

Interview Daan

Wesley Vermeulen - ICT & Media Design



Inhoudsopgave

Inhoudsopgave	02
Interview	03
Introductie	03
Algemene vragen	03
Inhoudelijke vragen	04
Algemeen	04
Doelgroep	04
Uitstraling	04
User experience	05
Informatie	05
Afsluitende vragen	06

Interview

■ Introductie

Het interview dat afgenomen gaat worden kan een duidelijker beeld geven over de werknemers die met deze tool gaan werken, de wensen die zij hebben en de doelgroep (klanten en potentiële nieuwe klanten van Buro 3) van deze tool. Er zijn een aantal algemene vragen opgesteld met betrekking tot de werknemer en vervolgens zijn er inhoudelijke vragen opgesteld met betrekking tot de tool. Deze vragen dienen vooral als leidraad, maar hier kan van afgeweken worden wanneer er wordt doorgevraagd op een gegeven antwoord.

■ Algemene vragen

Dit interview is gehouden met Daan Verberne, mede eigenaar van Buro 3 en eindverantwoordelijke voor alle web concepten/projecten. Volgens Daan moet er productentool komen omdat zij meer bieden dan alleen websites, webshops en online marketing. Zo bestaat een website net als marketing uit onderdelen en om dat allemaal in kaart te brengen, is het handig als er een lijst is wat ze hebben en aanbieden.

Daarnaast is het makkelijk als iemand een vraag heeft over een bepaalde dienst waar hij/zij niet alles vanaf weet, om direct een kaart te kunnen versturen over dat product. Er is goed nagedacht over de informatie die op deze kaarten staan en ze kunnen niet verwachten dat iedereen die informatie onthoudt.

Ook kun je een stukje informatie aanbieden aan de klant dat altijd klopt. Of je deze informatie nu opstuurt of meestuurt met de offerte, het is altijd actuele en goede informatie. Het kostenplaatje wat bij het product staat klopt dan ook altijd en hier kan minder over onderhandeld worden.

De voordelen van deze tool zijn dus dat het duidelijk wordt wat je krijg voor welke prijs en er is minder tijd nodig om informatie door te spelen aan de klant. Hierdoor heb je klanten sneller geholpen en ben je zelf minder tijd kwijt.

Daan schrijft veel offertes uit waar ze linken naar de productkaarten. Hij gebruikt de kaarten dus als bijlage/aanvullende informatie. Daarnaast gebruikt hij ze ook wanneer een klant iets vraagt over een bepaalde dienst, om de klant van informatie te voorzien. Dit doet hij ook als hij zelf kansen ziet, dus niet reactief maar zelf aan de slag met interessante producten aanbieden.

Inhoudelijke vragen

Algemeen

Een menukaart in een restaurant is een vergelijkbare tool, geeft Daan aan. Hier staat op wat ze aanbieden, wat het kost en wat je krijgt. Iedere vorm van productaanbod is dus een beetje vergelijkbaar, maar heel concreet kent Daan geen vergelijkbare tools.

Doelgroep

De doelgroep van Buro 3 zijn ondernemende personen. Dit hoeven niet altijd ondernemers te zijn, maar kunnen ook personen binnen een bedrijf zijn die een bepaald traject ingaan. Het zijn wel altijd mensen die geld uit willen geven aan een vorm van online marketing/reclame, of dit nu een website is of een marketing traject. Volgens Daan is de doelgroep dus een ondernemend persoon die plannen heeft om zichzelf te versterken op online gebied.

Hoe technisch de doelgroep is varieert heel erg. Dit kan zijn van “ik weet er niks vanaf” tot “we hebben een IT afdeling maar eigenlijk te druk om aan onze eigen website te werken”. Ook denkt Daan dat niemand zit te wachten op de tool, maar dat de tool vooral onbewust zorgt voor een stukje helderheid binnen het aanbod wat ze doen.

De focus moet liggen op de technisch minst begaafde doelgroep onder de ondernemende personen. Voor een technisch begaafd iemand is te veel informatie niet vervelend, maar iemand die er niks vanaf weet moet je niet te weinig informatie geven. Er moet dus voor gezorgd worden dat het aanbod zo compleet mogelijk is.

Volgens Daan is het voordeel van deze tool voor de doelgroep, dat je altijd dezelfde overdachte informatie kunt geven. Wanneer je vragen krijgt kun je je woordje klaar hebben en vertel je altijd dezelfde informatie.

