

Consumer Interaction

Eerste resultaten kwalitatief consumentenonderzoek

Presentatie klankbordgroep Facebility

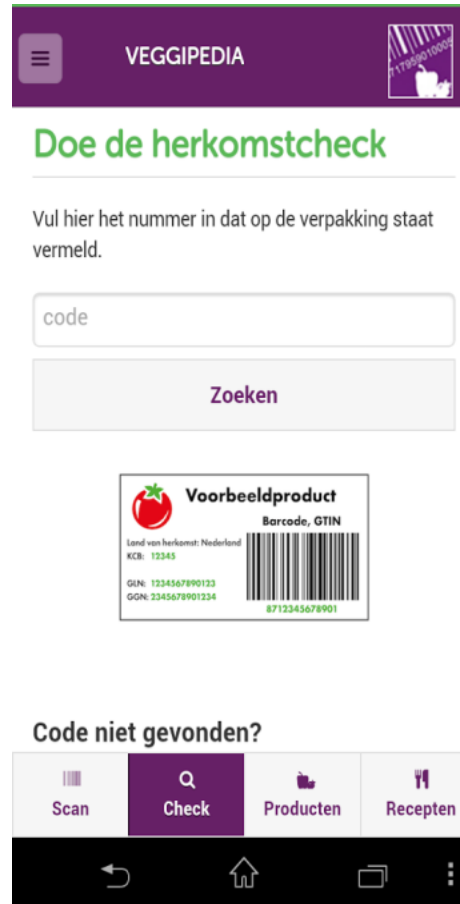
23 januari 2014, Frug I Venta, Den Haag



Aanleiding Consumer Interaction

- Uitdagingen groente- en fruitsector:
 - Vergroten beleving toegevoegde waarde producten
 - Participatie consumenten in keten
 - Meer vertrouwen in voedselveiligheid
- Facebility → ontwikkeling van Veggipedia-app

Veggipedia app



Doel Consumer Interaction

Meer inzicht in:

- Mogelijkheden en effectiviteit van apps als vorm van communicatie naar consumenten
 - Literatuurstudie
- Sterke en verbeterpunten van specifiek de Veggipedia app
 - Kwalitatief consumentenonderzoek in 2013
 - Kwantitatief consumentenonderzoek in 2014

Doel kwalitatief consumentenonderzoek

- Inzicht in wat consumenten vinden van de Veggipedia-app:
 1. Goed, minder goed, missen?
 2. Betrouwbaar en deskundig?
 3. Vergroting beleving en consumptie?
 4. Aandacht voor duurzaamheid, polls en combinatie met Veggi-forum

Doelgroep kwalitatief onderzoek

- (mede-)verantwoordelijk voor de boodschappen
- tussen de 18 en 64 jaar
- een Android smartphone
- ervaring met apps (al dan niet specifiek op het terrein van voeding)
- veel-weinig groente en fruit eten
- spreiding t.a.v. leeftijd, geslacht, opleidingsniveau, arbeidssituatie, kinderen, woonvorm en woonomgeving

Uitvoering

- huiswerkopdracht (10 opdrachten met Veggipedia app)
- 6 groepsinterviews à 3 uur over ervaringen
- respondenten ontvingen een vergoeding van 60 euro
- maandag 9 december in Amsterdam, donderdag 11 december in Den Bosch, maandag 16 december in Amersfoort
- meekijkruimte
- 2 sessies op 1 dag (14:00 tot 17:00, 18:00 tot 21:00)
- sessies gefaciliteerd door Elvi van Wijk-Jansen, genotuleerd door student, vastgelegd op DVD

Huiswerkopdracht

Bekijken en beoordelen van:

- Homepagina
- Informatie over producten (aardbei)
- I meer
- Alert
- Scanfunctie → informatie over teler (Aromio tomaat) en handelaar (Eat me avocado)
- Herkomstcheck (achter PC → kwekerinformatie, in de winkel → bijv. alleen AHOLD, Zaandam)

Opzet groepsinterview

1. Stelling: Ik ga de Veggipedia-app zeker vaak gebruiken! Eens—Oneens (i.c.m. kennismaking)
2. Inventariseren: goede -verbeterpunten
3. Betrouwbare app (waarom)? Deskundige app (waarom)?
4. Andere beleving groente en fruit en grotere consumptie dankzij app (waarom, hoe)?
5. Behoeftte aan informatie over duurzaamheid in deze app (bijv. keurmerken), polls en Veggiforum (waarom, hoe)?

