

Trusted Information Source

Rapport behorend bij PT-projectnummer 14972

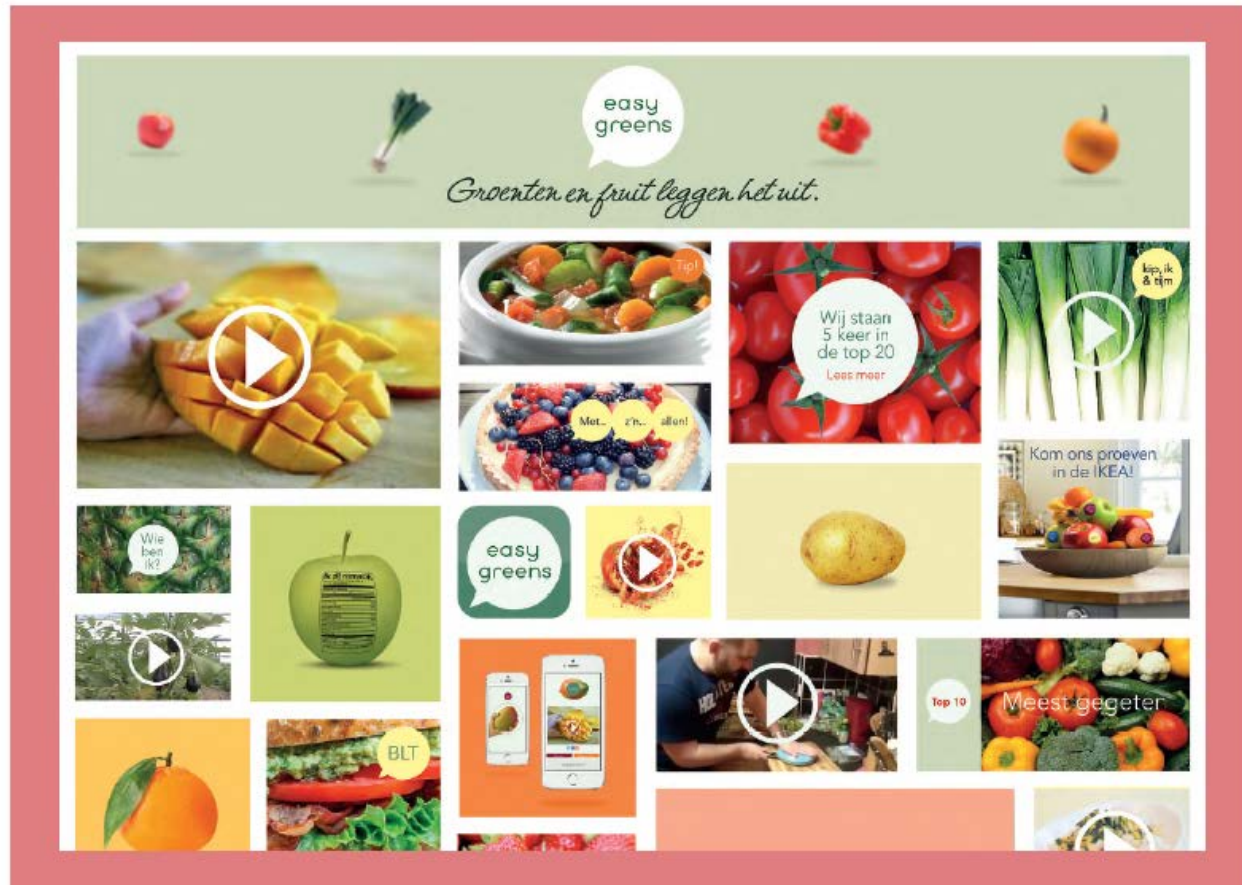
GroentenFruit Huis



Achtergronden respondenten

- Individuele interviews gehouden. Respondenten hadden het volgende profiel:
- Alle respondenten zijn 18 jaar of ouder en voeren een zelfstandig huishouden.
- Alle respondenten eten en kopen groente of fruit.
- 50% van de groentegebruikers en 50% van de fruitgebruikers behoort tot de 'gemakzuchtigen':
 - lage en middeninkomens; gezinsinkomen tussen de 2.000 en 3.000 euro en voor alleenstaanden zonder kinderen 1.500 en 2.500 euro
 - gehuwd of samenwonend met (thuiswonende) kinderen, alleenstaanden (met kinderen).
 - geld wordt uitgegeven, sparen niet of nauwelijks
 - lekker leven is belangrijk
 - gemak staat voorop
- 50% van de groentegebruikers en 50% van de fruitgebruikers behoort tot de 'opportunisten':
 - Jong volwassenen tussen de 18 en 30 jaar in
 - Goede spreiding naar leeftijd tussen 18-30 jaar
 - Oververtegenwoordiging in de bovenmodale inkomens gewenst
 - Gemak staat voorop
 - Ze zijn verantwoordelijk voor de boodschappen in het huishouden.

Voorbeeld – voorgelegd aan respondenten



Verwachting website

Verwacht:

- een simpele site voor de verschillende groente- en fruitsoorten:
 - Tips
 - Recepten
 - Bereidingstijd
 - Voedingswaarde
 - Ervaringen
 - Plaatjes
 - Filmpjes

Huidige lay-out

Huidige lay-out:

- Mooi
- Vrolijk doordat het kleurrijk is
- De site heeft van alles: tips, recepten, filmpjes

Maar ook:

- Veel te vol
- Niet duidelijk wat en waar wat te vinden is.
- Site moet rustiger

Huidig zoekgedrag voedingsmiddelen sites

- De meerderheid van de respondenten zoekt wel eens recepten op internet
- Plaatjes, waarop het bereide gerecht te zien is, zijn belangrijk
- Filmpjes over hoe een maaltijd te bereiden zijn zeer gewild. “Dan zet je de i-pad of i –phone gewoon op het aanrecht”
- Men geeft een eigen touch aan de recepten.

Huidig zoekgedrag voedingsmiddelen sites

- Een recept moet een duidelijk boodschappenlijstje hebben met 'gewone' ingrediënten
