5	3	5	3	1
5.	5	4	4	4	4	2
6.	5	5	5	4	5	2
7.	5	3	2	4	4	2
8.	5	1	3	2	4	5
Gemiddelde score	5	3,9	3,5	4	4,25	2,5

Analyse schema 12

	Item: Op welke social media kanalen bent u actief?	Item: Klinkt u wel eens op advertenties?
1.	Instagram Pinterest Facebook Snapchat Ja Soms Nee Persoonlijke voorkeur	Soms, eigenlijk alleen op die van Instagram. Dan is het net een insta-post en zie je in de advertentie wat leuke dingen voorbij komen. Bijvoorbeeld verschillende tassen en dan kun je opzij swipen om meerdere modellen of kleuren te bekijken. Als het bevalt klik ik wel door naar de website ja.

2.	Facebook Instagram LinkedIn	En klik je wel eens op de advertenties op Facebook of Insta? Soms , als ik iets leuks voorbij zie komen. Maar heb daardoor nog nooit iets aangeschaft.
3.	Facebook Instagram Snapchat LinkedIn	Ja , als het producten zijn die mij aanspreken dan klik ik erop. Bijvoorbeeld een aantrekkelijke prijs of leuke afbeeldingen.
4.	Instagram LinkedIn	Ja , maar alleen als ik iets op Instagram voorbij zie komen wat mij aanspreekt.
5.	Facebook Pinterest Instagram	Nee , ik vind die reclames vaak super irritant. Ik weet wat ik wil en wanneer ik dat wil, dus ik hoef niet de hele tijd van de reclames met 'koop nu'. Dus mocht er een wet hier voor komen stem ik echt voor.
6.	Facebook Instagram	Soms wel , als ik iets leuks zie. Dankzij cookies komen altijd dezelfde webshops weer terug, dus weet je meteen of ze iets nieuws hebben. Dus alleen de relevante advertenties bekijk je Ja zo kan je het noemen, wat ik als laatst heb bekeken hou ik weer in de gaten.
7.	Facebook	En klik je daar wel eens op advertenties? Ja soms . Wanneer klik je er dan op? Als ik iets zie wat ik interessant vind, of mooi vind. Meestal komt er wel iets naar voren waar ik eerder op gezocht heb. Dus als het past bij jouw interesses? Ja dat klopt. En heb je wel eens wat aangeschaft door zo'n advertentie? Niet dat ik mij kan herinneren.
8.	Facebook Instagram	En klik je wel eens op advertenties? Nee, nooit . Waarom niet? Omdat je er dan steeds meer mee lastig wordt gevallen. Als er iets is waar ik meer van wil weten, zoek ik het zelf op.

Analyseschema 13

Resp. Nr.	Label	Item: wat was je indruk van de website van Hipperz
9.	Lay-out Overzichtelijk Niet heel bijzonder	Heel mooi en overzichtelijk, maar lijkt wel een beetje op de rest, niet perse heel bijzonder. Kun je uitleggen wat het voor jou wel bijzonder zou maken? Nee niet echt. Maar ik vind gewoon elke site die tassen verkoopt op elkaar lijken. Misschien een fancy achtergrond, maar ligt weer aan wat je mooi vindt.
10.	Productomschrijvingen Foto's	Ik vind het een prima webshop. De producten staan duidelijk omschreven en voorzien van mooie foto's.
11.	Overzichtelijk Gebruiksvriendelijk Lay-out	Dat de website overzichtelijk en gebruiksvriendelijk is. Kun je dat toelichten? Het is een simpele, maar duidelijke website. Ik kon alles snel vinden, wat het gebruiksvriendelijk maakt.
12.	Overzichtelijk Lay-out	Oh die zou ik echt niet meer weten. En als je bedenkt wat je er bij je eigen tas van vond? Dan mooi, overzichtelijk, niet te druk, dus een goede website.
13.	Lay-Out Betrouwbaar	Het ziet er fris en toegankelijk uit en ik had er wel vertrouwen in om daar te kopen.
14.	Overzichtelijk Lay-out	Dat het een hele mooie website is. Wat vond je er zo mooi aan? Dat het heel overzichtelijk is met snelle zoekfuncties en dat ze geen schreeuwende kleuren hebben gebruikt.
15.	Divers aanbod Overzichtelijk Lay-out	Dat ze heel veel aanbod hadden, ook heel divers. En dat ze dit toch heel overzichtelijk weten weer te geven dat vind ik knap. Wat maakt het voor jou overzichtelijk? Dat je in het overzicht alleen foto's van tassen ziet en de prijs. Soms hebben websites daar al meer informatie over producten erbij staan, dat maakt het rommelig. Dit kon overigens wel als je de layout aanpaste, maar dat heb ik dus niet gedaan.
16.	Divers aanbod Overzichtelijk	Om even terug te komen op het voorgaande ze hebben veel tassen, dus veel keus. En ze hebben deze duidelijk ingedeeld. Dus ik had direct wel een positieve indruk.

Analyseschema 14

Resp Nr.	Labels	Item: verbeterpunten website	Item: verbeterpunten service
9.	Mobiele website Positief	Nou de mobiele versie lijkt nog een beetje op een opgekropte website van pc. Dat zou wel beter kunnen.	Niet dat ik mij zo kan bedenken.
10.	Positief	Op dit moment zou ik niks willen veranderen aan de webshop.	Niet dat ik me kan bedenken, alles ging al zo snel en goed.
11.	Positief	Nee, ik zou zeggen zo doorgaan.	Dat is fijn, heb je dan verder nog tips om de service nog beter te maken? Nee.
12.	Product-foto's Positief	Behalve een foto met model bij de producten, heb ik geen aanvullingen.	Nee daar heb ik geen ideeën voor.
13.	Positief	Nee, alles is mij wel duidelijk. De producten komen goed tot zijn recht op het scherm.	En als ik vragen heb, krijg ik snel reactie. Mooi zo, en heb je op dit gebied nog verbeterpunten? Ik heb hierop geen op- of aanmerkingen.
14.	Positief	Nee ik vond het zo al een prettige website.	Nee met dezelfde reden als net, het is goed geregeld denk ik.
15.	Positief Achtergrond	Op dit moment kan ik zo 1,2, 3 niks bedenken. Zou misschien de witte achtergrond veranderen, maar dat is een kwestie van smaak.	Op het gebied van de service niet. Had al niet verwacht een cadeautje te krijgen, dus ook dit was beter dan mijn verwachtingen.
16.	Mobiele website Fashion-cheque Positief	Niet zo zeer, wat ik wel gemerkt heb is dat het gebruik van de webshop via je mobiel wat lastiger gaat. Wat is er dan lastig aan? Je doet er wat langer over om alle tassen te bekijken omdat ze allemaal onder elkaar staan. Het is wat minder overzichtelijk zeg maar. Hierdoor werd ik het wat sneller zat dan op de website.	Nee hoor, zoals het nu is, is het goed.

		Zijn extra's die je bij Hipperz zou willen zien? Nou het inleveren van een Fashioncheque zou een goede toevoeging zijn. Ik krijg er wel met enige regelmaat eentje, dus het zou leuk zijn om deze in te leveren voor zo'n tas.	
--	--	---	--

Analyseschema 15

Resp Nr.	Label	Item: Review invullen na bestelling	Wat zorgt ervoor dat consumenten reviews gaan invullen
1.	Positief Neutraal Negatief Direct voordeel Herinnering	Nee dat doe ik eigenlijk nooit. Waarom doe je dat niet? Weet ik niet zo goed, krijg wel altijd van die herinneringsmailtjes en dat je er zelfs een prijs mee kunt winnen als je een review achterlaat. Maar dat trekt mij niet zo over de streep, win toch nooit iets.	Misschien een direct voordeel, dat je korting of gratis verzending bij je volgende bestelling hebt.
2.		Heb ik niet bij stilgestaan toen ik de tas kocht. En als je iets online besteld, mag ook ander product zijn, laat je dan wel eens een review achter? Nee eigenlijk nooit.	Zou je het voor een beloning wel gedaan hebben? Nee dat niet perse maar ik moet er zelf zin in hebben en dan toevallig er langs komen op internet. Oké dus als je een link zou krijgen van de winkel zo je het eerder doen? Ja dat denk ik wel.
3.		Nee eigenlijk niet.	Zou het helpen als je een herinnering hiervoor krijgt? Misschien, maar denk dat ik dan het bericht lees en het alsnog weer vergeet.
4.		Nee dat vind ik te veel moeite. En waarom vindt je dat?	Zou een beloning jou over de streep kunnen trekken om wel een review achter te laten? Misschien, als je korting zou krijgen op je volgende aankoop. Maar ik geef geen garantie dat ik het dan ga doen haha.

		Ik denk er eigenlijk nooit over na om dat te doen. Plus bij deze webshops wisselt het assortiment zo snel, dat ik twijfel of dat zin zou hebben.	
5.		Nee dat niet. Hoezo heb je dat niet gedaan? Had ik geen zin in.	Weet niet wat mij zou kunnen overhalen om het wel te doen eigenlijk.
6.		n.v.t.	n.v.t.
7.		Nee, ik heb het cijfer gegeven en door geklikt. Ik had op dat moment niet zoveel tijd om het allemaal in te vullen.	Volgens mij stond zo iets er al bij, dat je kans maakte op cadeaubonnen. Maar daar geloof ik niet zo in. Misschien als je directe korting krijgt dat het aantrekkelijker is.
8.		n.v.t.	n.v.t.
9.		Nee, omdat ik dat teveel moeite vond en ik had daar op dat moment geen tijd voor.	Ik zou dan korting op een volgende bestelling vragen. Maar wel met een wat langere tijd om die te gebruiken, want zo'n tas koop je niet zo snel weer.
10.		Nee, ben ik glad vergeten.	Zou een herinnering dan fijn zijn? Allicht. Waarschijnlijk zou ik er dan wel eerder aandenken om alsnog een review achter te laten.
11.		Daarvoor heb ik niet direct de tijd voor genomen en daarna niet meer aan gedacht.	Zou een herinnering geholpen hebben? Misschien als ik op dat moment wel meer tijd zou hebben, dan wel ja. En als het een herinnering met beloning is, bijvoorbeeld korting, zou dat nog beter werken? Mogelijk. Dan heb je een extra motivatie voor jezelf om het toch te doen.
12.		Toevallig wel ja. Ik was zo blij met de tas, dat ik vond dat meer mensen hiervan moesten weten.	n.v.t.
13.		Dat heb ik niet gedaan. Zo nee, waarom niet? Ik heb daar eerlijk gezegd geen reden voor.	Een herinneringsmail, misschien dat ik er dan wel aan gedacht had ja.
14.		Nee, daar had ik op dat moment geen tijd voor. Maar eigenlijk doe ik dat nooit. Waarom doe je dat nooit?	Zou een herinnering daarbij helpen?

		Ik denk er nooit aan op het goede moment.	Als die op het goede moment binnenkomt wel ja. Maar niet als ik even snel mijn mail moet lezen en weer door moet met iets anders, dan zou ik het alsnog vergeten. En als er een beloning tegenover staat, bijvoorbeeld korting op de volgende aankoop? Ik koop daarvoor veelste weinig , dus dat zou geen prikkel voor mij zijn.
15.		Ja dat heb ik gedaan. Wat heb je daarin gezet? Eigenlijk een mini samenvatting van wat ik jou allemaal vertel. In essentie dat de tassen erg goed zijn en leuk verstuurd worden. Oké en met welke reden heb je een review achter gelaten? Als een soort bedankje naar de eigenaren . Zij mogen ook wel eens horen dat ze het heel goed doen. En natuurlijk voor andere die nog twijfelen om hier te bestellen. Dan wil ik ze laten weten dat dat een goede keus zou zijn.	
16.		Nee, nog nooit over nagedacht, maar volgende keer zou ik het zeker doen. Waarom ga je het volgende keer wel doen? Omdat ik zeer tevreden ben over mijn bestellingen daar, dat mogen andere best weten . En dan help ik Hipperz ook weer verder met een nieuwe positieve review.	

Analyseschema 16

Resp Nr.	Label	Item: Reden van aankoop bij Hipperz	Item: Herhaalaankoop bij Hipperz
9.	Prijs Gratis verzending Retour Betrouwbaar	Voor de tas die ik wilde - een goede tas van echt leer - waren zij het goedkoopst . En gratis verzending en retouren beviel mij wel, dus dacht waarom niet? Zag er ook wel betrouwbaar uit.	Ja zeker , als ik een tas nodig heb dan denk ik zeker aan Hipperz.

	Goede ervaring Aanbeveling Service Snelle levering Gemak Positief Negatief		
10.		Vanwege de goede ervaring van anderen.	Ja als ik weer een tas nodig heb dan ga ik zeker kijken bij Hipperz
11.		Door de tip van mijn vriendin. Daarnaast zijn het mooie tassen voor een goede prijs en de service is goed.	Dat sluit ik zeker niet uit.
12.		Ik was altijd een enorme fan van de tassen van Fred de la Bretonniere, maar die zijn erg duur. Dus ben ik opzoek gegaan naar een iets goedkopere website en toen kwam ik al bij Hipperz uit. En de laptoptas die ik nu heb van Hipperz is van heel mooi dik leer en zeer betaalbaar. Dus nu ben ik helemaal fan.	Ja zeker. Als er weer iets voorbij komt, bestel ik zo weer.
13.		De gratis en snelle levering. En ik had al een goede ervaring via bol.com, dat telde ook wel mee.	Ja zeker, ik koop graag bij vertrouwde websites.
14.		Uit gemak eigenlijk wel. Ik was daar aan het kijken, zag een leuke tas en heb besloten die maar meteen te bestellen.	Ik sluit niets uit in de toekomst, maar ben niet zo'n winkelaar.
15.		Omdat ze niet te veel vragen voor de tassen die ze verkopen en omdat die vriendin van mij er zo'n goed gevoel bij had.	Als ik een nieuwe tas zoek, ga ik zeker op de site kijken.
16.		Omdat ik daar wel een goede ervaring had, voor de prijs maakte het niet uit en ze leveren snel en gratis.	Ja, dit vanwege de snelle levering en prijskwaliteit verhouding. Zou ik graag nog en aankoop doen bij Hipperz.

Analyse schema 17

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	Gem.
Veiligheid webshop	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Privacy waarborging	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2,7
Vertrouwen webshop	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

Labels

Veiligheid	Privacy	Vertrouwen
Lay-out	Gegevens stelen	Bedrijfsgegevens
Foutmeldingen	Slot adresbalk	Keurmerk
Goed werkende website	Nieuws	Correcte taal
Slotje	Persoonlijke vragen	Lay-out
Keurmerk	Cookies	Bekende winkels
Bedrijfsgegevens	Telefoonnummer	Reviews
Bereikbaarheid		Slotje
Veilige verbinding		Bereikbaarheid
Persoonlijke vragen		Bedrijfsgegevens

Resp.	Veiligheid	Privacy	Vertrouwen
1	Als het er houtje-touwtje snel in elkaar geknutseld uitziet dan vertrust ik het al minder. Dus een goede lay-out, makkelijk doorklikken, geen foutmeldingen en dergelijke vind ik wel belangrijk en anders bestel ik daar niet.	want je wilt niet dat er iemand met je jouw gegevens vandoor gaat. Zeker in deze tijd waarin je zoveel hoort over gegevens die gelekt zijn e.d. Ik wil niet dat mijn rekeningnummer en adres in handen van verkeerde personen vallen. Wie weet wat voor accounts ze dan ergens anders aanmaken óf wat voor rare dingen ze gaan bestellen op jouw naam. Je hoort wel eens hele gekke verhalen en in een tijd waarin we alles online regelen, vind ik dat dit topprioriteit moet hebben. Dus zo'n slotje	Ik vind het belangrijk om gegevens te kunnen zien, zoals KvK-nummer, telefoonnummer en adres. Oh en als laatste is zo'n keurmerk belangrijk, zoals dat webshop keurmerk. Die geven ze ook niet zomaar en dat verhoogd wel de betrouwbaarheid voor mij.

		in de website-balk - ik weet even niet hoe je dat ding noemt - vind ik belangrijk tijdens het bestellen. Je wilt ook niet dat er een hacker meekijkt naar jouw inlog- en persoonlijke gegevens.	
2	want ik wil niet dat mijn gegevens zomaar op straat of in verkeerde handen komen. Ja dat snap ik, waar let je dan op? Zoals ik al eerder zei moet de website snel laden, een niet goed werkende website voelt al minder veilig. Daarnaast let ik ook op het groene slotje dat aangeeft dat een website veilig is. Kijk je ook nog of een website een bepaald keurmerk heeft? Niet specifiek, meeste winkels met zo'n keurmerk zetten het vaak wel prominent op hun homepage. Dus dan valt die al direct op. Voelt trouwens wel veiliger als ze die ook hebben.	Wil niet dat mijn gegevens worden doorgegeven aan derden.	Alles wat we net al bespraken. Oh, en dat een site in goed Nederlands staat, want een site met spelfouten daar ga ik ook aan twijfelen.
3	Ik vind het wel belangrijk dat mijn gegevens niet op straat komen te liggen. Dus veiligheid is wel belangrijk en als een webshop er dan onveilig uitziet, zou ik daar niet bestellen. En wat bedoel je met onveilig? Ja uhm onveilig, een simpele lay-out, weinig informatie, geen keurmerk	Ik vind het wel belangrijk, maar weet ook dat je door alle cookies sowieso minder privacy hebt. Als je op een advertentie klikt of even iets opzoekt dan staat gelijk heel je Facebook vol met advertenties. Dus voor mijn gevoel heb je niet super veel privacy meer tegenwoordig. En dat accepteer ik maar gewoon. En naast de cookies, kijk je dan ook of de webshop zelf jouw gegevens goed waarborgd? Ja, maar meestal meer op gevoel. Zoals je bij de eerste vraag stelde of het onveilig oogt. Als dat al zo is, ga ik er niet vanuit dat mijn gegevens heel zorgvuldig bewaard worden.	Want als ik iets bestel en betaal wil ik het wel geleverd krijgen. Ik let daarom wel op hoe de website is opgebouwd. Als het heel amateuristisch is en geen recensies dan vertrouw ik het al niet en dan zoek ik verder.

4	Anders heb ik het idee dat je gescamd kan worden en zou ik er geen bestelling op doen. En hoe let je er dan op dat het veilig is? Ik kijk of er zo'n slotje in de websitebalk komt als je naar bestellen gaat, of er voldoende informatie over de winkel op de website staat – bijvoorbeeld een adres/telefoonnummer én ook of ze een webshopkeurmerk hebben. En als ze dat niet hebben of in onvoldoende mate dan kies ik er liever voor om ergens anders te bestellen.	maar tegenwoordig wordt online veel klantinformatie gebruikt en is veel informatie te achterhalen. Zo lang persoonsgegevens niet op straat komen te liggen is het prima. Dus gebruik voor marketing doeleinde is prima, maar delen met derden niet? Ja zo bedoel ik het inderdaad.	Als ze niet te vertrouwen zijn dan neem ik aan dat ze zich niet aan afspraken houden en dat je je bestelling niet ontvangt, veel te laat ontvangt, kapot ontvangt e.d. Dit wetende zou ik er ook geen bestelling doen.
5	Nou je wilt niet dat ze met je rekeninggegevens aan de haal gaan, of waar je woont. Weet niet wat ze dan allemaal kunnen doen, maar liever niet.	Ik zou niet weten hoe ik daarop moet letten, maar als het bijvoorbeeld in het nieuws geweest is, dan zou ik er niet meer bestellen. Maar stel dat Bol.com dat zou doen, dan weet ik het niet en bestel ik daar wel.	als ik er niet op vertrouw dat ze echt leveren dan bestel ik daar natuurlijk niet. En waar let je dan op? Lastig, kijk meestal of de website er goed uitziet. Maar in mijn zoektocht naar de rugtas heb ik eigenlijk alleen bij bekende winkels enzo gekeken. Dus bij Duifhuizen en thelittlegreenbag, dus daar vertrouwde ik het op voorhand al. Bij andere onbekende sites zou ik het niet weten. Waar moet ik dan aan denken, dat een website er goed uitziet? Uhm ja als een website niet veilig is krijg je vaak een melding, dus op dat slotje let ik en ook wel een keurmerk voor webwinkels.
6	je wilt niet dat iemand er met je bankgegevens vandoor gaat wanneer je gaat betalen. Zo'n slotje in de hoek is dan altijd een teken dat de website goed beveiligd is. Ik let daar altijd wel op.	al weet je toch wel dat er iemand meekijkt. De google's onder ons enzo. Verder vind ik het wel belangrijk dat mijn persoonlijke gegevens goed worden opgeslagen. Je wilt dat ook niet out in the open hebben. Daarnaast wil ik ook niet dat mijn e-mail in allerlei vreemde circuits terecht	een webshop die ik niet vertrouw daar bestel ik echt niet. En wat kunnen redenen zijn dat jij een webshop niet vertrouwd? Pfoe ja geen reviews hebben, spellingsfouten, geen contactgegevens op de site Oke en nog meer?

		komt. Dus privacy moet wel gewaarborgd worden.	Ja wat ik net aangaf een keurmerk , dat geeft je toch een beter gevoel dat alles veilig is enzo.
7	Nou je gaat niet bestellen als je denkt dat het oplichters zijn. Denk je dan alleen aan oplichters of ook nog aan andere dingen? Als eerste wel aan dat, omdat ik dan denk dat mijn bestelling nooit zal aankomen. Maar mogelijk ook dat ze uit zijn op je bankgegevens of je eigen gegevens doorverkopen. Wanneer ziet een website er voor jou onveilig uit? Als die slecht in elkaar is gezet, te simpel zeg maar, dat je ziet dat niemand er tijd in heeft gestoken. En daarnaast weinig informatie over de verkopers en al die punten die je eerder al benoemde. En let je wel eens op een keurmerk? Nee eigenlijk niet. Kan me ook niet herinneren dat de grotere sites dat er echt op hebben staan. En bij kleine ondernemers dus ook niet? Nee, eigenlijk niet, maar dan let ik wel op die punten die ik eerder benoemde.	ik waardeer het als ze er op letten en zich daar netjes aanhouden, maar je weet toch wel dat ze bepaalde informatie delen. Alleen vind ik wel dat ze zorgvuldig met je bankgegevens moeten omgaan. Hoe weet je dat winkels bepaalde informatie zullen delen? Je weet het nooit zeker natuurlijk, maar het is wel al vaker in het nieuws geweest. Dus vandaar dat ik dit denk.	Is een beetje zoals ik net al zei, je wilt wel dat ze daadwerkelijk iets leveren.
8	als de website er niet veilig uit ziet dan bestel ik daar niet. Waar let je dan op? Of er een slotje in de adresbalk staat. En nog andere dingen? Bij het afrekenen let ik extra goed op. We zijn een keer opgelicht, omdat iemand met onze creditcard gegevens vandoor is gegaan. Dus als	Na het creditcard-incident ook veel invloed, dus een 3. Daarnaast wil ik niet dat onze gegevens aan derden worden gegeven, anders krijg je van die irritante verkopers aan de lijn of spammail. Waar let je dan op? Of er niet te veel persoonlijke vragen gesteld worden. Zoals?	Ik let het contactgegevens dus of ik deze ergens op de website kan vinden. En ook of er een KvK nummer bij vermeld staat. En verder nog? Naamsbekendheid. Dit is een van de redenen waarom ik dus bij de bekende winkels shop. Let je ook op keurmerken? Ja, daar let ik ook altijd op.

	ik nu een foutmelding of gekke vraag krijg dan stop ik ook met bestellen.	Als je je geboortedatum moet invullen. Ik vind dat informatie die hen niks aan gaat en daarnaast hebben ze dat ook niet nodig om goed te kunnen leveren.	
9	Sowieso, dan niet bestellen.	Ook belangrijk, maar lastig te checken, Facebook is watching. Dus omdat je dat toch wel weet, geef ik het een 2.	Dat vond ik juist zo fijn aan Hipperz, dat het er betrouwbaar uitzag. Als het dat niet had gedaan, had ik daar sowieso niet besteld
10	Ja behoorlijk, dan zou ik er niet bestellen. Waar let je dan op? Of de website professioneel in elkaar gezet is, al kunnen oplichters dit vaak ook goed. Dus meestal kijk ik naar contactgegevens, of ik bijvoorbeeld een KvK-nummer kan vinden. Daarnaast draagt een keurmerk ook bij aan de veiligheid.	Zeker in een tijd waarin we zoveel bestellen en al veel privacy kwijt zijn door Facebook en cookies. Dan mag ik hopen dat ik nog een beetje in privacy mijn werkelijke bestelling kan doen.	Hoe heb je dat gecontroleerd? Nou het keurmerk stond boven in beeld en ik had natuurlijk gemaild en een mail in correct Nederlands terug gekregen. Als die vol met spelfouten had gestaan, had ik het minder vertrouwd.
11	Let jezelf dat nog op de veiligheid? Zeker, ik weet dat je op dat slotje op de website moet letten. Heb je verder nog dingen waar je op let? Umh, zo'n keurmerk wel. Dat was het eigenlijk wel.	Waarom geen grote invloed? Ze mogen mijn cookies best hebben, maar liever niet dat ze al mijn gegevens verkopen aan derden.	Waarom? Omdat je wel wilt dat je de juiste bestelling geleverd krijgt of überhaupt krijgt. Niet dat je heel veel moeite moet doen om alsnog je bestelling te krijgen.
12	Nouja, dat zou dan sowieso veel invloed op mij hebben. En als ik vraag wat maakt een website voor jou veilig? Ik denk dan aan het slotje bovenin waar de website staat. Volgens mij betekent dat dat je een privé verbinding hebt en niemand meekijkt. Dus als dat er niet staat, zou je er niet bestellen?	Allereerst zou je het kunnen zien aan de onveilige verbinding, dan ontbreekt het zogenaamde slotje in de adresbalk, maar ook kun je het zien aan https in de adresbalk. Wat je ook kan doen is de privacyverklaring door lezen, hierin staat wat de partij doet met de verzamelde gegevens. Op de eerste twee punten let ik wel, dat vind ik belangrijk. Dat geeft wel een soort veiligheid. De privacyverklaring lees ik nooit door, teveel tijd en moeite voor mijn gevoel.	ik bestel alleen als ik zeker weet dat het goed zit. En hoe weet je dat dan zeker? Door de reviews dus. En sommige websites hebben ook een keurmerk van thuiswinkel of webshop, dat biedt ook een bepaalde garantie.

	Nee, dan kom ik toch weer op dat hacken, stel dat er iemand met je bankgegevens meekijkt en je digitaal beroofd, dan is dat voor mij onveilig.	En wat voor cijfer geef je dit dan? Hoeveel invloed heeft dit op jou. Toch wel een drie, ik wil niet dat mijn gegevens in anderen handen vallen.	
13	Ja, ik zou het niet prettig vinden om daar te bestellen, dus dat heeft heel veel invloed op mij. En waar let je dan op, als het om veiligheid gaat? Ik let dan op een veilige verbinding en dan niet alleen bij het afrekenen, maar ook de website zelf. En voor de rest over ze bereikbaar zijn, bedrijfsgegevens delen, zoals KvK en of de site er netjes uit ziet.	ze kunnen al zoveel data over jou verzamelen, dat je niet wilt dat ze hier slordig mee omgaan	ik heb juist veel vertrouwen in Hipperz en dat doet mij sneller daar bestellen dan ergens anders. Dit geeft ik ook een 3 en hoger. En waar let je dan op om te weten of het betrouwbaar is? Het welbekende keurmerk logo is daar een van. En alle gegevens die je maar kunt vinden.
14	Waarom heeft dat veel invloed? Je wilt niet dat de verkeerde mensen met je bankgegevens of identiteit aan de haal gaan. Ook al laat je waarschijnlijk niet zoveel gegevens achter, je wilt toch dat alles veilig gebeurt. En hoe zie je dan of het veilig is? Het slotje in de website-balk geeft aan of het een veilige verbinding is, dus daar let ik wel op. Ook geef ik zelf niet al mijn gegevens weg, dus als ze te veel persoonlijke dingen vragen, dan vul ik die niet in.	wat ik al zei je wilt niet dat ze je identiteit overnemen. Ik let daar altijd wel extra op.	ik vind ze allemaal even belangrijk. Waarom vindt je die laatste ook belangrijk? Als ik het niet vertrouw dan zou ik al bij voorbaat bang zijn dat mijn levering niet aankomt, waar ik dan wel voor betaald heb. En dat je dan niemand zou kunnen bereiken. Dat is geen fijne situatie inderdaad, waar let je dan op om te zien of het betrouwbaar is? De cosumentenbond waarschuwd altijd om niet te bestellen bij webshops zonder een keurmerk. Dus daar let ik altijd wel op. En of ze meerdere mogelijkheden hebben om hen te bereiken.
15	En waarom beïnvloedt dit jou zo veel? Zou jij ergens betalen waar het niet veilig is? Nee, maar vraag het nu aan jou. Het voelt gewoon zo logisch, anders ben je straks veel meer geld kwijt dan de bedoeling was.	Het lijkt mij een eng idee als er een vreemde met mijn gegevens aan de haal gaat, wie weet aan wie ze het verkopen en waarvoor het gebruikt gaat worden. Zeker en heb je nog manieren om hierop te letten?	Ik wil wel dat ik de producten geleverd krijg waarvoor ik betaald heb, dus dat de goede spullen aankomen en ook dat het helemaal in orde is, dus niks kapot. Of erger nog dat het helemaal niet aankomt. Daar zit ik niet op te wachten.

	En waar let je dan op? OF je geen meldingen krijgt van deze verbinding is niet veilig of privé en of je niet naar een vreemd betaalscherm gaat. Eigenlijk alles wat niet 'normaal' oogt.	Ik geef niet altijd al mijn gegevens als ze erom vragen. Bijvoorbeeld telefoonnummer geef ik soms niet, want voor pakketbezorging lijkt het mij niet heel relevant.	En heb je nog manieren om het vertrouwen in de webshop in te schatten? Ik let voornamelijk op het keurmerk, dit is voor mij wel het beste signaal om te bepalen of het betrouwbaar is.
16	Ik wil niet dat er tijdens het bestellen iets gebeurt, waardoor ze mee kunnen kijken en mijn bankrekening leegplunderen. Is maar een voorbeeld hoor, maar zo iets zie ik dan wel gebeuren. En waar let je dan op als het om veiligheid gaat? Een beveiligde verbinding, die herken ik aan het slotje in de adresbalk. En of ik op een juiste manier naar de pagina van mijn bank ga en of daar geen gekke dingen staan.	Dit heeft wel minder invloed, want ik zou er dan alsnog iets sneller bestellen, maar ik zou niet al mijn persoonsgegevens afgeven. Hoe bedoel je? Als ze vragen stellen die er niet toe doen en ik zou het idee hebben dat ze mogelijk deze gegevens doorspelen aan andere partijen, dan zou ik die niet invullen of onjuist. Aan welke gegevens denk je dan? Bijvoorbeeld mijn geboortedatum, of als ze je geboorteplaats willen weten. Ze kunnen ook verzenden zonder die gegevens.	Dat wel weer meer, ik moet erop kunnen vertrouwen dat de webshop doet wat hij zegt te doen. En dat is? De juiste pakketjes tijdig afleveren. En waar let je op om te zien of het wel betrouwbaar is? Ik kijk wel eens op google of er klachten zijn die mensen op zo'n klachten website hebben neergezet. Daarnaast check ik of ze bereikbaar zijn voor het geval dat er iets fout gaat.

Analyse schema 18

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	Gemiddeld
Geen fysiek contact met personeel	1	2	2	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1,4
Levertijd	3	4	4	3	2	4	3	3	5	1	5	2	1	4	1	4	3,1
Een beperkt assortiment	2	4	3	1	3	3	3	4	3	3	3	4	1	4	3	2	2,8

Geen of slechte reviews	4	4	3	5	4	3	3	1	4	3	4	4	3	5	5	3	3,7
-------------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	-----

Labels

Geen contact	Levertijd	Assortiment	Reviews
Zelf oordelen Winkelpersoneel Klantenservice	Langer dan 1 week Langer dan 2 weken Rustig wachten Snelle levering Winkel	Als ze iets leuks hebben Zoektocht stopt	Wel effect Geen effect Minder vertrouwen Persoonlijke meningen

	Geen contact	Levertijd	assortiment	Reviews
1	ik oordeel zelf wel of ik een tas wil. Soms zijn verkopers juist te opdringerig en wil ik gewoon rustig nadenken.	Is het langer is dan 2 weken wel ja, anders wacht ik rustig af.	Als ze de tas hebben die ik wil, maakt de rest mij niet zo uit. Maar als ik meer op zoek ben naar een tas en nog geen voorkeuren heb, dan wil ik wel een breed assortiment om mij te kunnen oriënteren.	Bij veel slechte reviews overweeg ik wel om de tas te laten schieten. Dan vertrouw je het niet meer. Maar kijk altijd wel of de reviews van kwaliteit zijn ofcourse.
2	ik hoef niet perse contact met personeel te hebben om iets te kopen wat ik mooi vind.	ik vind dat het binnen een redelijke tijd geleverd moet zijn. Wat is volgens jou dan een redelijke tijd? Toch niet meer dan een week.	als ze niet hebben wat ik zoek dan houdt het op.	Ja als er allerlei slechte reviews staan, dan kan dat mij wel weerhouden ja.
3	Meestal vind ik die mensen die in de winkel na 2 seconden vragen 'kan ik je helpen?' toch alleen maar irritant. Online heb je dat tenminste niet. Het is wel handiger als je vragen hebt, maar meestal kom ik er zelf wel uit.	Zoals ik al eerder zei het weerhoudt mij pas als ik echt weken moet gaan zitten wachten.	Ik weet vaak wat ik wil dus als ze het ergens niet hebben, ga ik gewoon door naar de volgende website.	Als ik het product en de website ken/vertrouw dan zou het mij niet weerhouden, maar als het een nieuw product of nieuwe website is, dan vind ik het wel fijn om ze te hebben. Het biedt toch wat meer vertrouwen als je weet dat er mensen voor jou al iets hebben besteld en hun ervaring delen. Juist ook als deze negatief zou zijn

4	Op basis van de informatie kan ik zelf wel beslissen of ik iets wil hebben en of het een goed product is, daar heb ik niet persé winkelpersoneel voor nodig. Ik vind een klantenservice hebben dan nog belangrijker	als het product het waard is ben ik wel bereid om hierop wat langer te wachten. Maar zoals ik al eerder aangaf, als ik het snel nodig heb dan wil ik het snel in huis hebben. Het is dus afhankelijk van de situatie.	Ja, als het product niet hebben wat ik wil hebben doe ik geen aankoop, maar dat is logisch toch?	Als er hele slechte reviews staan dan zou ik het product al niet meer kopen. Als de kwaliteit van de tas niet goed is, of als de informatie niet overeenkomt met het product. Bijvoorbeeld de kleur.
5	Als ik voldoende informatie over de tas heb, kan ik die prima zelf bestellen. In de winkel vraag ik ook niet alles aan het personeel.	Mits het geen maand is niet	ze moeten wel hebben wat ik zoek hé?! Maar dat hebben ze ook niet altijd in de winkel, dus dan shop ik gewoon verder	(4) zoals ik al zei toch wel belangrijk om te weten wat andere van het ontvangen producten vinden. Vooral omdat je de tas niet van te voren kunt beoordelen.
6	Ik vind het prettig als er iemand is aan wie ik vragen kan stellen. Doe je dat vaak? Niet perse, maar het is fijn dat de mogelijkheid er is. Bijvoorbeeld ook als je wilt weten of een tas er ook een maatje groter of kleiner is, of dat ze nog andere kleuren hebben.	Als ik in de tussentijd nog naar de winkel zou kunnen om het zelf te gaan halen, vind ik het te lang duren. Dus zeg dat dat ongeveer een week zou zijn.	Dat vind ik lastig te zeggen. Het is niet zo dat het mij zou weerhouden om dan die ene tas te bestellen als ze er maar 30 hebben bijvoorbeeld. Maar dan moeten er wel precies de goede tassen voor mij tussen zitten en dat is natuurlijk weer afhankelijk van de persoon aan wie je het vraagt	ik vind het wel heel fijn om te weten wat andere mensen over een tas denken. Maar het blijft wel een persoonlijke mening en zou het mij dan echt weerhouden om een tas te kopen? ... als het alleen maar slecht is dan zou ik de tas wel laten schieten, maar het is zo afhankelijk van wat er precies staat.
7	dat maakt me echt helemaal niks uit.	zoals ik eerder aangaf, ga er vanuit dat het snel gaat, maar te lang wachten vind ik niks	Als ze hebben wat ik wil hebben, maakt het mij voor de rest niet uit wat ze verkopen.	Lastig, geen reviews maakt mij niet zoveel uit. Maar als er alleen hele slechte reviews staan, dan maakt het mij wel aan het twijfelen. Dus zet maar in het midden
8	maar niet perse om het contact met winkel personeel. Dat gaat meer over het vertrouwen en opties voor bezorgen en retourneren	Als ik iets nodig heb, kan ik het ook direct in de winkel halen en als ik bestel moet ik een aantal dagen wachten. Dus als ze het ook in de winkel hebben, haal ik het liever direct daar.	Maar dit zou ook voor een gewone winkel gelden. Als ze niks leuks hebben, dan zou ik ook naar een andere winkel gaan. Dus dat geldt online ook.	Ik test liever zelf uit of een tas bevalt ja of nee.

9	Ik kan zelf wel beslissen en bevalt het niet dan stuur ik het terug.	Ja ik wil wel snelle levering, dus een 5. Anders ga ik wel ergens anders zoeken.	Als ze hebben wat ik wil hebben, boeit het mij niet echt.	Als er alleen maar slechte zijn dan ziet het er minder betrouwbaar uit en zou ik afhaken. Waarom vind jij dit belangrijk? Met reviews check je eigenlijk de producten, door meningen van anderen kom je erachter of de producten goed zijn. Of dat de webshop te vertrouwen is.
10	ik koop net zo makkelijk online als in de winkel. Als ik een vraag heb, kan ik die vaak ook online stellen en hoef ik niet altijd contact te hebben met het winkelpersoneel.	Nee, zoals ik al zei, vind het niet erg om op mijn pakketje te wachten. Als ik het echt dringend nodig heb, ren ik liever naar de winkel	Als ze niks leuks hebben, ga ik ergens anders kijken. Maar als ze wel wat leuks hebben, dan bestel ik gewoon.	(Wijst naar 3) Mensen laten zich vaker horen als het slecht is dan als het goed is. Dus als er maar 3 reviews staan en die zijn slecht, dan vraag ik mij wel af van, hoeveel goede kunnen er ook zijn? En ik kijk ook wel wat er in de reviews staat, is het een beetje redelijk of meer gezeur? Maar mochten er 12 van de 20 slecht zijn, dan ga ik toch wel twijfelen.
11	Omdat ik die keus ook zonder personeel kan maken op basis van eigen inschattingen	Ik vind meer dan een week vaak toch echt wel lang.	Als het zo weinig is dat je geen keus hebt, is dat niet fijn.	Als niemand iets goeds er over te melden heeft, waarom zou je daar dan bestellen.
12	Nee, ik zoek en bestel het altijd zonder hulp. In een winkel heb ik dat niet eens echt nodig	Ook niet echt, nouja afhankelijk van hoe graag ik het wil en wat het is. Als ik voor deze tas een aantal dagen had moeten wachten, had ik dat het volledig waard gevonden.	Ik vind een webshop met weinig assortiment wel wat raar, zeker als je tassen verkoopt. Voelt gekkig, als of ze het snel even bedacht hadden. Lijkt me ook erg veel moeite een webshop op te tuigen voor 10 tassen. Dan denk je toch bij jezelf, klopt dit wel?	Geen reviews maken me nog niet eens zoveel uit, maar alleen maar slechte? Lijkt me ook niet best. Vond het juist prettig dat je bij Hipperz het zo goed naar voren ziet komen. Heeft dat weer met vertrouwen te maken? Ja behoorlijk. Je besteld niet als het volgens een slechte tas blijkt te zijn.

