

Doelgroep onderzoek

Inhoud

Doelgroep onderzoek	1
<i>Inhoud</i>	<i>1</i>
Enquête in de Markthal	2
<i>Er is gesproken met meerdere personen die in de doelgroep vallen zodanig dat hier relevante conclusies uit getrokken kunnen worden</i>	<i>2</i>
<i>Onderzoek data</i>	<i>4</i>
Doelgroep karakteristiek	6
<i>De doelgroep karakteriseren en ontwerp tools ingezet</i>	<i>6</i>
Persona's	6
<i>Rollen en bijbehorende behoeften zodanig beschreven dat deze het informatie- en interactieontwerp voeden.</i>	<i>7</i>
Onderzoeksresultaten	7
Conclusies	7

Enquête in de Markthal

Er is gesproken met meerdere personen die in de doelgroep vallen zodanig dat hier relevante conclusies uit getrokken kunnen worden

Om onze doelgroep te bepalen zijn we naar de Markthal gegaan om aan verschillende mensen die daar rondliepen vragen te stellen. In totaal hebben we met tien mensen gesproken. In dit onderzoek hebben we ons niet gericht op bepaalde mensen. We probeerden iedereen te vragen. De vragen en antwoorden die hier uit zijn gekomen staan op **de volgende pagina**.

Waar komt u vandaan	Wat is uw leeftijd	Wat vindt u van de Markthal	Is er iets dat u mist in de markthal
Veenendaal	47	Prachtig	Nee
Spijkenisse	56	Mooi	Nee
Rotterdam	20	Mooi	Nee
Amsterdam	24	Mooi	Nee
Rotterdam	18	Mooie Plek	Nee
Germany	25, 28	Cool Impressive	Not really
Zoetermeer	22, 20	Chille plek vet cool	Nee
Rotterdam	31	Leuk, maar wel duur	Nee
Amsterdam, Brazillië	48	Heel mooi	Nee
Hilversum	30	Leuk	Nee

Wat is de rede van uw bezoek aan de Markthal	Komt u hier alleen
Toerisme (2 Dagen in Rotterdam)	ja
Bekijken, Shoppen en eten	ja
Rondlopen	Ik kom hier eerder met mensen
Gehoort van kenissen	Ja
Eten	Soms
Sightseeing	No
Eten	Nee
Voor de markt buiten	Often alone
Goede reviews	Nu wel
Een dagje uit	Nu wel

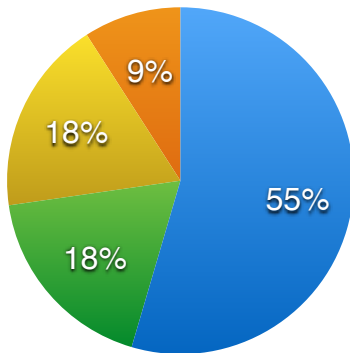
Zou u gebruik maken van onze app als deze beschikbaar zou zijn
Ja
ja, voor de recepten, omdat ik kook
Ja
Nee, ik heb geen smartphone
Ja
Yes it would be very helpful if we wanted something to eat
Ja zeker wel
Nee, geen telefoon
Ja
Voor het recepten deel wel

Voor welke kraampjes komt u?
Geen idee
Geen ik ben niet bekend met de markthal
Geen
Alle
Aziatische tories
No idea never been here before
Marktcafé
Chinese Bakery, Turkish Coffee, Vietnamese, Bram Ladage
Alle
Niet specifiek

Onderzoek data

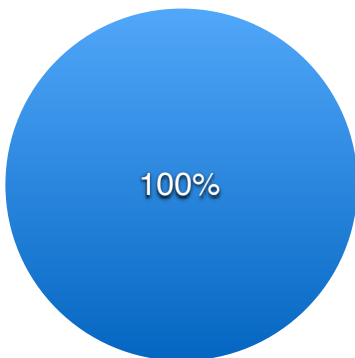
Leeftijd

● 20-30 ● 30-40 ● 40-50
● 50-60



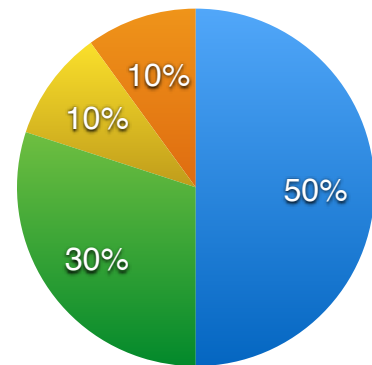
Is er iets dat u mist?

● Nee



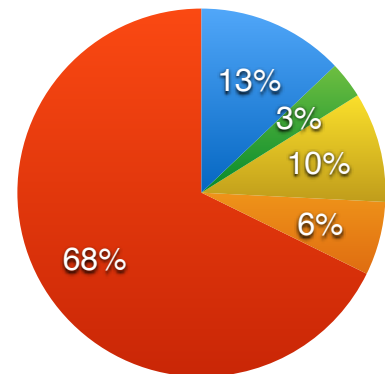
Woonplaats

● Zuid-holland ● Noord-holland
● Utrecht ● Buitenland



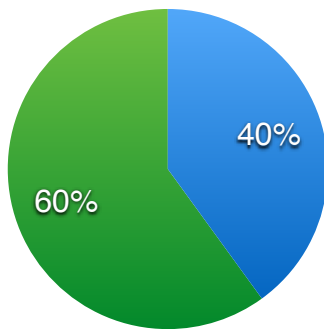
Wat is de reden dat u hier komt?