- Enkeling wil meteen in winkel informatie, voor de meerderheid past thuis beter.
- Er zijn nauwelijks favoriete sites genoemd. Men googled bijna altijd.
- Smulweb, Allerhande, en Boodschappen zijn favoriete sites.

Verwachting app

Verwachting

- Bijna niemand maakt gebruik van Apps voor eten
- Een enkeling gebruikt appie of calorieënteller
- De weg naar de app loopt via de site: “Als de site me bevalt zal ik app downloaden”
- De app moet een functionaliteit bieden, die het kopen en koken makkelijker maakt.

Beoordeling app

Beoordeling app

- Vooral interesse bij jongeren
- Jongeren willen in de winkel meteen meer recept informatie met boodschappenlijstje.
- Mannen gebruiken een app meer in-store, vrouwen meer thuis
- 'Wist je dat' kan weg op app

App spreekt jongeren en
mannen vooral aan

Banner gebruik



Gebruik

- Nagenoeg niemand gebruikt banners
- Banners worden eng gevonden, want je weet niet waar je terecht komt en of je virussen binnenhaalt
- “Het moet wel heel interessant zijn, wil ik doorklikken”

Banner beoordeling

Beoordeling

- Bij voorkeur op sites die aan eten gerelateerd zijn, waardoor het niet zo duidelijk een banner is
- Vormgeving is mooi
- De raadseltjes zijn iets te voor de hand liggend, veel te simpel
- Hier wordt weer een andere stijl gekozen. Die van de posters is eenvoudig en mooi.

Conclusies website, app en banner



- Websites worden vooral bezocht voor tips en recepten. De meest populaire sites bevatten duizenden recepten, vanuit allerlei ingangen.
- Recepten spreken aan als ze eenvoudige ingrediënten hebben.
- Het fleurige en kleurige van de website spreekt aan.
- De vormgeving van de site wordt echter druk gevonden in relatie tot andere materialen die getoond zijn; die zijn eenvoudig en simpel. Het past dus niet bij elkaar.

Conclusies website, app en banner



- De functionaliteiten spreken aan: tips, recepten, filmpjes en achtergrondinformatie.
- De app moet tips en recepten bevatten, met duidelijke boodschappenlijstjes geen achtergrondinformatie.
- Banners worden niet gebruikt.