13	Nee, ik heb gezien dat je net zo makkelijk online een vraag stelt als in een winkel	als ik een tas wil hebben ben ik best bereid om hierop te wachten,	Zoals ik al eerder aangaf, ik verwacht niet dat ze elke tas in hun assortiment hebben, als ze maar die ene verkopen die ik op dat moment wil	Nouja het is altijd maar een persoonlijke mening van iemand en jij hoeft dat niet te vinden. Doel je dan op reviews over de tassen zelf? Ja, als iemand zegt wat een lelijke kleur dan is dat iemands persoonlijke smaak. En als ze zeggen wat een slechte kwaliteit, dan denk ik dan moet je een betere en misschien wel duurdere tas kopen. ... Dan neig ik maar een 3, omdat het eraan ligt of het om een tas of de webshop zelf gaat.
14	Ik heb ze niet perse nodig om mijn keus te maken. In een winkel heb ik ze daar ook eigenlijk niet echt nodig.	Afhankelijk van hoe lang de levertijd is, dus een neutrale 3. ... Dan moet ik wel denken aan twee weken. Als dat erbij staat dan vraag ik mij af waarom het in hemelsnaam zo lang zou moeten duren.	Natuurlijk, ze moeten wel keus hebben, anders wordt de kans dat er iets leuks tussen zit wel klein.	Aangezien je het product niet kunt voelen of van te voren kunt bekijken, is het toch wel een gok als je besteld. Want wat komt er binnen? Dus als andere mij al voor zijn gegaan en hun mening daarover hebben gedeeld, dan is het dom om een gegeven paard in de bek te kijken
15	Ik maak heel makkelijk mijn keuzes online en hoef daarbij geen contact met personeel te hebben.	Ik ga er wel vanuit dat bijna elk bedrijf wel binnen 3 dagen levert. Ik check het wel, maar meer om te kijken wanneer ik het kan verwachten.	gaat erom of het leuk is ja of de nee. Ik vind het wel fijn om meer keus te hebben, maar als ze wel een leuke tas verkopen, dan hoor je mij niet klagen.	Als mensen je al waarschuwen om er niet te bestellen, ga ik daar niet bestellen. Ik heb vooraf bij Hipperz ook even gekeken naar de reviews en die waren allemaal goed.
16	Het is wel handig als ze er zijn om een vraag te stellen, maar dat zou voor mij dan ook het enige zijn.	Toch wel meer dan een week voor iets wat uit Nederland komt. Ik verwacht wel dat het pakket binnen 2 á 3 dagen geleverd is.	Ik had daarstraks gezegd dat ik het wel belangrijk vindt dat een webshop een breed assortiment heeft, zodat er voldoende keus is. Maar op deze manier denk ik dat als ik een leuke tas zie, bij een webshop die bijvoorbeeld alleen shoppers verkoopt - en dus	Afhankelijk van wat er in de reviews staat, sommige mensen kunnen nogal snel klagen. Bijvoorbeeld als de tas geen rits heeft, terwijl dat duidelijk te zien is op de foto's en in de beschrijving. Maar als er staat dat leveringen niet of niet goed

			geen uitgebreid assortiment heeft - dat dat mij niet zou weerhouden om daar te bestellen, snap je?	aankomen, dan zou mij dat wel kunnen weerhouden
--	--	--	--	---

Analyse schema 19

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	Gemiddeld
Sociale bewijskracht	3	3	3	3	3	2	2	1	3	3	3	3	2	3	2	3	2,63
Autoriteit	3	1	3	3	1	3	1	3	3	3	2	3	2	3	2	1	2,31
Schaarste	2	1	1	1	1	3	1	3	2	3	1	1	1	2	3	1	1,69
Loyaliteit	3	2	1	1	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	2,38
Sympathie	3	1	2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2,5
Wederkerigheid	3	2	3	2	1	2	1	2	3	3	2	2	3	2	3	2	2,25
Eenheid	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	2	2	1	1	1	1,44

Labels

Sociale bewijskracht	Autoriteit	Schaarste	Loyaliteit	Sympathie	Weder-kerigheid	Eenheid
Vrienden/Familie Andere personen Positief effect Neutraal Negatief effect	Negatief effect Positief effect Neutraal Fouten Weten = spreken Advies/vragen Informatie	Bedenktijd Op = op Exclusief Snel bestellen	Vertrouwd merk Verder kijken Geen effect	Positief effect Negatief effect Neutraal	Positief effect Negatief effect Neutraal Nieuwsbrief Korting Vragenlijst / interview	Positief effect Negatief effect Neutraal Eigen smaak Trends Vroeger

Resp.	Sociale bewijskracht	Autoriteit	Schaarste	Loyaliteit	Sympathie	Wederkerigheid	Eenheid
1	Deze score ik hetzelfde als net, met dezelfde reden een 3.	Liever dat ze goed advies geven dan geen, zeker bij kwaliteitstassen die	Die geef ik een 2: Alleen om de druk op te voeren, maar ik hou van	Fijne merken koop je vaker. Dus ja, belangrijk een 3,	Kan ik dan stellen dat je voorkeuren hebt voor bepaalde merken?	Ik vind dat altijd wel fijne acties. Die kunnen mij wel overhalen om tot	Nee ik koop tassen omdat ze leuk zijn. Al let ik wel een beetje op trends.

		wat duurder zijn. Ook online vind ik dit gelden, dus dat ze advies meegeven over het onderhoud van je tas als het bijvoorbeeld leer is, vind ik wel zo netjes.	bedenktijd, dus als een product dan uitverkocht is, dan denk ik dat het niet meant to be is.	want je weet al dat het goed is. Ja natuurlijk wel. Maar als ik op zoek ben naar een nieuw iets - stel die tas - dan kijk ik vaak eerst even bij mijn favoriete merken en winkels of die iets leuks hebben.	Ja, die mag je ook op 3 zetten.	koop. Zo heb ik mezelf ooit met 3 verschillende mailadressen ingeschreven voor de nieuwsbrief van Vera Moda om 5 euro korting te krijgen, dat waren toen nog je verzendkosten	
2	Van vrienden neem ik snel iets aan, zeker als ze tevreden zijn over iets. Dat zijn voor mij de betrouwbaarste reviews.	Een 1, als ik het mooi vind koop ik het wel, of die webshop er nou veel verstand van heeft of niet. Als ze maar goed leveren.	Koop wat er op dat moment is en anders pech. En als je het een product betreft dat je echt wilt en dan ziet dat er nog maar een paar zijn? Ja dan beslis ik wel vrij snel maar soms laat ik het toch zitten	Soms, ik koop wel graag bij eentje die ik al ken, maar is niet zo dat ik alle andere zou uitsluiten.	Nee, let er niet op. Ik zoek een type product en dat bevalt of niet, ongeacht het merk.	Mogelijk wel, als het wat zou schelen in de prijs. Korte vragenlijst zou ik dan wel doen, maar zo'n nieuwsbrief niet, daar krijg ik er al zoveel van en uitschrijven is altijd onmogelijk.	Nee ook niet, daar doe ik niet aan. Dat vind ik iets voor vroeger toen je op de middelbare school zat, die tijd heb ik gehad.
3	goede reviews laten mij wel sneller voor die ene tas kiezen, dan weet je toch dat het wel goed zit. En als vrienden iets leuks hebben gekocht en het aanraden, dan ga je toch de volgende keer dat jij zo iets	ik koop liever bij webshops die professioneel ogen. Dat je zeker weet dat zij weten waarover ze spreken.	ik ben niet zo gevoelig voor die exclusieve tassen waarvan er niet zoveel zijn. Meestal denk ik al wat langer na over welke tas ik wil hebben en dat hoeft niet zo'n	Dat heb ik ook niet zo erg, dus een 1. Voor de rugtas wilde ik wel echt een bepaald merk en zou deze ook weer opnieuw kopen, maar dat was omdat ik van	Bij voorkeur koop ik dan liever wel merken die ik al ken en weet dat ze kwalitatief goed zijn.	Oh zo! Ja heel belangrijk. Ik schrijf me altijd voor dat soort acties in. Korting is korting hé.	Nee, dat had ik op de middelbare school wel haha. Toen moesten en zouden we allemaal zo'n cowboysbag hebben. Maar nu heb ik dat niet meer. Ik koop liever wat ik zelf mooi

	nodig hebt ernaar kijken.		mega fashion tas te zijn. En als het een tas is die je graag wilt hebben en op de website staat dat ze er nog maar 2 op voorraad hebben? Dan zou ik juist wel snel bestellen, maar eerst even kijken of je dan makkelijk kunt retourneren. Want dan kan ik thuis altijd nog kijken of de tas bevalt en anders stuur ik hem gewoon weer terug.	vrienden hele goede verhalen hoorde. Maar voor alle andere producten kijk ik gewoon welke ik op dat moment mooi vind en wil hebben.			vind en mijn geld waard vindt
4	Dit geef ik een 3, zoals eerder gezegd vind ik reviews belangrijk, maar ook meningen van vrienden doen er toe. Wel bij producten die ik ook wil of zoek en vrienden hebben het ooit gekocht.	Ik koop liever bij een webshop waarvan ik weet dat ze dit soort producten vaak verkopen. Als er dan iets fout gaat, kun je ten minste terecht bij mensen die met je kunnen meedenken aan een oplossing.	Als ik zeker weet dat ik die wil hebben, dan koop ik die meteen. Maar als ik nog twijfel dan kijk ik gewoon nog even verder. Als de tas er dan niet meer is, dan heb ik gewoon pech en ga ik daar niet wakker van liggen.	Nee ook totaal niet, ook een 1. Ik kijk bij het winkelen niet eens zo zeer naar merken, maar koop meer wat ik leuk vind.	Dat wel iets meer, dus een 2. Maar dat heb ik bijvoorbeeld meer met jassen en niet zo zeer met tassen.	Het ligt er een beetje aan wat je moet doen, want een vragenlijst invullen vind ik al best veel moeite. Dus als het snel kan, dan zou ik het er wel voor over hebben.	Nee dat past niet bij mij, daarom een 1. Ik volg alle modetrends sowieso niet echt en kijk gewoon wat ik leuk vind en bij mij past. Dus dat heeft geen invloed op mijn keuze.

5	Om dezelfde reden die ik eerder aangaf: ik vind het belangrijk om te lezen wat mensen vinden van de winkel en producten. En wat vrienden zeggen vind ik ook belangrijk zeker als het om onbekende producten of winkels gaat.	Maakt me niet zoveel uit, zolang de informatie bij de tas maar goed is. Bol.com mensen zullen vast niet veel verstand hebben van tassen en toch bestel ik daar wel, omdat ik weet dat de tas verder top is.	Nee daar ben ik niet zo gevoelig voor volgens mij, op=op denk ik altijd.	Niet perse, wel bestel ik liever bij bekende merken, dus dan kom je wel telkens bij bekende webshops uit. Maar het maakt mij dan weer niet zoveel uit welke van de 6 - met een vraagteken - dat dan is.	Nee ik koop daarin gewoon degenen die ik op dat moment mooi vindt,	Nee niet echt, zet maar op 1 ook. Dat maakt me weinig uit en zou me niet zozeer kunnen overhalen.	Nee totaal niet, nog nooit gehad ook. Kocht altijd op eigen gevoel. En onbewust koop je toch wel met de trends mee, want dat is wat er op dat moment in de winkels ligt.
6	Ah zo, ja hier let ik wel op, als vrienden iets leuks in mijn ogen hebben gekocht en ze raden het aan dan ga ik toch wel even kijken.	Dat heeft wel veel invloed op mij! Ik vind het fijn als er iemand is aan wie je je vraag kunt stellen en waarvan je zeker weet dat diegene er ook verstand van heeft.	Als ik zie dat er nog maar 2 tassen op voorraad zijn, zou dat voor mij wel een trigger zijn om die snel te bestellen. Desnoods zie ik thuis wel of die 100% bevalt.	Dit geldt ook wel voor mij ja. Waarom overstappen als het bij een bepaald merk goed is?	Ik val weer in herhaling op de hoge cijfers, maar ja, dit geef ik ook een 3. Ik ben wel merkgevoelig en heb dus zo mijn favorietjes.	Ik geef dit een 2, want is afhankelijk van hoeveel je ervoor moet doen. Plus vaak bestel ik toch meerdere keren bij een webwinkel en na 1 keer zijn dat soort acties toch vaak over.	Ik ben daar wel redelijk gevoelig voor, dus ook een 3. Ik vind trends volgen heel leuk, dus dat gevoel herken ik wel.
7	het is fijn om die meningen te horen en te lezen maar betekent niet dat ik gelijk overtuigd ben	dat maakt mij niet zoveel uit. Je weet toch niet wie erachter zit. Het kan ook iemand zijn die het voor extra inkomsten verkoopt, maar er verder nul kennis over heeft.	Als ik er nog niet helemaal uit ben, dan niet. Maar als ik iets wil hebben, bestel ik het sowieso al meteen.	Dit is een 3 voor mij. Want ik heb wel bepaalde merken die ik al jaren koop.	Ook een 3 net zoals bij de vorige, ik koop al jaren bijvoorbeeld dezelfde shampoo en tandpasta.	Nee, wat moet ik wel al die nieuwsbrieven? Mijn e-mail loopt al over van al die spam.	Dit was misschien vroeger zo, maar nu niet meer.

8	Nou het is fijn om te weten, maar dit overtuigd mij niet. Ik trek altijd zelf mij conclusies.	Ja, ik koop het liefste bij bekende winkels. Ik ga er daarbij vanuit dat zij mij van advies kunnen voorzien en kwaliteits-tassen aanbieden.	Exclusieve tassen boeien mij niet, maar als ik erover denk om een tas te kopen en deze is er bijna niet meer, dan zou ik wel eerder geneigd zijn om deze te kopen.	Ja, ik ga het liefst naar winkels die ik ken en vaak al jaren in het dorp zitten. Maar het is niet zo dat ik niet zo dat ik alleen maar daar koop. Ik kijk ook wel rond bij andere tassenwinkels.	Net zoals bij winkels ja, maar ik hoef niet perse alleen dat merk te hebben. Maar ik weet van een aantal merken dat ze jarenlang meegaan, dus dan ben ik wel eerder geneigd om weer iets van dat merk te kopen	Ligt eraan wat voor korting er tegen over staat. Voor een groot bedrag wil ik best wel meehelpen.	Ik koop wat mij bevalt en dat hoeft de rest van de wereld niet te vinden.
9	Positieve verhalen helpen daar wel bij ja.	Ja wel. Dan geven ze toch net een stukje extra informatie mee. Over de kwaliteit en misschien ook wel een stukje gebruiksduur.	Ergens denk ik van, ik kan die tas dan ook ergens anders halen als die op is bij de ene winkel. Maar vindt het dan ook wel chill om hem direct te hebben	Als het ergens goed gaat dan blijf ik wel. Ik zou nu best nog een keer bij Hipperz kunnen bestellen.	Toch wel veel invloed - een drie - ik blijf vaak wel trouw aan de - voor mij - bekende merken.	Alles scheelt toch? Zou het niet erg vinden om er iets voor te moeten doen.	Ik vind het wel interessant om te zien wat in is en om dat dan ook te volgen.
10	Als hun zeggen dat het ergens goed is ga ik wel even kijken, maar het is niet zo dat ik het achteloos volg. Trek altijd wel mijn eigen conclusie.	Ik denk dat ze door de juiste kennis hun producten beter kunnen beschrijven. En een goede beschrijving heeft wel invloed op mijn keus om juist voor die tas te gaan bij die webshop.	Nou als er niet zoveel zijn, zou ik wel sneller mijn aankoop doen. Enerzijds omdat het misschien bijna uitverkocht is en ik het graag wil hebben, anderzijds vind ik het wel leuk om dingen te	als het een goede verkoper is, blijf ik wel terug komen. Maar het wil niet zeggen dat ik nooit bij de burens zou kijken.	Ik heb liever 4 kwaliteitsmerken dan 10 flut-merken van overal en nergens. In al die jaren heb ik wel een aantal favorieten merken gekregen.	Als ik een fijne service ontvang, dan ben ik bereid daar ook wat voor terug te doen, zoals dit interview bijvoorbeeld.	Nee, daar geef ik niet zoveel meer om. Volg liever mijn eigen smaak en meestal kies ik voor tijdloze tassen, die jaren meegaan.

			hebben die niet veel mensen hebben.				
11	Ja hun mening vind ik altijd erg belangrijk. Als zij zeggen dat iets goed is, geloof ik dat.	Ligt eraan. Bij dingen waar ik geen verstand van heb, zou ik het wel fijn vinden. Maar omdat dit over tassen gaat, waar ik het minder bij nodig heb, geef ik het een 2.	Nee daar voel ik weinig voor een 1 Dus als er ergens staat nog 2 tassen beschikbaar, ga jij niet sneller bestellen? Nee niet perse.	Soms, een aantal dingen bestel ik wel vaak bij dezelfde webwinkels. Maar als iemand met een nieuwkomer komt en een goed verhaal dan probeer ik die eventueel ook uit, zoals Hipperz.	Omdat je nou eenmaal weet dat sommige merken een goede kwaliteit leveren. Dus dan is het de investering waard.	Dat zou wat zijn, als ik daar tijd voor heb en aan denk, dus het mag niet iets te ingewikkelds zijn. Dus een twee. Ben niet heel enthousiast, maar wellicht is het een mooie actie.	Nee, een 1, dat heeft zeer weinig invloed om mij.
12	Is toch ook de reden hoe ik aan Hipperz ben gekomen he.	Ja, dat vind ik wel zeer prettig. Ik hou van mooie producten en dan bestel ik die liever bij een winkel met de juiste kennis, dan een met minder of andere kennis. Want als zij niet weten of een product goed is, hoe moet jij dat dan inschatten?	Nou nee, niet echt, een 1. Ik ga niet overhaast een beslissing nemen als er nog maar een paar artikelen zijn. En exclusieve dingen zijn vaak toch niet het mooist.	Ik kom wel vaker terug als een shop zijn zaakjes goed op orde heeft, dus ja.	Ik heb voor alles voorkeuren, merken, kleuren, vormen, dus deze geef ik ook een 3.	Ik sta niet direct te springen als je me dit zo voorlegt. Zou niet iets bestellen, omdat ik toevallig korting heb gekregen, door wat dan ook te doen. Het zou meer zijn als ik een tas wil bestellen en dan nog korting door iets kan krijgen, dat ik het zou doen. Maar dan heb ik al besloten dat ik die tas wil.	Het is niet zo dat ik totaal random tassen koop, waarvan iedereen denkt wat draagt hij nou? Maar ik heb ook niet een bepaalde groep met een specifieke stijl waar ik bij moet horen. Zet deze maar op een 3 voor mij.

13	Dat vind ik niet zo belangrijk, zoals ik al aangaf is het maar iemands persoonlijke mening. Zelfs al komt het van goede vrienden af, dan kan ik alsnog er anders over denken. Mits ze zeggen je moet absoluut niet daar en daar bestellen, want dat gaat hartstikke fout, dan luister ik wel.	Dat vind ik ook niet zo belangrijk. Als ze maar een goede service aanbieden dan maakt het mij niet uit of ze ervoor opgeleid zijn of niet.	Nee, dat zet geen extra druk en eerlijk gezegd kijk ik daar nooit naar.	Ja, dat wel al meer. Ik zou bij Hipperz weer willen bestellen, omdat het zo'n fijne webshop is. Maar het zegt niet dat ik al mijn volgende tassen daar zou halen.	Ja, zoals MYOMY, dat heb ik vaker besteld.	Voor tassen die meer dan 100 euro waard zijn wel ja. Dan is alles mooi meegenomen. Dit vind ik een 3 waard.	Nouja ik wil geen buitenbeentje zijn, dus ik volg trends altijd wel een beetje. Ook kijk ik om mij heen wat mensen allemaal kopen en dat wil allemaal niet zeggen dat ik alleen koop wat in de mode is. Ik kies bijvoorbeeld niet voor zo'n jute tas, wat je nu ook vaak ziet. Dus ik koop wel wat in mijn smaak past, maar niet te ver van iedereen afstaat.
14	Ja heel erg. Zoals ik al aangaf bij de reviews is het alleen maar fijn als mensen hun ervaring delen. En als het dan vanuit een betrouwbare bron komt, dus van familie bijvoorbeeld, dan is dat alleen maar beter. Je bent dan gek als je die tips links laat liggen.	Als ze kwaliteit verkopen, moeten ze weten waarover ze praten en je met elke vraag kunnen helpen.	Nee, dat is voor mij niet belangrijk. Hoogstens een keer in de sale dat ik een tas sneller bestel, omdat die anders uitverkocht is. Maar dan speelt de prijs mee. In normale tijd maak ik liever een overwogen keus en die laat ik ook niet afhangen van het	Ik ben wel iemand die ergens blijft terug komen, omdat ik daar een prettige ervaring heb gehad.	En ik heb zeker zo mijn voorkeuren, dus meestal bestel of koop ik bij dezelfde winkel dezelfde merken.	Die zou ik dan weer niet zo snel doen, wellicht inschrijven voor een nieuwsbrief wel. Maar ik volg het liever op Facebook dan al die aparte mailtjes. Maar mocht ik iets nodig hebben, dan zou ik het er eventueel	Nee, dat is op mijn leeftijd wel een beetje over. Ik koop liever iets dat ik heel mooi vind en daarom heel lang gebruik, dan dat ik met een trend of groep mee ga en het na 6 maanden zat ben.

			feit dat iets 'exclusief' is.			wel voor over hebben.	
15	het bepaald niet mijn koopgedrag, want uiteindelijk bepaal ik zelf of ik tot aankoop overga, maar het kan wel een duwtje in de rug geven. Want ik ben wel via een vriendin bij Hipperz gekomen	Ligt eraan welk product het is en hoever mijn kennis is over het product, ik weet bijvoorbeeld niks over auto's dan is het fijn dat de verkoper mij alles kan vertellen over hoe en wat. Bij een tas kan het zo zijn dat ik dan uitleg krijg over het behouden van het materiaal, iets wat ik dan zelf alweer weet en niet perse de kennis van de verkoper voor nodig heb, snap je?	Ik hou van exclusieve tassen, dat ik dan een van de weinige ben die een bepaalde tas heeft, dat vind ik wel gaaf.	Nouja zolang de kwaliteit goed is en ze tassen hebben die ik wel zou willen hebben, dan sluit ik het niet uit.	Hier vul ik ook een 3 in, want ik heb wel wat vaste koopjes wat sommige producten betreft, deze koop ik altijd van een bepaald merk.	Hier vul ik ook een 3 in, bij zo kaartje blijft het merk toch in je hoofd zitten en ben je eerder geneigd daar eerst te kijken. En korting is altijd leuk om te krijgen.	Nee dit geef ik een 1 Ik wil graag tassen kopen die niet iedereen heeft.
16	Behoorlijk belangrijk, naar de mening vrienden en familie luister ik vaak wel goed.	Het is fijn als ze het hebben, maar niet doorslaggevend in mijn keus. Ik heb meestal toch geen vragen over de tassen, dus dan merk ik er alsnog weinig van als ze het wel hebben.	Dit geef ik een 1, want dit vind ik niet zo belangrijk. Ik kijk daar eigenlijk nooit naar als ik iets bestel.	ik heb wel een aantal webshops en winkels waar ik vaker koop, omdat ze mijn merken daar hebben en omdat ik daar een goede ervaring heb. Dan blijf ik zeker wel terugkomen,	ik heb wel een aantal merken waarvan ik weet dat als je besteld, dat het goede tassen zijn, of andere dingen. Maar net zoals de webshops probeer ik daarin	Dat zou mogelijk wel van invloed kunnen zijn, maar wel onder voorbehoud dat ze iets leuks hebben. Ik zou daar niet bestellen om het feit dat ik iets van	Nee, ik koop niet echt iets alleen omdat iedereen het heeft

				maar het is niet zo dat ik nooit ergens anders ga kijken en daar bestel. Soms hebben andere bedrijven ook hele leuke items, maar dat moet je dan wel ontdekken.	ook wel wat nieuws uit.	hen heb gekregen.	
--	--	--	--	--	--------------------------------	--------------------------	--

Bijlage 5: Verbatims interviews

Interview respondent 1 – potentiële klant

Topic list potentiële klanten

Hi, welkom, bedankt dat je tijd vrij hebt gemaakt om dit interview te doen.

Tuurlijk, geen probleem hoor.

Laten we beginnen met een makkelijke vraag, wat is leeftijd als ik vragen mag?

(Zelf ingevuld, geslacht = vrouw).

Mijn leeftijd is 26.

Oké, dan zou ik graag een aantal algemene vragen over het aankopen van tassen willen stellen. Je hebt aangegeven wel eens een tas, laptoptas of portemonnee gekocht te hebben, wat voor tassen waren dit?

Allerlei soorten tassen wel, shoppers, schoudertassen en van die grote tassen, volgens mij noemen ze dat luiertassen haha.

Daar kan ik mij weinig bij voorstellen, kun je van dat laatste een voorbeeld geven?

Ken je de cowboysbags die een tijdje geleden helemaal in waren? Dat valt daar officieel onder. Dus van die tassen die wat groter zijn met kleine hengsels eraan voor in je hand en vaak ook een schouderband eraan.

Ah die ken ik wel ja, hoe vaak heb je deze producten in het afgelopen jaar gekocht?

Zo'n 2 of 3 keer gok ik.

En heb je deze toen in de winkel gekocht of bij een webshop?

Umh, de luiertas was van de H&M en die hadden ze niet in de winkel. Wel eenzelfde model, maar niet hetzelfde printje. En die wilde ik graag dus toen kon het niet anders.

De shopper had ik ook al eerder in een winkel gezien, maar twijfelde toen nog en besloot hem niet te kopen. Later kreeg ik toch spijt en heb ik hem alsnog online besteld bij Zalando.

En het schoudertasje was om boven de verzendkosten uit te komen, maar stiekem vond ik hem ook heel leuk bij een kledingmerk waarvan ik nu niet meer op de naam kom.

En met welke reden heb je deze tassen toen gekocht?

Lastig, ik kocht deze gewoon omdat ik ze mooi vond.

En koop je ook wel eens een tas met een specifieke reden?

Nee eigenlijk niet, nouja, ik heb een keer een strandtas speciaal voor vakantie aangeschaft, telt dat ook?

Ja hoor en heb je ook wel eens een tas als cadeau voor iemand gekocht?

Ja een keer. Een shopper aka boodschappentas voor mijn moeder. Die van haar was doorgesleten en bij de Søstre Grene hadden ze toen hele leuke. Die heb ik toen voor kerst gegeven. Was wel een gok, maar omdat ik wist dat ze er eentje nodig had toch gedaan. Ik zou het niet zo snel weer aan iemand als cadeau geven, omdat iedereen toch een hele eigen smaak heeft. Mits iemand zou zeggen ik wil dat merk en dat model, dan zou ik het wel een leuk cadeau vinden.

Oké, en als laatste zou je ooit weer een van deze tassen online kopen?

Ja hoor, het kopen ging heel makkelijk dus waarom niet hé.

Oriëntatiefase

Oke helder, dank je wel. Dan zou ik het nu willen hebben over je zoekgedrag en daarvoor zou ik je willen vragen om te zoeken naar een willekeurige tas. Precies zoals je thuis zou doen als je zoekt naar een nieuwe tas. Graag kijk ik dan stap voor stap met je mee, vindt je dat prima?

Ja is prima!

Oke, hoe begin je met zoeken?

Ik open google chrome en dan ligt het er een beetje aan wat ik wil. Als ik al een specifiek merk in mijn hoofd heb, dan google ik deze gewoon en open ik een van de eerste hits om daarop verder te kijken.

Of ik kijk naar welke bekende winkels in de resultaten verschijnen. Maar als ik meer op zoek ben naar een soort tas, bijvoorbeeld een shopper, dan zoek ik op shopper en open dan gewoon een aantal sites. Meestal ook degene die bovenaan staan.

Dus je zoekt op merk of op type tas?

Ja dat klopt.

Zoek je ook wel eens direct naar een tassenwinkel?

Eigenlijk alleen als ik een bepaalde tas een keer in een winkel heb zien staan. Anders zoek ik niet direct op specifieke winkels.

Welke informatie vind je vervolgens belangrijk bij het zoeken?

Ik vind het fijn als het direct duidelijk is wat de winkel verkoopt. Dat het stukje uitleg onder de link duidelijk is zeg maar. En het is ook fijn als daaronder wat directe doorklik linkjes staan.

Hoe bedoel je dat?

Meestal als je zoekt dan staat de naam van de webwinkel als link boven aan, dan tekst over de webwinkel, iets van: 'wij verkopen tassen enzo'. En daaronder staan soms trefwoorden zoals shopper, schoudertas, laptoptas. En dan kan je ook op die woorden klikken om direct op de goede pagina in de webwinkel te komen. Het is fijn als die er staan en dan weet je ook meteen welk type tassen of andere producten ze verkopen. En dan hoeft je niet eerst op de website weer te speuren naar de juiste pagina.

Oke, duidelijk. Heb je nog meer dingen waar je op let tijdens het zoeken?

Niet specifiek tijdens het zoeken, soms gebruik ik die google shopping functie om te kijken welke websites nog meer een tas verkopen. Dat is handig om prijzen te vergelijken.

Dus je vergelijkt webwinkels met elkaar?

Ja, je wilt natuurlijk niet te veel betalen voor de tas of verzendkosten. Er kunnen soms grote verschillen tussen winkels zijn.

De laatste vraag van het oriënteren, ben je bekend met de webshop Hipperz.nl?

Hipperz? Nee zegt mij niks

(laat de website zien)

Nee deze site ken ik niet

Oké duidelijk

Dan wil ik het graag hebben over de verwachtingen van een website

Verwachtingen website

Welke verwachtingen heb je bij een webshop die dit assortiment verkoopt?

Umh, ik verwacht of - hopen is het meer - op een snelle levering, liefst geen verzendkosten en een duidelijke en goed werkende website.

Wat versta je onder een goed werkende website?

Nou dat alles snel laadt en dat ik geen foutmeldingen krijg.

Duidelijk en zou je dan wegglikken bij bijvoorbeeld een trage website?

Ja want daar zou ik mij aan gaan irriteren en dan klik ik weg en zoek ik wel verder.

Oké, om wat dieper in te gaan op de verwachtingen heb ik nog een aantal informatieve aspecten die op de website meer van belang kunnen zijn, ik leg ze aan je voor en dan mag je ze een score van 1 tot en met 5 geven, waarbij 5 het meest belangrijk is. Allereerst informatie over het product, zoals inhoud, formaat, voering, aantal vakken, etc.

Dat vind ik heel belangrijk een 5.

Kun je uitleggen waarom je dat vindt?

Omdat het gaat over het product dat je wilt kopen. Zeker als je het niet in een winkel zou kunnen zien - bijvoorbeeld als deze te ver weg zit - dan wil je precies kunnen lezen wat de tas is. Precieze kleur, grootte, ritsen of open tas, binnenzakjes, e.d. Ik ben niet iemand die producten snel en impulsief koopt, ik wil wel eerst alle informatie hebben, zodat ik een inschatting kan maken of ik de tas echt wil hebben.

Oke helder. En dan nummer 2 reviews:

Vind ik wel redelijk belangrijk een 4. Aan de ene kant vind ik het fijn om reviews over producten te kunnen lezen. Maar dan ligt het eraan of de reviews nuttig zijn. Sommige mensen droppen daar hun persoonlijke mening over een product in, bijvoorbeeld 'ik vind de kleur niet mooi' of 'vind de tas toch te klein'. Maar ik wil meer reviews waar je echt wat aan hebt, zoals: 'tas heeft een zwakke rits' of 'tas heeft een extra klein binnenvakje met rits' of 'de kleur van de tas komt overeen met de foto'.

Reviews waar je meer feitelijke informatie uit halen, snap je?

Ja, dat snap ik. Lees je de reviews dus wel altijd?

Als ze er zijn wel ja. Dus ik denk dat ik het dan toch wel belangrijk vindt.

Duidelijk, dan de volgende; informatie over de levering.

Vind ik ook belangrijk, dus een 4. Ik wil wel graag weten hoe en wanneer mijn levering aankomt.

En hoe zou je deze informatie dan willen krijgen?

Oh dat mag via de mail zijn, in de vorm van een track en trace of de verwachte dag dat het geleverd wordt.

Oké, en hoe belangrijk vindt je informatie over het retourbeleid?

Het retourbeleid geef ik een 5, omdat ik dat toch wel belangrijk vind. Het liefst retourneer ik gratis.

Als een website achterlijke retourprijzen hanteert dan bestel ik het gewoon niet. Bijvoorbeeld als je zelf rond de 6 euro moet betalen om je pakket terug te sturen. Zou het minder zijn, zeg onder de 3 euro, dan zou ik het nog overwegen als ik een product echt wil hebben en er van te voren wel 90% zeker over ben dat ik het product ga houden. Maar blijf het alsnog onzin vinden dat je als consument moet betalen voor iets wat je uiteindelijk niet eens wilt hebben. Dan heb je 5 á 6 euro voor niks betaald. Liever nog betalen voor de verzending en dat retournering dan gratis is.

Maar als je op zoek gaat naar informatie over het retourbeleid wat vind jij dan belangrijk?

Hoe het in zijn werk gaat, wat voor handelingen er bij komen kijken. Waar ik het moet afleveren of dat het opgehaald wordt.

Duidelijk en als we kijken naar de verzendkosten?

Belangrijk; een 5. Je wilt natuurlijk wel weten of je ervoor moet betalen of niet. En ik wil daarvoor niet de hele website afspeuren.

Dus dat moet volgens jou direct in beeld komen?

Nouja het zou fijn zijn als het op de eerste pagina staat, het hoeft niet groot maar wel duidelijk.

Oh en als het bezorgen/retouren via een winkel gratis is, dan vind ik het ook geen probleem om het daar op te halen. Dat is wel altijd een fijne optie om te hebben, maar dan moeten ze natuurlijk wel een fysieke winkel hebben.

Zeker en dan als laatste de betaalopties, hoe belangrijk zijn die?

Een 3, Ik vind persoonlijk achteraf betalen het makkelijkst. Dan kun je eerst voor jezelf bepalen of je iets wel of niet wilt houden. En dan daarna lekker makkelijk betalen.

Dus achteraf betalen is makkelijk in jou ogen

Ja want je hoeft het geld niet op te wachten als je iets retour stuurt want je hebt het nog niet betaald.

Ja duidelijk, dus achteraf betalen is jouw favoriete betaalmiddel.

Maar sommige website hebben dat Klarna nu, zelf heb ik dat nog niet, want daarvoor moet je weer een account aanmaken. Dat vind ik onhandig en biedt ook niet het gemak van achteraf betalen via je eigen rekening.

Als achteraf betalen geen optie is dan kies ik altijd voor Ideal. Bij de ING kun je met zo'n QR-code betalen in de app, super handig. Maar ik kijk dan wel altijd hoe snel een website is met het terug betalen als ik iets terug stuur. Het netste vind ik binnen een week, als het super lang zou duren zou ik misschien overwegen daar niet te bestellen. Dan vertrouw je het toch minder.

Ben je bang dat er iets misgaat?

Ja misschien wel, meestal kijk ik ook even of er geen slechte reacties zijn over het terugstorten van geld door de webwinkel. Maar meestal hebben de grote ketens/bekende winkels het wel goed voor elkaar en dan vind ik het wel prima.

Vandaar een 3, ik vind het belangrijk om verschillende opties te hebben en het liefst achteraf betalen. Maar als een winkel zijn zaken goed op orde heeft, vind ik het niet erg om direct te betalen.

Maar als het een relatief onbekende winkel is dan vind ik het wel minder prettig. En als het er dan wat minder betrouwbaar uitziet dan overweeg ik om ergens anders te bestellen.

Duidelijk en heb je zelf nog aanvullende informatie die je wilt zien?

Haha nee, dit was het wel.

Website vertrouwen

Oke duidelijk, dankjewel. Dan wil ik je nu een paar vragen stellen over de website veiligheid, privacy en betrouwbaarheid. Ik heb hier een tabel met daarin een aantal stellingen over deze aspecten, kun je aangeven of je deze wel of invloed op jou hebben op een schaal van 1 tot 3?

Ja, is prima!

Oke, allereerst de website oogt onveilig.

Een grote invloed, dus een 3. Als het er houtje-touwtje snel in elkaar geknutseld uitziet dan vertrouw ik het al minder. Dus een goede lay-out, makkelijk doorklikken, geen foutmeldingen en dergelijke vind ik wel belangrijk en anders bestel ik daar niet.

Duidelijk en wat als je het gevoel hebt dat je gegevens niet volledig worden gewaarborgd?

Ook een 3, want je wilt niet dat er iemand met je jouw gegevens vandoor gaat. Zeker in deze tijd waarin je zoveel hoort over gegevens die gelekt zijn e.d. Ik wil niet dat mijn rekeningnummer en adres in handen van verkeerde personen vallen. Wie weet wat voor accounts ze dan ergens anders aanmaken óf wat voor rare dingen ze gaan bestellen op jouw naam. Je hoort wel eens hele gekke verhalen en in een tijd waarin we alles online regelen, vind ik dat dit topprioriteit moet hebben. Dus zo'n slotje in de website-balk - ik weet even niet hoe je dat ding noemt - vind ik belangrijk tijdens het bestellen. Je wilt ook niet dat er een hacker meekijkt naar jouw inlog- en persoonlijke gegevens.

Oké, en wat als je vertrouwen in de webshop laag is?

Ook een grote invloed! Wederom een 3. Ik vind het belangrijk om gegevens te kunnen zien, zoals KvK-nummer, telefoonnummer en adres. Oh en als laatste is zo'n keurmerk belangrijk, zoals dat webshop keurmerk. Die geven ze ook niet zomaar en dat verhoogd wel de betrouwbaarheid voor mij.

Dus als een website een keurmerk heeft dan zou je daar sneller bestellen dan bij een website zonder?

Ja dat klopt. Als ik twijfel tussen websites zou ik daarop wel mijn keuze baseren.

verwachtingenservice

Duidelijk, dank, en dan heb ik nog een aantal vragen over jouw verwachtingen met betrekking tot de service.

Heb je dan weer een aantal punten die je wilt voorleggen?

Ja, maar als je zelf iets wilt toevoegen is dat ook prima natuurlijk.

Nee dat niet, ik vind het wel prettig werken zo.

Oké mooi zo, dan is het eerste servicepunt informatievoorziening, hoe belangrijk vindt je dit?

Daarmee bedoel ik bijvoorbeeld dat je een mail krijgt met dat je order bevestigd is en dat hij onderweg is en dat soort informatie.

Ja snap. Ik geef dat wel een 5. Altijd als ik zo'n mail pas veel later krijg dan ga ik toch wel twijfelen of de bestelling geplaatst is of dat er iets fout is gegaan. Meestal hou ik de internetpagina open tot dat ik een bevestigingsmail binnen heb. Bij sites waar ik niet zoveel bestel maak ik soms ook een foto van die internetpagina waarop je ordernummer enzo staat. Voor het geval die mail niet binnen komt.

Dus bevestiging vindt je belangrijk, maar vindt je je bestelling volgen daarna ook belangrijk? Dat je informatie daarover krijgt?

Ja zeker, verwacht wel dat webwinkels die informatie geven. Je wilt niet in afwachting blijven en niks weten. Ik had een keer wat bij Pandora besteld en dat heeft natuurlijk wel wat waarde, maar kreeg alleen een bevestigingsmail met daarin de melding dat als zij de betaling ontvangen hadden ze het pakketje op zouden sturen. Ondertussen zat ik maar in afwachting of het nu wel of niet verstuurd zou worden en opeens lag die op de mat. Was zo'n pakket zonder volgcode, wat prima is hoor, maar dan

wil je al helemaal weten dat het in ieder geval verzonden is. Wat als die in de bus bij de burens ligt en jij denkt nog steeds dat het er niet is? Dus zo'n volg code is vaak wel handig bij PostNL. Al klopt die vaak ook niet helemaal. Maar dus zeker ook heel belangrijk.

Ja bij postpakketjes krijg je geen code, maar bij grote pakketten natuurlijk wel. Goed om te weten. Dan het volgende, hoe belangrijk is de snelheid van de levering voor je en is het moment ook nog van belang?

Daarvoor geef ik een 3, zolang het maar niet te lang duurt. Maar het verschil tussen de volgende dag en 3 á 4 dagen geeft voor mij niet de doorslag om niet bij een bepaalde website te bestellen. Bij Zalando duurt het vaak ook wat langer en daar bestel ik ook nog steeds.

En wat als het langer als een week zou duren?

Liever niet natuurlijk, maar iets langer als een week zou ik nog steeds niet erg vinden. Alleen als het echt 3 weken zou duren moet het wel iets zijn wat je ergens anders niet kunt krijgen. Dat je daarvoor echt wilt bestellen bij die ene site.

Duidelijk en maken de leveringsmomenten, dus ochtend of avond, nog iets voor jou uit?

Op zich niet, maar als het kan geef ik de voorkeur wel aan een avondlevering. Dit kan bijvoorbeeld bij Wehkamp en dan komt je pakket pas na 6'en. Makkelijk als je werkt. Maar het moet wel een gratis optie zijn, anders kies ik gewoon voor overdag. Hopelijk leveren ze het dan wel bij de burens af, niet dat ze dan de volgende dag weer een poging doen, als je er alsnog niet bent, en dan pas afleveren bij een PostNL punt. Dat duurt altijd zolang.

Dus op de schaal van belangrijkheid?

Dan past het wel bij die 3. Het is fijn om de optie te hebben, maar is niet doorslaggevend zeg maar.

Oké en als laatste de bereikbaarheid van de klantenservice?

Een 4, ik heb het gelukkig niet vaak nodig gehad. En die paar keren gingen altijd wel goed. Nee doe dan toch maar een 5, want ik vond die keren dat ik snel iemand aan de lijn kreeg wel super fijn.

Geef je dan nog een voorkeur aan bellen of andere vormen?

Bellen, appen en chatten zijn wel mijn fav's. Lekker snel en direct contact. Als je een mail of contactformulier moet invullen twijfel ik toch meteen aan de snelheid waarmee ze mijn vraag behandelen.

Aankoop vorige webshop

Helemaal duidelijk. Je noemde net al wat winkels waar je eerder tassen hebt gekocht, ik zou het graag hierover willen hebben. Je had het over H&M en Zalando he?

Ja en eentje waarvan ik de naam niet meer weet.

Dat geeft niet, dan vraag ik naar je ervaring bij deze twee webshops. Wat was de reden dat je voor deze partijen koos?

Betrouwbaarheid is zeker een reden. Alle tassen kwamen van bekende winkels, zoals de H&M, dus dan voelt het prima om daar te bestellen.

Dus eigenlijk de zekerheid dat je tassen echt aankomen?

Ja ook, je weet van te voren dat ze altijd leveren. Bij een onbekende waar online ook vraagtekens bij gesteld worden, zou ik het minder snel doen. Tassen zijn vaak ook wat duurder, dus dan wil je wel datie ook echt thuis aankomt. Daarnaast kon ik ook gratis retourneren, voor het geval ik de tas toch niks vond.

Heb je ook nog gekeken naar de prijs?

Ja, daar kijk ik vaak wel naar. Zeker als het om een wat duurder model gaat. Dan kijk ik wel even of die ergens anders net wat goedkoper is, of in de aanbieding. Maar meestal liggen de prijzen dicht bij elkaar.

En voldeden de websites aan de eerder besproken verwachtingen?

Ja, het waren beide duidelijke sites met fijne zoekfuncties. Daarop heb ik niet echt op- of aanmerkingen.

Service vorige aankoop

En als je kijkt naar de service, wat heb je dan ervaren?

Prima service. De pakketjes waren snel binnen, ik werd op de hoogte gehouden van het verzendproces en kreeg achteraf nog zo'n mailtje of ik tevreden was.

Vindt je dat achteraf mailtje fijn om te krijgen?

Ja, al doe ik er niet veel mee, maar is fijn om te weten dat ze nog aan je denken. Nouja, zo'n automatische computer dan haha. Maar mocht er iets tegen zijn gevallen dan kun je het tenminste nog aangeven.

Zeker, heb je de producten ook op de beloofde datum ontvangen?

Dat weet ik niet zeker meer, maar geloof van wel. Als het veel te laat geweest zou zijn, dan had ik het wel onthouden.

En heb je de klantenservice nog nodig gehad?

Nee voor dit niet gelukkig. Wel een keer eerder die van H&M, toen was mijn pakketje niet aangekomen - en nog steeds niet - maar toen werd ik wel goed geholpen. Dat was die ene fijne ervaring wat ik net vertelde.

Ah vandaar, nou dat is mooi. Heb je na je bestelling nog een review achter gelaten?

Nee dat doe ik eigenlijk nooit.

Waarom doe je dat niet?

Weet ik niet zo goed, krijg wel altijd van die herinneringsmailtjes en dat je er zelfs een prijs mee kunt winnen als je een review achterlaat. Maar dat trekt mij niet zo over de streep, win toch nooit iets.

Wat zou jou dan wel over de streep kunnen trekken?

Misschien een direct voordeel, dat je korting of gratis verzending bij je volgende bestelling hebt. En misschien zou een directe vraag voor de review mij ook wel helpen. Ik heb niet het type om een verhaaltje daar neer te zetten. Dus bijvoorbeeld komt de kleur overeen met de foto? Klopte de beschreven informatie? Wat vond je van de levering? Vragen die je snel en bondig kan invullen, zodat degene na jou ook handige informatie krijgt.

Handige tip! Dan gaan we over naar het volgende. Ik heb weer een tabel met daarin een aantal onderdelen die jou ervan zouden kunnen weerhouden om een aankoop bij een bepaalde webshop te doen. Zou je weer kunnen aangeven hoe erg het jou zou kunnen weerhouden op een schaal van 1 tot 5? 1 betekent hier dat je totaal niet weerhouden wordt en 5 betekent dat je enorm weerhouden wordt om een aankoop te doen.

Ja is goed.

Oké de eerste: geen fysiek contact met personeel.

Weerhoudt mij niet, ik oordeel zelf wel of ik een tas wil. Soms zijn verkopers juist te opdringerig en wil ik gewoon rustig nadenken.

Duidelijk, de volgende een lange levertijd.

Zoals ik al eerder benoemde een 3. Is het langer is dan 2 weken wel ja, anders wacht ik rustig af.

Oké en de derde: een beperkt assortiment.