● Toerisme ● Eten kopen ● Eten
● Gehoord ● overig



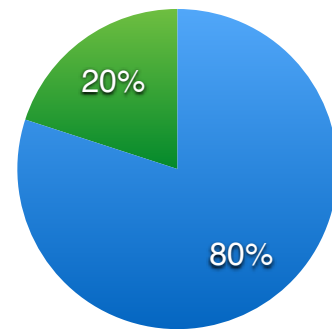
Alleen of samen?

● Alleen ● Samen



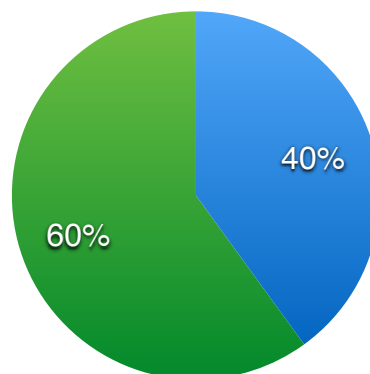
Zal u gebruik maken van onze app?

● Ja ● Nee



Weet u voor welk kraampje u komt?

● Ja ● Nee



Doelgroep karakteristiek

De doelgroep karakteriseren en ontwerp tools ingezet

Onze doelgroep bestaat uit mensen met een leeftijd tussen de 20 - 60. Deze mensen komen bijna nooit in de Markthal of ze zijn er voor het eerst. Ze weten in de Markthal niet precies wat er te halen valt. Meestal komen ze alleen om even rond te lopen. Ze hebben aardige ervaring met technologie, ze kunnen bijvoorbeeld prima gebruik maken van een smartphone of tablet.

Persona's

De doelgroep die wij hebben gevonden bij na dit onderzoek hebben we verwerkt in een paar persona's.

Marcel van Beek



Age: 28
Work: Buschauffeur
Family: Vriendin
Location: Rotterdam

"Goed kunnen zorgen is een belangrijke eerste stap"

Personality

Introvert Extravert

Analytisch Creatief

Passief Actief

Doelen en taken

- Vershillende keukens ontdekken.
- Een gezin beginnen en onderhouden.
- Een keer een kerst diner verzorgen.

Frustraties

- De markthal is te hoogdrempelig.
- Geen inspiratie om iets lekkers te koken.
- Weet niet wat hij moet doen met exotische ingrediënten

Bio

Marcel van Beek is een buschauffeur uit Rotterdam. Hij heeft een passie voor koken en die passie wil hij verder laten groeien. Uiteindelijk wil hij een gezin hebben en onderhouden door gezond en lekker voor ze te koken. Hij heeft momenteel alleen geen idee hoe hij dat wil doen en waar hij inspiratie vandaan gaat halen.

Motivaties

Aansporing

Prestatie

Groei

Sociaal

Gewenste kanalen

Traditionele reclame

Online & Social Media

Doorverwijzing

Vera van Veen



Age: 23
Work: Foodblogger
Family: Vriend
Location: Schiedam

"A quotation that captures the essence of this person's personality."

Personality

Introvert Extravert

Analytisch Creatief

Passief Actief

Goals

- Succesvolle blogger worden.
- Veel te weten komen over eten uit andere culturen.
- Mensen inspireren iets te gaan koken.

Struikelpunten

- Er is veel keuzeeaanbod in de Markthal maar geen rode draad.
- Er is geen inspiratie om wat met de producten te gaan doen.

Bio

Vera is een Foodblogger uit Schiedam. Ze is erg enthousiast over de Markthal maar ze ziet dat hij nog niet optimaal wordt gebruikt. Ze heeft veel plezier in koken en deelt dit met andere mensen. Ook wil ze anderen inspireren om ook lekkere recepten te maken.

Motivaties

Aansporing

Prestatie

Groei

Sociaal

Gewenste kanalen

Traditionele reclames

Online & Social Media

Doorverwijzing

Rollen en bijbehorende behoeften zodanig beschreven dat deze het informatie- en interactieontwerp voeden.

De doelen en struikelpunten zijn beschreven om zo goed mogelijk het interactie ontwerp te voeden. Ook zijn bijzaken als motivaties en personaliteit beschreven om de applicatie zo goed mogelijk bij de doelgroep te laten passen in het interactie ontwerp.

Onderzoeksresultaten

Uit het onderzoek is gebleken dat er nog steeds aardig wat mensen rondlopen die voor het eerste in de Markthal komen. Die mensen hebben ook eigenlijk nog geen idee wat je er allemaal kan halen. Wel vindt iedereen het een leuke plek, ze krijgen er een positieve gedachte bij. Ook kwamen we erachter dat bijna iedereen hier rondliep met een andere reden dan producten halen.

Nadat wij ons idee grofweg hadden uitgelegd vroegen wij de mensen of ze deze applicatie zouden gebruiken. De meesten waren hier erg positief over.

Conclusies

Bij de vraag of er iets mist antwoordde bijna iedereen nee, maar wij denken dat onze applicatie wel een groot gat dicht. Namelijk de rode draad. Wij denken dat we met onze applicatie de ervaring van het bezoek kunnen veranderen van een toeristisch dagje uit naar een volledige ervaring die begint zodra je de Markthal binnen loopt en die eindigt als je de maaltijd op hebt die je met de producten uit de markthal en een recept uit de app klaar hebt gemaakt.