Daarnaast denkt hij dat de tool niet onder de aandacht gebracht moet worden, maar wel op de juiste momenten zichtbaar moet zijn. Dit kan bijvoorbeeld in een offertetraject of in een aanvraag. Het hoeft in eerste instantie zeker geen openbare tool te worden dat geïndexeerd wordt in Google en waar mensen in kunnen rondneuzen, maar het moet vooral zichtbaar zijn als er vragen zijn.

Uitstraling

De tool moet betrouwbaarheid uitstralen en aansluiten bij de huisstijl van Buro 3. Hij hoeft, hoe leuk dat ook is, geen technische vernuftige dingetjes te bevatten, maar het moet vooral duidelijk zijn wat een product inhoud.

De gebruikers moeten snappen dat het een tool van Buro 3 is, het logo moet dus goed terugkomen er moet contactinformatie beschikbaar zijn en gezichten zou een voordeel zijn. Als iemand een gezicht ziet dan is dat betrouwbaar. Met deze uitstraling moet de kans op verkoop groter worden.

Op dit moment is er een stramien bedacht voor de productkaarten en daar staat Daan

achter. Hierop staat wat het de klant oplevert, dus wat het voordeel is, waarom ze het moeten hebben en wat het kost. Ook wanneer het lastig is om een prijsschatting te doen, moet er altijd iets worden opgeschreven zodat de klant een gevoel krijgt van de prijs. Dit kan bijvoorbeeld met een “vanaf” prijs, maar dan wel heel duidelijk de punten waar het vanaf hangt erbij.

User experience

De tool moet geen openbare pot worden met producten, maar het moet wel een duidelijk overzicht zijn met wat ze allemaal aanbieden. Daarnaast zou het volgens Daan ook prettig zijn als ze op de een of andere manier kunnen achterhalen wie de productkaarten inkijken. Hij zit zelf te denken aan een beveiliging met een wachtwoord, maar dan maak je het jezelf ook weer moeilijker.

Met statistieken kun je veel, maar dan moet je wel goed uitdenken welke statistieken je gaat meten, want alles meten werkt ook niet. Je zou ook gerelateerde producten o.i.d. kunnen aanbieden, maar ook dat moet goed uitgedacht worden. Deze functionaliteiten zijn wel belangrijk om de mogelijkheid tot upsells te vergroten.

Een risico kan zijn dat een bepaalde module wordt aangeboden met een prijs erbij en dat er voorbeelden worden getoond die meer maatwerk zijn dan waar de prijs voor is. De klant verwacht dan meer dan dat ze eigenlijk krijgen, omdat het voorbeeld maatwerk is en de prijs voor een standaard module.

Ook weet Daan nog niet precies wie er toegang moeten krijgen tot de tool. Je geeft een gigantische kijk in je keuken en je moet je afvragen of je dat wel wilt. Als er een inlog komt, dan moet de klant wel toegang krijgen tot de voor hen geselecteerde productkaarten, maar in eerste instantie wordt de tool aangeboden als een stukje informatievoorziening.

De zoekfunctie is volgens Daan overbodig, omdat hij denkt dat er niet gezocht gaat worden. Er moet wel een goede onderverdeling komen op de startpagina met categorieën.

Informatie

Er moet sowieso Google Analytics aan de tool gekoppeld worden. Daarnaast kan er ook eventueel gebruik worden gemaakt van IP tracking om te zien welke bedrijven er op de tool zitten. Het liefst wil je alle informatie verzamelen en uiteindelijk wil je weten welke productkaarten de klanten hebben bekeken en hoe lang ze op de site zijn geweest. Dit kan dan omgezet worden naar een koopsignaal.

Met deze informatie kan de klant over de streep worden getrokken, ze kunnen dan bijvoorbeeld de klant opbellen en vragen of er onduidelijkheden zijn. Hiermee kunnen ze het keuzemoment van de klant op een positieve manier beïnvloeden.

■ Afsluitende vragen

Daan is vooral benieuwd wat Mike van de tool vind. Mike werkt al wat langer bij Buro 3 en is ook meer met offertes bezig dan andere collega's. Het is dus interessant om te weten of hij zit te wachten en te springen voor zo'n tool.

Daarnaast is Daan ook benieuwd wat het op dit moment aan het worden is, dus waar sta ik, wat ben ik aan het doen en wat de volgende stappen zijn. Hij geeft daarbij ook aan dat ze sinds de laatste keer ook gewijzigd zijn in hoe ze de tool voor zich zien.





Interview Daan

Wesley Vermeulen - ICT & Media Design