Als ze de tas hebben die ik wil, maakt de rest mij niet zo uit. Maar als ik meer op zoek ben naar een tas en nog geen voorkeuren heb, dan wil ik wel een breed assortiment om mij te kunnen oriënteren. Dus geef ik het een 2.

Duidelijk, dan de laatste: geen of slechte reviews:

Een 4: Bij veel slechte reviews overweeg ik wel om de tas te laten schieten. Dan vertrouw je het niet meer. Maar kijk altijd wel of de reviews van kwaliteit zijn ofcourse.

En wanneer is de kwaliteit van een gegeven review goed?

Als het vaker terugkeert in de reviews, bijvoorbeeld als meerdere mensen aangeven het is een slechte levering, dan weet ik genoeg. Soms kan je ook pech hebben en dan heb je een enkele review die wat slechter is.

	1	2	3	4	5
--	---	---	---	---	---

Geen fysiek contact met personeel	X				
Lange levertijd			X		
Een beperkt assortiment		X			
Reviews				X	

Duidelijk, dan heb ik nog een laatste tabel met daarin factoren die van invloed kunnen zijn op jouw koopgedrag. Kun je voor de volgende factoren weer aangeven welke voor jou van belang zijn bij het online aankopen van het eerder genoemde tassen? 1 heeft hier weinig invloed op een 3 veel invloed.

Yes.

Oké nummer één: Sociale bewijskracht dit kunnen reviews zijn maar ook meningen van vrienden.

Deze score ik hetzelfde als net, met dezelfde reden een 3.

Helemaal goed, dan de volgende: autoriteit en kennis. Dit houdt in dat een webwinkel veel verstand en ervaring heeft op het gebied van tassen:

Ook een 3 Liever dat ze goed advies geven dan geen, zeker bij kwaliteitstassen die wat duurder zijn. Ook online vind ik dit gelden, dus dat ze advies meegeven over het onderhoud van je tas als het bijvoorbeeld leer is, vind ik wel zo netjes.

Dus een kort stukje uitleg over het product en het onderhouden daarvan zou een positieve invloed hebben?

Ja dat vind ik van wel, dat laat zien dat ze kennis van zaken hebben en je graag willen informeren.

Duidelijk, dan de volgende schaarste:

Die geef ik een 2: Alleen om de druk op te voeren, maar ik hou van bedenktijd, dus als een product dan uitverkocht is, dan denk ik dat het niet meent to be is.

En als je al weet dat je een tas echt wilt hebben zou je dan sneller bestellen?

Ja dan wel, dan wil natuurlijk niet er naast vissen.

Duidelijk, dan de volgende: loyaliteit aan een merk of webwinkel?

Fijne merken koop je vaker. Dus ja, belangrijk een 3, want je weet al dat het goed is.

Ben je dan nog wel bereid om nieuwe merken of winkels uit te proberen?

Ja natuurlijk wel. Maar als ik op zoek ben naar een nieuw iets - stel die tas - dan kijk ik vaak eerst even bij mijn favoriete merken en winkels of die iets leuks hebben.

Kan ik dan stellen dat je voorkeuren hebt voor bepaalde merken?

Ja, die mag je ook op 3 zetten.

Duidelijk, dan wederkerigheid: dus dat je iets terug krijg als je iets voor hen doet, bijvoorbeeld korting.

Ik vind dat altijd wel fijne acties. Die kunnen mij wel overhalen om tot koop. Zo heb ik mezelf ooit met 3 verschillende mailadressen ingeschreven voor de nieuwsbrief van Vero Moda om 5 euro korting te krijgen, dat waren toen nog je verzendkosten haha.

Beter voorbeeld is er niet. Dan de laatste alweer: eenheid, het gevoel om erbij te willen horen:

Nee ik koop tassen omdat ze leuk zijn. Al let ik wel een beetje op trends.

Maar niet omdat vriendinnen bijvoorbeeld al een specifieke tas hebben?

Nee ik koop echt wat ik leuk vind en niet omdat andere het al hebben.

Duidelijk

	1	2	3
sociale bewijskracht (reviews, meningen van vrienden)			X
Autoriteit (Kennis en ervaring)			X
Schaarste (beperkte oplage)		X	
Loyaliteit aan een merk (bijvoorbeeld eenmaal klant, altijd klant)			X
Sympathie voorkeur (voorkeur hebben voor een bepaald merk)			X
Wederkerigheid (iets terugdoen)(kortin g gekregen, hierna overgaan tot aankoop)			X
Eenheid (groepsgevoel, erbij willen horen)		X	

Helemaal goed, dan heb ik nog 2 afsluitende vragen: als eerste welke social media kanalen gebruik je?

Ik zit vooral op Instagram en Pinterest, is geen social media maar veel influencers en websites gebruiken dit wel. Verder doe ik soms nog wat met Facebook en Snapchat.

En klik je op een van deze kanalen ook wel eens op advertenties?

Soms, eigenlijk alleen op die van instagram. Dan is het net een insta-post en zie je in de advertentie wat leuke dingen voorbij komen. Bijvoorbeeld verschillende tassen en dan kun je opzij swipen om meerdere modellen of kleuren te bekijken. Als het bevalt klik ik wel door naar de website ja.

Wanneer bevalt een advertentie jou?

Wanneer er relevante dingen instaan, meestal zijn het wel de laatste producten die ik heb bekeken.

De bekende cookies.

Haha ja inderdaad.

Oke, nou dat was het, dank voor je tijd en antwoorden!

Graag gedaan.

Interview respondent 2 – potentiële klant

Goedemiddag, bedankt dat je mee wilt werken.

Geen probleem.

Eerst even een korte algemene vraag. Wat is uw leeftijd?

30

(zelf ingevuld: geslacht = man).

Algemene vragen

Dan gaan we verder met het eerste onderwerp. Dat zijn een paar algemene vragen over het kopen van het assortiment.

Oké.

Het assortiment bestaat uit een tas, laptoptas of een portemonnee.

Oké duidelijk.

U heeft aangegeven dat u wel eens een tas, laptoptas of portemonnee gekocht heeft.

Wat voor product(en) was/waren dit?

Een laptoptas en portemonnee.

Okee en heb je deze producten dit jaar gekocht? Of een tijd geleden?

Nou dat is alweer een tijd geleden, dit jaar heb nog niks hiervan gekocht.

Oké duidelijk. En waar heb je toen deze twee producten gekocht? Bij een webshop of in de winkel?

In de winkel, bij van Os tassen volgens mij.

Oké en waarom heb je voor deze winkel gekozen?

Nou ik had een nieuwe laptoptas nodig en ik was toch in al in de stad dus dacht ga even kijken of ze wat hebben, en toen heb ik hem gelijk meegenomen.

Oké en is dit uit gemak?

Ja ik heb niet veel zin om lang hiervoor te zoeken en ik had hem snel nodig.

En wat bedoel je dan met lang zoeken?

Ja allerlei sites afgaan en vergelijken, daar heb ik geen zin in, gewoon even snel de stad in en terugkomen met wat je nodig hebt, zo ben ik meer.

Oké dus gemak en snelheid is dus belangrijk?

Ja dat kan je wel zeggen.

Maar van Os tassen, koop je hier nog met een reden?

Nou het is de enige tassen winkel die ik ken in Alphen dus ja, weinig andere opties.

Dus geen andere bijzondere redenen?

Nouja ze hebben veel tassen.

Oké dus ze hebben daar een ruim assortiment?

Ja best wel, ze hebben van alles.

Duidelijk, en zou je ooit een tas online kopen?

Ja als ik er één nodig heb en ik kom hem toevallig tegen op internet dan zou ik het overwegen.

Maar je zou er niet specifiek naar opzoek gaan?

Nouja als ik precies weet welke ik wil misschien wel, of als ik hem ooit tegen ben gekomen in een folder.

Duidelijk, nou de volgende vraag is waarom koop je een tas, nou in dit geval lijkt het me duidelijk. Wanneer je hem nodig hebt.

Haha ja klopt, ik koop puur een tas uit noodzaak.

En koop je ze nog als cadeau?

Nee vaak koop ik dan een waardebon of geef ik gewoon geld, zodat degene kan kopen wat ze wilt.

Oké je koopt ze dus niet als cadeau.

Nee want dan ben ik bang dat ik de verkeerde meeneem en dat vind ik zonde.

Oriëntatiefase

Duidelijk dan wil ik nu graag door naar het volgende onderwerp de oriëntatiefase.

Ik wil u vragen om te zoeken naar een willekeurige tas die je wilt kopen, graag kijk ik stap voor stap mee, hoe u zoekt en waarnaar, vindt u dat oké?

Oké geen probleem, moet ik op me telefoon zoeken?

Ja is prima, mag ook op de laptop, wat jij makkelijk vindt.

Prima.

Hoe begin je met zoeken?

Ik ga naar google en ik zoek naar laptoptas, vervolgens klik ik op een van de eerste resultaten.

Oké waarom op een van de eerste resultaten?

Nou dat zijn vaak de bekendste webwinkels dus die zullen wel hebben wat ik nodig heb. En ik zie mijn zoekwoord terugkeren hierin.

Wat bedoel je met zoekwoord?

Nou ik typ laptoptas in en ik zie bol.com / laptoptassen.

Duidelijk en daar klik je dan op?

Ja bol.com is een goede partij en ze hebben laptoptassen, dus ja.

Duidelijk. Eenmaal op de site, naar welke informatie ga je dan opzoek?

Allereerst de prijs, want ik wil natuurlijk weten hoe duur die is.

Oké dus de prijs is belangrijk voor je. En waar kijk je verder naar?

Dan ga ik opzoek naar productinformatie, naar welke maat laptoptas dit is. Want mijn laptop moet er wel in kunnen.

Ja dat snap ik wel, okee dus je zoekt naar productinformatie. En als dit niet er bij staat?

Dan houd het op bij mij, dan zoek ik verder, want ik ga niet de gok wagen. Als die niet past dan moet ik hem retour sturen.

Okee dus het is van belang dat de productinformatie zo goed mogelijk is ingevuld.

Ja liefst wel, want dan weet ik alles van het product en dan ben ik eerder geneigd het product te bestellen.

Dus als de prijs en productinformatie goed is, dan bestel je direct wat je nodig hebt? Of vergelijk je dan nog webwinkels met elkaar?

Ja soms wel, dan zoek ik het product in google en dan kijk ik bij shopping gedeelte van google of er ergens een lagere prijs staat.

Oké dus je zoekt dan wel de laagste prijs.

Ja dan ga ik specifiek op zoek naar de laagste prijs, maar als er geen goede partij tussen zit in mijn ogen. Dan ga ik weer terug naar de webshop die ik wel ken.

Wat is geen goede partij in jouw ogen?

Een partij die ik niet goed ken, of weinig over te vinden is.

Bedoel je dan reviews?

Ja dat is wel een dingetje, als ik de site niet ken en heeft weinig tot geen reviews dan haak ik af.

Oké dus reviews geven aan dat een website betrouwbaar is in jou ogen?

Ja nou, een website kan wel betrouwbaar zijn, maar als niemand er gebruik van heeft gemaakt of in ieder geval zijn/haar ervaring heeft gedeeld. Dan maak ik er vaak ook geen gebruik van omdat ik het niet ken.

Reviews geven jou soms het laatste zetje in de rug, bij een website die je niet zo goed kent.

Precies.

Dan de laatste vraag van het oriënteren, ben je bekend met de webshop Hipperz.nl?

Nee die naam zegt mij niks.

(laat de website zien)

Nee deze site ziet er niet bekend uit voor mij.

Oké duidelijk dat kan natuurlijk

Verwachtingen website

Duidelijk, dan wil ik graag door naar het volgende onderwerp, wat een beetje hierbij past. Namelijk de verwachtingen van een website.

Oké.

We hadden het er net al een beetje over, maar welke verwachtingen heb jij bij een webshop die dit assortiment verkoopt?

Wat ik eerder al aangaf, de prijs duidelijk in beeld, en een ruime product omschrijving. Verder een duidelijke website, waar je makkelijk doorheen zoekt.

Wat bedoel je met makkelijke doorheen zoekt?

Nou dat ik op de website zo naar een product kan zoeken of duidelijk kan zoeken naar producten die ik zoek.

Oké dus een overzichtelijke website met een duidelijke structuur.

Ja.

We hebben tot nu toe prijs, ruime productomschrijving, een duidelijke website met duidelijke structuur. Wat verwacht je nog meer van een website?

Even denken hoor, nou dat de site betrouwbaar is en snel laad.

En onder betrouwbaar bedoel je dan, veilige verbinding?

Ja niet dat ik naar een onveilige website ga.

En als een website niet snel laad, wat doe je dan?

Dan ga ik van de website af en laat ik het erbij.

Oké dus dan zie je af van je potentiële aankoop?

Ja precies.

Duidelijk, dan heb ik nog een paar informatie aspecten die je op een website zou kunnen terug vinden. Kun je aangeven in hoeverre je deze belangrijk vindt? Je kan een 1 tot een 5 geven, waarin 5 heel belangrijk is.

Oké duidelijk.

De eerste twee hebben we al kort besproken maar hier komen ze alsnog. De eerste is informatie over het product, dus de prijs, formaat,

Een 5, dit vind ik het belangrijkste, zeker online waar je het product niet echt ziet en kan voelen.

Welke informatie verwacht je dan dat er allemaal bij staat?

Zoals jij al zei de prijs, formaat, maar ook kleuren, type sluiting, of het waterdicht is.

Duidelijk en dan de tweede: reviews?

Een 4, het is niet het allerbelangrijkste maar ik vind het wel belangrijk om te zien en even door te nemen.

Waar let je dan op?

Nou hoe mensen reageren op de winkel zelf en de artikelen, zo controleer ik eigenlijk of de mensen tevreden zijn over alles wat die winkel aanbiedt.

En informatie over de levering?

Het is wel belangrijk om te weten hoe ze leveren, wanneer ik het pakket ongeveer kan verwachten bij bestelling. Dit geef ik een 3.

Oké en de informatie over het retourbeleid?

Ook een 3, want ik vind het wel belangrijk als ik eenmaal heb besteld en het bevalt niet, dan wil ik die informatie wel snel kunnen vinden en dat het er duidelijk staat wat ik moet doen.

En hoe belangrijk is de informatie over bezorgkosten?

Een 4, dit wil ik wel weten, maar het is zo normaal geworden dat het vaak op de website staat, bij bestelling boven de zoveel euro, gratis verzending, of bij het afrekenen staan de bezorgkosten erbij.

Dus je gaat er niet naar op zoek?

Nee dat niet, want ik weet dat het vanzelf wel naar voren komt

Oké duidelijk en vind je informatie over betaalopties belangrijk?

Nee dat zou ik een 2 geven, want de meeste winkels hebben toch wel Ideal.

Want daarmee betaal je meestal?

Ja of paypal maar Ideal toch wel het meeste, en ik denk dat alle winkels inmiddels wel die betaalmethode hanteren.

En heb je nog iets aanvullends wat je echt belangrijk vind?

Nee niet dat ik op dit moment zou weten.

Website vertrouwen

Top dat waren ze dan. Dan zou ik het nu graag willen hebben over website vertrouwen. Ook hier heb ik weer een aantal aspecten met betrekking op de website. Zou je ook hier weer een score van 1 tot en met 3 aan willen hangen? Hierbij is 1 dat het aspect totaal geen invloed op jou heeft en 3 juist veel invloed heeft.

Ja prima.

De eerste is dat we webshop onveilig oogt, in hoeverre heeft dat invloed op jou?

Een 3, want ik wil niet dat mijn gegevens zomaar op straat of in verkeerde handen komen.

Ja dat snap ik, waar let je dan op?

Zoals ik al eerder zei moet de website snel laden, een niet goed werkende website voelt al minder veilig. Daarnaast let ik ook op het groene slotje dat aangeeft dat een website veilig is.

Kijk je ook nog of een website een bepaald keurmerk heeft?

Niet specifiek, meeste winkels met zo'n keurmerk zetten het vaak wel prominent op hun homepage. Dus dan valt die al direct op. Voelt trouwens wel veiliger als ze die ook hebben.

Oké duidelijk, en je noemde het net eigenlijk al, stel je het gevoel hebt dat je gegevens niet gewaarborgd worden, dan heeft dit ook invloed op jou?

Ja, dus ook een 3. Wil niet dat mijn gegevens worden doorgegeven aan derden.

Helder, dan de laatste, je vertrouwen in de webshop is laag.

Ook een 3.

Wat maakt volgens jou een website betrouwbaar?

Alles wat we net al bespraken. Oh, en dat een site in goed Nederlands staat, want een site met spelfouten daar ga ik ook aan twijfelen.

	1	2	3
De webshop oogt onveilig			X
U heeft het gevoel dat uw gegevens niet worden gewaarborgd op de webshop.			X
Uw vertrouwen in de webshop is laag			X

Verwachtingen service

Oké duidelijk tot zover het vertrouwen, dan wil ik nu door met de service van een website. Ik heb hiervoor ook weer een aantal aspecten geselecteerd, waarop ik graag hoor hoe belangrijk jij dit vindt op een schaal van 1 tot en met 5 en waarom jij hier bepaalde verwachtingen bij hebt.

Oké, prima.

Dan beginnen we met informatievoorziening van een bestelling, dus bijvoorbeeld dat het bestelde product onderweg is.

Een 4 dit vind ik belangrijk want zoals eerder aangegeven, dan weet ik dat mijn bestelling is doorgekomen en dan weet ik ook dat die onderweg is en wanneer ik hem ongeveer kan verwachten.

En vind je het dan belangrijk dat je een track en trace code ontvangt?

Ja want dan kan ik hem volgen en als er iets misgaat heb ik bewijs.

En de snelheid van de levering?

Ligt er aan, als ik het snel nodig heb dan is het fijn dat het vandaag besteld is en morgen in huis.

Maar vaak zijn bestellingen snel binnen, en als het langer duurt dan is dit vaak wel aangegeven.

En welk cijfer zou je hieraan koppelen?

Denk een 3, het is niet heel belangrijk, het is meer normaal ook dat een bestelling binnen een normale tijd binnen is.

Wat is volgens jou een normale tijd?

Toch wel 2-3 werkdagen max.

En heb je ook nog een voorkeur voor wanneer een levering binnenkomt, zoals ochtend of avond?

Nee dat niet echt.

Oké duidelijk, de laatste de bereikbaarheid van de klantenservice hoe belangrijk vind je dat?

Een 4, ik vind het fijn als ik snel terecht kan met mijn vraag en hier snel een antwoord op krijg.

Heb je dan nog voorkeuren om de klantenservice te bereiken?

Bellen heeft de voorkeur, maar soms sta je best lang in de wacht, dan geef ik liever de voorkeur aan andere vormen. Grote bedrijven hebben soms een chatfunctie op hun website, dat is ook best handig. Maar als het dan ingewikkeld wordt, willen ze vaak alsnog bellen.

Oké duidelijk en heb je nog een aanvullende optie die je belangrijk vindt?

Nee niet dat ik zo kan bedenken.

Oké, nou mocht je het nog bedenken dan kan je altijd nog zeggen.

[Aankoop vorige webshop niet gevraagd, vanwege aankoop in fysieke winkel]

Loyaliteit

Dan nog even een zijdelingse vraag over je laatste aankoop bij van Oss, heb je toen nog een review over de producten op we website achtergelaten?

Nee dat heb ik niet gedaan.

En wat is hier de reden voor?

Heb ik niet bij stilgestaan toen ik de tas kocht.

En als je iets online besteld, mag ook ander product zijn, laat je dan wel eens een review achter?

Nee eigenlijk nooit.

Heb je daarvoor nog een reden? Want je gaf aan reviews zelf wel belangrijk te vinden.

Slecht eigenlijk hé. Ik denk er nooit zo over na om dat te doen.

Zou je het voor een beloning wel gedaan hebben?

Nee dat niet perse maar ik moet er zelf zin in hebben en dan toevallig er langs komen op internet.

Oké dus als je link zou krijgen van de winkel zo je het eerder doen?

Ja dat denk ik wel.

Oké duidelijk. Dan wil ik door naar het volgende, ik heb hier twee tabellen met daarin een aantal aspecten. De eerste weerhouden jou er mogelijk van om een aankoop online te doen. Kun je aangeven of dit geldt voor jou op een schaal van 1 tot 5? 1 betekent hier dat je totaal niet weerhouden wordt en 5 betekent dat je enorm weerhouden wordt, ze staan ook boven de tabel.

Ja ik snap hem.

De eerste is dat je geen fysiek contact met het personeel hebt.

Dit geef ik een 2, want ik hoef niet perse contact met personeel te hebben om iets te kopen wat ik mooi vind.

Oké en de levertijd?

Een 4, ik vind dat het binnen een redelijke tijd geleverd moet zijn.

Wat is volgens jou dan een redelijke tijd?

Toch niet meer dan een week.

Oké, dan een beperkt assortiment.

Ook een 4, als ze niet hebben wat ik zoek dan houdt het op.

Duidelijk en dan de laatste, geen of slechte reviews?

Ja als er allerlei slechte reviews staan, dan kan dat mij wel weerhouden ja.

Welk cijfer geef je het dan?

Ook een 4.

	1	2	3	4	5
Geen fysiek contact met personeel		X			
Levertijd				X	
Een beperkt assortiment				X	
Geen of slechte reviews				X	

Top dat was het eerste tabel. Het tweede tabel heeft ook een aantal factoren die invloed op jou zouden kunnen hebben om tot een aankoop over te gaan. Hier een is 1 geen invloed en 3 veel invloed. Staat er weer boven, duidelijk zo?

Ja hoor.

Dan de eerste, sociale bewijskracht, dit kunnen vrienden zijn die iets aanraden en reviews maar ook influencers.

Oke, ja dit geef ik wel een 3

Waarom?

Van vrienden neem ik snel iets aan, zeker als ze tevreden zijn over iets. Dat zijn voor mij de betrouwbaarste reviews.

Begrijpelijk

Dan de kennis en ervaring van een webshop?

Een 1, als ik het mooi vind koop ik het wel, of die webshop er nou veel verstand van heeft of niet. Als ze maar goed leveren.

Oké en dan een beperkte oplage, heeft dat invloed op jouw keuzes?

Nee ook niet. Koop wat er op dat moment is en anders pech.

En als je het een product betreft dat je echt wilt en dan ziet dat er nog maar een paar zijn?

Ja dan beslis ik wel vrij snel maar soms laat ik het toch zitten

Okee dus het heeft een beetje invloed?

Ja dat zou je wel kunnen zeggen

En ben je dan nog loyaal aan bepaalde winkels?

Soms, ik koop wel graag bij eentje die ik al ken, maar is niet zo dat ik alle andere zou uitsluiten.

Welk cijfer zou je dit dan geven?

Een 2 wel.

Oké en heb je dan nog voorkeuren voor bepaalde merken?

Nee eigenlijk niet.

Dus als je winkelt kijk je niet of een product van een bepaald merk is?

Nee, let er niet op. Ik zoek een type product en dat bevalt of niet, ongeacht het merk.

Duidelijk, kan ik deze dan op 1 zetten?

Ja.

Dan het volgende, stel jij moet iets doen voor een webwinkel en je krijgt daarna er iets voor terug.

Bijvoorbeeld een vragenlijst invullen of inschrijven voor de nieuwsbrief en krijgt dat korting. Zou dit nog invloed op jou hebben?

Mogelijk wel, als het wat zou schelen in de prijs. Korte vragenlijst zou ik dan wel doen, maar zo'n nieuwsbrief niet, daar krijg ik er al zoveel van en uitschrijven is altijd onmogelijk.

Dus welk cijfer zou je dit geven?

Omdat het afhankelijk is van, zou ik het in het midden doen. Een 2 dus

Oké, dan de laatste alweer: iets kopen omdat je dan bij een groep behoort, heeft dat invloed op jou?

Nee ook niet, daar doe ik niet aan. Dat vind ik iets voor vroeger toen je op de middelbare school zat, die tijd heb ik gehad. Hahaha.

	1	2	3
sociale bewijskracht (reviews, meningen van vrienden)			X
Autoriteit (Kennis en ervaring)	X		
Schaarste (beperkte oplage)	X		
Loyaliteit aan een merk (bijvoorbeeld eenmaal klant, altijd klant)		X	
Sympathie voorkeur (voorkeur hebben voor een bepaald merk)	X		

Wederkerigheid (iets terugdoen)(korting gekregen, hierna overgaan tot aankoop)		X	
Eenheid (groepsgevoel, erbij willen horen)	X		

Social media

Oké duidelijk. Dan nog 2 afsluitende vragen: op welke social media kanalen bent je actief?

Ik heb Facebook, Instagram en LinkedIn, maar gebruik ze niet allemaal even veel.

Op welke zit je dan het meest?

Facebook gevolgd door Insta. En af en toe LinkedIn

En klik je wel eens op de advertenties op Facebook of Insta?

Soms, als ik iets leuks voorbij zie komen. Maar heb daardoor nog nooit iets aangeschaft.

Dat is oké, nou dat waren ze, bedankt voor je tijd!

Graag gedaan.

Interview respondent 3 – potentiële klant

Hi, welkom, dank dat je tijd wil maken voor dit interview!

Geen probleem, doe het graag.

Super, zullen we maar meteen beginnen?

Ja, sure.

(Zelf ingevuld: geslacht = vrouw).

Eerst een algemene vraag; wat is je leeftijd als ik vragen mag?

ik ben 31.

(Algemene vragen over het kopen van het assortiment)

Oke, dan zou ik willen starten met een aantal algemene vragen. Heb je wel eens een tas, laptoptas of portemonnee gekocht?

Ja zeker.

Wat voor soort was dit dan?

Ik heb meerdere keren een rugtas gekocht en koop vaak van die kleine schoudertasjes.

En hoe vaak heb je deze artikelen in het afgelopen jaar gekocht?

Afgelopen jaar slechts één keer een rugtas.

Wat was de reden dat je deze kocht?

Ik heb deze rugtas gekocht toen ik naar Noorwegen ging. Normaal heb ik altijd schoudertassen, maar dat was niet handig voor de hikes die ik daar ging doen. Daarom was ik op zoek naar een rugtas, zodat het comfortabeler lopen was.

En heb je deze toen in een winkel gekocht of bij een online webshop?

Bij Zalando.

Zou je ooit weer een rugtas of schoudertas online bestellen?

Een rugtas niet zo snel, mits ik zou gaan reizen, maar schoudertassen wel sneller. Online bestelling vind ik overigens wel gewoon prima om te doen.

En waarom zou je dat wel doen?

Omdat je dan rustig kan kijken wat er allemaal is, zonder dat je naar zes verschillende winkels hoeft. En als je deze eenmaal gevonden hebt, kun je makkelijk bestellen. Het gaat gewoon lekker snel.

Oké en als laatste vraag, heb je ooit een tas als cadeau voor iemand gekocht?

Nee, ik koop eigenlijk nooit tassen als cadeautje.

Waarom?

Ja ik vind het gewoon lastig, ik wil niet de verkeerde tas kopen voor iemand

Ja dat is wel logisch, dan moet die persoon de tas weer inruilen of blijft die weer liggen

Ja precies en dat wil ik wel voorkomen bij het geven van cadeau

(Oriëntatiefase)

Dan gaan we nu door met de vragen over de oriëntatiefase, ik zou je willen vragen om te zoeken naar een willekeurige tas of voor jou een rugtas die je wilt kopen. En dan kijk ik graag even mee hoe je zoekt en waarnaar je zoekt, is dat prima?

Ja hoor.

Oke, hoe begin je met zoeken?

Ik start internet op en zoek op Google naar rugtas. Voor Noorwegen wilde ik specifiek een rugtas van Fjallraven, dus dat zet ik er dan achter. En dan kijk ik bij de eerste links welke ze hebben en of het assortiment bevalt.

Okee dus je zoekt naar een tas en zet het specifieke merk erachter?

Ja in dit geval wel, maar niet altijd hoor als ik een handtas zoek, zoek ik gewoon op internet: handtas

En als je eenmaal op zo'n site kijkt, naar welke informatie kijk je dan specifiek?

Ik let op de prijs, levertijd, recensies over het product en het formaat. Ook kijk ik welke kleur ik mooi vind, dus ik let natuurlijk ook op de afbeeldingen die erbij staan.

Je zei dat je op meerdere links klikt, dus meerdere websites bekijkt, vergelijk je deze dan met elkaar?

Ja, ik ga zoeken of er ergens een aanbieding is. Als dat zo is dan bestel ik het daar. Dan moet de levertijd natuurlijk niet te lang zijn, tenzij ik geen haast ermee heb dan maakt het niet zoveel uit. Als ik maar niet weken hoeft te wachten, haha. Ook kijk ik naar de reviews van de webshop, of het betrouwbaar is en of de levertijd die zij beloven klopt. Als de prijs overal hetzelfde is, dan kies ik voor een bekende webshop. Zo kwam ik toen bij Zalando.

Duidelijk

Dan heb ik nog een vraag, de laatste van het onderdeel oriënteren ben je bekend met de tassen webshop Hipperz.nl?

Nee niet dat ik weet

(laat de website zien)

Nee deze site ken ik niet

Oké duidelijk

Dan wil ik het graag hebben over de verwachtingen van een website

(Verwachtingen website)

Wat voor verwachtingen heb je bij webshops die tassen verkopen?

Wat ik verwacht en waar ik dus eigenlijk ook naar zoek is een goede prijs/kwaliteitverhouding, betrouwbaarheid, goede levertijden en de mogelijkheid tot retourneren.

Wat zijn goede levertijden?

In deze tijd vind ik het normaal dat het binnen 1-2 dagen geleverd wordt, tenzij er langer vermeld staat.

Dat sluit mooi aan bij de volgende punten waar ik naar wil vragen. Kun je aangeven in hoeverre je de volgende informatie belangrijk vindt en waarom? Je mag elk punt een score van 1 tot en met 5 geven, waarin 5 heel belangrijk is en 1 totaal niet belangrijk is. Duidelijk?

Ja hoor.

Oke, eerste aspect gaat over de informatie over een product, hoe belangrijk vindt je dit?

Een 5: ik vind het belangrijk dat de webshop er tijd en energie in heeft gestoken om de informatie te updaten. Ik wil natuurlijk wel weten wat ik koop en als de informatie dan onvolledig is, dan zorgt dat ervoor dat ik verder ga kijken en dan mijn aankoop waarschijnlijk ergens anders doe.

Let je op specifieke informatie?

Wat de afmeting is, van welk materiaal de tas is gemaakt, inhoud en welk type ritssluiting.

Duidelijk dan het volgende aspect; reviews, hoe belangrijk vindt je deze en waarom?

Een 5: ik vind het belangrijk dat ik kan lezen wat andere mensen van de webshop/producten vinden. Hieraan kan ik opmaken of ik iets wel of niet moet kopen, of de webshop betrouwbaar is. Dus ik vind het wel belangrijk dat de webshop reviews heeft en dat er een goede beoordeling is.

Als tweede wil ik je vragen naar een punt dat je zelf al benoemde; informatie over de levering.

Een 4: ik vind het belangrijk dat ik weet wat de levertijd is, maar om bijvoorbeeld te weten dat het in een zak of in een doos komt, dat maakt me niet uit. En bijvoorbeeld of het PostNL of DHL is, dat maakt me ook niet uit of ik dat weet. Als ik het terug wil sturen zitten deze punten toch allebei dichtbij. Daarom een 4.

En hoe zou je deze informatie dan willen krijgen?

Dat mag via de mail binnenkomen, vaak krijg je bij een bestelling een track en trace code mee, dat vind ik fijn.

Oke super, wat vindt je over het retourbeleid?

Een 5: ik wil van tevoren wel weten hoelang ik de mogelijkheid heb om te retourneren en hoe ik dit moet doen. Ik wil achteraf niet voor verrassingen komen te staan.

Helder en wat denk je over de bezorgkosten?

Een 5: ik vergelijk webshops ook om hun bezorgkosten. Als ik bij de een wel gratis verzending heb en bij de ander niet, dan is mijn keuze snel gemaakt. Dus dit vind ik ook wel belangrijk.

En als laatste, hoe belangrijk zijn de betaalopties voor jou?

Een 3: ze zijn wel belangrijk, maar niet het belangrijkste. Ik betaal overal wel met iDeal, dus ik ga er automatisch vanuit dat dat overal wel kan. Dus ik denk niet dat dit heel verrassend is. Dus ook wat minder belangrijk.

Super, heb je zelf nog aanvullende opties?

Nee, zo een, twee, drie niet nee.

(Website vertrouwen)

Oke, dan zou ik je willen vragen naar de website veiligheid, privacy en betrouwbaarheid en of deze invloed hebben op het aankopen van een tas. Ik heb hier een tabel met daarin drie stellingen, kun

je aangeven in hoeverre deze invloed hebben op jouw aankoop? Hierbij is 1 totaal geen invloed en 3 juist veel invloed.

Is goed!

Oke de eerste de webshop oogt onveilig.

Dit geef ik een 3: Ik vind het wel belangrijk dat mijn gegevens niet op straat komen te liggen. Dus veiligheid is wel belangrijk en als een webshop er dan onveilig uitziet, zou ik daar niet bestellen.

En wat bedoel je met onveilig?

Ja uhm onveilig, een simpele lay-out, weinig informatie, geen keurmerk

Duidelijk en dan de tweede: je hebt het gevoel dat je gegevens niet worden gewaarborgd.

Deze geef ik ook een 3. Ik vind het wel belangrijk, maar weet ook dat je door alle cookies sowieso minder privacy hebt. Als je op een advertentie klikt of even iets opzoekt dan staat gelijk heel je Facebook vol met advertenties. Dus voor mijn gevoel heb je niet super veel privacy meer tegenwoordig. En dat accepteer ik maar gewoon.

En naast de cookies, kijk je dan ook of de webshop zelf jouw gegevens goed waarborgd?

Ja, maar meestal meer op gevoel. Zoals je bij de eerste vraag stelde of het onveilig oogt. Als dat al zo is, ga ik er niet vanuit dat mijn gegevens heel zorgvuldig bewaard worden.

Oke duidelijk en als laatste, wat als je vertrouwen in de webshop laag is?

Deze vind ik wel heel belangrijk, dus een 3. Want als ik iets bestel en betaal wil ik het wel geleverd krijgen. Ik let daarom wel op hoe de website is opgebouwd. Als het heel amateuristisch is en geen recensies dan vertrouw ik het al niet en dan zoek ik verder.

	1	2	3
De webshop oogt onveilig			X
U heeft het gevoel dat uw gegevens niet worden gewaarborgd op de webshop.			X
Uw vertrouwen in de webshop is laag			X

(service)

Duidelijk, dankjewel. En als je kijkt naar de service, welke van de punten vindt je dan belangrijk? Is weer op een schaal van 1 tot en met 5 en waarom. Allereerst de informatievoorziening, bijvoorbeeld een e-mailbericht dat je aankoop is verzonden?

Deze geef ik een 4. Want het schept toch een beetje vertrouwen. Als je een bevestiging krijgt en weet dat je product onderweg is, is dat toch een soort geruststelling. Ook vind ik het wel fijn om de bezorging te volgen door middel van zo'n track code.

Zeker, en in hoeverre vindt je de snelheid van de levering en leveringstijden belangrijk?

Ook een 4, want als ik geen haast heb, maakt het me niet zoveel uit. Zolang ik geen weken hoeft te wachten, haha. Maar als ik het bestel voor vakantie of iets dergelijks. dan wil ik het wel zo snel mogelijk in huis. Daarnaast wil ik meestal voor een avondlevering kiezen, omdat ik overdag werk. Dus die optie hebben is wel fijn ja.

Helder en als laatste, hoe belangrijk is de bereikbaarheid van een klantenservice voor jou?

Juist heel belangrijk, een 5! Als ik vragen over mijn bestelling heb, wil ik wel dat ik mensen kan bereiken. Schept vertrouwen en ik vind het gewoon heel vervelend als ik mensen niet kan bereiken wanneer ze deze service wel aanbieden. Dus ook het liefst bellen en niet een berichtje achterlaten en dat je dan een week moet zitten wachten totdat zij reageren.

Duidelijk en heb je zelf nog aanvullende opties met betrekking tot de service?

Nee niet echt eigenlijk.

(aankoop vorige webshop)

Mooi zo, dan zou ik nog even terug willen komen op je laatste aankoop, de rugtas. Deze had je bij Zalando gekocht toch?

Ja klopt.

Wat was de reden dat je voor Zalando hebt gekozen?

Het gemak van bij Zalando bestellen, je kent het wel geen verzendkosten en gratis retourneren.

Had je daarnaast nog een aanvullende reden? Meer webshops bieden die service namelijk, dus ben benieuwd waarom je verder nog voor Zalando koos.

Ik denk omdat ik Zalando ook het meest vertrouw. Ik bestel bijna alles bij Zalando (ook kleding) en daardoor vertrouw ik hun het meest. Dan heb ik ook de zekerheid dat mijn bestelling echt aankomt en dat er een professioneel bedrijf achter zit dat mij kan helpen als het fout gaat. Ze hebben eigenlijk alles wat ik in een webshop zoek.

Kan ik daarmee stellen dat Zalando voldoet aan de eerder besproken verwachtingen die jij van een webshop hebt?

Ja dat klopt. Informatie is goed, komen hun beloftes na, makkelijk retourneren, e-mail voor verzending en dat soort dingen, daar zijn ze goed in.

(service vorige aankoop)

Je hebt al aardig wat pluspunten van Zalando benoemd, maar ik heb nog 2 verdiepende vragen hierop. Heb je je bestelling ook op de genoemde datum ontvangen of moest je langer wachten?

Nee, tot nu toe zijn ze bij mij altijd op tijd geweest met leveren.

En je benoemde daarnet al iets over de klantenservice, wordt je daar snel geholpen?

Toen ik mijn tas daar bestelde had ik de klantenservice niet nodig, ik heb het wel een keer gehad voor een jurkje en toen reageerden ze wel snel. Dus ik ben daar wel tevreden over en dat zorgt ervoor dat ik hier vaker bestel.

(Loyaliteit)

Dat is fijn om te horen. Heb je wel eens een review op Zalando achter gelaten?

Nee eigenlijk niet.

En wat is de reden dat je dit niet doet?

Eigenlijk best wel gek hé? Omdat ik er zelf wel veel waarde aan hecht, maar het zelf dan niet doe. Maar meestal vergeet ik het gewoon.

Zou het helpen als je een herinnering hiervoor krijgt?

Misschien, maar denk dat ik dan het bericht lees en het alsnog weer vergeet.

Dank voor de eerlijkheid haha. Dan heb ik hier weer een tabel, met daarin factoren die jou ervan zouden kunnen weerhouden om een aankoop te doen bij een online webshop. Zou je per factor weer kunnen aangeven hoe belangrijk je die vindt? En waarom?

Ja is goed!

Top, nog even ter info, 1 betekent dat je totaal niet weerhouden wordt en 5 is dat je juist enorm veel weerhouden wordt om je aankoop te doen.

Oké, duidelijk.

De eerste: geen fysiek contact met het personeel.

Een 2: mij maakt dit niet zoveel uit. Meestal vind ik die mensen die in de winkel na 2 seconden vragen 'kan ik je helpen?' toch alleen maar irritant. Online heb je dat tenminste niet. Het is wel handiger als je vragen hebt, maar meestal kom ik er zelf wel uit.

Duidelijk en dan nummer 2: de levertijden.

Belangrijk, maar niet te belangrijk. Zoals ik al eerder zei het weerhoudt mij pas als ik echt weken moet gaan zitten wachten.

Dat had je inderdaad al vaker benoemd.**Dan gaan we door met de volgende; een beperkt assortiment.**

In het midden. Ik weet vaak wat ik wil dus als ze het ergens niet hebben, ga ik gewoon door naar de volgende website. Dus ja, het weerhoudt mij dan wel om iets te kopen, maar nee, het is geen ramp en dan kijk ik gewoon verder.

Begrijpelijk en weerhouden geen of slechte reviews jou?

Als ik het product en de website ken/vertrouw dan zou het mij niet weerhouden, maar als het een nieuw product of nieuwe website is, dan vind ik het wel fijn om ze te hebben. Het biedt toch wat meer vertrouwen als je weet dat er mensen voor jou al iets hebben besteld en hun ervaring delen. Juist ook als deze negatief zou zijn.

Weerhouden negatieve reviews jou er direct van om tot aankoop over te gaan?

Ja eigenlijk wel, of het moet zo'n nutteloze zijn. Bijvoorbeeld als de winkel verder wel oké is, maar iemand één keer pech had met de levering. Dan kijk ik er wel nog door heen. Maar als er staat tas is veel kleiner dan beschreven staat, dan zou het mij wel weerhouden.

- 1 betekent hier dat u totaal niet weerhouden wordt
- 2 betekent dat u niet weerhouden wordt

- 3 betekent een beetje weerhouden wordt
- 4 betekent dat u weerhouden wordt
- 5 betekent dat u enorm weerhouden wordt om een aankoop te doen.

	1	2	3	4	5
Geen fysiek contact met personeel		X			
Levertijd				X	
Een beperkt assortiment			X		
Geen of slechte reviews			X		

Duidelijk. Dan zou ik je nog een laatste tabel willen voorleggen. Deze is gericht op factoren die ervoor kunnen zorgen dat jij tot een aankoop over gaat. Dit keer is het een schaal van 1 tot en met 3.

Allereerst sociale bewijskracht, hier onder vallen reviews, meningen van vrienden en mogelijke influencers op social media.

Een 3: goede reviews laten mij wel sneller voor die ene tas kiezen, dan weet je toch dat het wel goed zit. En als vrienden iets leuks hebben gekocht en het aanraden, dan ga je toch de volgende keer dat jij zoiets nodig hebt ernaar kijken.

Duidelijk, in hoeverre heeft autoriteit (kennis en ervaring van de webshop) invloed op jou?

Ook een 3, ik koop liever bij webshops die professioneel ogen. Dat je zeker weet dat zij weten waarover ze spreken.

En als er slecht een beperkte oplage van een tas is, zou dit dan invloed hebben op jou?

Een 1, ik ben niet zo gevoelig voor die exclusieve tassen waarvan er niet zoveel zijn. Meestal denk ik al wat langer na over welke tas ik wil hebben en dat hoeft niet zo'n mega fashion tas te zijn.

En als het een tas is die je graag wilt hebben en op de website staat dat ze er nog maar 2 op voorraad hebben?

Dan zou ik juist wel snel bestellen, maar eerst even kijken of je dan makkelijk kunt retourneren. Want dan kan ik thuis altijd nog kijken of de tas bevalt en anders stuur ik hem gewoon weer terug.

Duidelijk en dan de loyaliteit aan een merk? Dat je altijd voor hetzelfde type merk kiest?

Dat heb ik ook niet zo erg, dus een 1. Voor de rugtas wilde ik wel echt een bepaald merk en zou deze ook weer opnieuw kopen, maar dat was omdat ik van vrienden hele goede verhalen hoorde. Maar voor alle andere producten kijk ik gewoon welke ik op dat moment mooi vind en wil hebben.

Kies je dan helemaal vrij of heb je wel een bepaalde voorkeur voor bepaalde merken (sympathie)?

Bij voorkeur koop ik dan liever wel merken die ik al ken en weet dat ze kwalitatief goed zijn.