Kenmerken steekproef (N=44)

- **Groente- en fruitconsumptie** veel: 70%, weinig:30%
- **Geslacht** man: 47%, vrouw: 53%
- **Leeftijd** 18-30: 37%, 31-40: 22%, 41-50: 18%, -51-65: 23%
- **Opleiding** LBO: 7%, MAVO:7%, MBO: 23%, HAVO:7% - HBO:42% ,WO: 14%
- **Arbeidssituatie** werkzaam: 70%, pensioen/uitkering:14%, student:11%, huisvrouw: 5%
- **Kinderen:** geen:47%, thuiswonende: 36%, uitgevlogen:17%
- **Woonvorm:** alleenstaand:39%, samenwonend/getrouwd:57%, thuiswonend:4%
- **Woonomgeving:** stad: 52% , dorp: 48%



Apps over voeding op telefoon

- Geen: 45%
- Appie veruit vaakst genoemd (16)
- Gevolgd door 24 Kitchen/ Recept van de dag (7)
- 1 keer genoemd: Seafood Watch, 2*2 Wat eet Holland, Groente -en Fruitkalender, Boodschapp, Ecodes, Okoko, Calorieteller, FatSecret, BMI meter, Voedingscentrum, Thuis bezorgd

Ik ga de app zeker vaak gebruiken!

- Verdeeld beeld kruisjes
- Niet: vanwege traagheid, herkomstcheck en scannen lastig en 'zonder resultaat'
- Wel: vooral vanwege productinformatie (vooral bewaren, aankoop, schoonmaken, bereiden) en recepten
- Gevolgd door informatie over voedingswaarden
- Weinig interesse in informatie over telers en handelsorganisaties (bovendien 'te mooi'), hooguit in land van herkomst
- *Waar gebruiken? Thuis!*

Goede punten

- Rustig en overzichtelijk
- Niet commerciële uitstraling
- Aankoop-, bewaartips en informatie over voedingswaarde
- Recepten
- (Mooie) foto's
- Veel informatie!

Goede punten

- Confrontatie met onbekende producten
- Paars-groene openingsscherm
- Product van de week
- Geschiedenisfunctie
- Alerts

Verbeterpunten

- Zoeken in recepten en meer recepten
- Beknoptere en levendigere informatie (+minder kinderachtig)
- Plaatjes moeten sneller laden
- Springen naar beginletter productenlijst
- Eten uit het seizoen
- Hulp bij duiding informatie over voedingswaarden
- Homepagina
- Meningen verdeeld over naam
- Informatie missen

Verbeterpunten

- Andere/ uitgebreidere geschiedenis
 - Ordenen van 'waslijst' aan producten
 - Grotere en meer opvallende alerts
 - Aardappel toevoegen
 - Kopjes open
 - Meer links naar diepgaandere informatie
- Vooral behoefte aan optimalisering productinformatie en recepten!

Perceptie betrouwbaarheid en deskundigheid

- Over het algemeen app gezien als betrouwbaar en deskundig
- Vooral bij generieke productinformatie
- Initiatief van wie? Businessmodel?
- Bronnen generieke productinformatie en alerts?
- Informatie van telers en handelaren minder betrouwbaar (reclame)
- Check op (informatie van) telers?
- Keurmerken, overheid, minder kinderachtige teksten, technisch beter functioneren → betrouwbaarheid ↑

Beleving en consumptie ↑ dankzij app?

- Niet meer consumeren
- Wel meer variëren
- Betere smaak heeft meer effect
- Producten meer smoel door 'lijfelijk contact' met teler
- Waardering hooguit groter door recepten en bewaar- en bereidingstips

Meedoen met polls

- Bereidheid varieert
- Indicatie tijd vooraf: kort!
- Moet makkelijk zijn
- Weigeren/ uitstellen moet kunnen
- Niet bellen/ mailen
- Beloning is nodig

Combinatie met Veggiforum

- Weinig animo
- “Ik ben zeker niet de doelgroep”
- Voegt niets toe, zelfs mogelijk afbreuk
- Hooguit meer interactie door waardering recepten

Behoefte aan informatie over duurzaamheid

- “Zit er toch al in?”
- Niet veel animo voor
- “Staat toch al op het product?”
- Kort, symbolen, keurmerken, sterren
- Veel wantrouwen t.a.v. informatie
- Wat is duurzaam?
- Bijdrage consument zelf?

Concurrentie?

- Google, Appie, 24 Kitchen, Smulweb, verpakking
- Veggipedia objectiever/ niet commercieel
- Onderscheid dankzij productinformatie

Conclusies en aanbevelingen