Dus als je 2 tassen hebt die je allebei mooi vindt, maar van 1 ken je het merk al en die ander is nog onbekend voor je, dan kies je voor het merk dat je al kent?

Grote kans van wel ja! Dus een 3

Oke helder. En als we kijken naar wederkerigheid hoeveel invloed heeft dat op jou?

Kun je die nog iets verder toelichten?

Tuurlijk. Met wederkerigheid bedoel ik dat jij iets doet voor een webshop of merk - bijvoorbeeld je inschrijven voor de nieuwsbrief - en dat je dan er iets voor terug krijgt, bijvoorbeeld 5% korting.

Oh zo! Ja heel belangrijk. Ik schrijf me altijd voor dat soort acties in. Korting is korting hé. Dit geef ik toch een 3

Oké, en dan de laatste: eenheidsgevoel, dat je behoort tot een bepaalde groep, heeft dat invloed op jou?

Nee, dat had ik op de middelbare school wel haha. Toen moesten en zouden we allemaal zo'n cowboysbag hebben. Maar nu heb ik dat niet meer. Ik koop liever wat ik zelf mooi vind en mijn geld waard vindt. Dus een 1

- 1 heeft geen invloed op mij
- 2 heeft een beetje invloed op mij
- 3 heeft veel invloed op mij

	1	2	3
sociale bewijskracht (reviews, meningen van vrienden)			X
Autoriteit (Kennis en ervaring)			X
Schaarste (beperkte oplage)	X		
Loyaliteit aan een merk (bijvoorbeeld eenmaal klant, altijd klant)	X		
Sympathie voorkeur (voorkeur hebben voor een bepaald merk)		X	
Wederkerigheid (iets terugdoen)(korting gekregen, hierna			X

overgaan tot aankoop)			
Eenheid (groepsgevoel, erbij willen horen)	X		

(Social media advertenties)

Oke dankjewel, dan wil ik nu nog een paar laatste vragen stellen over social media. Op welke kanalen ben je actief?

Facebook, Instagram, WhatsApp, Snapchat en LinkedIn.

En klik je op een van deze social media ook wel eens op advertenties?

Ja, als het producten zijn die mij aanspreken dan klik ik erop. Bijvoorbeeld een aantrekkelijke prijs of leuke afbeeldingen.

Super, dit waren de vragen, dankjewel voor je tijd!

Geen probleem.

Goedemiddag bedankt dat je tijd wilt maken voor dit interview

Geen probleem.

Zou ik voordat we starten nog mogen vragen wat je leeftijd is?

Ik ben 27 jaar.

(zelf ingevuld: geslacht = vrouw).

Dan wil ik beginnen met wat algemene vragen over het kopen van een tas.

Prima.

Je hebt aangegeven dat je wel eens een tas, laptotas of portemonnee online gekocht hebt, wat voor product was dit?

Ik heb wel eens een handtas gekocht.

Oké, en hoeveel tassen heb je dit jaar gekocht?

Ik heb dit jaar 2 handtassen gekocht

Oké en weet je nog waar je deze gekocht hebt?

De eerste heb ik bij lightinthebox.com gekocht en de andere bij pullandbear.com

Dus allebei bij een webshop?

Ja, want die van pullandbear was niet meer op voorraad in de winkel en wel op internet, dus toen heb ik die maar besteld.

En stel je hebt weer een tas nodig, zou je deze dan weer online zoeken en bestellen?

Oh ja hoor, het is gemakkelijk zoeken en je hoeft de deur er niet voor uit.

En waarom vind je het dan gemakkelijk?

Nou wat ik al zei, ik hoef er niet voor uit, de stad in en alle winkels af, ik kijk gemakkelijk op een scherm naar alle tassen via het internet

Duidelijk en waarom koop je een tas, koop je die voor speciale gelegenheden?

Nee deze heb ik gekocht voor dagelijks gebruik.

En heb je er wel eens 1 cadeau gegeven?

Nee, want dit vind ik lastig, een tas geven is nogal specifiek, je moet dan echt de persoon goed kennen en de smaak van de persoon kennen.

Ja dat snap ik, dan wil ik nu graag wat vragen over je zoekgedrag, ik wil je vragen om te zoeken naar een willekeurige tas en graag kijk ik stap voor stap mee, hoe je zoekt en waarnaar je zoekt.

Mag dat gewoon op mijn telefoon?

Ja zeker

Nou ik ga naar google en zoek naar handtassen.

En wat zie je dan?

Nou ik zie bovenin afbeeldingen van tassen, en daaronder allemaal links naar webshops.

En klik je wel eens op de afbeeldingen bovenin?

Ja soms wel, als er een tas bij staat die ik ongeveer in mijn hoofd heb om te kopen wel ja.

Dus als de afbeelding van de tas voldoet aan het beeld in je hoofd, en kijk je dan nog naar welke link er onderstaat?

Nee ik klik denk te snel op de afbeelding haha, dus ik zie vanzelf wel op wat voor webshop ik kom.

Naar welke informatie zoek je dan eenmaal op de site?

Allereerst zoek ik of de webshop het model heeft wat ik wil en de kleur.

Oké dus model en kleur, en verder?

Ja toch wel de prijs als ze eenmaal het model hebben.

En als ze het specifieke model niet hebben?

Dan zoek ik weer verder op een andere website.

En eenmaal gevonden? Vergelijk je verschillende webwinkels met elkaar die het model hebben?

Ja dan ga ik toch wel opzoek naar de laagste prijs.

Vergelijk je dan alleen de prijs?

Ja eigenlijk wel, als ik eenmaal een product gevonden heb dat ik wil dan is het alleen nog de laagste prijs opzoeken.

Dan de laatste vraag wat betreft dit onderwerp

Ben je bekend met de tassen winkel Hipperz?

Er gaat geen belletje rinkelen nee.

Ik zal je de website laten zien

Nee deze winkel ken ik niet, ziet er wel leuk uit. Maar nee het zegt me nu even niks.

Dat kan, dan gaan we door.

Dan wil ik nu graag door naar de verwachtingen van een website, wat voor verwachtingen heb je bij een website? En dan specifiek een webshop die tassen-koffers verkoopt.

Dat ligt eraan of het een bekende of onbekende winkelnaam is. Bij een winkel die ik ken, weet ik wat voor kwaliteit ik kan verwachten en klantenservice.

Kwaliteit van de webshop of producten?

Beide eigenlijk, ik weet dan wat ik aan die webshop heb en dat het goed zit met de service bijvoorbeeld of dat de levering goed zit.

Kan je iets specifiek noemen?

Nou bijvoorbeeld levering dat de bestelling morgen of overmorgen in huis is, en service dat ik goed geholpen word als ik een vraag heb.

Oké en iets specifiek over de website?

Een overzichtelijke webshop waarin je snel vind wat je zoekt, zodat ik niet te lang moet gaan zoeken naar wat ik wil op dat moment.

Dat is een mooi sprongetje naar het volgende onderwerp namelijk in hoeverre vind je de volgende informatie belangrijk. Ik geef je een paar onderdelen en jij mag een 1 tot en met 5 geven waarin 5 heel belangrijk is.

Oké.

De eerste is informatie over het product (inhoud, formaat, voering, aantal vakken, prijs)

Een 5, dit is toch het eerste dat je wilt weten over een tas.

Heb je dan nog specifieke informatie waar je naar kijkt?

Allereerst welke kleur de tas is en vervolgens hoe die eruit ziet, dus buiten- en binnenkant, of het een groot vak is of meerdere vakjes. En of die een rits als sluiting heeft of zo'n magnetische sluiting. Goede afbeeldingen vind ik daarbij wel belangrijk. En als dat allemaal goed is, ga ik kijken naar de prijs.

En reviews, in hoeverre vind je dit belangrijk?

Toch wel een 5, omdat dit aangeeft of een product van kwaliteit is en of het overeenkomt met wat er op de website beschreven staat.

De volgende is informatie over de levering.

3, het is fijn om te weten wanneer je iets kan verwachten. Met name als het product dat je besteld "haast" heeft. Vaak staat er bij webwinkels voor 23:59 uur besteld de volgende dag in huis. Wanneer de bestelling haast heeft, is dit erg fijn om te weten.

Oké, en hoe belangrijk vindt je het retourbeleid?

Een 5, mocht het een miskoop zijn, dan moet het product makkelijk te retourneren zijn en het liefst gratis retour natuurlijk.

En in hoeverre vindt je de bezorgkosten belangrijk?

Deze geef ik een 3, dit ligt aan het product en de hoogte van de bezorgkosten of ik het waard vind om de bestelling door te zetten. €5 vind ik eigenlijk wel al een max voor pakketbezorging.

Oké, en als laatste: in hoeverre zijn verschillende betaalopties voor jou belangrijk?

Dit maakt mij niet zoveel uit, dus een 1. Gezien het feit dat ik op meerdere manieren aan een betaling kan voldoen. Creditcard, pinpas, achteraf of gelijk aan de betaling voldoen heb ik geen problemen mee.

En waar gaat jou voorkeur naar uit?

Achteraf betalen vind ik het fijnst, want als ene product niet bevalt hoeft je niet op je geld te wachten. En als dat niet kan, dan het liefst met iDeal of Creditcard betalen.

Website vertrouwen

Duidelijk allemaal, dan zou ik je nu graag willen vragen naar de factoren website veiligheid, privacy en betrouwbaarheid. Ik heb hier een tabel met daarom een aantal stellingen met betrekking tot deze factoren, zou je kunnen aangeven in hoeverre deze op jou invloed hebben?

Oké, prima.

Wat vindt je van de website veiligheid?

Deze geef ik een 3, dus veel invloed

En waarom vindt je dat?

Anders heb ik het idee dat je gescamd kan worden en zou ik er geen bestelling op doen.

En hoe let je er dan op dat het veilig is?

Ik kijk of er zo'n slotje in de websitebalk komt als je naar bestellen gaat, of er voldoende informatie over de winkel op de website staat – bijvoorbeeld een adres/telefoonnummer én ook of ze een webshopkeurmerk hebben. En als ze dat niet hebben of in onvoldoende mate dan kies ik er liever voor om ergens anders te bestellen.

Oké duidelijk, en in hoeverre is de privacy waarborging belangrijk?

Een 3 dus ook heel belangrijk, maar tegenwoordig wordt online veel klantinformatie gebruikt en is veel informatie te achterhalen. Zo lang persoonsgegevens niet op straat komen te liggen is het prima.

Dus gebruik voor marketing doeleinde is prima, maar delen met derden niet?

Ja zo bedoel ik het inderdaad.

Oké, en als laatste, jou vertrouwen in de webshop?

Wederom een 3 en daarmee heel belangrijk. Als ze niet te vertrouwen zijn dan neem ik aan dat ze zich niet aan afspraken houden en dat je je bestelling niet ontvangt, veel te laat ontvangt, kapot ontvangt e.d. Dit wetende zou ik er ook geen bestelling doen.

	1	2	3
De webshop oogt onveilig			X
U heeft het gevoel dat uw gegevens niet worden gewaarborgd op de webshop.			X
Uw vertrouwen in de webshop is laag			X

Verwachtingen service

Super, dat waren ze. Dan wil ik nu vragen naar jou verwachtingen met betrekking tot de service. Ik noem weer een aantal punten en dan mag je op een schaal van 1 tot 5 aangeven waarom dit belangrijk voor jou is.

Is goed.

Allereerst de informatievoorziening, bijvoorbeeld een mail dat het product onderweg is.

Dit geef ik een 4 fijn om te weten, zodat je weet dat de bezorging goed gaat.

Vindt je het dan ook fijn om een track en trace code te ontvangen?

Ja, zeker als je bestelling thuis wordt geleverd, zodat je weet wanneer het ongeveer geleverd wordt.

Duidelijk, dan de snelheid van levering & Leveringstijden?

Dit geef ik een 3, zodat ik weet dat het pakket eventueel bij de burens geleverd wordt als ik niet thuis ben.

Zou je het fijn vinden om te kunnen kiezen uit dagdelen voor je levering?

Ja dat wel. Ik werk gewoon overdag dus als het pakker 's avonds geleverd kan worden is dat voor mij makkelijker.

En als laatste, in hoeverre vind je de bereikbaarheid van de klantenservice belangrijk?

Een 5, als er iets mis is met het product is het wel belangrijk dat de verkopende partij meteen actie onderneemt.

Maakt het je dan nog uit hoe je ze kunt bereiken?

Nee, dat niet als het maar snel is. Chatten via facebook vind ik altijd wel fijn, maar bellen is weer duidelijker als je iets wilt uitleggen.

Aankoop bij de vorige webshop

Zeker begrijpelijk. Dank voor je antwoorden. Dan wil ik nu even terug komen op de tassen die je al eerder online besteld hebt. Wat was de reden dat je voor die partijen koos?

Bij Lightinthebox ging het mij om de lage prijzen. En bij Pullandbear om het vertrouwen in de webshop en de leveringszekerheid. Dat weet je dan bij de eerste webshop weer niet zo zeker haha.

En voldeden beide websites aan de verwachtingen die we eerder besproken hebben?

Beiden hebben geleverd en de kwaliteit was zoals verwacht. Beiden voldeden dus aan mijn verwachtingen.

Kun je nog iets verder uitleggen wat je dan had verwacht?

Bij Lightinthebox had ik al rekening gehouden met een wat mindere kwaliteit, want de prijs is heel goedkoop. En het is een chinees bedrijf, dus dan moet je je verwachtingen al iets bijstellen. Daarnaast wist ik daarom ook dat het wat langer zou duren voordat de tas binnen kwam, maar omdat ik dit mij op voorhand al had bedacht, voldeed het wel aan mijn verwachtingen. Bij Pullandbear wist ik al wat de kwaliteit van de tas zou zijn, omdat ik hem in de winkel al gezien had, dus daar was niet zoveel anders aan. De levertijden en leveropties had ik opgezocht op de website en daar hebben zij zich aangehouden. Dus ook om die redenen voldeden zij aan mijn verwachtingen.

Service bij de vorige aankoop

Oke helder. En als je terug kijkt op de service, hoe heb je deze dan ervaren?

Gewoon prima.

Kun je uitleggen waarom?

Bij lightinthebox hebben ze wel netjes een mail gestuurd wanneer het verstuurd was en dat het in Nederland was aangekomen. Verder hoeft je daar niet zoveel service te verwachten, maar dat is prima voor de prijs. Bij Pullandbear was de informatievoorziening wel beter en werd alles op tijd geleverd, dus ook een goede service.

Ontving je bij Pullandbear ook een mail dat je product verzonden was?

Ja zeker.

En heb je de klantenservice nog nodig gehad?

Nee, dus daar kan ik je niet zoveel over vertellen.

Loyaliteit

Dat geeft niet. Dan ben ik verder nog benieuwd of je na je aankoop een review hebt achter gelaten?

Nee dat vind ik te veel moeite.

En waarom vindt je dat?

Ik denk er eigenlijk nooit over na om dat te doen. Plus bij deze webshops wisselt het assortiment zo snel, dat ik twijfel of dat zin zou hebben.

Je gaf eerder aan reviews wel belangrijk te vinden, had je zelf wel naar de reviews gekeken bij de aankoop van de tassen?

Bij Lightinthebox wel, maar bij Pullandbear niet.

Zou een beloning jou over de streep kunnen trekken om wel een review achter te laten?

Misschien, als je korting zou krijgen op je volgende aankoop. Maar ik geef geen garantie dat ik het dan ga doen haha.

Weerhouden aankoop

Dank voor je eerlijke antwoord. Dan zou ik je nu een aantal factoren willen voorleggen die jou van een aankoop kunnen weerhouden. Deze mag je weer scoren op een schaal van 1 tot en met 5 en waarom je dit vindt.

Prima!

Allereerst geen fysiek contact met personeel, in hoeverre weerhoudt jou dat van een aankoop?

Totaal niet, een 1. Op basis van de informatie kan ik zelf wel beslissen of ik iets wil hebben en of het een goed product is, daar heb ik niet persé winkelpersoneel voor nodig. Ik vind een klantenservice hebben dan nog belangrijker.

Duidelijk, en als volgende de levertijd.

In het midden, als het product het waard is ben ik wel bereid om hierop wat langer te wachten. Maar zoals ik al eerder aangaf, als ik het snel nodig heb dan wil ik het snel in huis hebben. Het is dus afhankelijk van de situatie.

Oké, en een beperkt assortiment, weerhoudt jou dan van een aankoop?

Ja, als het product niet hebben wat ik wil hebben doe ik geen aankoop, maar dat is logisch toch?

Als je het zo zegt wel ja. En als laatste de reviews?

Ja, als er hele slechte reviews staan dan zou ik het product al niet meer kopen.

Wat bedoel je met slechte reviews?

Als de kwaliteit van de tas niet goed is, of als de informatie niet overeenkomt met het product. Bijvoorbeeld de kleur.

	1	2	3	4	5
Geen fysiek contact met personeel	X				
Levertijd			x		
Een beperkt assortiment	x				
Reviews					X

Duidelijk, en dan zou ik je nu nog willen vragen naar een aantal factoren met betrekking die jou gedrag kunnen beïnvloeden. Kun je weer per factor aangeven in hoeverre deze invloed hebben op jouw koopgedrag?

Prima.

Als eerste wil ik het hebben over sociale bewijskracht heeft dit invloed?

Wat bedoel je hiermee?

Met sociale bewijskracht bedoel ik, zoals eerder benoemd, reviews, meningen van vrienden en op social media de meningen van influencers.

Dit geef ik een 3, zoals eerder gezegd vind ik reviews belangrijk, maar ook meningen van vrienden doen er toe. Wel bij producten die ik ook wil of zoek en vrienden hebben het ooit gekocht.

Daarna autoriteit, dus dat de webshop kennis en ervaring heeft met het verkopen van tassen.

Die geef ik een 3. Ik koop liever bij een webshop waarvan ik weet dat ze dit soort producten vaak verkopen. Als er dan iets fout gaat, kun je ten minste terecht bij mensen die met je kunnen meedenken aan een oplossing.

Duidelijk, en vervolgens schaarste?

Nee, daar let ik totaal niet op, dus een 1.

En als er van een bepaalde tas die je graag wilt hebben nog maar 1 op voorraad is, zou je die dan sneller kopen?

Als ik zeker weet dat ik die wil hebben, dan koop ik die meteen. Maar als ik nog twijfel dan kijk ik gewoon nog even verder. Als de tas er dan niet meer is, dan heb ik gewoon pech en ga ik daar niet wakker van liggen.

Oké, en heeft loyaliteit aan een bepaald merk nog invloed op jou keuzes?

Nee ook totaal niet, ook een 1. Ik kijk bij het winkelen niet eens zo zeer naar merken, maar koop meer wat ik leuk vind.

Oké, en heb je dan wel bepaalde voorkeuren voor merken?

Dat wel iets meer, dus een 2. Maar dat heb ik bijvoorbeeld meer met jassen en niet zo zeer met tassen.

En waarom heb je dat minder bij tassen?

Omdat ik die simpelweg niet vaak genoeg koop. Dit jaar 2, dus dan is het meer van als ik iets leuks tegen kom dan koop ik die. Bij andere producten, zoals jassen, kijk ik al meer op merk en die wissel ik ook wat vaker.

Oké, en dan wederkerigheid, dus dat je iets doet voor een webshop/merk en daar iets voor terug krijgt?

Je bedoelt korting?

Bijvoorbeeld of gratis verzending.

Een 2. Het ligt er een beetje aan wat je moet doen, want een vragenlijst invullen vind ik al best veel moeite. Dus als het snel kan, dan zou ik het er wel voor over hebben.

Duidelijk, en als laatste eenheid, dus het groepsgevoel en dat je erbij wilt horen.

Nee dat past niet bij mij, daarom een 1. Ik volg alle modetrends sowieso niet echt en kijk gewoon wat ik leuk vind en bij mij past. Dus dat heeft geen invloed op mijn keuze.

	1	2	3
sociale bewijskracht (reviews, meningen van vrienden)			X
Autoriteit (Kennis en ervaring)			X
Schaarste (beperkte oplage)	X		
Loyaliteit aan een merk (bijvoorbeeld eenmaal klant, altijd klant)	X		
Sympathie voorkeur (voorkeur hebben voor een bepaald merk)		X	
Wederkerigheid (iets terugdoen)(korting gekregen, hierna overgaan tot aankoop)		X	

Eenheid (groepsgevoel, erbij willen horen)	X		
--	---	--	--

Social media advertenties

Oké, dat waren de gedragsfactoren. Dan heb ik nog 2 kleine laatste vragen over social media.

Allereerst; op welke kanalen ben je actief?

Eigenlijk alleen Instagram. En zelfs daar post in eigenlijk niet zoveel op, maar kijk ik meer naar wat andere doen. Oh en LinkedIn.

En klik je wel eens op advertenties?

Ja, maar alleen als ik iets op Instagram voorbij zie komen wat mij aanspreekt.

Oké duidelijk allemaal, bedankt voor je antwoorden en tijd!

Geen probleem.

Interview respondent 5 – potentiële klant

Topic list potentiële klanten

Hoi, fijn dat je aan de interview wilt meewerken!

Ofcourse.

Dan begin ik met een simpele vraag, als ik het mag vragen, wat is je leeftijd?

26

(zelf ingevuld; geslacht is vrouw)

Algemene vragen over het kopen van een tas

Dan gaan we door met een paar algemene vragen over het aanschaffen van een tas. Je had wel eens een tas, laptotas of portemonnee online gekocht toch?

Ja dit was een rugzak.

En was dit in het afgelopen jaar?

Ja, dit jaar, via Bol.com

Heb je verder wel eens tassen online aangeschaft?

Nee tot voorheen altijd via winkels.

En waarom koop je altijd via winkels?

Omdat ik het liefst nog de stad in ga om te winkelen, dat vind ik gewoon heel gezellig.

En wat was dan nu je keus om online te bestellen?

Omdat ik het type tas wat ik wilde hebben niet in de winkels kon vinden. Had zo'n soort tas op pinterest gezien en toen wilde ik die graag hebben, maar hij was gewoon nergens en online dus wel.

Zou je nu vaker tassen online gaan kopen?

Ja hoor, heb al meer leuke dingen gezien dus die staan nu op de wishlist.

En wat is de reden dat je tassen koopt?

Ik koop er een als heb, zoals voor op reis of voor uitgaansgelegenheden.

Koop je er ook wel eens eentje omdat je die gewoon mooi vindt om te hebben?

Ja dat ook hoor. Als ik tijdens een middagje winkelen iets moois zie, neem ik die gewoon mee.

Heb je ook wel eens een tas cadeau gedaan?

Ik heb wel eens een tas cadeau gedaan, maar niet vaak.

Waarom doe je dat niet vaak?

Omdat mensen vaak een specifieke smaak hebben en dat maakt het lastig. Als ik er nu aan denk dat mijn moeder mij een tas cadeau doet, dan wordt het waarschijnlijk een hele andere tas dan dat ik zelf mooi vind.

Dus toen je die ene keer een tas cadeau gaf, kende je de smaak van die persoon goed?

Dat ook, maar ze had hem een keer in de stad laten zien, dus wist ik dat ze die wilde hebben.

Oriëntatiefase

Dat snap ik ja. Dan zou ik nu willen weten hoe je naar een tas online zoekt, bijvoorbeeld zoals je naar die rugtas gezocht hebt. Zou je dat willen laten zien?

Ja hoor.

Oké, hoe begin je met zoeken?

Ik start op google en tik het type tas in dat ik wil. In dit geval dan die rugtas.

En wat is dat je volgende stap?

Dan klik ik op een van de sites die zeggen dat ze rugtassen verkopen.

En als je op de website bent, naar welke informatie zoek je dan?

Toen wilde ik graag een leren rugtas hebben, dus heb ik op materiaal leer geklikt. En ik wilde ook een bruine, dus de kleur bruin ingetikt. En toen heb ik de verschillende tassen bekeken op inhoud, sluiting, hoe die op je rug hangt, foto's en dat soort dingen.

Heb je toen ook nog verschillende webwinkels vergeleken?

Ja toen ik eenmaal wist welk merk en model ik wilde wel. En toen hadden ze bij Bol gratis levering dus heb ik daar besteld.

Heb je ook nog bij de google shopping functie gekeken?

Wel gekeken, maar vond via de websites kijken toch handiger. Dan zag ik alle tassen die aan mijn wensen voldeden, dus dat vond ik fijner.

Dan heb ik nog één vraag wat betreft dit onderwerp en dat is ben jij bekend met de webshop Hipperz?

Uhm Hipperz? Nee die naam zegt mij even niks.

Ik zal je de website laten zien, misschien zegt het je dan wat(laat website zien)

Nee het zegt mij echt niets

Oke duidelijk

Verwachtingen website

Begrijpelijk. Welke verwachtingen heb je eigenlijk bij websites die dit soort assortiment verkopen?

Dat ze kwaliteit-spuulletjes verkopen. Een webshop die gespecialiseerd is in tassen, daar verwacht ik wel meer van dan een webshop die ook kleding en sieraden verkoopt.

En op welke punten verwacht je dan meer?

Nou betere kwaliteit materiaal, voor nepleer kun je net zo goed naar de H&M zeg maar. Ook verwacht ik meer informatie en advies over de producten.

Wat voor informatie verwacht je dan?

Hoe je de tassen zeg maar goed onderhoud en lang laat meegaan.

Duidelijk

Dat brengt mij meteen bij het volgende, ik heb zo wat verwachtingen over de website en ik zou je willen vragen deze een score van 1 tot en met 5 te geven, waarbij 1 niet belangrijk is en 5 heel belangrijk voor jou is. En de eerste daarvan is. zoals jij net al noemde, informatie over het product. Bijvoorbeeld inhoud, formaat, voering en dergelijke.

Nou daar verwacht ik inderdaad wel meer van. Dus een 5. In een winkel kun je de tas zelf bekijken en oordelen of die voldoet, maar online kan dat natuurlijk niet. Dus dan moet de informatie wel volledig zijn en kloppen. Je wilt niet een leren bestellen en dat die nep blijkt te zijn.

Nee inderdaad, welke informatie zie jij het liefst erbij staan?

Zoveel mogelijk. Prijs, kleur, afmetingen, vakjes, ritsen, stiksels, alles wat je maar kunt bedenken om een zo goed mogelijk beeld te krijgen. Liefst ook meerdere foto's. Bij een website zag ik van die rugzak maar 2 foto's: voor- en achterkant. Daar baseert ook niemand zijn keus op denk ik, ik wel wel de binnenkant ook kunnen zien.

Duidelijk dan het volgende punt reviews, zijn die van belang in jouw verwachtingen?

Die geef ik een 4, het is wel fijn als mensen het product aanraden.

Helder, dan informatie over de levering.

Ook een 4, het is wel fijn om vooraf te weten hoe lang het duurt totdat het binnen is. En ook op welke manier het binnen komt en om te weten of je opties hebt. Bijvoorbeeld afleveren bij een winkel als je niet thuis bent.

Zeker, dan de volgende retourbeleid.

Ook een 4, val wel in herhaling haha. Maar als er iets stuk is, bijvoorbeeld dat de rits niet werkt, dan is het wel handig om te weten welke regels hiervoor gelden en hoe je dit moet aanpakken. In een winkel kun je natuurlijk alles op voorhand controleren en bij een webwinkel niet, maar dat is niet erg, zolang je maar makkelijk kunt retourneren.

Helder, dan het volgende: bezorgkosten.

Ik geef dit ook weer een 4. Lijkt me ook wel logisch dat er vermeld staat wat je moet betalen - of niet - om je pakket op te sturen. Vind het wel prettig als dit op een duidelijke plek op de website staat, niet dat je moet gaan zoeken naar deze informatie.

Heb je dat wel eens meegemaakt?

Ja toen ik ging vergelijken tussen websites wilde ik kijken naar de bezorgkosten en bij eentje moest ik via de knop klantenservice naar de FAQ en daar stond het. Terwijl het bij andere al bovenaan de website stond.

Groot verschil dan.

Ja inderdaad.

Oké dan de laatste: betaallopties.

Dit geef ik eens - heel verrassend na al die 4'en - een 2. Ik betaal het liefst met iDeal en dat is bij de meeste wel mogelijk.

En stel dat je alleen met creditcard zou kunnen betalen, zou je dat dan doen?

Nee, die heb ik niet dus dat gaat ook niet. Dus dat zou voor mij wel een reden zijn om verder te kijken.

Website vertrouwen

Duidelijk. Dat was de laatste en dan wil ik over naar het volgende: ik heb hier een klein tabelletje bij me en ik zou je willen vragen om deze in te vullen. 1 is hierbij dat het geen invloed op jou heeft en 3 is dat het veel invloed op jouw keus heeft. Dus bij 1 zou je daar nog wel bestellen en bij 3 totaal niet. Is het zo duidelijk?

Zeker.

Oke dan de eerste, de website oogt onveilig.

Ik zou er dan niet bestellen.

Dus dat wordt een 3, weet je ook waarom niet?

Nou je wilt niet dat ze met je rekeninggegevens aan de haal gaan, of waar je woont. Weet niet wat ze dan allemaal kunnen doen, maar liever niet.

Dat past al bij de volgende: je hebt het gevoel dat je persoonsgegevens niet worden gewaarborgd.

Dat is toch dat ze het doorverkopen aan andere?

Bijvoorbeeld ja.

Ik zou niet weten hoe ik daarop moet letten, maar als het bijvoorbeeld in het nieuws geweest is, dan zou ik er niet meer bestellen. Maar stel dat Bol.com dat zou doen, dan weet ik het niet en bestel ik daar wel.

Wat zou je dan voor cijfer geven?

Doe maar een 2.

Oke, dan de laatste je hebt weinig vertrouwen in de webshop.

Dan een 3, als ik er niet op vertrouw dat ze echt leveren dan bestel ik daar natuurlijk niet.

En waar let je dan op?

Lastig, kijk meestal of de website er goed uit ziet. Maar in mijn zoektocht naar de rugtas heb ik eigenlijk alleen bij bekende winkels enzo gekeken. Dus bij Duifhuizen en thelittlegreenbag, dus daar vertrouwde ik het op voorhand al. Bij andere onbekende sites zou ik het niet weten.

Waar moet ik dan aan denken, dat een website er goed uit ziet?

Uhm ja als een website niet veilig is krijg je vaak een melding, dus op dat slotje let ik en ook wel een keurmerk voor webwinkels.

Ja dat hebben bekende winkels wel.

	1	2	3
De webshop oogt onveilig			X
U heeft het gevoel dat uw gegevens niet worden gewaarborgd op de webshop.		X	
Uw vertrouwen in de webshop is laag			X

Verwachtingen service

Oké, dat is dan ook wel een duidelijk signaal. Dan bestel je sowieso alleen bij vertrouwde merken. Dat was meteen de laatste en zou ik door willen met jou verwachtingen over de service. Zou je de volgende punten weer willen scoren, maar dan nu op een schaal van 1 tot 5 en uitleggen waarom. 1 is niet belangrijk en 5 weer heel belangrijk. De eerste is informatievoorziening, dus een mail dat je product onderweg is en een track en trace code.

In de winkel neem je je product gelijk mee en online niet, dus lijkt me wel handig om te weten, anders weet je niet zeker of je je product binnen krijgt. Hiervoor een hoge 5.

En de snelheid van de levering en de tijden, zijn die belangrijk voor jou?

Nee niet zo eigenlijk. Dit geef ik een 3, ik zie wel wanneer het binnenkomt. Lijkt me niet dat webwinkels er tegenwoordig nog een maand over doen.

Heb je daar in jouw zoektocht nog opgelet?

Heb het wel even bekeken, maar bijna bij allemaal was het de volgende dag in huis of binnen 2 of 3 werkdagen in huis.

Oké, duidelijk en dan de laatste: bereikbaarheid van de klantenservice.

Daar heb ik niet eens opgelet, dus een 2. Ging er vanuit dat het bij bol.com daarmee goed zou zitten. En als ik hem ergens anders had besteld was dat toch bij een echte tassenwinkel, dus dan had ik zo even naar de stad gekund.

Oké, heb je zelf nog aanvullende opties met betrekking tot de service?

Nee, niet echt.

Aankoop bij de vorige webshop

Je hebt het al eerder kort benoemd, maar wat was de reden dat je uiteindelijk voor Bol.com koos?

Omdat zij gratis levering boden, bij andere was het naar de winkel gratis en naar huis betalen. Daarnaast heb ik hier ook wel eens andere dingen besteld en dat ging ook altijd goed.

Zat er nog verschil in de prijs van de tas?

Weinig, geloof dat die bij een website die ik had gezien duurder was.

En voldeed Bol.com aan de verwachtingen die we zojuist allemaal besproken hebben?

Ja hoor de tas was helemaal goed en precies wat ik wilde.

En voldeed de webshop van Bol aan je verwachtingen?

Ja ik had de tassen zo gevonden. Typte het merk en model in en toen kwam die er boven uit.

Service bij aankoop

En als je kijkt naar de service van Bol.com, was die dan wat je verwacht had?

Ja, even netjes als de vorige keren.

Had je een mail ontvangen dat de bestelling onderweg is?

Ja die krijg je altijd en je kunt het altijd online volgen.

En heb je de tas op de verwachte datum ontvangen?

Ja dat ook.

Had je zelf nog verbeteringspunten voor de website of service die je ervaren hebt?

Nee ik was volledig tevreden over alles.

Loyaliteit

En heb je na je bestelling nog een review achter gelaten?

Nee dat niet.

Hoezo heb je dat niet gedaan?

Had ik geen zin in.

Maar je hebt aangegeven reviews zelf wel belangrijk te vinden, is er iets waardoor jij wel een review zou kunnen en willen schrijven?

Ja klopt, misschien dat ik het in de toekomst wel zou doen. Weet niet wat mij zou kunnen overhalen om het wel te doen eigenlijk.

Oke, dat is prima verder. Dan heb ik weer twee tabellen en ik zou je willen vragen om deze weer in te vullen.

Oke prima.

De eerste gaat over factoren die jou ervan zouden kunnen weerhouden om een aankoop online te doen. De eerste factor is geen fysiek contact met personeel.

Even kijken, 1 is niet weerhouden dus dan vul ik die in.

En waarom weerhoudt dat jou niet?

Als ik voldoende informatie over de tas heb, kan ik die prima zelf bestellen. In de winkel vraag ik ook niet alles aan het personeel.

Duidelijk en levertijd, weerhoudt die jouw van het doen van een aankoop?

Mits het geen maand is niet, dus een 2.

En een beperkt assortiment?

Een 3, ze moeten wel hebben wat ik zoek hé?! Maar dat hebben ze ook niet altijd in de winkel, dus dan shop ik gewoon verder.

Oke, en dan geen of slechte reviews?

Een 4, zoals ik al zei toch wel belangrijk om te weten wat andere van het ontvangen producten vinden. Vooral omdat je de tas niet van te voren kunt beoordelen.

	1	2	3	4	5
Geen fysiek contact met personeel	x				
Levertijd		X			
Een beperkt assortiment			x		
Geen of slechte reviews				X	

Duidelijk, dan het tweede tabel, dit gaat over factoren die voor jou van belang zijn bij de online aankoop van een tas. De eerste is sociale bewijskracht, hier vallen bijvoorbeeld review onder maar ook meningen van vrienden.

Zeker van belang, dus een 3.

En waarom een 3?

Om dezelfde reden die ik eerder aangaf: ik vind het belangrijk om te lezen wat mensen vinden van de winkel en producten. En wat vrienden zeggen vind ik ook belangrijk zeker als het om onbekende producten of winkels gaat.

Dan de volgende autoriteit en kennis van de webshop.

Maakt me niet zoveel uit, zolang de informatie bij de tas maar goed is. Bol.com mensen zullen vast niet veel verstand hebben van tassen en toch bestel ik daar wel, omdat ik weet dat de tas verder top is.

Welk cijfer geef je hiervoor?

Een 1.

Oké en schaarste, dus dat ze maar een beperkte oplage hebben?

Nee daar ben ik niet zo gevoelig voor volgens mij, op=op denk ik altijd.

Kan ik hiermee stellen dat het geen invloed heeft op je?

Ja dus ik vul een 1 in.

En heb je nog loyaliteit voor een bepaald merk of webshop?

Niet perse, wel bestel ik liever bij bekende merken, dus dan kom je wel telkens bij bekende webshops uit. Maar het maakt mij dan weer niet zoveel uit welke van de 6 - met een vraagteken - dat dan is.

Oke, kan ik daarmee stellen dat je wel voorkeuren voor bepaalde merken hebt?

Ja ook wel lichtjes. Dus zet ze beide maar op de 2.

Heb je ook kwa tassen bepaalde voorkeuren?

Nee ik koop daarin gewoon degenen die ik op dat moment mooi vindt,

Duidelijkheid en dan wederkerigheid, bijvoorbeeld dat jij iets voor de website doet en dat je er dan iets voor terug krijgt.

Zoals korting?

Ja.

Nee niet echt, zet maar op 1 ook. Dat maakt me weinig uit en zou me niet zozeer kunnen overhalen.

Oke duidelijk en dan de laatste, eenheid en groepsgevoel, hebben die nog invloed op jou?

Nee totaal niet, nog nooit gehad ook. Kocht altijd op eigen gevoel. En onbewust koop je toch wel met de trends mee, want dat is wat er op dat moment in de winkels ligt.

Welk cijfer zou je hiervoor dan geven?

Een 1, het heeft geen invloed.

	1	2	3
sociale bewijskracht (reviews, mening van vrienden)			x
Autoriteit (Kennis en ervaring)	x		
Schaarste (beperkte oplage)	x		
Loyaliteit aan een merk (bijvoorbeeld eenmaal klant, altijd klant)		x	
Sympathie voorkeur (voorkeur hebben voor een bepaald merk)		x	

Wederkerigheid (iets terugdoen)(korting gekregen, hierna overgaan tot aankoop)	X		
Eenheid (groepsgevoel, erbij willen horen)	X		

Social media advertenties

Super, dan komen we bij de laatste vragen aan. Op welke social media kanalen bent je actief?

Ik zit op Facebook, pinterest en Instagram.

Klikt u wel eens op de advertenties?

Nee, ik vind die reclames vaak super irritant. Ik weet wat ik wil en wanneer ik dat wil, dus ik hoef niet de hele tijd van de reclames met 'koop nu'. Dus mocht er een wet hier voor komen stem ik echt voor.

Oke, dat is dan duidelijk. Dat waren de vragen, heb je zelf nog toevoegingen die je echt kwijt wil?

Nee volgens mij hebben we alles wel besproken wat er te bespreken valt.

Dan dankjewel voor je tijd.

Geen probleem, vond het fijn om je te helpen.

Topic list potentiële klanten

Welkom, bedankt dat je tijd hebt voor dit interview. Ik heb eerst nog een vraag over jou voordat we beginnen, wat is je leeftijd?

30 jaar.

(zelf ingevuld: geslacht = vrouw).

Oké, dan starten we met een aantal algemene vragen over het kopen van tassen, laptoptassen of portemonnees. Je had aangegeven deze wel eens gekocht te hebben, wat voor tassen waren dit?

Van alles eigenlijk wel. Ik hou het meest van grote shoppers of van die tassen die over je schouder kunnen, maar ook zo'n klein hengsel hebben, snap je?

Ja, ik begrijp je. Waarom hou je het meest van deze tassen?

Ik heb nogal de neiging om veel spullen mee te nemen, tsja vrouw hé? Plus ik neem altijd mijn eten mee naar werk en dan samen met alle andere spullen, heb ik een grote tas nodig.

Koop je tassen dus speciaal voor werk?

Onder andere wel ja.

En wat zijn je andere redenen om een tas te kopen?

Eigenlijk koop ik altijd tassen omdat ik ze mooi vind. Heb ze dan niet perse nodig, heb er toch wel genoeg.

Koop je ook wel eens tassen voor een speciale gelegenheid?

Ik heb er vorig jaar wel eentje gekocht voor een bruiloft. Grote tassen passen niet zo bij een leuk jurkje. Dus toen heb ik zo'n clutch besteld, maar buiten een kerstborrel om gebruik ik die niet veel.

En heb je ze wel eens als cadeau gekocht?

Nee dat doe ik eigenlijk nooit, ik geef meestal iets anders, want iedereen's smaak is anders, dus ik probeer dit soort cadeau te vermijden

Weet je nog hoeveel tassen je afgelopen jaar hebt gekocht?

Het afgelopen jaar heb ik maar 2 nieuwe gekocht, maar heb nog een hele voorraad in mijn kast staan.

Stuk of 12 denk ik wel.

En koop je je tassen meestal in de winkel of bij een webwinkel?

Eigenlijk altijd in de winkel.

Waarom heb je toen voor een winkel gekozen?

Ik vind het prettiger om eerst de tassen te kunnen zien in het echt. Hoe groot ze echt zijn en hoeveel vakjes ze van binnen hebben enzo.

Zou je ooit wel eens een tas online willen kopen?

Misschien als ik ze eerst online heb gezien, en als ik twijfel ofzo, dat ik hem dan later achteraf nog bestel. Of als de webshop hele duidelijke informatie en plaatjes biedt, dan zou ik het nog kunnen overwegen.

Oriëntatiefase

Oké duidelijk, dan zou ik je nu willen vragen of je mij wilt laten zien hoe je online naar tassen zoekt, bijvoorbeeld als je je oriënteert op een nieuwe tas of er echt een keer eentje online wil kopen.

Ja is goed, hoe wil je dat doen?

Als jij op de telefoon zoekt naar een willekeurige tas, dan kijk ik graag even mee, is dat goed?

Ja hoor.

Oke, hoe begin je met zoeken?

Ik ga naar een van mijn favoriete winkels - duifhuizen - en daar naar de shoppers. En dan afhankelijk van de kenmerken ga ik door de lijst heen.

Op wat voor kenmerken zoek je dan?

Meestal kleur en/of materiaal.

Zoek je nog naar andere informatie op een site?

Voornamelijk informatie over de tas zelf en als ik op een onbekende site zit of ze dan ook een winkel ergens hebben.

Vergelijk je ook wel eens verschillende webshops met elkaar?

Mhh, nee dat eigenlijk nooit.

Weet je ook waarom niet?

Te veel moeite, als ik een leuke tas zie dan ga ik meestal toch nog langs de winkel. Denk dat het wel handig zou zijn om vaker te doen, maar dan moet ik er wel zin in hebben.

Oké, dank voor het meekijken.

Geen probleem.

Dan heb ik nog één vraag voordat we verder gaan naar het volgende onderwerp

Ben je bekend met de website Hipperz.nl?

Nee nog nooit van gehoord

(laat website zien)

Nee hier ben ik nog nooit op geweest.

Dat kan dan gaan we door naar het volgende onderwerp, en dat is verwachtingen.

Verwachtingen website

Dan zou ik je nu willen vragen naar je verwachtingen bij online webwinkels. Kun je me vertellen wat voor verwachtingen je hierbij hebt?

Gek genoeg heb ik geen slechte verwachtingen bij online webwinkels. Tegenwoordig verwacht ik wel een snelle levering en makkelijke manieren om te betalen.

Wat versta je onder gemakkelijke manier om te betalen?

Ideal, en dat achteraf betalen is wel makkelijk, en paypal.

Okee dus een snelle levering en gemakkelijk betalen, en hoe moet de website zelf zijn?

Overzichtelijk, dus gemakkelijk doorheen scrollen of klikken. En snel vooral snel, want bij een trage website haak ik af.

Ja dat snap ik. En in hoeverre vindt je de volgende informatie op de website belangrijk? Ik noem een aantal punten op en die mag je een score geven tussen de 1 en de 5, met een korte uitleg erbij.

Allereerst Informatie over de tas, bijvoorbeeld inhoud, formaat, voering, aantal vakken en prijs.

Een 5! Zoals ik eerder al zei is dit juist mijn reden waarom ik een tas eerst nog in het echt wil bekijken. Mits een webshop zo'n uitgebreide uitleg kan geven, dan zou ik misschien nog overtuigd worden om een tas online te bestellen.

En op welke informatie let je dan?

Van welk materiaal de tas is gemaakt, hoeveel vakken die heeft, ik wil graag weten hoeveel ik er in kwijt kan. Wat voor sluiting die heeft.

Oke, en wat denk je over reviews?

Een 5! Informatie over de tas is het meest belangrijk, dus als andere mensen daarover iets zeggen dan wil ik dat natuurlijk graag weten.

Duidelijk en informatie over de levering?

Ook een 5, ik wil gewoon precies weten hoe, wat en waar. En dan het liefst vooraf natuurlijk, je gaat niet ergens bestellen als je niet weet hoe het daarmee zit.

En wat wil je dan precies weten?

Hoe lang het duurt, dan weet ik wanneer het kan verwachten.

Oké, en het retourbeleid?

Ook een 5! Zeker bij de duurdere tassen. Je gaat geen dure tas bestellen als je die niet mag retourneren. Of als je alleen zo'n stomme tegoedbon terug krijgt en perse weer bij die winkel iets moet bestellen. Dat zou voor mij echt wel een drempel zijn om iets wel of niet te bestellen.

Wil je dan nog specifieke informatie lezen?

Hoelang ik bedenktijd heb is wel fijn, en hoe retour zenden werkt.

Helder, en de bezorgkosten?

Ook een 5, dit moet ten alle tijden vermeld staan. Ik vind het niet erg om bezorgkosten te betalen, maar bij dure tassen mag het ook wel gratis. Klant is koning toch?

En de laatste, informatie over betaalopties?

Dit geef ik een 2, want tegenwoordig heeft elke webwinkel, tenminste ga ik vanuit. Ideal als betaaloptie. En verder zit er altijd wel een betaaloptie bij die ik kan gebruiken. Ik vind het vooral belangrijk dat je veilig kunt betalen.

Website vertrouwen

Ja dat zeker. Dat sluit mooi aan bij mijn vragen over website vertrouwen. Kun je weer met punten aangeven hoe belangrijk de volgende factoren voor jou zijn? Ik heb hier een klein tabelletje bij me en ik zou je willen vragen om deze in te vullen. 1 is hierbij dat het geen invloed op jou heeft en 3 is dat het veel invloed op jouw keus heeft. Dus bij 1 zou je daar nog wel bestellen en bij 3 totaal niet. Is het zo duidelijk?

Dat is een mooie overloop ja.

Zeker, oke, wat vind je van website veiligheid?

Een 3, je wilt niet dat iemand er met je bankgegevens vandoor gaat wanneer je gaat betalen. Zo'n slotje in de hoek is dan altijd een teken dat de website goed beveiligd is. Ik let daar altijd wel op.

Goed dat je erop let. Wat vindt je van de privacy?

Ook een 3, al weet je toch wel dat er iemand meekijkt. De google's onder ons enzo. Verder vind ik het wel belangrijk dat mijn persoonlijke gegevens goed worden opgeslagen. Je wilt dat ook niet out in the open hebben. Daarnaast wil ik ook niet dat mijn e-mail in allerlei vreemde circuits terecht komt. Dus privacy moet wel gewaarborgd worden.

De laatste de webshop ziet er niet betrouwbaar uit

Dit geef ik een 3, een webshop die ik niet vertrouw daar bestel ik echt niet.

En wat kunnen redenen zijn dat jij een webshop niet vertrouwd?

Pfoe ja geen reviews hebben, spellingsfouten, geen contactgegevens op de site

Oke en nog meer?

Ja wat ik net aangaf een keurmerk, dat geeft je toch een beter gevoel dat alles veilig is enzo.

	1	2	3
De webshop oogt onveilig			X
U heeft het gevoel dat uw gegevens niet worden gewaarborgd op de webshop.			X
Uw vertrouwen in de webshop is laag			X

Verwachtingen service

Oké duidelijk, dan zou ik het nu willen hebben over de service en wat je daarvan vindt.

Zelfde principe weer?

Ja zeker.

Hopelijk geef ik niet weer alleen maar hoge scores.

Dat geeft niks als dit voor jou belangrijk is.

Oke super.

Dan de service, wat vindt je van informatievoorziening over de levering? Bijvoorbeeld een mail dat je tas onderweg is met track en trace code?

Ik geef het een 4, als ik weet dat de website verder betrouwbaar is dan geloof ik wel dat het goed komt. Maar je ontvangt tegenwoordig toch altijd een track en trace code? Vind dat niet meer dan normaal.

Helaas nog niet altijd, ligt er aan. Maar dat terzijde, wat vindt je van de snelheid van de levering?

Een 5, snelle levering vind ik wel belangrijk. Anders had ik net zo goed meteen na werk kunnen gaan.

Ik begin altijd vroeg, dus hou 's middags wel voldoende tijd over om alsnog naar een winkel te gaan.

En wat denk je over de leveringstijden, ochtend, middag of avond?

Een 3, dat maakt mij minder uit. Het is natuurlijk handig als je kunt aangeven wanneer je je pakket wilt ontvangen, zodat je zeker weten thuis bent. Maar het is niet noodzakelijk. Vaak komen ze toch net iets vroeger of net iets later en dan ben je misschien alsnog weg. Dus als ze het bij de burens afgeven of op zo'n ophaallocatie, dan wacht ik nog wel een half dagje.

oke, en wat vind je van de bereikbaarheid van de klantenservice?

Lastig, heb ik nog nooit nodig gehad voor andere soorten bestellingen gelukkig. Maar ik denk toch wel een 4. Ze moeten binnen kantooruren wel bereikbaar zijn, dus het liefst een telefoonnummer of chat. Of een bericht achter laten dat zij jou terugbellen en dan wel binnen een dag natuurlijk.

Helder, heb je zelf nog aanvullende opties?

Nee eigenlijk niet.

Duidelijk, dan zou ik je willen vragen om mee te kijken naar de matrix en per factor aan te geven of dit je weerhoudt om een aankoop te doen bij een online webshop of juist niet. Hierbij is 1 dat je totaal niet weerhouden wordt en 5 dat het je heel erg weerhoudt.

Ik snap het.

De eerste is geen contact met het winkel personeel.

Dat weerhoudt mij heel erg, dus wel een 5 denk ik.

Wat vindt je daar zo belangrijk aan?

Ik vind het prettig als er iemand is aan wie ik vragen kan stellen.

Doe je dat vaak?

Niet perse, maar het is fijn dat de mogelijkheid er is. Bijvoorbeeld ook als je wilt weten of een tas er ook een maatje groter of kleiner is, of dat ze nog andere kleuren hebben.

Duidelijk en dan de volgende: de levertijd.

Een te lange levertijd zou ik niet chill vinden, dus dat geef ik een 4.

Wat is in jou ogen een te lange levertijd?

Als ik in de tussentijd nog naar de winkel zou kunnen om het zelf te gaan halen, vind ik het te lang duren. Dus zeg dat dat ongeveer een week zou zijn.

Begrijpelijk en wat vindt je van een beperkt assortiment?

Dat vind ik lastig te zeggen. Het is niet zo dat het mij zou weerhouden om dan die ene tas te bestellen als ze er maar 30 hebben bijvoorbeeld. Maar dan moeten er wel precies de goede tassen voor mij tussen zitten en dat is natuurlijk weer afhankelijk van de persoon aan wie je het vraagt. Dus ik geef het een 3.

Oké duidelijk en dan de laatste in deze: reviews.

Even denken, ik vind het wel heel fijn om te weten wat andere mensen over een tas denken. Maar het blijft wel een persoonlijke mening en zou het mij dan echt weerhouden om een tas te kopen?

Misschien als je bedenkt dat het hele slechte reviews zijn?

Oh op die manier. Ja als het alleen maar slecht is dan zou ik de tas wel laten schieten, maar het is zo afhankelijk van wat er precies staat. Voor de zekerheid zet ik deze toch op een 3.

	1	2	3	4	5
Geen fysiek contact met personeel					X
lange levertijd				X	
Een beperkt assortiment			X		
Geen of slechte reviews			X		

Oké, dat mag. En dan zou ik het nogmaals willen doen, maar dan met de focus op gedrag. De volgende gedragsfactoren kunnen voor jou van belang zijn bij het doen van online aankopen. Hierbij is 1 niet van belang en 5 juist heel erg.

De eerste richt zich op sociale bewijskracht heeft dat invloed op jouw aankoop?

Wat bedoel je met sociale bewijskracht?

Let je bijvoorbeeld op wat influencers zeggen op Instagram over een merk? Of wat vrienden aanraden? Oh en reviews vallen hier ook onder.

Ah zo, ja hier let ik wel op, als vrienden iets leuks in mijn ogen hebben gekocht en ze raden het aan dan ga ik toch wel even kijken.

En influencers?

Ja ligt er toch wel aan, wie het is en wat voor producten ze laten zien, kleding bijvoorbeeld laten ze vaak zien en dan denk ik ja leuk! Maar sommige laten ook tandpasta zien en dan denk ik ja.. moet dit?

Hahaha oke, duidelijk

Nou reviews hebben we al behandeld of wil je daar nog iets over kwijt?

Nee niet dat ik weet

En welk cijfer zou je hier nu invullen?

Toch wel een 3, alles bij elkaar denk ik toch dat het invloed heeft

Duidelijk, dan de kennis en ervaring die de verkopers hebben?

Dat heeft wel veel invloed op mij! Ik vind het fijn als er iemand is aan wie je je vraag kunt stellen en waarvan je zeker weet dat diegene er ook verstand van heeft. Dit is een 3 voor mij.

Ben jij dan ook fan van de online chatfunctie?

Ja hoor, als het kan zou ik daar gewoon mijn vraag stellen.

Good to know, dan de volgende een beperkte oplage, heeft dat invloed op jou?

Een 3! Als ik zie dat er nog maar 2 tassen op voorraad zijn, zou dat voor mij wel een trigger zijn om die snel te bestellen. Desnoods zie ik thuis wel of die 100% bevalt.

Duidelijk, dan de volgende loyaliteit aan een bepaald merk. Dus eenmaal klant altijd klant.

Dit geldt ook wel voor mij ja. Waarom overstappen als het bij een bepaald merk goed is? Ik geef deze ook een 3.

Super, dan voorkeuren voor bepaalde merken, koop jij die vaker?

Ik val weer in herhaling op de hoge cijfers, maar ja, dit geef ik ook een 3. Ik ben wel merkgevoelig en heb dus zo mijn favorietjes.

Dat geeft niks, dan het volgende: als jij iets doet voor de verkoper en je krijgt er iets voor terug, zou je dan daar sneller iets kopen?

Ligt er een beetje aan wat.

Een korting of gratis verzenden?

Nee niet zozeer dat, maar wat je er dan voor moet doen.

Oh, dan bijvoorbeeld inschrijven voor de nieuwsbrief of enquête invullen?

Krijg ik na dit interview dan ook korting bij de winkel waar jij het voor doet?

Haha, helaas niet.

Balen. Ik geef dit een 2, want is afhankelijk van hoeveel je ervoor moet doen. Plus vaak bestel ik toch meerdere keren bij een webwinkel en na 1 keer zijn dat soort acties toch vaak over.

Maar je zou het de eerste keer dan wellicht wel doen?

Ja hoor, als het niet iets te gek is.

Nee oké. Dan de laatste alweer: het gevoel ergens bij te horen, heeft dat invloed op jou?

Ik ben daar wel redelijk gevoelig voor, dus ook een 3. Ik vind trends volgen heel leuk, dus dat gevoel herken ik wel.

	1	2	3
Sociale bewijskracht		X	

(reviews, meningen van vrienden)			
Autoriteit (Kennis en ervaring)			X
Schaarste (beperkte oplage)			X
Loyaliteit aan een merk (bijvoorbeeld eenmaal klant, altijd klant)			X
Sympathie voorkeur (voorkeur hebben voor een bepaald merk)			X
Wederkerigheid (iets terugdoen)(kortin g gekregen, hierna overgaan tot aankoop)		X	
Eenheid (groepsgevoel, erbij willen horen)			X

Social media

Super, nu nog een paar laatste vragen over social media: op welke kanalen ben je actief?

Voornamelijk op facebook en instagram.

En klik je ook wel eens op advertenties?

Soms wel, als ik iets leuks zie. Dankzij cookies komen altijd dezelfde webshops weer terug, dus weet je meteen of ze iets nieuws hebben.

Dus alleen de relevante advertenties bekijk je

Ja zo kan je het noemen, wat ik als laatst heb bekeken hou ik weer in de gaten.

Oke super, heel erg bedankt voor de interview!

Geen probleem.

Interview respondent 7 – potentiële klant

Bedankt dat je dit interview met mij wilt doen.

Natuurlijk, ik help graag.

Dan gaan we meteen beginnen. Allereerst, wat is je leeftijd?

Ik ben 49 jaartjes jong.

(Zelf ingevuld: geslacht = vrouw).

Algemene vragen

Oké, dan volgen nu een aantal algemene vragen over het aankopen van een tas, laptoptas of portemonnee. Voor het interview startte gaf je al even aan deze wel eens gekocht te hebben, kun je nog even herhalen wat dit allemaal was?

Veel verschillende soorten tassen, van klein tot groot, voor winkelen en voor werk en natuurlijk ook diverse portemonnees.

En hoeveel tassen en/of portemonnees heb je het afgelopen jaar gekocht?

Even denken, 2 tassen en 1 portemonnee. Portemonnees koop ik niet zo vaak, maar dit jaar ging mijn eigen kapot, dus toen moest ik wel.

En waar heb je deze tassen en portemonnee toen gekocht?

Een tas bij zo'n kraampje op een braderie afgelopen zomer, één tas bij bol.com en de portemonnee bij de Hema.

Dus de tas bij bol.com online en de portemonnee heb je die ook online besteld of in de winkel gehaald?

In de winkel.

En wat was de reden dat je de tas op de braderie en de portemonnee bij een kraampje en in de winkel hebt gehaald?

De tas daar liep ik eigenlijk gewoon tegenaan, was verder niet op zoek, maar vond hem mooi en voor een schappelijke prijs, dus nam ik die mee. En de portemonnee had ik snel nodig - het is zo onhandig als al je muntjes er iedere keer uitvliegen - dus dacht ik, ik kijk eerst even wat de winkels bij mij in de stad hebben. En toen kwam ik al een leuke bij de Hema tegen.

Als je niks had gevonden in de winkels, had je de portemonnee dan ook online kunnen bestellen?

Ja, dan was ik wel online op zoek gegaan.

Oké en wat was je reden om die andere tas wel online te bestellen?

Ik had hem gezien in een tijdschrift, die zo'n eigen webshop hadden. Maar toen ik hem daar wilde bestellen, bleek bij het afrekenen dat de levertijd bijna twee weken was. Dat vond ik wel erg lang en ben gaan kijken of ze de tas ook niet ergens anders hadden. En wat bleek, bij bol.com verkochten ze die ook. Dus toen daar besteld.

Dus de lange levertijd was een reden om niet bij die webshop te bestellen?

Ja, ik vond 2 weken wachten op een tas wel beetje te gek.

En als ze hem ergens anders niet hadden gehad, had je dan alsnog bij de tijdschrift-winkel besteld?

Ik had er dan nog wel even over nagedacht, maar denk van wel. Nu ben ik er heel blij mee dat ik hem heb, dus had het er wel voor over gehad om een paar weekjes te wachten.

Duidelijk en heb je wel eens een tas met een bepaalde reden gekocht?

Als in een speciale gelegenheid?

Ja.

Ik weet vroeger nog wel eens voor een bruiloft, omdat ik dan niks had wat bij een jurk paste. Maar tegenwoordig doe ik dat niet meer. Nu koop ik ze echt alleen nog voor in mijn vrije tijd en voor werk.

Waarom doe je dat nu eigenlijk niet meer?

Interesses zijn wat veranderd, vroeger vond ik dat veel belangrijker. Als ik nu nog eens een bruiloft of een ander feest heb, dan maakt het mij minder uit dat de tas er niet 100% bij past. Heb genoeg tassen om alsnog uit te kiezen.

Oké en je gaf aan nu nog wel eens voor werk een tas te kopen, valt hier dan ook een laptotas onder?

Nee, toevallig heb ik wel een laptop en bijpassende rugzak waar dat mega ding in past, maar die kon ik toen van iemand overnemen. Dus die heb ik niet echt zelf aangeschaft, anders had ik dat wel gedaan.

Duidelijk en als laatste, heb je iemand wel eens een tas cadeau gedaan?

Alleen aan me dochter.

Wat heb je toen gegeven?

Een sporttas, want daar vroeg ze om met kerstmis. En een keer een mooie tas voor der verjaardag.

Heb je die toen zelf uitgezocht?

Nee, we waren samen in de winkel toen ze die zag en wilde hebben. Toen heb ik voorgesteld om het als verjaardagscadeau te geven en dat vond ze een leuk idee.

Ah oké en heb je die sporttas wel zelf uitgezocht?

Ja, maar dat vond ik wel lastig hoor. Heb toen ook de doos waarin die geleverd werd bewaard, voor het geval de tas niet goed was.

En hij viel in de smaak?

Ja, gelukkig wel.

En zou je voor iemand anders een tas kunnen uitzoeken en cadeau geven?

Zonder dat diegene precies aangeeft wat die wilt niet nee. Kijk mijn dochters smaak ken ik wel goed en zelfs daar vond ik het lastig bij. Dus voor iemand die ik minder goed ken, zou ik dit veels te lastig

vinden. Behalve dus als diegene precies aangeeft welk merk en welk model, maar ja, dan is het geen verrassing meer.

Nee dat klopt, maar je vindt het dus lastig omdat je de smaak van die persoon niet goed genoeg kent?

Ja, je weet dan niet of ze het echt mooi vinden. Straks kom je met iets heel stoms in hun ogen aan, terwijl jij het heel mooi vindt.

Orientatiefase

Zeer begrijpelijk, oké tot zover de algemene vragen. Dan zou ik graag willen weten op welke manier je naar tassen zoekt. Daarvoor zou ik je willen vragen om te zoeken naar een willekeurige tas en dan stel ik ondertussen een aantal vragen, is dat goed?

Ja hoor, moet ik dan op mijn mobiel zoeken?

Ja dat mag, maar ook op mijn laptop eventueel.

Liever dat, ik vind dit zo'n klein scherm.

Zoek je thuis dan ook altijd via je laptop?

Meestal mijn tablet, maar laptop gebruik ik eigenlijk niet meer zoveel.

Oké, hoe begin je dan met zoeken?

Ik open internet, ik zie hier chrome, maar ik gebruik op mijn tablet de 'gewone' internet.

Bedoel je explorer?

Ja die.

En naar welke zoekmachine ga je dan?

Ik gebruik altijd google.

Waarom kies je voor google?

Omdat die prettig werkt en ik ken eigenlijk geen andere. Voor werk gebruik ik die ook altijd, dus dat is makkelijk.

Dus omdat die het meest bekend voor jou is?

Ja inderdaad.

Oké, hoe zoek je dan verder?

Meestal typ ik het type tas in dat ik wil hebben. Ik hou anders even die sporttas van mijn dochter in mijn hoofd.

Dat is prima.

Dus dan typ ik sporttas in en dan ga ik op deze sites kijken of ze iets hebben.

Klik je ook wel eens op de afbeeldingen die google je laat zien?

Ja, als er iets staat wat ik wil hebben wel.

Zoek je daar ook wel eens verder op, bij meer weergeven?

Nee, dat eigenlijk niet.

Waarom doe je dat niet?

Nooit over nagedacht, zoek altijd via de websites, maar wellicht is het handig om een keer te proberen.

Oké en even terug naar de websites, hoe bepaal je op welke je klikt in het overzicht?

Meestal ga ik gewoon voor de bovenste opties. Dat zijn vaak voor mij de bekendere winkels.

Kijk je wel eens verder naar de onbekende?

Soms wel ja, de sporttas bestelde ik bij under amour, zelf kende ik dat merk helemaal niet. Maar volgens mijn dochter is die juist wel bekend, maar daar heb ik dus wel besteld.

En hoe kwam je daar toen bij?

Omdat ik niet zoveel leuks bij de andere winkels zag. En ik weet nog dat ik toen bij een webshop een tas van dat under amour merk tegen kwam en dacht die is best leuk. Toen ben ik daar verder op gaan zoeken en kwam toen bij hun eigen website uit.

En als je eenmaal op een website bent naar welke informatie zoek je dan?

Meestal het model tas, bijvoorbeeld dus die sporttas.

Zoek je ook wel eens naar kleur of de maat van de tas?

Maat nog wel eens, maar dat is meer als ik een klein schoudertasje zoek of bijvoorbeeld een grotere tas om te winkelen. Kleur alleen als ik die specifiek wil, maar soms kijk ik liever wat het aanbod is en kies dan welke kleur ik mooi vind. Dus die niet perse.

Oké en als je een tas ziet, vergelijk je dan nog webwinkels met elkaar?

Nee, dat vind ik weer zo'n gedoe. Dan moet ik weer op zoek moet naar die ene tas en vaak verschilt het toch niets in prijs.

Maar je gaf aan het begin aan dat de lange levertijd van de webshop een reden was om de tas ergens anders te bestellen. Dus dat zou wel een andere reden kunnen zijn dat je webshops met elkaar vergelijkt?

Ja als ik dat zie dan wel. Vond dat wel opvallend, bij andere webwinkels is alles er zo snel en dit duurde dan zoveel langer. Maar als ze daar een snelle leveringstijd hadden gehanteerd, had ik gewoon daar besteld.

Duidelijk, nog één vraag wat betreft dit onderwerp

Ben jij bekend met Hipperz

Nee die naam zegt mij niks

(laat de website zien)

Nee ken ik niet, het ziet er niet bekend uit voor mij.

Verwachtingen website

Duidelijk, en dan een hele open vraag: welke verwachtingen heb je van een webshop die tassen verkoopt?

Dat de website overzichtelijk is, goed werkt - dat je klikt en dat die goed reageert - en dat ze de juiste bestelling op tijd leveren.

En met juiste bestelling, bedoel je de producten die jij besteld hebt?

Ja, niet dat ze een verkeerde tas of iets dergelijks leveren.

Oké, dan heb ik hier nog een aantal informatie aspecten die jij mogelijk meer of minder belangrijk vindt. Zou je deze een score willen geven tussen de 1 en de 5? Waarin 1 niet belangrijk is en 5 heel belangrijk.

Oké.

Dan is het eerste, informatie over het product, dus inhoud, prijs, etc.

Dat vind ik heel belangrijk dus een 5.

En welke informatie vindt je dan belangrijk?

Wat jij al zei natuurlijk de prijs, dat allereerst. En daarna de vorm, grote van de tas, kleur, materiaal, binnenkant, hoe je hem kunt dragen. Veel informatie komt bij mij wel van de foto's af. Daarop kun je de beste inschatting maken van de tas.

Oké, duidelijk. Dan het volgende reviews, hoe belangrijk zijn die?

Wel belangrijk, maar niet doorslaggevend, het is vaak iemands persoonlijke mening, dan hoeft jij dat nog niet zo te vinden.

Welk cijfer zou je het dan geven?

Ik twijfel, doe maar een 3.

Kijk je dan vaak naar de reviews?

Meestal wel eventjes of het positief of negatief is.

Vindt je het belangrijk dat er altijd reviews bij staan?

Nee niet perse. Als er niks bij staat - en dat gebeurt best vaak - zou ik de tas alsnog kunnen bestellen.

Duidelijk, dan informatie over de levering.

Die vind ik niet zo belangrijk, een 2.

Waarom vindt je dat niet zo belangrijk?

In de huidige wereld is het overal bijna 1 á 2 dagen bezorgtijd.

Vindt je het dan wel belangrijk dat het erbij staat?

Ja, dat wel. Want anders krijg je zo'n verrassing als waar ik in het begin over vertelde. Staat het opeens bij het afrekenen dat het 2 weken duurt.

Duidelijk, wat vindt je van het retourbeleid?

Ook heel belangrijk om te weten. Dus een 4. mocht het niet bevalen wil ik het wel gewoon terug kunnen sturen.

Vindt je daar nog specifiek iets heel belangrijks voor?

Ik vind het wel belangrijk als je het gratis kunt terug sturen. Vind het onzin als je daar nog eens voor moet betalen en in 'the end' niks in huis hebt, maar weggegooid verzendkosten hebt. Verder moet het makkelijk zijn, maar dat is tegenwoordig overal wel zo.

Wat versta je onder makkelijk?

Niet veel administratief gedoe, maar dat heb je bijna nergens meer. Dus dat je niet je eigen retoursticker hoeft te printen enzo. Je retour aanmelden op de website vind ik verder geen probleem. En dan dat je het makkelijk ergens kunt afgeven, maar tegenwoordig zijn er zoveel punten waar dat kan.

Zeker, oké, dan iets wat je net al benoemde, bezorgkosten, hoe belangrijk is die informatie?

Een 4, ik vind het belangrijk om te weten of ik moet betalen en wat er mogelijk is. Het liefst gratis verzending of gratis in de winkel ophalen, dat vind ik ook geen probleem.

En als je er wel voor moet betalen?

Dan is het afhankelijk van hoe graag ik het wil hebben. Voor tassen heb ik nu wel gezien dat er vaak meerdere aanbieders zijn, mogelijk dat ik dan wel webshops zou gaan vergelijken.

Oké, dan de laatste informatie over betaallopties.

Die informatie is voor mij niet zo belangrijk, een 2.

Waarom niet?

Ik betaal eigenlijk alles met iDeal en die staat er altijd bij. Dus of ze dan meer opties hebben, maakt mij niet uit.

Betaal je dus nooit met een creditcard of achteraf?

Creditcard heb ik al een tijdje niet meer en achteraf betalen vind ik onhandig. Ik heb liever een goed overzicht van wat ik nog te besteden hebt en die dat rekeningen zich daardoor opstapelen.

Duidelijk, heb je zelf nog aanvullende dingen die je als informatie op een website terugziet?

Nee, eigenlijk niet.

*Website vertrouwen***Oké, super, dan heb ik hier het volgende: een tabel met een aantal stellingen over website veiligheid. Zou je deze willen invullen en aangeven waarom je voor bepaalde opties kiest?**

Ja is goed, eens kijken.

De eerste is de webshop oogt onveilig.

Dat heeft al veel invloed, ik zet deze op een 3.

Waarom?

Nou je gaat niet bestellen als je denkt dat het oplichters zijn.

Denk je dan alleen aan oplichters of ook nog aan andere dingen?

Als eerste wel aan dat, omdat ik dan denk dat mijn bestelling nooit zal aankomen. Maar mogelijk ook dat ze uit zijn op je bankgegevens of je eigen gegevens doorverkopen.

Wanneer ziet een website er voor jou onveilig uit?

Als die slecht in elkaar is gezet, te simpel zeg maar, dat je ziet dat niemand er tijd in heeft gestoken. En daarnaast weinig informatie over de verkopers en al die punten die je eerder al benoemde.

En let je wel eens op een keurmerk?

Nee eigenlijk niet. Kan me ook niet herinneren dat de grotere sites dat er echt op hebben staan.

En bij kleine ondernemers dus ook niet?

Nee, eigenlijk niet, maar dan let ik wel op die punten die ik eerder benoemde.

Oké, dan de volgende, het gevoel dat je gegevens niet worden gewaarborgd.

Een 2, ik waardeer het als ze er op letten en zich daar netjes aanhouden, maar je weet toch wel dat ze bepaalde informatie delen. Alleen vind ik wel dat ze zorgvuldig met je bankgegevens moeten omgaan.

Hoe weet je dat winkels bepaalde informatie zullen delen?

Je weet het nooit zeker natuurlijk, maar het is wel al vaker in het nieuws geweest. Dus vandaar dat ik dit denk.

Oké, dan de laatste, je vertrouwen in de webshop is laag.

Is een beetje zoals ik net al zei, je wilt wel dat ze daadwerkelijk iets leveren.

Dus dat zou wel veel invloed hebben?

Ja zeker, die vul ik in op 3.

	1	2	3
De webshop oogt onveilig			X
U heeft het gevoel dat uw gegevens niet worden gewaarborgd op de webshop.		X	
Uw vertrouwen in de webshop is laag			X

Verwachtingen service

Mooi zo, dat waren ze. Dan heb ik nu nog een aantal aspecten met betrekking tot de service, die je weer een score van 1 tot en met 5 mag geven.

Wat waren ze ook al weer?

1 is niet belangrijk en 5 heel belangrijk.

Oh ja.

De eerste is informatie over je bestelling van de webwinkel. Dus dat je product onderweg is en dat je deze kunt volgen.

Een 4 wel. Een bevestiging dat je product is verzonden, vind ik niet meer dan normaal. Het volgen van je bestelling vergeet ik eigenlijk altijd, dan is het vaak al binnen. Maar mocht het langer duren, dan is het fijn om te kunnen kijken.

Dan de snelheid van de levering en tijden (ochtend, middag, avond).

Ik ga er vanuit dat bijna elke winkel wel snel levert, maarja, zat er vaker naast. Ik geef het een 3, de tijden maken me namelijk minder uit. Vaak wordt het wel bij de burens afgegeven als ik er niet ben.

Maar een snelle levering vindt je wel fijn om te hebben?

Ja, niet zoals die 2 weken.

Oké en de bereikbaarheid van de klantenservice?

Heb ik nog nooit nodig gehad, maar een 4 is dit wel waard. Het is fijn om achter de hand te hebben.

Hoe bereik je hen dan het liefst?

Telefonisch, ik bel ze gewoon.

Duidelijk, heb je dan nog andere opties voor de service die je graag terugziet?

Nog wel eentje, dat ze altijd alles in van die mega dozen verpakken. Ook al bestel je iets kleins, komt het nog in zo'n groot pakket. Dat zou wel minder mogen.

Aankoop vorige webshop

Staat genoteerd. Dan zou ik nog even terug willen komen op je vorige online bestelling. Bij Bol.com was het toch?

Ja.

Wat was ook alweer de reden dat je voor hun koos?

Omdat ik die ene tas wilde hebben, de andere webshop een lange levertijd had en ik toen ben gaan zoeken naar de tas in andere webshops en zo kwam ik bij bol.com uit.

Was de tas ook bij andere webshops te koop?

Dat weet ik eigenlijk niet. Bol.com was de eerste waarop ik klikte en daar heb ik meteen besteld.

Wat was de reden dat je niet verder keek?

Omdat ik Bol.com al ken. Ik weet dat ze snel leveren en dat was mijn reden om bij die andere niet te bestellen, dus daar hadden ze al een streepje voor. Daarnaast heb ik daar al een account, dus hoeft je niet ergens anders een nieuwe aan te maken.

Dus als ik het zo hoor gaat het om snelle levering, bekendheid en gemakkelijkhed?

Dat is mooi samengevat.

Je hebt dus niet verder door gezocht naar een betere prijs?

Nee, ik denk niet dat het veel had gescheeld.

En voldeed bol.com aan de verwachtingen die we eerder hadden besproken?

Ja eigenlijk wel. Ik vind het een makkelijke website die ook goed werkt op je tablet. Daarnaast leveren ze snel en vertrouw ik hun ook wel.

Wat maakt het dat je hun vertrouwt?

Omdat ik daar vaker heb besteld en het is nooit mis gegaan. Niet in de levering als met mijn bankgegevens. Daarnaast hoor ik van andere mensen ook geen slechte verhalen.

Dus eigenlijk zijn dat een soort positieve mondelinge reviews?

Ja, ouderwetse mond-op-mond reclame.

Service vorige aankoop

En welke service heb je bij Bol.com ervaren?

Een klantvriendelijke service. Krijg een e-mail als de bestelling is geplaatst, is betaald en is verzonden. En vaak achteraf nog een mail of je een blij bent en een review zou willen plaatsen.

Dat is positief, heb je je bestelling ook op de juiste datum ontvangen?

Ja, altijd eigenlijk wel.

En heb je de klantenservice hier ooit wel eens nodig gehad?

Nee, gelukkig niet.

Reviews

Je zei net dat je achteraf een mail krijgt met de vraag of je een review wilt plaatsen, kun je daar wat meer over vertellen?

Ik kreeg zo'n e-mail met de vraag wat ik van het product vond. Ik weet nog dat er van die sterretjes met scores stonden en als je daarop klikte kwam je op een kleine vragenlijst. Zoiets hadden ze ook voor de verkoper van wie het product afkwam.

En wat voor vragen waren dit?

Waarom je dat cijfer geeft. En bij de verkoper stond ook iets over de leveren. De rest weet ik niet zo goed meer.

Dat geeft niet, maar betekend dit dat je dus wel de review hebt ingevuld?

Nee, ik heb het cijfer gegeven en door geklikt. Ik had op dat moment niet zoveel tijd om het allemaal in te vullen.

Dus alleen een score geven, had jij beter gevonden?

Niet perse, misschien als ik meer tijd op dat moment had gehad, dat ik het wel had gedaan.

En als je er een beloning voor terug kreeg, had je het dan sowieso wel gedaan?

Volgens mij stond zo iets er al bij, dat je kans maakte op cadeaubonnen. Maar daar geloof ik niet zo in. Misschien als je directe korting krijgt dat het aantrekkelijker is.

Duidelijk. Dan heb ik hier nog 2 laatste tabellen. De eerste gaat over of het jou weerhoudt om een online aankoop ergens te doen. Betekenissen van de cijfers staan erboven, maar 1 houdt in dat je totaal niet weerhouden wordt en 5 is juist heel erg weerhouden.

Helder.

De eerste is geen contact met fysiek personeel.

Een 1, dat maakt me echt helemaal niks uit.

Duidelijk, dan levertijden.

Een 3, zoals ik eerder aangaf, ga er vanuit dat het snel gaat, maar te lang wachten vind ik niks.

Oké, dan een beperkt assortiment.

Als ze hebben wat ik wil hebben, maakt het mij voor de rest niet uit wat ze verkopen.

Welk cijfer geef je het dan?

Een 3.

En dan geen of slechte reviews?

Lastig, geen reviews maakt mij niet zoveel uit. Maar als er alleen hele slechte reviews staan, dan maakt het mij wel aan het twijfelen. Dus zet maar in het midden, ook een 3.

	1	2	3	4	5
Geen fysiek contact met personeel	X				
Levertijd			X		
Een beperkt assortiment			X		
Geen of slechte reviews			X		

Super, dat waren ze al. Dan de volgende en laatste tabel. Kun je aangeven of deze factoren invloed op jou keus hebben of totaal niet en waarom.

Zeker.

De eerste is sociale bewijskracht, hieronder valt onder andere reviews maar ook ervaringen van vrienden, collega's.

Toch wel een 2, het is fijn om die meningen te horen en te lezen maar betekent niet dat ik gelijk overtuigd ben

Dan autoriteit, daarmee bedoel ik de kennis en ervaring van een winkel of webshop met de producten die zij verkopen.

Een 1, dat maakt mij niet zoveel uit. Je weet toch niet wie erachter zit. Het kan ook iemand zijn die het voor extra inkomsten verkoopt, maar er verder nul kennis over heeft.

Dus je zou niet specifiek een tas bij een tassenwinkel willen bestellen?

Nee, dat doe ik eigenlijk ook niet in de echte tassen winkels. Ik haal ze overal vandaan.

Duidelijk, dan een beperkte oplage van het product.

Dit maakt mij ook weinig uit, als het op is, is het op, dus een 1.

Zou je sneller bestellen als je ziet dat een product nog maar weinig op voorraad is?

Als ik er nog niet helemaal uit ben, dan niet. Maar als ik iets wil hebben, bestel ik het sowieso al meteen.

Dus dat heeft geen invloed?

Nee.

Oké, dan loyaliteit aan een bepaald merk of winkel?

Dit is een 3 voor mij. Want ik heb wel bepaalde merken die ik al jaren koop.

Duidelijk, dan voorkeuren voor bepaalde merken.

Ook een 3 net zoals bij de vorige, ik koop al jaren bijvoorbeeld dezelfde shampoo en tandpasta.

Dan wederkerigheid. Dit houdt in de je iets voor de webwinkel doet en er iets voor terug krijgt. Zoals we bijvoorbeeld besproken hebben met de reviews.

Ook een 1, zoiets heb ik nog nooit gedaan.

Dus bijvoorbeeld ook niet ingeschreven voor een nieuwsbrief in ruil voor korting?

Nee, wat moet ik wel al die nieuwsbrieven? Mijn e-mail loopt al over van al die spam.

Oké, duidelijk. Dan de laatste: eenheid, erbij willen horen.

Dit was misschien vroeger zo, maar nu niet meer, dus ook het laagste getal graag.

	1	2	3
Sociale bewijskracht (reviews, meningen van vrienden)		X	

Autoriteit (Kennis en ervaring)	X		
Schaarste (beperkte oplage)	X		
Loyaliteit aan een merk (bijvoorbeeld eenmaal klant, altijd klant)		X	
Sympathie voorkeur (voorkeur hebben voor een bepaald merk)		X	
Wederkerigheid (iets terugdoen)(korting gekregen, hierna overgaan tot aankoop)	X		
Eenheid (groepsgevoel, erbij willen horen)	X		

Sociale media

Dan heb ik nog twee afsluitende vragen. De eerste is: op welke sociale media kanalen ben je actief?

Eigenlijk alleen op Facebook.

En klik je daar wel eens op advertenties?

Ja soms.

Wanneer klik je er dan op?

Als ik iets zie wat ik interessant vind, of mooi vind. Meestal komt er wel iets naar voren waar ik eerder op gezocht heb.

Dus als het past bij jouw interesses?

Ja dat klopt.

En heb je wel eens wat aangeschaft door zo'n advertentie?

Niet dat ik mij kan herinneren.

Oké, nou dat was hem, bedankt voor je tijd!

Geen probleem.

Interview respondent 8 – potentiële klant

Bedankt dat je tijd vrij gemaakt hebt voor dit interview.

Ik help graag.

Laten we dan maar snel beginnen, mag ik allereerst naar je leeftijd vragen?

Ik ben 54.

(zelf ingevuld: geslacht = vrouw)

Algemene vragen

Dan heb ik eerst een aantal algemene vragen. Heb je wel eens een tas, laptotas of portemonnee gekocht?

Ik heb wel eens een tas en portemonnee gekocht ja.

En hoeveel heb je in het afgelopen jaar gekocht?

2 stuks.

Wat waren dit precies?

2 tassen, schoudertas en shopper.

Heb je deze toen in de winkel of online gekocht?

In een winkel.

Weet je nog welke winkels dit waren?

Ja, beide bij Van Os.

En wat was de reden dat je deze producten in de winkel hebt gehaald?

Ik wil het product goed bekijken en in mijn handen hebben en daarna direct meenemen.

Duidelijk en met welke redenen heb je de tassen gekocht?

Omdat een andere van mij oud en lelijk waren geworden, dus het werd tijd voor een aantal nieuwe.

En koop je ze ook wel eens voor een speciale gelegenheid?

Nee.

Heb je ze ooit wel eens cadeau gedaan?

Een tas nog nooit. Wel heb ik ooit eens een portemonnee als cadeau gekocht voor mijn man.

Oriëntatiefase

Helder, dan wil ik graag weten hoe je online zou zoeken naar een willekeurige tas. Dan mag je het op mijn laptop doen en kijk ik graag stap voor stap mee, is dat goed?

Prima.

Oké, hoe begin je met zoeken?

Ik zoek eerst naar bekende winkels die in de buurt zijn en deze producten in het assortiment hebben.

Je hebt net Google chrome geopend, een van de mogelijke browsers, wat vul je dan in in de zoekbalk?

Nu zou ik eerst op Van Os googlen, omdat deze bij ook bij mij in het dorp zit. Maar ik zou ook opzoek kunnen gaan naar tassenwinkels die in een stad dichtbij zitten, zoals Duifhuizen.

En kijk je altijd naar gespecialiseerde tassen winkels of ook wel eens bij winkels die meer dan alleen tassen verkopen?

Online wel ja. In de winkelstraat zou ik bijvoorbeeld wel bij de C&A binnen kunnen lopen om daar te kijken.

Waarom online wel en in de winkel niet?

Omdat je online bij tassenwinkels veel meer keus hebt dan bij winkels die ook andere producten verkopen. Dan zie ik liever het volledige aanbod.

En je zei dat je alleen kijkt naar webwinkels die ook een fysieke winkel in de buurt hebben, waarom is dat?

Omdat ik het meer vertrouw als de webwinkel ook een fysieke winkel heeft, dat voelt gewoon beter. Daarnaast zou ik het product dan eventueel ook in de winkel kunnen bekijken en direct meenemen.

Oké duidelijk. En naar welke informatie zoek je als je eenmaal op een website bent?

Waar deze producten van gemaakt zijn, hoe groot zij zijn en hoe duur zij zijn.

Kijk je dan ook nog naar aspecten van de service? Zoals bezorgen en retourneren.

In eerste instantie niet, als ik nog aan het vergelijken ben, maar als ik eenmaal een keus heb gemaakt dan wel ja.

Dus je vergelijkt wel verschillende webwinkels met elkaar?

Ik ga meestal wel even kijken of er verschillende producten zijn.

Kijk je daarbij ook naar de prijs?

Ja, als daar een werkelijk verschil in zit, is het goed om te weten.

Duidelijk

Dan de laatste vraag wat betreft dit onderwerp

Ben je bekend met de volgende website, Hipperz.nl

Nee die site ken ik niet,

(laat site zien)

Nee sorry deze site zegt mij niks

Duidelijk en geen probleem

Verwachtingen service

En welke verwachtingen heb je bij een webshop die dit soort producten verkoopt?

Dat zij de producten goed gefotografeerd hebben en dit overzichtelijk laten zien.

Kun je dat iets toelichten?

Dat zij foto's van verschillende kanten maken en dat deze foto's duidelijk en scherp zijn. Daarnaast moeten zij dit goed presenteren.

En bedoel je dan de pagina met de specifieke tas of de gehele website?

Beide. Op de pagina zelf moet je de verschillende foto's goed kunnen bekijken. Niet dat foto's klein zijn of de afbeeldingen doorwisselen. Op de website zelf moet je in het overzicht van alle tassen ook duidelijke foto's hebben, anders klik je daar niet op.

Duidelijk. Dan heb ik hier een aantal informatie aspecten en wil ik je vragen deze een score van 1 tot en met 5 te geven, waarin 1 totaal niet belangrijk is en 5 heel belangrijk. Is dat duidelijk?

Ja.

Oké de eerste is informatie over het product, zoals inhoud, voering, prijs en dergelijke.

Een 5, dit is het belangrijkste. Dit soort punten moeten duidelijk zijn om een goed beeld van de tas te hebben.

Wat vindt je zelf dan belangrijke informatie over de tas?

Waar het van gemaakt is, hoe de binnenkant eruit ziet, hoeveel vakken en mogelijke kleuren.

Oké duidelijk. Dan het volgende reviews: hoe belangrijk zijn die?

Dit is niet belangrijk voor mij, want smaken en verwachtingen verschillen dus daar kun je niet te veel op vertrouwen. Dus een 1.

Lees je de reviews dan wel eens?

Nee eigenlijk om die reden niet.

Oké, dan informatie over de levering.

Dit geef ik een 3: ik verwacht eerlijke informatie over de levering.

Wat bedoel je daarmee?

Dat zij niets vermelden wat niet waar gemaakt kan worden.

Dus dat zij het aantal dagen benoemen een ook binnen die tijd leveren?

Ja precies.

Oké, dan het retourbeleid, hoe belangrijk is dat?

Dit geef ik een 2. Ik ga er niet vanuit dat ik het bestelde retour zou willen sturen, maar als het erg afwijkt van de verwachting dan moet het wel mogelijk zijn.

Verwacht je dan nog iets van het retourbeleid?

Dat ik het in de winkel kan afgeven en als dat niet kan dat er duidelijk wordt aangegeven hoe ik het terug zou moeten sturen.

En zou je het erg vinden om hiervoor te moeten betalen?

Dat vind ik niet fijn nee. Ik vind het een stukje service als dat zonder extra kosten kan.

Dit sluit aan bij het volgende punt, bezorgkosten.

Het moet wel duidelijk zijn vermeld bij het product als er bezorgkosten bijkomen. Dus een 4.

Vindt je het erg om bezorgkosten te moeten betalen?

Nee, dat hoort er nu eenmaal bij. Maar daarom kijk ik het liefst bij merken die een echte winkel hebben, vaak kan je het daarheen sturen.

Helder, dan de het laatste: informatie over betaalopties, hoe belangrijk zijn deze?

Dit geef ik een 5: er moet een keuze mogelijk zijn. En ik zou graag willen weten welke.

Aan welke opties geef je dan zelf de voorkeur?

Creditcard, achteraf en direct.

Direct als in iDeal?

Ja.

Website vertrouwen

Oké, dan wil ik nu overgaan jouw vertrouwen in de webshops die tassen verkopen. Ik heb hiervoor een tabel gemaakt met daarin een aantal stelling die hierover gaan. Zou je willen aangeven hoeveel invloed dit op jou heeft? 1 is hierbij geen en 3 is veel.

Oké.

De eerste is: de webshop oogt onveilig.

Deze geef ik een 3, als de website er niet veilig uit ziet dan bestel ik daar niet.

Waar let je dan op?

Of er een slotje in de adresbalk staat.

En nog andere dingen?

Bij het afrekenen let ik extra goed op. We zijn een keer opgelicht, omdat iemand met onze creditcard gegevens vandoor is gegaan. Dus als ik nu een foutmelding of gekke vraag krijg dan stop ik ook met bestellen.

Dat sluit goed aan bij het volgende punt, stel je hebt het gevoel dat je gegevens niet worden gewaarborgd, hoeveel invloed heeft dat?

Na het creditcard-incident ook veel invloed, dus een 3. Daarnaast wil ik niet dat onze gegevens aan derden worden gegeven, anders krijg je van die irritante verkopers aan de lijn of spammail.

Waar let je dan op?

Of er niet te veel persoonlijke vragen gesteld worden.

Zoals?

Als je je geboortedatum moet invullen. Ik vind dat informatie die hen niks aan gaat en daarnaast hebben ze dat ook niet nodig om goed te kunnen leveren.

Oké, duidelijk. Dan de laatste: je vertrouwen in de webshop is laag.

Ook een 3, ik bestel er dan ook niet.

Waar let je dan op of de website betrouwbaar is?

Ik let het contactgegevens dus of ik deze ergens op de website kan vinden. En ook of er een KvK nummer bij vermeld staat.

En verder nog?

Naamsbekendheid. Dit is een van de redenen waarom ik dus bij de bekende winkels shop.

Let je ook op keurmerken?

Ja, daar let ik ook altijd op.

	1	2	3
De webshop oogt onveilig			x
U heeft het gevoel dat uw gegevens niet worden gewaarborgd op de webshop.			x
Uw vertrouwen in de webshop is laag			x

Oké, dan gaan we door met de service. Hiervoor heb ik weer een aantal aspecten die van belangrijk kunnen zijn. Zou je weer per punt kunnen aangeven hoe belangrijk deze op een schaal van 1 tot en met 5 zijn en waarom?

Ja.

Oke, de eerste is informatievoorziening. Dus een mail dat het product onderweg is met een track en trace code.

Dat geef ik een 3. Het is sowieso fijn om te weten dat het product eraan komt. En de de code is erg handig als er niet goed is aangegeven wanneer je het product kan verwachten.

Dus daar kijk je alleen op als het niet duidelijk is wanneer het product komt?

Ja, anders verwacht ik gewoon dat er op tijd geleverd wordt.

Oké en hoe belangrijk vindt je de snelheid van de levering en de leveringstijden?

Geef ik een 3. De snelheid maakt mij niet zoveel uit, als ik bestel verwacht ik ook wel dat ik er even op moet wachten. Als ik iets echt snel nodig heb, dan haal ik het wel direct in de winkel. De leveringstijd vind ik wel prettig om te weten, want dan weet je hoe laat het wordt afgeleverd.

Oké dan de bereikbaarheid van de klantenservice, hoe belangrijk is dat?

Dit geef ik een 4. Ik vind de klantenservice een belangrijke onderdeel van een webshop.

Waarom vindt je dat?

Omdat als er iets mis gaat ik iemand wil kunnen bereiken om het aan te vragen.

Hoe zou je die persoon het liefst willen bereiken?

Gewoon telefonisch, maar een mail sturen vind ik ook geen probleem.

Oké duidelijk, heb je zelf nog aanvullende punten?

Ja eentje, de verpakking moet op het product zijn aangepast. Geen gigantische doos voor een kleine portemonnee.

Loyaliteit

Begrijpelijk! Dan heb ik hier twee tabellen die ik met je zou willen invullen. Deze gaat over of je weerhouden wordt om een online aankoop te doen door een aantal factoren. Zou je kunnen aangeven of je hierdoor heel veel weerhouden wordt - een 5 - of dat je totaal niet weerhouden wordt - een 1.

Oké.

Dan de eerste: geen fysiek contact met het winkelpersoneel.

Nee zou mij niet weerhouden, een 1.

Maar je hebt wel graag de optie van een fysieke winkel erbij toch?

Ja dat klopt, maar niet perse om het contact met winkel personeel. Dat gaat meer over het vertrouwen en opties voor bezorgen en retourneren.

Vandaar. Oké, dan de levertijden.

Dit geef ik een 3. Als ik iets nodig heb, kan ik het ook direct in de winkel halen en als ik bestel moet ik een aantal dagen wachten. Dus als ze het ook in de winkel hebben, haal ik het liever direct daar.

Duidelijk en dan een beperkt assortiment, kan dat je weerhouden?

Ja, dus een 4. Maar dit zou ook voor een gewone winkel gelden.

Hoe bedoel je dat?

Als ze niks leuks hebben, dan zou ik ook naar een andere winkel gaan. Dus dat geldt online ook.

Dat snap ik ja. Dan de laatste geen of slechte reviews?

Dat zou mij niet weerhouden, dus een 1. Ik test liever zelf uit of een tas bevalt ja of nee.

	1	2	3	4	5
Geen fysiek contact met personeel	x				
Levertijd			x		

Een beperkt assortiment				x	
Geen of slechte reviews	x				

Dat was de eerste tabel. De tweede focust op factoren die er voor kunnen zorgen dat je tot aankoop over gaat. Hierbij is 1 totaal geen invloed en 3 heel veel invloed.

De eerste is sociale bewijskracht, dit kunnen reviews zijn, maar ook meningen van vrienden, familie etc.

Nou het is fijn om te weten, maar dit overtuigd mij niet. Ik trek altijd zelf mij conclusies.

Welk cijfer zou je dan invullen?

Toch wel een 1

Duidelijk inmiddels, dan het volgende kennis en ervaring, kunnen die jou overhalen?

Ja, ik koop het liefste bij bekende winkels. Ik ga er daarbij vanuit dat zij mij van advies kunnen voorzien en kwaliteits-tassen aanbieden.

Wat bedoel je met kwaliteits-tassen?

Tassen die van sterk materiaal zijn gemaakt en daardoor lang mee gaan,

Oké duidelijk, welk cijfer verbindt je hieraan?

Een 3.

Mooi, dan schaarste, dus een beperkte oplage, kan dat jou overhalen?

Ja, dat geef ik ook een 3. Exclusieve tassen boeien mij niet, maar als ik erover denk om een tas te kopen en deze is er bijna niet meer, dan zou ik wel eerder geneigd zijn om deze te kopen.

Oké, dan Loyaliteit aan een bepaald merk, bijvoorbeeld eenmaal klant altijd klant. Geldt dat voor jou?

Ja, ik ga het liefst naar winkels die ik ken en vaak al jaren in het dorp zitten. Maar het is niet zo dat ik niet zo dat ik alleen maar daar koop. Ik kijk ook wel rond bij andere tassenwinkels.

En welk cijfer geef je dit?

Een 2, dus vaak wel, maar niet altijd.

Duidelijk, dan de vraag of je voorkeuren voor een bepaald merk hebt?

Net zoals bij winkels ja, maar ik hoef niet perse alleen dat merk te hebben. Maar ik weet van een aantal merken dat ze jarenlang meegaan, dus dan ben ik wel eerder geneigd om weer iets van dat merk te kopen. Dus die geef ik ook een 2.

Dan de vraag over wederkerigheid. Dus als je iets doet voor een winkel en dat je er dan iets voor terug krijgt en dat je daardoor een nieuwe tas aanschaft.

Dit geef ik een 2, licht eraan wat voor korting er tegen over staat. Voor een groot bedrag wil ik best wel meehelpen.

Oke in de vorm van een vragenlijst?

Ja bijvoorbeeld.

Duidelijk

Dan de laatste alweer, het gevoel ergens bij te horen. Haalt dat jou over om een bepaalde tas te kopen?

Nee, zeker niet. Dit geef ik het laagste cijfer, dus een 1. Ik koop wat mij bevalt en dat hoeft de rest van de wereld niet te vinden.

	1	2	3
Sociale bewijskracht (reviews, meningen van vrienden)	x		
Autoriteit (Kennis en ervaring)			x
Schaarste (beperkte oplage)			x
Loyaliteit aan een merk (bijvoorbeeld eenmaal klant, altijd klant)		x	
Sympathie voorkeur (voorkeur hebben voor een bepaald merk)		x	
Wederkerigheid (iets terugdoen)(korting gekregen, hierna overgaan tot aankoop)		x	
Eenheid (groepsgevoel, erbij willen horen)	x		

Social media advertenties

Dan zijn we alweer bij de laatste vragen aangekomen. Op welke social media kanalen ben je actief?

Op Facebook en Instagram.

En klik je wel eens op advertenties?

Nee, nooit.

Waarom niet?

Omdat je er dan steeds meer mee lastig wordt gevallen. Als er iets is waar ik meer van wil weten, zoek ik het zelf op.

Oke duidelijk, nou dat was het dan. Nogmaals bedankt voor je tijd!

Interview respondent 9 – huidige klant

Hoi, thanks dat je mee wilt werken aan deze enquête.

Tuurlijk. Ik studeer zelf ook dus weet hoe fijn het is als mensen meewerken.

Ja inderdaad. Voordat we beginnen heb ik nog een vraag, wat is je leeftijd?

Ik ben 26.

(Zelf ingevuld: geslacht = man)

Aanschaf / Oriëntatie

Top, dan gaan we beginnen. Je hebt natuurlijk iets aangeschaft bij Hipperz, kun je me vertellen wat je toen hebt gekocht?

Ik heb een rugzak bij Hipperz gekocht.

Waarom heb je dit gekocht?

Omdat ik naar de uni veel spullen mee moet nemen, zoals een laptop en boeken. Hiervoor heb ik een grote rugzak nodig waarin ik alles kwijt kan. Hiervoor heb ik ook specifiek gezocht naar een rugzak met een apart laptopvak.

Logisch, heb je het afgelopen jaar nog meer tassen aangeschaft?

Nee dat niet. Hiervoor had ik lange tijd een oude.

Oké, en hoe ben je bij Hipperz terecht gekomen?

Ik ben het via social media tegengekomen.

Via welk kanaal?

Via Instagram. Ik zat op Instagram te scrollen toen ik een advertentie voorbij zag komen. De dagen daarna ben ik het nog een aantal keer tegengekomen en ben ik ook uiteindelijk het account gaan volgen.

Heb je toen de eerste keer op de advertentie gedrukt?

Ik heb toen kort even rond gekeken ja, maar niet meteen gekocht. Ik denk dat dat de reden was dat ik die add de volgende dagen weer voorbij zag komen.

Dat zou best kunnen inderdaad. En wat zorgde ervoor dat je de pagina van Hipperz bent gaan volgen?

Het zag er leuk uit, goede foto's van de tassen en ik wilde hem onthouden om op een ander moment verder te kijken.

Volg je ze nu nog steeds?

Yes.

Was dit de eerste keer dat je met Hipperz in aanraking kwam?

Ja klopt, kende het eerder nog niet.

Overwegingsfase

Oké en dan even iets anders, welke verwachtingen heb jij bij een webshop die dit assortiment verkoopt?

Dat ze snel leveren, retourneren makkelijk is als ik mijn tas niet leuk vindt en dat ze een overzichtelijke website hebben.

Wat bedoel je met snel leveren?

Nou vandaag besteld, morgen in huis.

Oké en makkelijk retourneren?

Gratis en op veel plekken afgeven.

Duidelijk en wat bedoel je met een overzichtelijke website?

Dat alles in categorieën voor mannen en vrouwen staat en de pagina's zelf mooi zijn vormgegeven.

Dus de layout van de website?

Ja, geen rommeltje, netjes gerangschikt.

Wat was je indruk van de website van Hipperz?

Heel mooi en overzichtelijk, maar lijkt wel een beetje op de rest, niet perse heel bijzonder.

Kun je uitleggen wat het voor jou wel bijzonder zou maken?

Nee niet echt. Maar ik vind gewoon elke site die tassen verkoopt op elkaar lijken. Misschien een fancy achtergrond, maar ligt weer aan wat je mooi vindt.

Mogelijk een onderscheid in teksten of service?

Mogelijk, maar daar heb ik niet zoveel kijk op.

Voldeed Hipperz aan jou verwachtingen?

Ja, de tassen zijn overzichtelijk weergegeven en ziet er betrouwbaar uit.

Dat is positief. En welke informatie vindt je op een website dan belangrijk?

Dat ze hun leveringsvoorwaarden en retouren goed beschreven hebben. Dus dat het makkelijk te vinden is en meteen duidelijk. Daarnaast ook dat je kunt zien welke tassen goed verkopen.

Vind je zo'n sorteerfunctie essentieel op een website?

Ik vind het wel interessant om te zien welke tassen het meest verkocht worden en daardoor het populairst zijn ja.

Oké en kon je deze informatie ook op de website van Hipperz vinden?

Ja, alles was makkelijk te vinden. Na een korte check net, kwam ik er wel achter dat alles duidelijk vermeld staat.

Heb je nog aanpassingen voor de website?

Nou de mobiele versie lijkt nog een beetje op een opgekropte website van pc. Dat zou wel beter kunnen.

Aankoopproces

Oké duidelijk. Dan wil ik nog even terug naar je aankoop bij Hipperz. Wat was uiteindelijk de reden dat je bij Hipperz hebt gekocht?

Voor de tas die ik wilde - een goede tas van echt leer - waren zij het goedkoopst. En gratis verzending en retouren beviel mij wel, dus dacht waarom niet? Zag er ook wel betrouwbaar uit.

Je hebt dus nog ergens anders gekeken voor die tas?

Ja, bij duifhuizen heb ik ook gekeken om te kijken waar het goedkoper was.

Oké en je zei dat het er betrouwbaar uitziet, wat maakt het betrouwbaar voor jou?

Doordat je direct bovenaan het webwinkel keurmerk ziet staan. Heb nog wel even gecheckt of ik contactgegevens kon vinden.

Dus die vindt je ook belangrijk voor de betrouwbaarheid?

Ja, mocht het mis gaan, kun je iemand bereiken via telefoon of mail.

Zeker en vond je het aankoopproces bij Hipperz gemakkelijk gaan?

Toen ik besloten had om die tas te halen, verliep alles vrij snel. Had hem de volgende dag al in huis.

Was je tevreden over het proces of heb je nog aanvullingen?

Nee niks op aan te merken.

Ook geen extra's die je graag terug zou willen zien?

Niet dat ik mij zo snel kan bedenken. Op die aanpassingen op de mobiele website na dan hé.

Die neem ik mee in het onderzoek. Maar zou je nog een keer een aankoop doen bij Hipperz?

Ja zeker, als ik een tas nodig heb dan denk ik zeker aan Hipperz.

Service

Dan over de service, was je tevreden met de service van Hipperz?

Ja, kreeg netjes een bevestiging en daarna een verzendbevestiging met track en trace code.

Vindt je die informatievoorziening altijd belangrijk?

Zeker, ik wil wel weten dat het onderweg is en wanneer het aankomt.

Geef je dan nog voorkeur voor levertijden?

Nee dat maakt mij niet echt iets uit.

En je benoemde daarnet al dat je de contactgegevens van Hipperz gecheckt had, vindt je het daarom belangrijk om de klantenservice te kunnen bereiken?

Ja, zoals ik al zei als het mis gaat wil je wel ergens verhaal halen.

Geef je dan nog voorkeur voor email of telefoon?

Ik vind mailen prima.

Oké en zijn er nog verbeterpunten voor de service van Hipperz?

Niet dat ik mij zo kan bedenken.

Loyaliteit

Dat is oké, was je tevreden met de algehele ervaring bij Hipperz?

Ja, omdat ik duidelijkheid had over wat er met mijn bestelling gebeurde.

Heb je daarover je aankoop nog een review achtergelaten?

Nee, omdat ik dat teveel moeite vond en ik had daar op dat moment geen tijd voor.

En als daar een beloning tegenover stond zou je het dan wel gedaan hebben?

Wellicht, afhankelijk van de beloning.

Waar zou je zelf aandenken?

Ik zou dan korting op een volgende bestelling vragen. Maar wel met een wat langere tijd om die te gebruiken, want zo'n tas koop je niet zo snel weer.

Begrijpelijk. Dan heb ik hier nog een tabel met daarin een aantal factoren die jou er van zouden kunnen weerhouden om een aankoop bij een online webshop te doen. Zou je op een schaal van 1 tot en met 5 kunnen aangeven hoe erg jou het zou kunnen weerhouden? 1 staat voor totaal niet en 5 voor heel erg. Duidelijk?

Yes.

Oké, komt de eerste: geen contact met personeel.

Nee man, dat boeit me echt niet.

Dus een 1?

Zeker.

Waarom maakt het je niks uit?

Ik kan zelf wel beslissen en bevalt het niet dan stuur ik het terug.

Duidelijk, dan de levertijd.

Ja ik wel snelle levering, dus een 5. Anders ga ik wel ergens anders zoeken.

Helder, wat vindt je van een beperkt assortiment?

Als ze hebben wat ik wil hebben, boeit het mij niet echt. Ik geef het een 3.

Oké dan de laatste geen of slechte reviews.

Als er alleen maar slechte zijn dan ziet het er minder betrouwbaar uit en zou ik afhaken.

Welk cijfer geef je dit?

Ik geef het een 4, best belangrijk.

Waarom vind jij dit belangrijk?

Met reviews check je eigenlijk de producten, door meningen van anderen kom je erachter of de producten goed zijn. Of dat de webshop te vertrouwen is.

	1	2	3	4	5
Geen fysiek contact met personeel	x				
Levertijd					x
Een beperkt assortiment			x		
Geen of slechte reviews				x	

Dan heb ik hier een aantal stellingen over de veiligheid van de website. Zou je kunnen aangeven hoeveel invloed dat op jou heeft? 1 is dan geen invloed en 3 veel invloed.

Oké.

De webshop oogt onveilig, zou dat veel invloed op jou hebben?

Sowieso, dan niet bestellen.

Welk cijfer geef je dit?

Een 3.

En als je het gevoel hebt dat je gegevens niet worden gewaarborgd, hoeveel invloed heeft dat?

Ook belangrijk, maar lastig te checken, Facebook is watching. Dus omdat je dat toch wel weet, geef ik het een 2.

En als je vertrouwen in de webshop laag is?

Dat vond ik juist zo fijn aan Hipperz, dat het er betrouwbaar uitzag. Als het dat niet had gedaan, had ik daar sowieso niet besteld. Dus best belangrijk een 3.

	1	2	3
De webshop oogt onveilig			X
U heeft het gevoel dat uw gegevens niet worden gewaarborgd op de webshop.		X	
Uw vertrouwen in de webshop is laag			X

En hoe let je er dan op dat de veiligheid en privacy op een website goed zijn?

Nou dat webwinkel keurmerk en die contactgegevens. En soms google ik een site ook even om te checken of alles goed zit.

Waar zoek je dan op?

De naam van de website en dan betrouwbaar erachter, vaak komt er dan wel iets uit.

Heb je dat voor Hipperz ook gedaan?

Nee, ik zag al dat het daar wel goed zat, door wat ik net noemde.

Oké duidelijk, dan heb ik nog een laatste tabel. Kun je aangeven of de volgende punten invloed op jouw aankoop hebben? 1 is hierbij weer geen invloed en 3 is een sterke invloed.

Sure.

De eerste is gericht op goede ervaringen van vrienden, familie en anderen, helpt dat nog bij jou?

Positieve verhalen helpen daar wel bij ja. Ik zet het op een 3.

Vervolgens de kennis en ervaring van een webshop, helpt dat jou?

Ja wel. Dan geven ze toch net een stukje extra informatie mee. Dus ook een 3.

Wat voor informatie verwacht je dan?

Over de kwaliteit en misschien ook wel een stukje gebruiksduur.

Duidelijk, dan schaarste, dus dat er nog maar een paar tassen zijn?

Ergens denk ik van, ik kan die tas dan ook ergens anders halen als die op is bij de ene winkel. Maar vindt het dan ook wel chill om hem direct te hebben. Ik geef het een 2.

Oké, dan loyaliteit voor een winkel, of wel, eens klant altijd klant?

Als het ergens goed gaat dan blijf ik wel. Ik zou nu best nog een keer bij Hipperz kunnen bestellen. Dus een 3.

Heb je ook voorkeuren voor bepaalde merken?

Voor bepaalde merken wel ja.

Hoeveel invloed heeft het op jouw keus?

Toch wel veel invloed - een drie - ik blijf vaak wel trouw aan de - voor mij - bekende merken.

Duidelijk, dan wederkerigheid, dat jij iets door voor de winkel en hierna korting krijgt en daardoor een tas daarzo koopt. Heeft dat nog invloed?

Alles scheelt toch? Zou het niet erg vinden om er iets voor te moeten doen. Zet die ook maar op 3.

En dan de laatste, eenheid of erbij willen horen.

De laatste 3 dan. Ik vind het wel interessant om te zien wat in is en om dat dan ook te volgen.

	1	2	3
Sociale bewijskracht (reviews, meningen van vrienden)			X
Autoriteit (Kennnis en ervaring)			X
Schaarste (beperkte oplage)		X	
Loyaliteit aan een merk (bijvoorbeeld eenmaal klant, altijd klant)			X
Sympathie voorkeur (voorkeur hebben voor een bepaald merk)			X
Wederkerigheid (iets terugdoen)(korting gekregen, hierna overgaan tot aankoop)			X
Eenheid (groepsgevoel, erbij willen horen)			X

Oké, dat was het dan. Super bedankt voor je antwoorden.

Geen probleem.

Interview respondent 10 – huidige klant

Allereerst fijn dat je mij wilt helpen hierbij.

Natuurlijk.

Mag ik voordat we beginnen je leeftijd weten?

Ik ben 51.

(zelf ingevuld: geslacht = vrouw)

Oké dan gaan we nu door naar de vragen. Je hebt hebt afgelopen jaar iets bij Hipperz aangeschaft, wat was dat?

Ik heb daar een tas en portemonnee gekocht.

En wat was de reden dat je deze producten aanschaftte?

Mijn eigen portemonnee was kapot, dus vandaar een nieuwe. De tas was omdat ik nog op zoek was naar een andere kleur.

Oké, koop je tassen ook wel eens op ze cadeau te doen?

Nee nooit.

Waarom niet als ik vragen mag?

Omdat ik dan te lang op zoek moet naar iets waarvan ik niet weer of de ander het mooi vindt. Een te grote gok vind ik.

Duidelijk en heb je het afgelopen jaar nog andere producten aangeschaft bij andere winkels?

Nee dit was het wel voor dit jaar.

Oriëntatiefase

Helder. Hoe ben je bij Hipperz gekomen?

Eerst via familie. Mijn nicht had daar een hele mooie tas besteld en toen ben ik zelf ook gaan kijken. Op een gegeven moment kreeg ik daarna ook een advertentie op Instagram te zien en ben ik op hun pagina gaan rondneuzen. En heb ik even op de Facebookpagina gekeken.

Ben je toen ook de pagina van Hipperz gaan volgen?

Nee dat niet.

Waarom heb je dat toen niet gedaan?

Omdat ik het niet leuk vindt om iets te volgen wat alleen foto's van tassen laat zien.

Begrijpelijk. Maar je hebt dus nog wel extra informatie gezocht op social media?

Als je bedoelt, kijken wat ze nog meer hebben, dan wel ja.

Ja, dat bedoelde ik. Heb je toen nog andere informatie opgezocht via instagram?

Nee dat niet, dat heb ik pas op de website zelf bekeken.

Overwegingsfase

Dat slaat een mooi bruggetje naar mijn volgende vragen over de website. Maar voordat we daaraan beginnen, welke verwachtingen heb je van een webshop die dit soort assortiment verkoopt?

Dat de leveringstermijn is zoals wordt beloofd op de website en dat het product netjes wordt verpakt en geleverd.

Duidelijk en wat verwacht jij van een leveringstermijn?

Mij maakt dat niet zoveel uit als ik even op mijn bestelling wacht. Maar moet zeggen dat het wel heel leuk was om het de volgende dag al in huis te hebben. Geniet je er extra snel van.

Zeker en je had het over netjes verpakken, kun je uitleggen wat netjes is?

Dat het niet verfrommeld in de doos zit, maar dat de doos past, dus ook niet te groot is.

Duidelijk. Wat was je eerste indruk van de website?

Ik vind het een prima webshop. De producten staan duidelijk omschreven en voorzien van mooie foto's.

Wat is in jou ogen een duidelijke omschrijving?

Dat ze goed beschrijven wat de tas allemaal kan, bijvoorbeeld meerdere manieren om het te dragen. En dat je weet hoe groot de tas is en van welk materiaal het is gemaakt.

En voldeed Hipperz aan de verwachtingen die je hebt beschreven?

Meer dan zelfs, vind het een erg prettige website en de levering ging ook helemaal goed.

Fijn om te horen. Welke informatie vindt je op een website het meest belangrijk?

Wat ik net al zei, dat tassen goed omschreven worden.

Miste je zelf nog informatie op de website?

Nee, ze hadden alles zeer goed en op een leuke manier opgeschreven.

Duidelijk en heb je nog andere aanpassingen voor de website? Mag van alles zijn.

Op dit moment zou ik niks willen veranderen aan de webshop.

Aankoopproces

Zeer positief. Dan wil ik nog even terugkomen op je aankoop bij Hipperz. Wat was de reden dat je uiteindelijk besteld hebt bij Hipperz?

Vanwege de goede ervaring van anderen.

Was je zonder die goede verhalen ook bij Hipperz uitgekomen denk je?

Wellicht, maar denk minder snel als dat het nu ging.

Oké en heb je nog andere webwinkels bekeken?

Nee dat niet. Als er goede ervaringen met een webshop zijn, dan blijf ik meestal hangen.

Duidelijk en vond je aankoopproces gemakkelijk gaan?

Alles ging prima, dus ja.

Zou u nog een vervolg aankoop doen bij Hipperz?

Ja als ik weer een tas nodig heb dan ga ik zeker kijken bij Hipperz

Service

Ook een goed teken. Als je kijkt naar de service van Hipperz, vond je deze dan goed?

Goede service ja. Alles kwam keurig verpakt en op tijd binnen.

Heb je hier nog extra's of verbeterpunten die je terug zou willen zien?

Niet dat ik me kan bedenken, alles ging al zo snel en goed.

Zou je nog de mogelijkheid willen hebben dat je kon aangeven wanneer je je pakket wilt ontvangen? Dus dat je kunt kiezen voor een levering in de ochtend, middag of avond?

Dat zou wel erg prettig zijn. Nu kwam het pakket binnen op mijn vrije dag, maar je weet dan alsnog niet hoe laat het precies komt. Dus dan kan je in ieder geval aangeven wanneer je het ongeveer wilt hebben.

En heb je nog contact gehad met Hipperz zelf?

Ja, ik had een vraag over de tas en had daarop snel antwoord.

Hoe heb je die vraag gesteld?

Gewoon via de mail en had binnen een dag een bruikbaar antwoord, super fijn.

Loyaliteit

Klinkt zeker super fijn. En heb je na je aankoop een review achtergelaten?

Nee, ben ik glad vergeten.

Zou een herinnering dan fijn zijn?

Allicht. Waarschijnlijk zou ik er dan wel eerder aandenken om alsnog een review achter te laten.

En zie je er dan nog iets in om daar een beloning tegenover te zetten?

Dus als je het invult iets ervoor terug krijgt?

Inderdaad.

Daar zie ik wel iets in, altijd fijn toch? Maar mogelijk is een herinnering voor veel mensen al voldoende.

Wellicht ja. Dan heb ik hier nog het volgende. Deze tabel heeft een aantal factoren beschreven die jou er mogelijk van weerhouden om een aankoop te doen. Zou je met een cijfer van 1 tot en met 5 kunnen aangeven hoeveel invloed dit op jou heeft?

Ja, duidelijk.

Oké dan is de eerste geen contact met personeel.

(wijst naar 1) ik koop net zo makkelijk online als in de winkel. Als ik een vraag heb, kan ik die vaak ook online stellen en hoef ik niet altijd contact te hebben met het winkelpersoneel.

Duidelijk, dan de levertijd. Heeft dat invloed op jou?

(wijst naar 1) Nee, zoals ik al zei, vind het niet erg om op mijn pakketje te wachten. Als ik het echt dringend nodig heb, ren ik liever naar de winkel.

Is er voor jou dan ook een levertijd waarbij je denkt, dit is echt te lang?

Misschien meer dan 2 weken? Maar dat heeft behalve Aliexpress niemand niet geloof ik.

Helder, dan een beperkt assortiment, hoeveel invloed heeft dat?

Ja toch wel wat hé. Er moet wel wat leuks tussen zitten. Dus een drie.

Dus het heeft wel een beetje invloed op jou?

Als ze niks leuks hebben, ga ik ergens anders kijken. Maar als ze wel wat leuks hebben, dan bestel ik gewoon.

Oké, dan alweer de laatste, geen of slechte reviews?

(wijst naar 3). Mensen laten zich vaker horen als het slecht is dan als het goed is. Dus als er maar 3 reviews staan en die zijn slecht, dan vraag ik mij wel af van, hoeveel goede kunnen er ook zijn? En ik kijk ook wel wat er in de reviews staat, is het een beetje redelijk of meer gezeur? Maar mochten er 12 van de 20 slecht zijn, dan ga ik toch wel twifelen. Vandaar mijn keus.

	1	2	3	4	5
Geen fysiek contact met personeel	X				
levertijd	X				
Een beperkt assortiment			X		
Geen of slechte reviews			X		

Nee oke, duidelijk. Dan wil ik het met je hebben over website veiligheid. Hiervoor heb ik 3 stellingen die je weer een cijfer kunt geven. Hierbij heeft 1 geen invloed en 3 heel veel invloed.

Snap hem.

De eerste is dat als de webshop onveilig oogt, zou dat veel invloed op jou hebben?

Ja behoorlijk, dan zou ik er niet bestellen.

Waar let je dan op?

Of de website professioneel in elkaar gezet is, al kunnen oplichters dit vaak ook goed. Dus meestal kijk ik naar contactgegevens, of ik bijvoorbeeld een KvK-nummer kan vinden. Daarnaast draagt een keurmerk ook bij aan de veiligheid.

Oke duidelijk, welk cijfer geef je dit?

Een 3. De volgende trouwens ook.

Die van privacy?

Ja, dat vind ik ook heel belangrijk. Zeker in een tijd waarin we zoveel bestellen en al veel privacy kwijt zijn door Facebook en cookies. Dan mag ik hopen dat ik nog een beetje in privacy mijn werkelijke bestelling kan doen.

Begrijpelijk. En als je vertrouwen in de webshop laag is, zou je dan nog bestellen?

Nee ook niet, ook een 3. Eigenlijk moeten ze allemaal kloppen vind ik.

Had je het idee dat dit wel zo bij Hipperz was?

Ja, anders had ik daar niet besteld. Maar voor mijn gevoel zit het daar wel goed.

Hoe heb je dat gecontroleerd?

Nou het keurmerk stond boven in beeld en ik had natuurlijk gemailld en een mail in correct Nederlands terug gekregen. Als die vol met spelfouten had gestaan, had ik het minder vertrouwd.

	1	2	3
De webshop oogt onveilig			X
U heeft het gevoel dat uw gegevens niet worden gewaarborgd op de webshop.			X
Uw vertrouwen in de webshop is laag			X

Dat herken ik wel ja. Dan heb ik hier nog een laatste tabel, met daarin een aantal factoren die voor jou van invloed kunnen zijn als je een aankoop wilt gaan doen. Kun je deze weer een cijfer van 1 tot en met 3 geven? 1 is dan niet van invloed en 3 weer heel erg.

Spreekt voor zich inmiddels.

Toch altijd netjes nogmaals uit te leggen.

Dat zeker.

Oké dan beginnen we met sociale bewijskracht. Daarmee bedoel ik vrienden, familie of andere personen die een webshop of product aanraden. Is dat belangrijk voor je?

(Wijst 3 aan) Als hun zeggen dat het ergens goed is ga ik wel even kijken, maar het is niet zo dat ik het achteloos volg. Trek altijd wel mijn eigen conclusie.

Snap ik. Dan kennis en ervaring van de webshop, heeft dat invloed op jou keus?

(wijst 3 aan) Ik denk dat ze door de juiste kennis hun producten beter kunnen beschrijven. En een goede beschrijving heeft wel invloed op mijn keus om juist voor die tas te gaan bij die webshop.

Oké duidelijk. Dan een beperkte oplage, heeft dat invloed?

Even kijken, een 3, dat heeft wel invloed ja.

Kun je uitleggen waarom?

Nou als er niet zoveel zijn, zou ik wel sneller mijn aankoop doen. Enerzijds omdat het misschien bijna uitverkocht is en ik het graag wil hebben, anderzijds vind ik het wel leuk om dingen te hebben die niet veel mensen hebben.

Duidelijk beschreven. Dan Loyaliteit aan een webshop of merk, dus eens klant altijd een klant?

(wijst 2 aan) als het een goede verkoper is, blijf ik wel terug komen. Maar het wil niet zeggen dat ik nooit bij de burens zou kijken.

Ik snap hem en heb je voorkeuren voor bepaalde merken?

Zet die ook op 3 alsjeblieft. Ik heb liever 4 kwaliteitsmerken dan 10 flut-merken van overal en nergens. In al die jaren heb ik wel een aantal favorieten merken gekregen.

Die ze dus ook bij Hipperz verkopen?

Onder andere, burkely is daar een van.

Mooie tassen inderdaad. Dan kom ik bij wederkerigheid, dus dat je iets voor een webshop doet en in ruil daarvoor iets terugkrijgt

Deze geef ik ook het cijfer 3. Als ik een fijne service ontvang, dan ben ik bereid daar ook wat voor

terug te doen, zoals dit interview bijvoorbeeld.

Daar ben ik ook blij om, zou je je ook inschrijven voor een nieuwsbrief bijvoorbeeld?

Dat zou ik best kunnen doen ja.

Oké duidelijk, kun je aangeven of het gevoel om erbij te horen nog belangrijk is voor jou?

Nee, daar geef ik niet zoveel meer om. Volg liever mijn eigen smaak en meestal kies ik voor tijdloze tassen, die jaren meegaan.

Dus welk cijfer vindt je dit waard?

Zet die maar op 1.

	1	2	3
Sociale bewijskracht (reviews, meningen van vrienden)			X
Autoriteit (Kennnis en ervaring)			X
Schaarste (beperkte oplage)			X
Loyaliteit aan een merk (bijvoorbeeld eenmaal klant, altijd klant)		X	
Sympathie voorkeur (voorkeur hebben voor een bepaald merk)			X
Wederkerigheid (iets terugdoen)(korting gekregen, hierna overgaan tot aankoop)			X
Eenheid (groepsgevoel, erbij willen horen)	X		

Duidelijk, dat waren ze al en daarmee zijn we bij het eind van al mijn vragen. Bedankt voor je medewerking!

Interview respondent 11 – huidige klant

Welkom en bedankt dat je mij hierbij wilt helpen.

Geen probleem.

Mag ik als eerste vragen naar je leeftijd?

Ja hoor, ben 53 jaar.

(zelf ingevuld: geslacht = vrouw)

Oké en je bent hier omdat je een tas of portemonnee bij Hipperz hebt aangeschaft.

Dat klopt ja.

Wat heb je precies gekocht?

Een bruine shopper MicMacbags.

Met welke reden heb je deze tas gekocht?

Ik had nog geen bruine shopper.

Dus vanwege de kleur voornamelijk?

Ja, ik heb wel een zwarte en grijze, maar geen bruine. En vond deze erg mooi.

En koop je ook nog wel eens tassen met een andere reden?

Als er een versleten is, dan koop ik ook wel nieuwe. Of als ik gewoon een mooie tegen het lijf loop.

Duidelijk en heb je al eens vaker iets bij Hipperz gekocht?

Nee dit was de eerste keer.

Oriëntatiefase

Hoe heb je Hipperz gevonden?

Via een vriendin.

Had zij daar al een keer besteld?

Ja en ze was er erg tevreden over. Dus toen we een keer koffie dronken vertelde ze mij hierover. Ik ben toen zelf ook op de website gaan kijken.

En heb je ook op social media Hipperz opgezocht?

Nee dat niet.

Waarom niet?

Omdat ik dat niet echt gebruik. Ik heb wel Facebook, maar doe er niet zo heel veel mee.

Overwegingsfase / verwachtingen

Vandaar en welke verwachtingen heb je bij een webshop die tassen en portemonnees verkoopt?

Ik verwacht een uitgebreid assortiment in ieder segment en goede productomschrijving met foto's.

Wat bedoel je met segment?

Oh, soorten tassen. Dus schoudertassen, shoppers en dat soort dingen.

Ik snap het en wat was je eerste indruk van Hipperz?

Dat de website overzichtelijk en gebruiksvriendelijk is.

Kun je dat toelichten?

Het is een simpele, maar duidelijke website. Ik kon alles snel vinden, wat het gebruiksvriendelijk maakt.

En kwam je eerste indruk overeen met de verwachtingen die je had?

Ze hebben zeker een ruim aanbod en op een overzichtelijke manier gepresenteerd.

Dat is goed om te horen en je noemde net al even de productomschrijving, welke informatie vindt je daarbij belangrijk?

Ik vind daarbij een beschrijving van het materiaal, de afmeting, foto's en kleur het meest belangrijk.

Heb je dan nog aspecten die je minder belangrijk vindt?

Alles is wel relevant, maar ik weet dat er bij deze tas ook een productcode bij stond, dat vind ik dan weer minder relevant.

Ja dat hebben ze inderdaad. Kon je wel alle andere informatie op Hipperz vinden?

Zeker, het was duidelijk neergezet. En ik vond het prettig om te zien dat het goed zit met de garantie.

Hoe bedoel je dat?

Er stond bij dat ze een officiële dealer van tassen zijn en dat je daardoor volledige garantie hebt. Wist niet eens dat dit bij andere webshops niet zo zou zijn.

Ja dat klopt. Ik weet ook niet of andere winkels dit anders geregeld hebben.

Maakt ook niet uit, het is wel goed dat ze het erbij zetten.

Zeker, heb je nog aanvullingen of tips wat betreft de website?

Nee, ik zou zeggen zo doorgaan.

Aankoopproces

Goed om te weten. Dan wil ik terugkomen op je aankoop bij Hipperz. Waarom heb je voor Hipperz gekozen?

Door de tip van mijn vriendin. Daarnaast zijn het mooie tassen voor een goede prijs en de service is goed.

Op die service wil ik zo nog even terugkomen, maar mooie tassen hebben ze op meer plekken, heb je daarom ook andere webwinkels overwogen?

Ja dat is waar, ik heb ook bij andere winkels, niet alleen online gekeken.

Waarom heb je die andere nog overwogen?

Nou om mij breed te oriënteren. Welke tassen zijn er allemaal en wie heeft een goede prijs?

Snap ik. En toen je eenmaal voor Hipperz gekozen had, hoe verliep toen het aankoopproces?

Dat verliep voorspoedig, was makkelijk en wederom gebruiksvriendelijk.

Dus je vond het wel gemakkelijk om bij Hipperz te bestellen?

Zeker.

Zou je dan ooit nog een aankoop doen bij Hipperz?

Dat sluit ik zeker niet uit.

Service

Mooi zo, en terugkomend op de service, ben je daar tevreden over?

Die was goed, mijn tas is netjes afgeleverd.

Is de tas op de juiste datum afgeleverd?

Ja hij was keurig netjes op tijd aangekomen.

En heb je de klantenservice toevallig nog nodig gehad? Al was het maar om een vraag te stellen?

Nee ik had geen vragen en de rest ging ook goed, dus niet nodig gehad.

Dat is fijn, heb je dan verder nog tips om de service nog beter te maken?

Nee.

Loyaliteit

Dat is prima. En heb je na je aankoop nog een review achtergelaten?

Nee.

Waarom heb je dat niet gedaan?

Daarvoor heb ik niet direct de tijd voor genomen en daarna niet meer aan gedacht.

Zou een herinnering geholpen hebben?

Misschien als ik op dat moment wel meer tijd zou hebben, dan wel ja.

En als het een herinnering met beloning is, bijvoorbeeld korting, zou dat nog beter werken?

Mogelijk. Dan heb je een extra motivatie voor jezelf om het toch te doen.

Dus daar zou je wel voorstander van zijn?

Kan geen kwaad toch?

Zeker niet, goed om te weten. Zou je in je review aangeven dat je een positieve algemene ervaring met hipperz hebt?

Ja dat zou ik wel neergezet hebben.

Goed om te horen. Dan heb ik nog een aantal volgende dingen. Ik heb hier een aantal tabellen, waarvan ik je wil vragen deze in te vullen. We gaan ze apart langs.

Dat is goed.

De eerste tabel gaat over factoren die jou er mogelijk van zouden kunnen weerhouden om een aankoop te doen. Zou je kunnen aangeven hoe erg elke factor zou kan weerhouden? 1 is daarbij totaal niet en 5 heel erg.

Prima.

De eerste factor is geen contact met winkelpersoneel. Zou dat jou weerhouden?

Nee dat weerhoud mij niet, een eentje.

En waarom weerhoudt het jou niet?

Omdat ik die keus ook zonder personeel kan maken op basis van eigen inschattingen.

Oké duidelijk. Dan de levertijd, zou dat jou kunnen weerhouden?

Ja een lange levertijd vindt ik niks.

Wat is te lang in jou ogen?

Ik vind meer dan een week vaak toch echt wel lang.

Zou je dan liever ergens anders bestellen?

Ja dat neem ik zeker wel mee in mijn beslissing om ergens te bestellen.

Oké en welk cijfer zou je hieraan verbinden?

Het heeft wel veel invloed op mijn keus, dus een 5.

Helder, en dan een beperkt assortiment van een webshop. Kan dat jou weerhouden?

Toch wel een drie. Als het zo weinig is dat je geen keus hebt, is dat niet fijn.

Dus je wilt graag keus hebben?

Ja een ruim assortiment is belangrijk.

Oké duidelijk. De laatste is geen of slechte reviews, wat vindt je daarvan?

Toch wel belangrijk, een vier. Als niemand iets goeds er over te melden heeft, waarom zou je daar dan bestellen.

	1	2	3	4	5
Geen fysiek contact met personeel	x				
Levertijd					x
Een beperkt assortiment			x		
Geen of slechte reviews				x	

Begrijpelijk. Dan kom ik bij de volgende tabel over website vertrouwen. Zou je hierbij een cijfer tussen 1 en de 2 kunnen geven aan de stellingen die er staan? Hierbij is een 1 weinig invloed en een drie veel invloed.

Oké.

De eerste stelling is: de webshop oogt onveilig. Heeft dat invloed op jouw keus?

Zeker.

Welk cijfer geef je dit?

Ik vind het dermate belangrijk dat ik het wel een drie geef.

Let jezelf dat nog op de veiligheid?

Zeker, ik weet dat je op dat slotje op de website moet letten.

Heb je verder nog dingen waar je op let?

Umh, zo'n keurmerk wel. Dat was het eigenlijk wel.

Oké duidelijk, dan gaan we door met de volgende stelling: je hebt het gevoel dat je gegevens niet worden gewaarborgd.

Belangrijk, maar zou geen grote invloed hebben, dus een 2.

Waarom geen grote invloed?

Ze mogen mijn cookies best hebben, maar liever niet dat ze al mijn gegevens verkopen aan derden.

Ah oké. Dan de laatste je vertrouwen in de webshop is laag, zou dat invloed hebben?

Ja deze weer wel meer, een drie.

Waarom?

Omdat je wel wilt dat je de juiste bestelling geleverd krijgt of überhaupt krijgt. Niet dat je heel veel moeite moet doen om alsnog je bestelling te krijgen.

	1	2	3
De webshop oogt onveilig			X
U heeft het gevoel dat uw gegevens niet worden gewaarborgd op de webshop.		X	
Uw vertrouwen in de webshop is laag			X

Begrijpelijk. Dan zijn we aangekomen bij de laatste tabel. Deze is gericht op factoren waardoor jij je laat leiden bij het doen van een online aankoop. Wil je hierbij aangeven of deze factoren veel invloed hebben (een 3) of weinig invloed hebben (een 1).

Is goed.

De eerste is de ervaring die anderen, dus je vrienden, familie, collega's hebben met een webshop.

Zou dat invloed op jouw keus hebben?

Ja hun mening vind ik altijd erg belangrijk. Als zij zeggen dat iets goed is, geloof ik dat.

Welk cijfer geef je dit dan?

Een 3

Oké, vervolgens heb ik kennis en ervaring van een webshop, zou dat veel invloed hebben?

Ligt eraan. Bij dingen waar ik geen verstand van heb, zou ik het wel fijn vinden. Maar omdat dit over tassen gaat, waar ik het minder bij nodig heb, geef ik het een 2.

Helder, dan de volgende, een beperkte oplage, heeft dat invloed?

Nee daar voel ik weinig voor een 1

Dus als er ergens staat nog 2 tassen beschikbaar, ga jij niet sneller bestellen?

Nee niet perse.

Oke en dan loyaliteit, eenmaal klant, altijd klant idee. Ben jij iemand die daarop let?

Soms, een aantal dingen bestel ik wel vaak bij dezelfde webwinkels. Maar als iemand met een nieuwkomer komt en een goed verhaal dan probeer ik die eventueel ook uit, zoals Hipperz.

En welk cijfer geef je dit dan?

Een drie.

Oke, dan voorkeuren voor bepaalde merken, heeft dat invloed op jou?

Wel meer, ik zet die op een 2 Meestal let ik daar wel op.

Waarom?

Omdat je nou eenmaal weet dat sommige merken een goede kwaliteit leveren. Dus dan is het de investering waard.

Zeker, vervolgens wederkerigheid. Dit houdt in dat jij iets voor de webshop doet en er iets in ruil voor terug krijgt. Bijvoorbeeld korting waardoor je daar weer iets nieuws koopt.

Dat zou wat zijn, als ik daar tijd voor heb en aan denk, dus het mag niet iets te ingewikkelds zijn. Dus een twee. Ben niet heel enthousiast, maar wellicht is het een mooie actie.

Begrijpelijk en dan de laatste: het gevoel om erbij te horen, eenheid met een groep, heeft dat invloed?

Nee, een 1, dat heeft zeer weinig invloed om mij.

	1	2	3
Sociale bewijskracht (reviews, meningen van vrienden)			x

Autoriteit (Kennis en ervaring)		x	
Schaarste (beperkte oplage)	x		
Loyaliteit aan een merk (bijvoorbeeld eenmaal klant, altijd klant)			x
Sympathie voorkeur (voorkeur hebben voor een bepaald merk)		x	
Wederkerigheid (iets terugdoen)(korting gekregen, hierna overgaan tot aankoop)		x	
Eenheid (groepsgevoel, erbij willen horen)	x		

Oké duidelijk. Dat waren mijn vragen, heb je zelf nog aanvullingen die je nog kwijt wil?

Dat ik het leuk vond om mee te werken.

Dat is fijn om te horen, bedankt!

Interview respondent 12 – huidige klant

die van jou ook mogen weten?

Tuurlijk, ik ben 42 jaar.

(zelf ingevuld: geslacht = man)

Mooi zo, dan gaan we beginnen met de vragen. Het interview is grotendeels gericht op Hipperz en je bent natuurlijk gevraagd om mee te doen, omdat je een tas of portemonnee bij Hipperz hebt aangeschaft.

Ja dat klopt.

Wat was het dat je hebt aangeschaft?

Ik heb een leren laptop tas gekocht.

En met welke reden heb je deze gekocht?

Nou niet persé omdat ik er een nodig had, maar omdat ik meteen verkocht was toen ik deze zag op instagram. En toen heb ik de tas voor mezelf gekocht als cadeau onder de kerstboom.

Dat is ook een leuke reden. En koop je ook wel eens tassen met nog andere redenen dat gewoon zomaar?

Nou ja als er een stuk is, koop ik ook een nieuwe.

Logisch en was dit je eerste aankoop bij Hipperz?

Nee, ik heb ook een keer een portemonnee als cadeau voor mijn nichtje gekocht. Maar dat was alweer een tijdje geleden.

Hoe lang geleden was dat denk je?

Pfoe, even denken. Het was voor haar 18e verjaardag en volgens mij is ze nu 21, dus dat zal een jaar of 3 geleden zijn.

Oké en koop je wel eens vaker dit soort cadeaus voor mensen?

Nee, dat was toen de enige keer, omdat ik wist dat ze een bepaalde graag wilde hebben.

Duidelijk en je zei dat je je eigen tas op instagram gevonden had, was dit via een advertentie?

Nee ik volgde hun pagina al een tijdje, dus via een gewone post.

En volg je ze dan ook nog op Facebook of dat niet?

Ja, maar daar doe ik verder niet heel veel mee.

Dus je bent voornamelijk actief op Insta?

Ja en gebruik snapchat ook nog wel eens.

Orientatie

Oke duidelijk. Je kent Hipperz nu al een tijdje, hoe heb je hen de eerste keer gevonden?

Eigenlijk door mijn nichtje. Ze mocht dus een wat duurder cadeau uitzoeken, omdat ze 18 werd en haar VWO diploma had behaald. En toen kwam ze daarmee aanzetten, met een linkje erbij van Hipperz. Geen idee hoe zij er op is gekomen.

Overwegingsfase/verwachtingen

Dat geeft niet. Dan zou ik je willen vragen naar je verwachtingen. Wat zijn je verwachtingen - even los van Hipperz - die je hebt bij een webshop die dit assortiment verkoopt?

Ik verwacht een goede kwaliteit, geen prul of neppe zooi, en voldoende keus in het assortiment.

En wat verwacht jij dan van het assortiment?

Dat er voor ieder wat wils is. Dus van handtasjes voor vrouwen tot aan stoere weekendtassen voor mannen.

Oké en wat was je eerste indruk van Hipperz?

Oh die zou ik echt niet meer weten.

En als je bedenkt wat je er bij je eigen tas van vond?

Dan mooi, overzichtelijk, niet te druk, dus een goede website.

Wat bedoel je met niet te druk?

Dat die niet bomvol staat aan alle kanten met advertenties. En dat je maar enkele tassen naast elkaar ziet staan, niet dat die volgepropt is met rijen tassen.

Oké en voldeed Hipperz daarmee aan de verwachting die je net noemde?

Ja in mijn ogen wel. Ik vind de website zeer overzichtelijk, onderverdeeld in damestassen, herentassen en laptotassen; met de aantekening dat herentassen en laptotassen elkaar wel overlappen.

Oh is dat zo?

Ja, ik zie dan dezelfde terug komen, zit weinig onderscheid in.

Oké dat neem ik mee als een tip. En wat verwacht je van de informatie die op een webshop beschreven staat, die dit soort producten aanbiedt?

Specifiek voor een website die tassen verkoopt, is het wel handig als je een duidelijk beeld hebt van de afmetingen en kleur van een tas, dus een foto met een model is handig, zodat je de verhoudingen kunt zien.

Zodat je het beter in verhouding kunt plaatsen?

Ja, want soms als een kleine tas op de foto staat kan die heel groot lijken. Dus als je dan een menselijk model erbij hebt, kan je beter inschatten hoe groot de tas werkelijk is.

Snap ik ja. Vind je verder nog informatie belangrijk?

Naast afbeeldingen is dit informatie over het materiaal, afmetingen, kleurmogelijkheden en uiteraard de prijs.

Duidelijke en vond je deze informatie ook terug bij Hipperz?

Ja, alles wat ik belangrijk vind, zag ik daar wel terug.

Oké en zou je nog tips of aanvullingen voor de website hebben?

Behalve een foto met model bij de producten, heb ik geen aanvullingen.

Aankoopproces

Oké ik zal het meenemen. Dan wil ik weer terugkomen op je aankoop bij Hipperz. Waarom heb je voor Hipperz gekozen om je tas te bestellen?

Ik was altijd een enorme fan van de tassen van Fred de la Bretonniere, maar die zijn erg duur. Dus ben ik opzoek gegaan naar een iets goedkopere website en toen kwam ik al bij Hipperz uit. En de laptotas die ik nu heb van Hipperz is van heel mooi dik leer en zeer betaalbaar. Dus nu ben ik helemaal fan.

Dus je zou nog wel een keer bij Hipperz bestellen?

Ja zeker. Als er weer iets voorbij komt, bestel ik zo weer.

Goed om te horen. En heb je in je zoektocht nog andere tassen winkels overwogen?

Niet specifiek, omdat ik niet echt opzoek was.

Snap ik ja. En toen je besloot om die tas te bestellen, verliep het aankoop proces toen gemakkelijk?

Ja ging super snel.

Service.

Mooi zo en ben je ook zo tevreden over de service van Hipperz?

Ja, ik werd goed op de hoogte gehouden van mijn bestelling.

En werd je tas op de juiste dag afgeleverd?

Precies op tijd.

Dat is fijn, heb je toevallig nog de klantenservice nodig gehad?

Nee alles verliep soepel en had daardoor geen vragen.

Oké, heb je dan nog tips voor Hipperz om de service nog beter te maken?

Nee daar heb ik geen ideeën voor.

Loyaliteit.

Dat is prima. En heb je na je bestelling nog een review achter gelaten?

Toevallig wel ja. Ik was zo blij met de tas, dat ik vond dat meer mensen hiervan moesten weten.

Heb je toen alleen iets over de tas gezegd of over Hipperz in het algemeen?

Beide, dus dat ik de tas echt super vond en dat het goede kwaliteit is. En dat de bestelling ook goed verliep.

Hoeveel sterren heb je toen gegeven?

Een 5! Ik heb er niks op aan te merken, dus kon niet anders dan het hoogste geven.

Heel positief allemaal. Dan wil ik het hierbij even houden wat betreft reviews en dan heb ik het volgende. Ik heb hier een tabel met daarin factoren die jou er van zouden kunnen weerhouden om een online aankoop te doen. Je kunt bij elke factor een cijfer van 1 tot en met 5 zetten, waarbij 1 jou totaal niet weerhoudt en 5 juist heel erg. Zou je dat voor mij willen doen, terwijl we ze samen doorlopen?

Ja, dat is prima.

Oke, de eerste is geen fysiek contact met het winkel personeel. Kan dat jou weerhouden?

Nee, ik zoek en bestel het altijd zonder hulp. In een winkel heb ik dat niet eens echt nodig. Zet maar een kruisje op de 1.

Helder, dan de levertijden, zouden die jou kunnen weerhouden?

Ook niet echt, nouja afhankelijk van hoe graag ik het wil en wat het is. Als ik voor deze tas een aantal dagen had moeten wachten, had ik dat het volledig waard gevonden. Dus een 2.

Duidelijk, dan is de volgende een beperkt assortiment.

Ik vind een webshop met weinig assortiment wel wat raar, zeker als je tassen verkoopt. Dus ja, dat zou mij wel weerhouden en ik geef het daarom een 4.

Waarom vindt je dat dan raar?

Voelt gekkig, als of ze het snel even bedacht hadden. Lijkt me ook erg veel moeite een webshop op te tuigen voor 10 tassen. Dan denk je toch bij jezelf, klopt dit wel?

Dus je vertrouwd het minder?

Ja zo iets.

Daar komen we dan zo nog even op terug, dan maken we deze eerst even af. De laatste is namelijk geen of slechte reviews.

Ook een 4 waard. Geen reviews maken me nog niet eens zoveel uit, maar alleen maar slechte? Lijkt me ook niet best. Vond het juist prettig dat je bij Hipperz het zo goed naar voren ziet komen.

Heeft dat weer met vertrouwen te maken?

Ja behoorlijk. Je besteld niet als het volgens een slechte tas blijkt te zijn.

	1	2	3	4	5
Geen fysiek contact met personeel	x				
Levertijd		x			
Een beperkt assortiment				x	
Geen of slechte reviews				x	

Nee begrijpelijk, dat brengt mij meteen bij de volgende tabel. Deze is gericht op website vertrouwen.

Ah dat heb ik dan mooi al benoemd.

Daarom een mooi bruggetje. Zou je bij de stellingen willen aangeven hoeveel invloed het op jou heeft? 1 is weinig en 3 is heel veel.

Yes duidelijk.

Dan de eerste: de webshop oogt onveilig. Hoeveel invloed heeft dat op jou?

Als in dat je gehackt kan worden?

Dat kan ja, het kan op elke manier dat jij de webshop onveilig vindt.

Nouja, dat zou dan sowieso veel invloed op mij hebben.

En als ik vraag wat maakt een website voor jou veilig?

Ik denk dan aan het slotje bovenin waar de website staat. Volgens mij betekent dat dat je een privé verbinding hebt en niemand meekijkt.

Dus als dat er niet staat, zou je er niet bestellen?

Nee, dan kom ik toch weer op dat hacken, stel dat er iemand met je bankgegevens meekijkt en je digitaal beroofd, dan is dat voor mij onveilig.

Dan is dat voor jou onveilig inderdaad, welk cijfer zou je het dan geven?

Een 3, zeker ja.

Oké, dan heb ik de stelling: je hebt het gevoel dat je gegevens niet worden gewaarborgd.

Hoe check je zoiets?

Allereerst zou je het kunnen zien aan de onveilige verbinding, dan ontbreekt het zogenaamde slotje in de adresbalk, maar ook kun je het zien aan https in de adresbalk. Wat je ook kan doen is de privacyverklaring door lezen, hierin staat wat de partij doet met de verzamelde gegevens.

Op de eerste twee punten let ik wel, dat vind ik belangrijk. Dat geeft wel een soort veiligheid. De privacyverklaring lees ik nooit door, teveel tijd en moeite voor mijn gevoel.

En wat voor cijfer geef je dit dan? Hoeveel invloed heeft dit op jou.

Toch wel een drie, ik wil niet dat mijn gegevens in anderen handen vallen.

Dan de laatste stelling: je vertrouwen in de webshop is laag.

Ook weer een 3, ik bestel alleen als ik zeker weet dat het goed zit.

En hoe weet je dat dan zeker?

Door de reviews dus. En sommige websites hebben ook een keurmerk van thuiswinkel of webshop, dat biedt ook een bepaalde garantie.

	1	2	3
De webshop oogt onveilig			x
U heeft het gevoel dat uw gegevens niet worden gewaarborgd op de webshop.			x
Uw vertrouwen in de webshop is laag			x

Duidelijk. Dan gaan we door naar de volgende en laatste tabel. Hier staan een aantal factoren die invloed kunnen hebben op jouw aankoopgedrag. Dat je bijvoorbeeld sneller een aankoop hierdoor doet. Kun je weer aangeven hoeveel invloed dit op jou heeft? 1 is hierbij heel weinig en 3 heel veel.

Duidelijk.

De eerste factor richt zich op de verhalen van vrienden en familie en andere personen over een tas. Dus als zij goede verhalen delen, zou jij iets eerder kunnen bestellen. Hebben hun verhalen invloed op jou?

Ja, ik geef dat wel een 3. Is toch ook de reden hoe ik aan Hipperz ben gekomen he.

Ja dat klopt, beter voorbeeld kan niet. Dan gaan is de volgende de ervaring en kennis van een webshop, helpt dat mee bij jouw aankoop?

Ja, dat vind ik wel zeer prettig. Ik hou van mooie producten en dan bestel ik die liever bij een winkel met de juiste kennis, dan een met minder of andere kennis. Want als zij niet weten of een product goed is, hoe moet jij dat dan inschatten?

Begrijpelijk, welk cijfer geef je dit dan?

Een mooie 3.

Oké en vervolgens heb ik een beperkte oplage, heeft dat invloed op jou keus?

Nou nee, niet echt, een 1. Ik ga niet overhaast een beslissing nemen als er nog maar een paar artikelen zijn. En exclusieve dingen zijn vaak toch niet het mooist.

Helemaal duidelijk. Dan loyaliteit aan een bepaalde webshop of merk. Daaronder valt bijvoorbeeld eens klant altijd klant.

Ik kom wel vaker terug als een shop zijn zaakjes goed op orde heeft, dus ja.

Welk cijfer verbindt je hieraan?

Ook een mooie 3, ik hou vanaf nu Hipperz ook extra in de gaten voor mooie dingen.

Als een echte fan. Vervolgens heb ik voorkeuren, bijvoorbeeld voor een merk.

Ik heb voor alles voorkeuren, merken, kleuren, vormen, dus deze geef ik ook een 3.

Duidelijk, dan volgt wederkerigheid. Dat je iets voor een webshop doet en in ruil daarvoor iets terug krijgt. Bijvoorbeeld gratis verzending. Zou je daardoor iets sneller bestellen?

Ik sta niet direct te springen als je me dit zo voorlegt. Zou niet iets bestellen, omdat ik toevallig korting heb gekregen, door wat dan ook te doen. Het zou meer zijn als ik een tas wil bestellen en dan nog korting door iets kan krijgen, dat ik het zou doen. Maar dan heb ik al besloten dat ik die tas wil.

Dus je ook niet inschrijven voor de nieuwsbrief en dan korting bij je favoriete winkel krijgen?

Nee, dan moet je nog maar net hopen dat je die korting op tijd kunt inzetten.

Duidelijk, voor dat we het vergeten, welk cijfer geef je dit?

Vul deze maar in op een 2.

Oké en dan kom ik alweer bij de laatste factor en dit is eenheid. Bijvoorbeeld het groepsgevoel en erbij willen horen.

Het is niet zo dat ik totaal random tassen koop, waarvan iedereen denkt wat draagt hij nou? Maar ik heb ook niet een bepaalde groep met een specifieke stijl waar ik bij moet horen. Zet deze maar op een 3 voor mij.

	1	2	3
Sociale bewijskracht (reviews, meningen van vrienden)			x
Autoriteit (Kennis en ervaring)			x
Schaarste (beperkte oplage)	x		
Loyaliteit aan een merk (bijvoorbeeld eenmaal klant, altijd klant)			x
Sympathie voorkeur (voorkeur hebben voor een bepaald merk)			x
Wederkerigheid (iets terugdoen)(korting gekregen, hierna overgaan tot aankoop)		x	
Eenheid (groepsgevoel, erbij willen horen)		x	

Helder. Dat waren de vragen, heb je zelf nog dingen die je echt nog kwijt moet en wil?

Nee hoor, dit was het wel.

Nou oké bedankt voor je tijd!

Allereerst bedankt dat je wilt meewerken aan mijn interview. Mag ik voordat we beginnen nog je leeftijd weten?

Ja hoor, ik ben 39.

(zelf ingevuld: geslacht = vrouw)

Goed, dan starten we meteen. Ik zou als eerste willen weten wat je bij Hipperz hebt gekocht.

Ik heb daar een nieuwe handtas gekocht.

En wat was de reden dat je een nieuwe handtas hebt gekocht?

Dat vroeg mijn man ook al haha. De reden bij deze was, omdat ik graag een nieuwe tas wilde en toen ben ik gaan kijken en kwam ik de tas tegen die ik nu heb gekocht.

Dus niet omdat je een nieuwe nodig had?

Niet uit noodzaak nee, maar dat mag toch?

Ja zeker. En koop je ook wel eens een tas met een andere reden?

Meestal als ik een tas zoek die passend bij een nieuwe outfit is of voor speciale gelegenheden.

Zoals?

Bruiloften bijvoorbeeld.

Oké en koop je ook wel eens tassen als cadeau voor anderen?

Nee, dat nooit.

Waarom niet?

Het is moeilijk te bepalen wat iemand mooi vindt, dan geef ik liever een cadeaubon.

Oriëntatie

Begrijpelijk. Was dit de eerste keer dat je iets bij Hipperz bestelde?

Nee, voor de tweede keer al.

Hoe heb je Hipperz dan gevonden?

Hipperz heeft tassen van het merk waarin ik geïnteresseerd ben. Dus ik heb het merk gegoogled en ben via bol.com bij Hipperz uitgekomen.

Welk merk is dit?

MYOMY vind ik een ontzettend mooi merk.

Oké en heb je op de website van Hipperz nog gezocht?

Ja dat bedoelde ik eigenlijk. Ik zag via bol.com dat Hipperz de verkooppartner was en ik keek even en ze hadden hele goede scores voor levertijden en dergelijke. De eerste keer verliep wel via bol.com.

Dus als ik het goed begrijp heb je de eerste keer via bol.com besteld en ben je voor de tweede keer op de website van Hipperz gaan kijken?

Ja dat klopt. En ze zijn niet goedkoop, dus nu weer even sparen.

Overwegingsfase

Ah oke op die manier. En als je eenmaal op zo'n website bent, niet perse Hipperz, welke informatie vindt je dan belangrijk om te zien?

Allereerst afmeting, dus ook kunnen zien hoe een tas staat bij een persoon, want dan kun je de afmeting van de tas het best inschatten.

Oké en heb je verder nog informatie die belangrijk is?

Vervolgens ook wel de kleur, prijs en type sluiting, zoals rits of drukknoop.

En heeft Hipperz de informatie die je zoekt op hun website staan?

Ja, hier vond ik bij een aantal tassen een foto met een getekend persoon, toen dacht ik van hé wat handig. Maar ze hebben het niet overal bij staan, dan mis ik het wel om de tas goed in te kunnen schatten.

Het idee klonk inderdaad al bekend, maar dat is een goede tip om mee te nemen in het onderzoek.

Heb je verder nog aanvullingen op de informatie?

Nee, verder was ik zeer tevreden over de productomschrijvingen. Ik kon daarin alles wel terug vinden en had niet het idee dat ik iets miste.

Mooi zo, en heb je via social media nog informatie opgezocht?

Ik heb via instagram gekeken naar de pagina van Hipperz, maar niet zo zeer voor de informatie, maar gewoon om te kijken wat ze nog meer hebben.

*Verwachtingen***Snap ik ja. Dan even los van Hipperz, welke verwachtingen heb je bij een webshop die dit assortiment verkoopt? Dit mag van alles zijn.**

Eigenlijk dezelfde als dat ik een winkel loop. Ik hou in mijn achterhoofd een kleur en/of formaat en hoop dan een tas te vinden.

Waar hou je dan rekening mee in een winkel?

Nou overzichtelijk gepresenteerd, goede service, uitgebreide productinformatie. En als ik vragen heb dat ik deze kan stellen.

Bedoel je daarmee een ruim assortiment?

Nou ik hou er wel rekening mee dat ze niet alles kunnen verkopen en net als in een winkel, moet je soms verder kijken.

Ja soms wel en wat was je eerste indruk van de webshop van Hipperz?

Het ziet er fris en toegankelijk uit en ik had er wel vertrouwen in om daar te kopen.

Over dat vertrouwen wil ik het zo nog even hebben. Eerst wil ik vragen of je nog verbeterpunten hebt voor de website.

Nee, alles is mij wel duidelijk. De producten komen goed tot zijn recht op het scherm. En als ik vragen heb, krijg ik snel reactie.

Wat voor vraag heb je gesteld?

Een verduidelijkende vraag over de garantie, wat ze daarmee precies bedoelde en wat daar allemaal onder viel. De tas kostte meer dan 100 euro, dus dan wil ik dat wel zeker weten.

Snap ik en hoe heb je ze dan bereikt?

Ik heb een mailtje gestuurd en had diezelfde dag nog antwoord terug, waarin ze keurig netjes alles uitlegde.

*Aankoop bij Hipperz***Dat is goed om te horen. En wat heeft de doorslag gegeven om bij Hipperz je tas te bestellen?**

De gratis en snelle levering. En ik had al een goede ervaring via bol.com, dat telde ook wel mee.

Oké en je benoemde al even dat je net zo besteld als dat winkelt, heb je daarom nog bij andere webshops gekeken?

Ja, de prijs kan doorslaggevend zijn om bij een andere webshop te kopen als de productpresentatie hetzelfde is. Maar in dit geval maakte het niet uit en koos ik voor het vertrouwde Hipperz.

Duidelijk en verliep de aankoop via Hipperz gemakkelijk?

Ja, net zo makkelijk als via bol.com.

Wat vond je er zo makkelijk aan?

Dat de navigatie helder was, knoppen voor bestellen en afrekenen zijn makkelijk te vinden, je wordt er als het ware zo doorheen geleid.

En heb je nog verbeteringen?

Nee niet dat ik me zo kan bedenken.

In de toekomst zou je nog een keer bestellen bij Hipperz?

Ja zeker, ik koop graag bij vertrouwde websites.

*Service***En nog even terugkomend op de service, ben je daar volledig tevreden over?**

Ja, meer dan tevreden zelfs. Ik kreeg een zeer vriendelijke reactie terug op mijn vraag.

En kwam je bestelling op tijd aan?

Ja op de goede dag was het binnen.

Mooi zo, en heb je op dit gebied nog verbeterpunten?

Ik heb hierop geen op- of aanmerkingen.

Loyaliteit

Fijn om te horen. Dan ben ik benieuwd, heb je na je aankoop nog een review achtergelaten?

Dat heb ik niet gedaan.

Zo nee, waarom niet?

Ik heb daar eerlijk gezegd geen reden voor.

Wat voor actie zou mogelijk geholpen hebben om wel een review achter te laten?

Een herinneringsmail, misschien dat ik er dan wel aan gedacht had ja.

Oké goed om te weten. En als je een review had achter gelaten, zou je dan aangegeven hebben dat je over het algemeen tevreden bent met Hipperz?

Ja, ik zou wel gezegd hebben dat ze een fijne webshop zijn die de service hoog in het vaandel hebben staan.

Super, dan heb ik hier even iets anders. Ik heb een aantal tabellen bij mij die ik samen met jou wil invullen.

Dat is goed.

De eerste tabel gaat over factoren die jou ervan kunnen weerhouden een aankoop bij een webshop voor tassen te doen. Kun je per factor aangeven hoe erg dat jou weerhoudt? Daarbij is een 1 totaal niet en een 5 heel erg. En daarbij natuurlijk ook graag uitleggen waarom dat zo is.

Ik begrijp het.

Even kijken, de eerste factor gaat over geen fysiek contact met personeel, kan dat jou weerhouden?

Nee, ik heb gezien dat je net zo makkelijk online een vraag stelt als in een winkel, dus dit is het allerlaagste cijfer.

Een 1 dus.

Ja.

Duidelijk, dan het volgende: de levertijd, kan dat jou weerhouden?

Nee, als ik een tas wil hebben ben ik best bereid om hierop te wachten, ook een 1.

Wacht je ook als de webshop een hele lange levertijd heeft?

Ik ben best bereid lang te wachten ja, maar hoe vaak kom je dat nu nog tegen?

Niet vaak, maar dacht check het nog even.

Dat is goed juist.

Zeker, dan het volgende een beperkt assortiment.

Zoals ik al eerder aangaf, ik verwacht niet dat ze elke tas in hun assortiment hebben, als ze maar die ene verkopen die ik op dat moment wil.

Oké, welk cijfer zou je het dan geven?

Een 1, ik zou mij er niet door laten weerhouden.

Duidelijk, dan de volgende geen of slechte reviews?

Dit geef ik ook een 1, ik ben wel een-tonig he?

Haha, waarom deze ook een 1?

Nouja het is altijd maar een persoonlijke mening van iemand en jij hoeft dat niet te vinden.

Doel je dan op reviews over de tassen zelf?

Ja, als iemand zegt wat een lelijke kleur dan is dat iemands persoonlijke smaak. En als ze zeggen wat een slechte kwaliteit, dan denk ik dan moet je een betere en misschien wel duurdere tas kopen.

Begrijp ik, maar wat als de reviews over de website slecht zijn, dus dat ze een slechte service of levering hebben?

Oh ja, dat zou mij dan wel aan het twijfelen brengen. Ik vind service belangrijk, dus dan zou ik daar niet snel meer bestellen

Zou je dan je cijfer nog willen aanpassen?

Dan neig ik maar een 3, omdat het eraan ligt of het om een tas of de webshop zelf gaat.

Prima dan passen we die aan.

	1	2	3	4	5
Geen fysiek contact met personeel	x				
Lange levertijd	x				
Een beperkt assortiment	x				
Geen of slechte reviews			X		

Ik had gezegd nog terug te komen op het vertrouwen en dat wil ik doen in de volgende tabel. Deze tabel focust zich op website vertrouwen en heeft een aantal stellingen, waarbij jij weer mag aangeven in hoeverre deze invloed op jou hebben. Dit keer op een schaal van 1 tot 3, waarbij 1 weinig invloed is en 3 heel veel.

Ik vroeg me al af wanneer het terug zou komen, maar nu dus.

Ja, iets later, maar dit biedt wel meer kans om er dieper op in te gaan. Want de eerste stelling is: de webshop oogt onveilig. Heeft dat invloed op jou?

Ja, ik zou het niet prettig vinden om daar te bestellen, dus dat heeft heel veel invloed op mij.

Dus een 3?

Minstens.

En waar let je dan op, als het om veiligheid gaat?

Ik let dan op een veilige verbinding en dan niet alleen bij het afrekenen, maar ook de website zelf. En voor de rest over ze bereikbaar zijn, bedrijfsgegevens delen, zoals KvK en of de site er netjes uitziet.

Oké duidelijke punten. Dan kom ik bij de volgende stelling: je hebt het gevoel dat de webshop jouw gegevens niet waarborgd, heeft dat invloed op jou?

Ook zeker een 3, ze kunnen al zoveel data over jou verzamelen, dat je niet wilt dat ze hier slordig mee omgaan.

Begrijpelijk en dan de volgende stelling: je vertrouwen in de webshop is laag, heeft dat veel invloed?

Ja, ik heb juist veel vertrouwen in Hipperz en dat doet mij sneller daar bestellen dan ergens anders. Dit geeft ik ook een 3 en hoger.

En waar let je dan op om te weten of het betrouwbaar is?

Het welbekende keurmerk logo is daar een van. En alle gegevens die je maar kunt vinden.

	1	2	3
De webshop oogt onveilig			x
U heeft het gevoel dat uw gegevens niet worden gewaarborgd op de webshop.			x
Uw vertrouwen in de webshop is laag			x

Duidelijk, dan kom ik alweer bij de laatste tabel. Deze is gericht op factoren die invloed kunnen hebben op jouw keus om ergens te bestellen. Kun je aangeven hoe belangrijk deze voor jou zijn? 1 is hierbij totaal niet van invloed op je en een 3 heel erg van invloed.

Is goed!

De eerste is sociale bewijskracht, dit houdt de mening van mensen om je heen of via reviews online in.

Dat vind ik niet zo belangrijk, zoals ik al aangaf is het maar iemands persoonlijke mening. Zelfs al komt het van goede vrienden af, dan kan ik alsnog er anders over denken. Mits ze zeggen je moet absoluut niet daar en daar bestellen, want dat gaat hartstikke fout, dan luister ik wel.

Oké en welk cijfer verbindt je hier dan aan?

Omdat het over invloed gaat, geef ik het een 2.

Duidelijk, dan de volgende: de kennis en ervaring van een webshop?

Dat vind ik ook niet zo belangrijk. Als ze maar een goede service aanbieden dan maakt het mij niet uit of ze ervoor opgeleid zijn of niet. Dit vind ik ook een 2.

Helder, vervolgens heb ik een beperkte oplage, heeft dat invloed op jou?

Nee, dat zet geen extra druk en eerlijk gezegd kijk ik daar nooit naar.

Welk cijfer vindt je dit dan waard?

Ook een 1 zou ik zeggen.

Oké dan loyaliteit aan een webshop, bijvoorbeeld eens klant altijd klant.

Ja, dat wel al meer. Ik zou bij Hipperz weer willen bestellen, omdat het zo'n fijne webshop is. Maar het zegt niet dat ik al mijn volgende tassen daar zou halen. Dus een neutrale 2.

En als het om merken gaat, heb je dan wel voorkeuren?

Ja, zoals MYOMY, dat heb ik vaker besteld.

Hoe belangrijk vindt je dit dan?

Een 3 geef ik in dit.

Oké en als we kijken naar wederkerigheid. Dus jij doet iets voor de webshop, bijvoorbeeld inschrijven voor de nieuwsbrief, krijgt daarvoor iets terug, bijvoorbeeld korting en daardoor bestel je een nieuwe tas daar. Is dat belangrijk voor jou?

Voor tassen die meer dan 100 euro waard zijn wel ja. Dan is alles mooi meegenomen. Dit vind ik een 3 waard.

Helemaal duidelijk. En dan eenheid, dus het groepsgevoel waar je bij wilt horen. Is dat belangrijk voor jou?

Nouja ik wil geen buitenbeentje zijn, dus ik volg trends altijd wel een beetje. Ook kijk ik om mij heen wat mensen allemaal kopen en dat wil allemaal niet zeggen dat ik alleen koop wat in de mode is. Ik kies bijvoorbeeld niet voor zo'n jute tas, wat je nu ook vaak ziet. Dus ik koop wel wat in mijn smaak past, maar niet te ver van iedereen afstaat.

Oké en welk cijfer geef je dit?

Om die redenen, toch wel een 2.

	1	2	3
Sociale bewijskracht (reviews, meningen van vrienden)		x	
Autoriteit (Kennis en ervaring)		x	
Schaarste (beperkte oplage)	x		

Loyaliteit aan een merk (bijvoorbeeld eenmaal klant, altijd klant)		x	
Sympathie voorkeur (voorkeur hebben voor een bepaald merk)			x
Wederkerigheid (iets terugdoen)(korting gekregen, hierna overgaan tot aankoop)			x
Eenheid (groepsgevoel, erbij willen horen)		x	

Super, dat was de laatste in de tabel en daarmee mijn laatste vraag, bedankt voor je medewerking!
Geen probleem.

Hi! Dank dat je dit interview met mij wilt doen. Zou ik nog, voordat we startten, je leeftijd mogen weten?

Ik ben 51 jaar.

(zelf ingevuld vrouw)

Super, dan gaan we beginnen. Je hebt een tas of laptoptas of een portemonnee bij Hipperz aangeschaft, kun je mij vertellen wat je precies hebt gekocht?

Een hele luxe leren tas, met zo'n band voor over je schouder.

Was dit de eerste keer dat je bij Hipperz hebt besteld of al vaker?

Nee dit was de eerste keer.

En wat was de reden dat je deze tas hebt gekocht?

Ik koop eigenlijk alleen iets als ik het echt nodig heb.

Dus wanneer een oude kapot is?

Onder andere of wanneer ik uit praktische overwegingen er een nodig heb. Bijvoorbeeld een kleinere tas om mee te nemen in mijn vrije tijd.

En heb je dit jaar nog andere tassen aangeschaft?

Dit was eigenlijk de enige in 2019, ik ben niet echt zo'n shopper.

Oké en heb je wel eens een tas cadeau gegeven?

Niet zo vaak.

Maar dus wel eens?

Een paar keer ja.

En heb je die toen helemaal zelf uitgezocht?

Niet helemaal, ik wist wel precies wat die personen wilde hebben, dat maakte het makkelijk. Anders weet ik niet of ik het zou kunnen hoor.

Oriëntatiefase

Dat snap ik inderdaad. En hoe ben je bij Hipperz uit gekomen?

Toevallig ken ik de eigenaresse - Carolyne - van vroeger. Ik ken haar niet heel goed, maar we zijn wel Facebook vrienden. Ze deelt daar wel eens berichten van Hipperz en uit nieuwsgierigheid ben ik daar eens een kijkje gaan nemen. Toen zag ik verschillende leuke tassen en heb ik er uiteindelijk ook eentje besteld.

Dat is nog eens een leuke reden. En volg je de Facebook pagina nu zelf ook?

Ja ik ben ze ook gaan volgen om te kijken of er nog eens wat voorbij komt.

En volg je ze nog op andere social media?

Nee ik zit eigenlijk alleen op Facebook.

Overwegingsfase/verwachtingsfase

Dat is prima. En welke verwachtingen heb jij bij een webshop die tassen verkoopt?

Dat ze tassen verkopen met een goede kwaliteit, dus stevig en sterke tassen. En dat het een goede uitstraling heeft door de beeldvorming, dus kleuren, lettertype en foto's van de producten.

En wat was je eerste indruk van Hipperz?

Dat het een hele mooie website is.

Wat vond je er zo mooi aan?

Dat het heel overzichtelijk is met snelle zoekfuncties en dat ze geen schreeuwende kleuren hebben gebruikt.

En wat bedoel je met snelle zoekfuncties?

Dat je niet lang hoeft te zoeken naar wat je wilt. Dus dat je met een paar klikken bij bruine shoppers kunt zijn bijvoorbeeld.

Oké duidelijk en voldeed Hipperz aan de verwachtingen die je vooraf had?

Helemaal, had niet iets dat ik miste.

En welke informatie vindt je op zo'n website belangrijk?

Kleurvermelding, prijsvermelding, maten, materiaalkeuze, merken en hoe ze verzenden.

Kon je deze informatie ook terug vinden op de website van Hipperz?

Ja dit stond er allemaal bij vermeld.

Dus je miste niks kwa informatie?

Niet dat ik mij herinner.

Oké en heb je nog aanvullingen of verbeteringen?

Nee ik vond het zo al een prettige website.

Aankoop bij Hipperz

Duidelijk. En wat was de reden dat je uiteindelijk voor Hipperz hebt gekozen?

Uit gemak eigenlijk wel. Ik was daar aan het kijken, zag een leuke tas en heb besloten die maar meteen te bestellen.

Dus je hebt ook niet ergens anders gekeken?

Nee voor deze aankoop niet.

Doe je dat normaal wel?

Meestal wel, dan vergelijk ik wel websites of in de winkel.

Waar vergelijk je dan op?

Meestal prijs/kwaliteitverhouding. Dus waar ze een goede tas voor een schappelijke prijs hebben.

Oké duidelijk. En toen je eenmaal besloten had deze tas te kopen, verliep het aankoopproces vervolgens gemakkelijk?

Ja hoor, had daar geen moeite mee.

Oké en had je nog dingen anders of extra had willen zien?

Lastig, nee niet echt.

Zou u in de toekomst nog een aankoop doen bij Hipperz?

Ik sluit niets uit in de toekomst, maar ben niet zo'n winkelaar.

Service

Dat kan. En als we kijken naar de service die Hipperz geleverd heeft, ben je daarmee tevreden?

Een dikke ja.

En waarom ben je zo tevreden?

Omdat alles op de website zo makkelijk ging en ze de tas zeer netjes geleverd hebben.

Hebben ze op de afgesproken dag geleverd?

Ja, ze beloven dat de tas de volgende dag in huis is en dat klopt ook.

Goed om te horen en heb je de klantenservice nog nodig gehad?

Nee, maar daarmee zal het vast en zeker ook goed zitten.

Waarom denk je dat?

Omdat ze de rest zo netjes en goed geregeld hebben, dan zou het gek zijn als de klantenservice slecht geregeld is.

Dus ik kan hieruit opmaken dat je geen aanvullingen hebt om de service te verbeteren.

Nee met dezelfde reden als net, het is goed geregeld denk ik.

Loyaliteit

Ja ik snap je. En iets anders, heb je na je aankoop nog een review achter gelaten?

Nee, daar had ik op dat moment geen tijd voor. Maar eigenlijk doe ik dat nooit.

Waarom doe je dat nooit?

Ik denk er nooit aan op het goede moment.

Zou een herinnering daarbij helpen?

Als die op het goede moment binnenkomt wel ja. Maar niet als ik even snel mijn mail moet lezen en weer door moet met iets anders, dan zou ik het alsnog vergeten.

En als er een beloning tegenover staat, bijvoorbeeld korting op de volgende aankoop?

Ik koop daarvoor veelte weinig, dus dat zou geen prikkel voor mij zijn.

Goed om te weten. Stel dat je wel een review had achter gelaten, zou je dan aangegeven hebben dat je tevreden bent met Hipperz of heb je nog aanpassingen?

Dan zou ik dik tevreden zijn en dat ook zo beschreven hebben.

Oké duidelijk. Dan heb ik hier nog het volgende. Ik heb drie tabellen hier bij me, die ik graag zou willen invullen. De eerste tabel bestaat uit een aantal factoren die jou er mogelijk van kunnen weerhouden een aankoop bij een webshop te doen. Zou je per factor op een schaal van 1 tot en met 5 kunnen aangeven of deze jou weerhouden of totaal niet.

En 1 is dan niet en 5 heel veel?

Ja dat klopt.

Duidelijk.

De eerste factor is geen contact met winkelpersoneel. Zou dat jou weerhouden?

Nee een 1, dus niet weerhouden.

Waarom niet?

Ik heb ze niet perse nodig om mijn keus te maken. In een winkel heb ik ze daar ook eigenlijk niet echt nodig.

Duidelijk, dan is de volgende de levertijd, kan jou dat weerhouden?

Afhankelijk van hoe lang de levertijd is, dus een neutrale 3.

En wat vindt jij dan een lange levertijd?

Dan moet ik wel denken aan twee weken. Als dat erbij staat dan vraag ik mij af waarom het in hemelsnaam zo lang zou moeten duren.

Dan haak je wel af?

Ja, de meeste dingen kun je tegenwoordig ook wel ergens anders krijgen.

Duidelijk. Ik zie dat we nog geen cijfer hiervoor hebben, wat zou je dit geven?

Een 4.

Goed, dan gaan we door met een beperkt assortiment, kan dat jou weerhouden?

Natuurlijk, ze moeten wel keus hebben, anders wordt de kans dat er iets leuks tussen zit wel klein.

Oké en welk cijfer geef je hieraan?

Een 4, het zou mij best wel kunnen weerhouden.

Oké en dan voor deze tabel de laatste, geen of slechte reviews, weerhoudt jou dat?

Heel erg.

Dus een?

5, jazekeer een 5.

Waarom weerhoudt jou dat?

Aangezien je het product niet kunt voelen of van te voren kunt bekijken, is het toch wel een gok als je besteld. Want wat komt er binnen? Dus als andere mij al voor zijn gegaan en hun mening daarover hebben gedeeld, dan is het dom om een gegeven paard in de bek te kijken.

Dus als mensen er slecht over schrijven dan bestel jij niet?

Dat klopt, dan ga je het gevaar opzoeken.

En als er geen reviews zijn?

Dan neem ik misschien nog wel de gok, maar slechte reviews vind ik helemaal doorslaggevend.

	1	2	3	4	5
Geen fysiek contact met personeel	x				

levertijd				x	
Een beperkt assortiment				x	
Geen of slechte reviews					x

Oké duidelijk. Dan heb ik hier nog een iets kleinere tabel. Deze gaat over website veiligheid en heeft een aantal stellingen die ook op jou van invloed kunnen zijn. Kun je aangeven hoeveel invloed op een schaal van 1 tot en met 3? 1 is dan weinig en 3 heel veel.

Ja.

Dan is de eerste: de webshop oogt onveilig. Welke score geef je die?

Een 3, want dat heeft best veel invloed.

Waarom heeft dat veel invloed?

Je wilt niet dat de verkeerde mensen met je bankgegevens of identiteit aan de haal gaan. Ook al laat je waarschijnlijk niet zoveel gegevens achter, je wilt toch dat alles veilig gebeurt.

En hoe zie je dan of het veilig is?

Het slotje in de website-balk geeft aan of het een veilige verbinding is, dus daar let ik wel op. Ook geef ik zelf niet al mijn gegevens weg, dus als ze te veel persoonlijke dingen vragen, dan vul ik die niet in.

Wat goed inderdaad. Dat past bij de volgende stelling: je hebt het gevoel dat je gegevens niet worden gewaarborgd, heeft dan nog invloed?

Ook een 3, wat ik al zei je wilt niet dat ze je identiteit overnemen. Ik let daar altijd wel extra op.

Altijd goed. Dan de laatste, je vertrouwen in de webshop is laag, heeft dat invloed op jou?

Wederom een 3, ik vind ze allemaal even belangrijk.

Waarom vindt je die laatste ook belangrijk?

Als ik het niet vertrouw dan zou ik al bij voorbaat bang zijn dat mijn levering niet aankomt, waar ik dan wel voor betaald heb. En dat je dan niemand zou kunnen bereiken.

Dat is geen fijne situatie inderdaad, waar let je dan op om te zien of het betrouwbaar is?

De consumentenbond waarschuwt altijd om niet te bestellen bij webshops zonder een keurmerk. Dus daar let ik altijd wel op. En of ze meerdere mogelijkheden hebben om hen te bereiken.

	1	2	3
De webshop oogt onveilig			X
U heeft het gevoel dat uw gegevens niet worden gewaarborgd op de webshop.			X
Uw vertrouwen in de webshop is laag			X

Helder. Dan gaan we door met de derde en laatste tabel. Hierin een aantal factoren die van invloed kunnen zijn wanneer jij een keus maakt om ergens te bestellen. Kun je dit keer weer op een schaal van 1 tot en met 3 aangeven? Waar 1 geen invloed heeft en 3 heel veel invloed heeft.

1 is geen invloed dus?

Dat is hem ja.

Oké begin maar.

De eerste is de mening van mensen om je heen of van andere door middel van reviews. Vindt je dat belangrijk bij het maken van keuzes?

Ja heel erg. Zoals ik al aangaf bij de reviews is het alleen maar fijn als mensen hun ervaring delen. En als het dan vanuit een betrouwbare bron komt, dus van familie bijvoorbeeld, dan is dat alleen maar beter. Je bent dan gek als je die tips links laat liggen.

Oké en welk cijfer vindt je dit dan waard?

Toch wel een 3.

Duidelijk, dan gaan we door met de volgende: de kennis en ervaring die een webshop heeft. Vindt jij het belangrijk dat ze die hebben?

Zeker wel ja, deze geef ik een 3. Als ze kwaliteit verkopen, moeten ze weten waarover ze praten en je met elke vraag kunnen helpen.

Begrijpelijk. Dan de volgende een beperkte oplage, dus dat een product bijna uitverkocht is of juist maar een x-aantal tassen verkoopt.

Nee, dat is voor mij niet belangrijk. Hoogstens een keer in de sale dat ik een tas sneller bestel, omdat die anders uitverkocht is. Maar dan speelt de prijs mee. In normale tijd maak ik liever een overwogen keus en die laat ik ook niet afhangen van het feit dat iets 'exclusief' is.

Duidelijk en welk cijfer geef je dit?

Door het puntje van de sale wil ik het geen 1 geven, maar een 2.

Oké, dan nummer 4 loyaliteit aan een bepaald merk, heeft dat invloed op jou?

Ik ben wel iemand die ergens blijft terug komen, omdat ik daar een prettige ervaring heb gehad.

Dus welk cijfer geef je dit?

Ik geef dat zeker wel een 3.

En heb je dan ook nog bepaalde voorkeuren, voor bijvoorbeeld merken?

Ja die dragen daar wel aan bij. Dat is de volgende al zie ik. Geef die ook maar alvast een 3.

Ja het was de volgende al, de vraag volgde de vorige zo mooi op.

Inderdaad. En ik heb zeker zo mijn voorkeuren, dus meestal bestel of koop ik bij dezelfde winkel dezelfde merken.

Dat is dan helemaal duidelijk. Dan het volgende punt, wederkerigheid. Dus dat jij iets voor een webshop doet, bijvoorbeeld inschrijven voor de nieuwsbrief en dan korting terugkrijgt of iets anders, waardoor je daar een aankoop doet. Snap je?

Ja ik snap hem, kan dit dan ook die beloning voor het schrijven van een review zijn?

Ook ja.

Die zou ik dan weer niet zo snel doen, wellicht inschrijven voor een nieuwsbrief wel. Maar ik volg het liever op Facebook dan al die aparte mailtjes. Maar mocht ik iets nodig hebben, dan zou ik het er eventueel wel voor over hebben.

Wat voor cijfer past hier dan bij?

Toch wel een 2.

Oké dan door met de laatste, dat is eenheid. Dus het gevoel dat je ergens bij wilt horen en daarom iets aanschaft.

Nee, dat is op mijn leeftijd wel een beetje over. Ik koop liever iets dat ik heel mooi vind en daarom heel lang gebruik, dan dat ik met een trend of groep mee ga en het na 6 maanden zat ben. Dus geef dat maar een lage 1.

	1	2	3
--	---	---	---

Sociale bewijskracht (reviews, meningen van vrienden)			x
Autoriteit (Kennis en ervaring)			x
Schaarste (beperkte oplage)		x	
Loyaliteit aan een merk (bijvoorbeeld eenmaal klant, altijd klant)			x
Sympathie voorkeur (voorkeur hebben voor een bepaald merk)			x
Wederkerigheid (iets terugdoen)(korting gekregen, hierna overgaan tot aankoop)		x	
Eenheid (groepsgevoel, erbij willen horen)	x		

Oke, helemaal duidelijk. Bedankt dat je de vragen met mij wilde doorlopen.
Geen probleem.

Interview respondent 15 – huidige klant

Hoi, super fijn dat je meewerkt aan dit interview.

Tuurlijk.

Voor wat achtergrondinformatie, zou ik eerst je leeftijd mogen weten?

Ik ben 36 jaar.

(Zelf ingevuld: geslacht vrouw)

Mooi, dan gaan we meteen door naar de vragen. Wat heb je precies bij Hipperz gekocht?

Zo'n klein tasje dat over je schouder gaat en te gebruiken is voor een dagje weg.

En was dit de eerste keer dat je iets bij Hipperz besteld hebt?

Vooralsnog wel, was zeer tevreden dus zie meer aankopen in de toekomst wel komen.

Dat is goed om te horen. En met welke redenen koop jij tassen?

Goede vraag! Tassen heb je nooit genoeg en vaak gebruik ik ze om een outfit compleet te maken of voor een bepaalde gelegenheid.

Wat voor soort gelegenheden heb je het over?

Een festival, bruiloft, kerstgala, dat soort momenten.

Oriëntatiefase

Duidelijk en hoe heb je Hipperz gevonden?

Een goede vriendin van mij heeft er wel eens wat besteld.

En toen dacht je meteen daar moet ik ook kijken?

Niet direct, maar later was ik wat aan het online shoppen en toen dacht ik er weer aan.

En heb je ook op social media gekeken naar Hipperz?

Ik heb ze op Instagram later nog even opgezocht, zag er leuk uit!

Heb je ze toevallig ook op Facebook opgezocht?

Nee dat niet, ik vind Instagram beter om foto's te kijken.

Overwegingsfase/verwachtingen

Dat kan ik begrijpen ja. En even los van Hipperz, welke verwachtingen heb jij bij een webshop die dit soort producten - dus tassen en dergelijke - verkoopt?

Dat ze kwalitatief goede tassen hebben en dat ze ook modieus zijn.

En wat versta jij onder kwalitatief goed?

Even denken, mooie en duurzame materialen waardoor de tas een lange levensduur heeft.

Mooi verwoord.

Ja he.

En was jou indruk van Hipperz?

Dat ze heel veel aanbod hadden, ook heel divers. En dat ze dit toch heel overzichtelijk weten weer te geven dat vind ik knap.

Wat maakt het voor jou overzichtelijk?

Dat je in het overzicht alleen foto's van tassen ziet en de prijs. Soms hebben websites daar al meer informatie over producten erbij staan, dat maakt het rommelig. Dit kon overigens wel als je de layout aanpaste, maar dat heb ik dus niet gedaan.

Hoe bedoel je dat?

Je kan op de website het overzicht aanpassen. Dus je kan ervoor kiezen om 3 tassen naast elkaar weer te geven of telkens een enkele tas en dan onder elkaar. Als je voor die optie kiest zie je al een stukje van de beschrijving ernaast staan.

Ah op die manier en dat vindt jij minder?

Ja ik wel, maar misschien vinden anderen dat juist prettig. Gelukkig is de keus er.

Ja inderdaad. En kwam jouw indruk overeen met wat je verwacht van een website of niet?

Jazeker. Hipperz verkoopt tassen van een bepaalde kwaliteit, hebben keus genoeg en de tassen passen bij deze tijd. Dus ze hadden zelfs meer dan wat ik had kunnen verwachten.

Positief. Had je dingen nog anders willen zien op de website?

Op dit moment kan ik zo 1,2, 3 niks bedenken. Zou misschien de witte achtergrond veranderen, maar dat is een kwestie van smaak.

Dat is smaak ja. Maar dan valt het aantal aanpassingen gelukkig wel mee.

Ja, weet verder niet echt iets.

Dat is ook wel een goed teken. Je zei net al iets over beschrijvingen van tassen, dat brengt mij bij de volgende vraag, welke informatie vindt jij belangrijk?

Voor tassen is dit toch wel de kleur, maatvoering, materiaal, merk en prijs.

En kon je deze informatie ook terugvinden bij Hipperz?

Volledig compleet.

Dus je hebt op dat vlak geen aanvullingen?

Nee, alles wat ik wilde weten stond erbij.

Aankoopproces

Goed om te horen. Even terug naar je aankoop bij Hipperz, wat is de reden dat je voor Hipperz koos?

Omdat ze niet te veel vragen voor de tassen die ze verkopen en omdat die vriendin van mij er zo'n goed gevoel bij had.

Dus de prijs/kwaliteitsverhouding is goed?

Ja, wat ik ervan zie wel, maar ben geen expert hoor.

Nee snap ik. Heb je ook nog andere winkels overwogen om de tas aan te schaffen?

Nee daar heb ik niet naar gekeken.

Weetje waarom niet?

Weet ik niet zo goed. Heb ik niet echt aan gedacht. Soms doe ik dat wel, maar dit keer heb ik zonder verder te kijken bij Hipperz besteld.

En waar let je dan op als je het wel zou doen?

Of het ergens anders goedkoper is natuurlijk.

Dus specifiek voor de prijs?

Niet alleen, ook kijk ik wel naar gratis levering en terug sturen. Maar meestal is dat bij de bedragen die je voor dit soort tassen neerlegt wel gratis.

Oke en toen je besloten had de tas bij Hipperz te komen, verliep toen het proces gemakkelijk?

Ja dat was simpel.

En heeft Hipperz nog verbeterpunten in jou ogen?

Wat mij betreft werkt alles goed zo, maar ik ben geen webshop-expert.

Oké en zou je nog extra's bij Hipperz willen zien?

In principe mis ik niks, maar wellicht andere accessoires zoals shawls en sokken.

Dus het assortiment accessoires uitbreiden?

Ja dat zou mij wel leuk lijken.

Goede tip om mee te nemen. Dit alles, zou je nog een keer een aankoop doen bij Hipperz?

Als ik een nieuwe tas "zoek", ga ik zeker op de site kijken.

Service

En als je kijkt naar de service, ben je daar tevreden over?

Ja! Snelle leveren en tas wordt als een cadeautje verpakt, dat is echt een dikke plus. En de tas was dik in orde, dus kan je verder niks vertellen over het terug sturen.

Dat is prima. Wordt het pakket op de juiste dag geleverd?

Ja, het was er ontzettend snel.

Mooi zo, heb je dan zelf nog verbeterpunten?

Op het gebied van de service niet. Had al niet verwacht een cadeautje te krijgen, dus ook dit was beter dan mijn verwachtingen.

Loyaliteit

Dat is allemaal positief om te horen. Heb je deze positiviteit ook gedeeld op de website in de vorm van een review?

Ja dat heb ik gedaan.

Wat heb je daarin gezet?

Eigenlijk een mini samenvatting van wat ik jou allemaal vertel. In essentie dat de tassen erg goed zijn en leuk verstuurd worden.

Oké en met welke reden heb je een review achter gelaten?

Als een soort bedankje naar de eigenaren. Zij mogen ook wel eens horen dat ze het heel goed doen. En natuurlijk voor andere die nog twijfelen om hier te bestellen. Dan wil ik ze laten weten dat dat een goede keus zou zijn.

Dat is een goede reden. Oké dan heb ik nog wat bij me. Ik heb een tabel, drie in totaal, met een aantal punten waarop ik jouw mening wil horen. De eerste gaat over factoren die jou ervan kunnen weerhouden om een aankoop bij een webshop voor tassen te doen. Zou je mij kunnen vertellen in hoeverre deze factoren jou kunnen weerhouden? Op een schaal van 1 tot en met 5? Hierbij is 1 weinig invloed en 5 juist veel invloed. Snap je?

Ja het is duidelijk.

Oké de eerste factor is geen contact met het personeel. Zou dat jouw weerhouden?

Dit is voor mij een 1, dus geen invloed.

Waarom heeft dit geen invloed?

Ik maak heel makkelijk mijn keuzes online en hoef daarbij geen contact met personeel te hebben.

Duidelijk. Dan de volgende, de levertijd, heeft deze invloed op jouw keus?

Dit is voor mij ook een 1. Ik ga er wel vanuit dat bijna elk bedrijf wel binnen 3 dagen levert. Ik check het wel, maar meer om te kijken wanneer ik het kan verwachten.

Dus het is voor jou niet belangrijk omdat bijna elk bedrijf dezelfde tijden hanteert?

Ja precies.

Helder dan. Even kijken, de volgende is een beperkt assortiment? Heeft dat invloed?

Dit is voor mij een 3, gaat erom of het leuk is ja of de nee. Ik vind het wel fijn om meer keus te hebben, maar als ze wel een leuke tas verkopen, dan hoor je mij niet klagen.

Begrijpelijk. Dan geen of slechte reviews, heeft dan invloed op jou?

Dit is voor mij een 5, dus veel invloed jou. Als mensen je al waarschuwen om er niet te bestellen, ga ik daar niet bestellen. Ik heb vooraf bij Hipperz ook even gekeken naar de reviews en die waren allemaal goed.

	1	2	3	4	5
Geen fysiek contact met personeel	x				
Levertijd	x				
Een beperkt assortiment			x		
Geen of slechte reviews					x

Duidelijk. Dan gaan door naar de tweede tabel. Deze is gericht op website veiligheid. Zou je kunnen aangeven of de volgende stellingen invloed hebben op jouw keus om ergens te bestellen? 1 is hier geen invloed en 3 veel invloed.

Ja is goed.

Oké de eerste is dat de website onveilig oogt, beïnvloed dat jouw keus?

Dit beïnvloed mijn keus zeer zeker en dit is voor mij een drie.

En waarom beïnvloed dit jou zo veel?

Zou jij ergens betalen waar het niet veilig is?

Nee, maar vraag het nu aan jou.

Het voelt gewoon zo logisch, anders ben je straks veel meer geld kwijt dan de bedoeling was.

En waar let je dan op?

OF je geen meldingen krijgt van 'deze verbinding is niet veilig of privé' en of je niet naar een vreemd betaalscherm gaat. Eigenlijk alles wat niet 'normaal' oogt.

Duidelijk. Dan door met de volgende: je hebt het gevoel dat je gegevens niet worden gewaarborgd, heeft dat invloed op jou?

Ja, ook een drie.

Waarom een drie?

Het lijkt mij een eng idee als er een vreemde met mijn gegevens aan de haal gaat, wie weet aan wie ze het verkopen en waarvoor het gebruikt gaat worden.

Zeker en heb je nog manieren om hierop te letten?

Ik geef niet altijd al mijn gegevens als ze erom vragen. Bijvoorbeeld telefoonnummer geef ik soms niet, want voor pakketbezorging lijkt het mij niet heel relevant.

Oké duidelijk. Dan de laatste, je vertrouwen in de webshop is laag. Heeft dat invloed?

De laatste 3 dan meteen, dit heeft ook zeker invloed.

Waarom?

Ik wil wel dat ik de producten geleverd krijg waarvoor ik betaald heb, dus dat de goede spullen aankomen en ook dat het helemaal in orde is, dus niks kapot. Of erger nog dat het helemaal niet aankomt. Daar zit ik niet op te wachten.

En heb je nog manieren om het vertrouwen in de webshop in te schatten?

Ik let voornamelijk op het keurmerk, dit is voor mij wel het beste signaal om te bepalen of het betrouwbaar is.

	1	2	3
De webshop oogt onveilig			x
U heeft het gevoel dat uw gegevens niet worden gewaarborgd op de webshop.			x
Uw vertrouwen in de webshop is laag			x

Oké duidelijk. Dan heb ik nog één laatste tabel. Deze bevat factoren die voor jou invloed kunnen zijn bij het doen van een aankoop. Je kan kiezen tussen 1 tot en met 3 net zoals de vorige tabel.

Is goed.

De eerste factor is sociale bewijskracht. Onder sociale bewijskracht valt bijvoorbeeld reviews en meningen van vriendinnen of familie. Heeft dit invloed op jou?

Dit geef ik een 2, het bepaald niet mijn koopgedrag, want uiteindelijk bepaal ik zelf of ik tot aankoop overga, maar het kan wel een duwtje in de rug geven. Want ik ben wel via een vriendin bij Hipperz gekomen.

Dat is waar. Dan de volgende de kennis en ervaring van de winkel, heeft dat invloed op jou keus?

Ligt eraan welk product het is en hoever mijn kennis is over het product, ik weet bijvoorbeeld niks over auto's dan is het fijn dat de verkoper mij alles kan vertellen over hoe en wat. Bij een tas kan het zo zijn dat ik dan uitleg krijg over het behouden van het materiaal, iets wat ik dan zelf alweer weet en niet perse de kennis van de verkoper voor nodig heb, snap je?

Ja ik snap je. En welk cijfer zou je hiervoor geven?

Omdat het toch meer om de tassen draait een 2. Het is fijn als ze wat tips kunnen meegeven, maar ik weet wel al het een en ander, dus heeft het geen grote invloed.

Oké duidelijk, dan is de volgende factor schaarse.

Hiervoor geef ik een 3. Ik hou van exclusieve tassen, dat ik dan een van de weinige ben die een bepaalde tas heeft, dat vind ik wel gaaf.

Snap ik wel, maakt je een beetje uniek.

Ja precies.

Oke dan is de volgende loyaliteit, blijf je bijvoorbeeld klant bij een winkel waar je al eens eerder gekocht hebt?

Nouja zolang de kwaliteit goed is en ze tassen hebben die ik wel zou willen hebben, dan sluit ik het niet uit. Dus dit geef ik een 3.

Oké en heb je een voorkeur een bepaald merk?

Hier vul ik ook een 3 in, want ik heb wel wat vaste koopjes wat sommige producten betreft, deze koop ik altijd van een bepaald merk.

Kan je een voorbeeld noemen?

Nou ik koop altijd hetzelfde merk tandpasta, shampoo en kleding van de mango.

Duidelijk, de volgende is wederkerigheid, heeft het invloed op je koopgedrag als de winkel je bijvoorbeeld korting geeft nadat je hebt ingeschreven op de nieuwsbrief of je een verjaardagskaartje stuurt.

Hier vul ik ook een 3 in, bij zo kaartje blijft het merk toch in je hoofd zitten en ben je eerder geneigd daar eerst te kijken. En korting is altijd leuk om te krijgen.

Duidelijk, De laatste is eenheid, heeft invloed als iedereen een bepaalde tas heeft?

Nee dit geef ik een 1 Ik wil graag tassen kopen die niet iedereen heeft.

	1	2	3
Sociale bewijskracht (reviews, meningen van vrienden)		x	
Autoriteit (Kennis en ervaring)		x	
Schaarste (beperkte oplage)			x
Loyaliteit aan een merk (bijvoorbeeld eenmaal klant, altijd klant)			x
Sympathie voorkeur (voorkeur hebben voor een bepaald merk)			x
Wederkerigheid			x

(iets terugdoen)(korting gekregen, hierna overgaan tot aankoop)			
Eenheid (groepsgevoel, erbij willen horen)	x		

Nou dit was het interview, ik wil je bedanken voor je antwoorden en gezelligheid.
 Geen probleem! Succes nog.

Interview respondent 16 – huidige klant

Hi, fijn dat je mij wilt helpen door dit interview te doen.

Geen probleem.

Super, voordat we beginnen vraag ik altijd eerst naar iedereens leeftijd, zou ik die van jou ook mogen?

Ja hoor, dat is 41.

(Zelf ingevuld: geslacht = vrouw)

Oké, genoteerd. Ik heb je uitgenodigd voor dit interview, omdat je een tas bij Hipperz hebt aangeschaft.

Dat klopt.

Wat voor tas was dit?

Een hele mooie shopper.

En met welke reden heb je deze shopper gekocht?

Om te gebruiken voor werk.

Duidelijke reden en koop je nog wel eens met andere redenen een tas?

Ik koop ook tassen zodat ik bij verschillende outfits een ander tasje kan meenemen.

Oké en koop je ook wel eens een tas als cadeau?

Nee dat vind ik lastig.

Waarom vindt je dat lastig?

Ik heb dan geen idee wat ik voor iemand moet uitzoeken, vinden ze het wel mooi?

Lastig omdat je iemands smaak moeilijk kunt inschatten?

Ja precies.

Duidelijk en was dit de eerste keer dat je bij Hipperz besteld hebt?

Nee, hiervoor ook al eens. Ik was toen erg tevreden, dus heb ik hier nog eens besteld.

Waarmee was je precies tevreden?

De snelle levering en de service.

Oriëntatiefase

Oké dan gaan we daar zo nog even op verder. Eerst even, hoe ben je de eerste keer bij Hipperz terecht gekomen?

Ik zocht een leuke werktas en ben op google gaan rondkijken en toen kwam Hipperz daarop voorbij.

Waarop heb je toen gezocht?

Dat weet ik niet precies meer, maar mezelf kennende, zal het iets in de richting van shopper zijn geweest - is mijn favoriete model - en kleur.

Duidelijk en toen je eenmaal op de Hipperz websites was, welke informatie vond je toen belangrijk om te lezen?

Allereerst de prijzen van de tassen en of ze meerdere kleuren van bepaalde tassen hebben, met daarbij duidelijke foto's. En wat de leverings- en retourkosten zijn.

En kon je deze informatie snel vinden?

Ja, alles stond netjes bij de informatie naast de tas vermeld.

Dus je hebt geen informatie gemist?

Nee, niet dat ik weet. Logisch, anders had ik het wel geweten.

Inderdaad ja. En heb je ook nog informatie opgezocht via social media?

Ja om naar de foto's van de tassen te zien.

Op welke kanalen heb je toen gekeken.

Voornamelijk Instagram en een klein beetje op Facebook.

Waarom heb je het meest op instagram gekeken?

Daar kun je wat sneller wisselen tussen foto's, op FB moet je al die diverse berichten langs.

Overwegingsfase

Snap ik ja. Oké, dan even los van Hipperz, wat voor verwachtingen heb jij bij een webshop die dit soort assortiment verkoopt.

Wat voor verwachtingen ik daarbij heb... Toch wel een goede prijs-kwaliteitverhouding, een goede service en breed assortiment.

En wat is voor jou een goede prijs-kwaliteit?

Dat je niet te veel neergelegd voor een degelijke tas, maar wel een eerlijke prijs betaald. Ik koop liever een iets duurdere tas die lang meegaat dan een goedkope die na een half jaar al losse stiksel enzo heeft.

Oké duidelijk en wat is voor jou een breed assortiment?

Verschillende modellen en kleuren vind ik belangrijk. En dan niet van elk model maar 3 tassen, daarin moet natuurlijk ook wat keus zijn.

Dus eigenlijk veel verschillende tassen?

Ja, iedereen heeft zo zijn eigen wensen waaraan een tas moet voldoen lijkt me, dus als tassenwinkel moet je aan zoveel mogelijk van die eisen tegemoet komen denk ik. En dat kun je doen door een breed assortiment aan te bieden. Lijkt mij overigens niet makkelijk hoor, maar goed dat is een ander verhaal.

Nee inderdaad. En even terug naar Hipperz, wat was jou eerste indruk van de webshop?

Om even terug te komen op het voorgaande ze hebben veel tassen, dus veel keus. En ze hebben deze duidelijk ingedeeld. Dus ik had direct wel een positieve indruk.

Dus je indruk van Hipperz kwam wel overeen met wat jij van een tassen webshops verwacht?

Ja zeker, ze hebben mij in niks teleurgesteld.

Heb je dan nog verbeterpunten voor webshop of website, of dat niet?

Niet zo zeer, wat ik wel gemerkt heb is dat het gebruik van de webshop via je mobiel wat lastiger gaat.

Wat is er dan lastig aan?

Je doet er wat langer over om alle tassen te bekijken omdat ze allemaal onder elkaar staan. Het is wat minder overzichtelijk zeg maar. Hierdoor werd ik het wat sneller zat dan op de website.

Aankoopproces

Ik snap je ja, ik zal het meenemen in het onderzoek. Even terugkomend op je aankoop bij Hipperz, heb je tijdens je zoektocht nog andere webshops overwogen?

Ja ik heb wel even bij The Little Green Bag gekeken.

Waarom heb je daar ook gekeken?

Omdat ik daar ook al eerder iets had besteld, maar uiteindelijk niet gedaan omdat ik daar de vorige keer geen goede ervaring mee had.

Als je er geen goede ervaring had, waarom besloot je dan toch nog een keer te kijken?

Omdat ik ook mensen ken die daar wel een prima ervaring hadden en om even naar de prijs te kijken.

Dus eigenlijk vanwege de verhalen van andere en om te vergelijken?

Ja precies.

En wat was de reden dat je dan toch voor Hipperz koos?

Omdat ik daar wel een goede ervaring had, voor de prijs maakte het niet uit en ze leveren snel en gratis.

Super en toen je eenmaal besloten had te bestellen, verliep het aankoopproces toen goed?

Dat ging verder prima, gewoon zoals het hoort te gaan.

Wat bedoel je daarmee?

In winkelmandje, gegevens invullen, bestellen, betalen en verzenden. Het standaard riedeltje.

Op die manier. Zijn extra's die je bij Hipperz zou willen zien?

Nou het inleveren van een Fashioncheque zou een goede toevoeging zijn. Ik krijg er wel met enige regelmaat eentje, dus het zou leuk zijn om deze in te leveren voor zo'n tas.

Dat is zeker een goede die ik ook zal meenemen.

Dit alle gegeven zou je in de toekomst nog een aankoop doen bij Hipperz?

Ja, dit vanwege de snelle levering en prijskwaliteit verhouding. Zou ik graag nog een aankoop doen bij Hipperz.

Service

En ben je tevreden over de service die Hipperz geleverd heeft?

Ja, zoals ik al zei leveren ze snel en het kwam in een leuke verpakking binnen.

Dat is positief, dus het pakket werd op de juiste dag geleverd?

Zeker.

En heb je de klantenservice nog nodig gehad?

Gelukkig niet.

Deze vraag is al bijna overbodig, maar stel hem toch, heb je nog aanvullingen of verbeterpunten voor de service?

Nee hoor, zoals het nu is, is het goed.

Loyaliteit

Mooi zo. En heb je na je aankoop een review achtergelaten?

Nee, nog nooit over nagedacht, maar volgende keer zou ik het zeker doen.

Waarom ga je het volgende keer wel doen?

Omdat ik zeer tevreden ben over mijn bestellingen daar, dat mogen andere best weten. En dan help ik Hipperz ook weer verder met een nieuwe positieve review.

En zou je dan in de review aangeven dat je algehele ervaring positief is?

Ja zeker! En een stukje over de levering en verpakking zou ik daar nog bij zetten.

Duidelijk en zou een herinnering jou daarbij nog helpen?

Dat kan wel fijn zijn om er echt even voor te gaan zitten.

Goed om te weten, dan heb ik hier nog iets bij me. Dit zijn 3 tabellen die ik samen zou willen invullen. De eerste gaat over factoren die jou er mogelijk van kunnen weerhouden een aankoop bij een webshop voor tassen te doen. Zou je kunnen aangeven of deze jou weerhouden, en zo ja, hoe erg? Hierbij is 1 totaal niet en 5 heel erg.

Oke duidelijk.

Mooi, dan is de eerste factor geen contact met personeel. Zou dat een factor zijn die jou kan weerhouden?

Het is wel handig als ze er zijn om een vraag te stellen, maar dat zou voor mij dan ook het enige zijn. Verder mis ik dat niet heel erg, dus een 2.

Zou je online geen vragen stellen?

Dat wel hoor, maar dan moet je weer even wachten op je antwoord. In een winkel heb je dit direct, snap je? Maar het is zeker niet zo dat ik daardoor geen mailtje zou sturen.

Bellen is soms ook een optie, in ieder geval bij Hipperz.

Ah kijk, daar had ik nog niet over nagedacht. Als ze direct opnemen dan valt mij hele argument in duigen.

Wil je je cijfer dan nog aanpassen?

Nee hoor, blijf er bij.

Oké dan de volgende de levertijd, kan deze jou weerhouden?

Ja, een snelle levering heeft zeker mijn voorkeur, dus dit geef ik een 4.

Wat versta jij onder een snelle levering?

Toch wel meer dan een week voor iets wat uit Nederland komt. Ik verwacht wel dat het pakket binnen 2 á 3 dagen geleverd is.

Duidelijk. Dan de volgende een beperkt assortiment, weerhoudt jou dat?

Dit gaat erover of het mij weerhoudt toch?

Ja.

Ik had daarstraks gezegd dat ik het wel belangrijk vindt dat een webshop een breed assortiment heeft, zodat er voldoende keus is. Maar op deze manier denk ik dat als ik een leuke tas zie, bij een

webshop die bijvoorbeeld alleen shoppers verkoopt - en dus geen uitgebreid assortiment heeft - dat dat mij niet zou weerhouden om daar te bestellen, snap je?

Dus als je nog geen keuze hebt gemaakt, maar je oriënteert wil je het liefst webshops zien met veel keus en als je al weet wat je wilt hebben, dan zou je het niet erg vinden ergens te bestellen met minder keus?

Precies, want dan hebben ze voor mij een leuke tas en maakt de rest minder uit.

Ik snap je. Welk cijfer zou je dit dan willen geven?

Een 2, vanwege de reden die ik net noemde.

Dan vullen we dat in. Dan de laatste in deze tabel, dat is geen of slechte reviews, zou dat jouw weerhouden?

Afhankelijk van wat er in de reviews staat, sommige mensen kunnen nogal snel klagen. Bijvoorbeeld als de tas geen rits heeft, terwijl dat duidelijk te zien is op de foto's en in de beschrijving. Maar als er staat dat leveringen niet of niet goed aankomen, dan zou mij dat wel kunnen weerhouden.

Dus als ik het goed begrijp zijn reviews over de producten minder doorslaggevend dan reviews over de webshop en haar service?

Ja precies dat.

Oké dan is dat duidelijk en welk cijfer zou je dit geven?

Omdat het toch wel afhankelijk is van wat mensen precies neerzetten in hun review, zou ik het een 3 geven.

	1	2	3	4	5
Geen fysiek contact met personeel		x			
Levertijd				x	
Een beperkt assortiment		x			
Geen of slechte reviews			x		

Super, dan gaan we door met de volgende tabel. Deze is gericht op website vertrouwen en hierin staan een aantal stellingen die daarmee te maken hebben. Zou je kunnen scoren hoeveel invloed deze op jou hebben bij het doen van een aankoop op bij een tassen-webshop? Je kunt kiezen tussen 1, 2 en 3, waarbij 1 heel weinig invloed is en 3 veel invloed.

Ik snap het.

De eerste stelling is dan: de webshop oogt onveilig.

Dat heeft behoorlijk veel invloed, dus een 3.

Waarom heeft dat veel invloed op jou?

Ik wil niet dat er tijdens het bestellen iets gebeurt, waardoor ze mee kunnen kijken en mijn bankrekening leegplunderen. Is maar een voorbeeld hoor, maar zoiets zie ik dan wel gebeuren.

En waar let je dan op als het om veiligheid gaat?

Een beveiligde verbinding, die herken ik aan het slotje in de adresbalk. En of ik op een juiste manier naar de pagina van mijn bank ga en of daar geen gekke dingen staan.

Duidelijk, dan is de volgende: je hebt het gevoel dat je gegevens niet goed worden gewaarborgd.

Heeft dat invloed op jou?

Dit heeft wel minder invloed, want ik zou er dan alsnog iets sneller bestellen, maar ik zou niet al mijn persoonsgegevens afgeven.

Hoe bedoel je?

Als ze vragen stellen die er niet toe doen en ik zou het idee hebben dat ze mogelijk deze gegevens doorspelen aan andere partijen, dan zou ik die niet invullen of onjuist.

Aan welke gegevens denk je dan?

Bijvoorbeeld mijn geboortedatum, of als ze je geboorteplaats willen weten. Ze kunnen ook verzenden zonder die gegevens.

Ik snap het ja, welk cijfer zou je dit dan geven?

Een 2 omdat het wel belangrijk is, maar minder essentieel in het wel of niet bestellen.

Duidelijk, dan door met de laatste stelling: je vertrouwen in de webshop is laag, heeft dat invloed?

Dat wel weer meer, ik moet erop kunnen vertrouwen dat de webshop doet wat hij zegt te doen.

En dat is?

De juiste pakketjes tijdig afleveren.

Oké en wat voor cijfer zou je dit geven?

Toch wel een 3, veel invloed.

En waar let je op om te zien of het wel betrouwbaar is?

Ik kijk wel eens op google of er klachten zijn die mensen op zo'n klachten website hebben neergezet. Daarnaast check ik of ze bereikbaar zijn voor het geval dat er iets fout gaat.

	1	2	3
De webshop oogt onveilig			x
U heeft het gevoel dat uw gegevens niet worden gewaarborgd op de webshop.		x	
Uw vertrouwen in de webshop is laag			x

Dat is duidelijk. Dan ben ik bij de volgende tabel aangekomen, deze is gericht op factoren die voor jou van invloed kunnen zijn bij het doen van een aankoop. Hierbij is 1 totaal niet van invloed en 3 heel erg van invloed. De eerste is de meningen van vrienden, familie en vreemden - zoals reviews -, vindt je die belangrijk bij het doen van een aankoop?

Behoorlijk belangrijk, naar de mening vrienden en familie luister ik vaak wel goed. Dus dit geef ik een 3.

Oké duidelijk, dan de volgende dat is kennis en ervaring van de webshop, heeft dat invloed op jou?

Het is fijn als ze het hebben, maar niet doorslaggevend in mijn keus. Ik heb meestal toch geen vragen over de tassen, dus dan merk ik er alsnog weinig van als ze het wel hebben.

En wat voor cijfer vindt je dit dan waard?

Ik geef het een één.

Duidelijk, dan de volgende schaarste, is dat van belang voor jou bij je aankoop?

Dit geef ik een 1, want dit vind ik niet zo belangrijk. Ik kijk daar eigenlijk nooit naar als ik iets bestel.

Helder, dan de volgende loyaliteit voor een webshop of merk. Bijvoorbeeld dat je er vaker besteld.

Toch wel een 2, ik heb wel een aantal webshops en winkels waar ik vaker koop, omdat ze mijn merken daar hebben en omdat ik daar een goede ervaring heb. Dan blijf ik zeker wel terugkomen, maar het is niet zo dat ik nooit ergens anders ga kijken en daar bestel. Soms hebben andere bedrijven ook hele leuke items, maar dat moet je dan wel ontdekken.

Snap ik. Dus heb je dan ook nog bepaalde voorkeuren, bijvoorbeeld voor merken? Dat is de volgende in de tabel.

Ja zeker, ik heb wel een aantal merken waarvan ik weet dat als je besteld, dat het goede tassen zijn, of andere dingen. Maar net zoals de webshops probeer ik daarin ook wel wat nieuws uit. Dus dit geef ik dan ook een 2.

Begrijpelijk, dan is de volgende wederkerigheid. Dus bijvoorbeeld dat de webshop iets voor jou doet - bijvoorbeeld korting - en dat je dan daar besteld?

Dat zou mogelijk wel van invloed kunnen zijn, maar wel onder voorbehoud dat ze iets leuks hebben.

Ik zou daar niet bestellen om het feit dat ik iets van hen heb gekregen.

Oké en wat voor cijfer zou je dit dan geven?

Een 2, ligt eraan welke webshop het is en of ze iets leuks hebben.

Dan zijn we alweer bij de laatste aangekomen. Dit is eenheid, het gevoel om erbij te horen, heeft dat invloed op jou keus?

Nee, ik koop niet echt iets alleen omdat iedereen het heeft. Dus een 1 voor deze.

	1	2	3
Sociale bewijskracht (reviews, meningen van vrienden)			X
Autoriteit (Kennis en ervaring)	X		
Schaarste (beperkte oplage)	X		
Loyaliteit aan een merk (bijvoorbeeld eenmaal klant, altijd klant)		X	
Sympathie voorkeur (voorkeur hebben voor een bepaald merk)		X	
Wederkerigheid (iets terugdoen)(korting gekregen, hierna overgaan tot aankoop)		X	
Eenheid (groepsgevoel, erbij willen horen)	X		

Dat is dan meteen duidelijk! Nou dat waren de vragen, bedankt voor je tijd!

Graag gedaan.

Naam student:

Bas Zierikzee

Studentnummer:

51088595

Naam opdrachtgever (organisatie):

IQ Leads

Naam bedrijfsmentor:

Chyara van Ham

Naam tutor (school):

Jean-Pierre Schreurs

Handtekening:



Plaats:

Alphen aan den Rijn

Datum:

17-1-2020

Overall beoordeling schriftelijk product en afstudeerproject

Het afstudeerproject wordt op 5 criteria beoordeeld met 1, 2, 3 of 4 punten. Nulve punten worden niet toegekend. Daarbij geldt de volgende verdeling: onvoldoende: 1 punt, voldoende: 2, 3 of 4 punten. In de bijbehorende rubrica zijn de beoordelingscriteria verder uitgewerkt; daarin is te vinden wanneer een beoordeling 1, 2, 3 of 4 punten verdient. Ook kan een beoordeling "NB" (Niet Beoordeelbaar) toegekend worden. In dat geval is het eindoordeel automatisch ook "NB". Wanneer een onderdeel geheel of in grote mate ontbreekt kan dat aanleiding zijn voor een "NB" beoordeling.

	Punten B1 tutor	Punten B2 bedrijfsmentor
1. Aantoonbare kennis en inzicht in (de huidige ontwikkelingen in) het vakgebied, de organisatie en/of de (andere) relevante markten en/of ondernemingen. Deze punten zijn op een schriftelijke en/of mondelinge wijze toegekend in het afstudeerproject (schriftelijk, mondeling, of beide, inhoud is niet relevant) of anderszins.	Nvt	3
2. Methodisch handelen in uitvoering van het afstudeerproject, inhoudelijke kwaliteit.	Nvt	Nvt
3. Klantgerichtheid en organisatieactiviteit De mate van de schriftelijke en/of mondelinge en/of andere wijze van communicatie met de klant, met de organisatie en/of andere relevante partijen.	Nvt	3
	Punten B1 tutor	Punten B2 bedrijfsmentor
4. Schriftelijke en mondelinge communicatie met stakeholders, met andere woorden: de mate van de schriftelijke en/of mondelinge communicatie met de klant, met de organisatie en/of andere relevante partijen.		4
5. Professionele ontwikkeling De mate van het schriftelijke en/of mondelinge en/of andere wijze van de ontwikkeling van de student.		4

Toelichting

Bas is vergelijkbaar met een volwaardige online marketeer. Hy heeft een succesvolle samenwerking neergezet door zijn goede en professionele handeling. Mede door zijn goede adviezen en zijn enthousiasme krijgt hy per maart 2020 een baan bij ons aangeboden als junior online marketeer

- Criteria 1, en 3, worden ook door de bedrijfsmentor beoordeeld. Beoordelaar 1 en beoordelaar 2 nemen het oordeel van de bedrijfsmentor naar eigen inzicht mee in hun eigen oordeel. De bedrijfsmentor beoordeelt ook criteria 4, en 5.
- De tutor beoordeelt alleen criteria 4, en 5.