

Interview Mart

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	05

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 Mart Rijkers. Mart heeft de functie developer en is daarnaast ook projectmanager. Als projectmanager krijgt hij taken aangewezen en heeft hij een aantal klanten die onder zijn verantwoordelijkheid vallen. Binnen zijn functie als developer is hij verantwoordelijk voor de innovatie binnen development. Dit houdt in dat hij op de hoogte moet blijven van de laatste technieken en of er punten zijn waar ze in moeten haken.

Volgens Mart moet er een productentool komen, omdat ze de laatste jaren met Buro 3 erg hard zijn gegroeid en de klanten daar niet altijd van op de hoogte zijn. In de jaren dat hij bij Buro 3 werkt, zijn ze van 15 naar al bijna 50 producten gegaan. Zo'n tool gaat helpen om de producten onder de aandacht te brengen bij potentiële, maar ook huidige klanten, want deze zijn allebei net zo belangrijk.

De ontwikkeling die hij verwacht, maar vooral hoopt dat er ontstaat door het gebruik van deze tool, is dat klanten eerder bekend raken met de producten die zij aanbieden en eerder contact met ze opnemen. Daarnaast gaat nu alles via Buro 3, hiermee wordt bedoeld dat zij de klant benaderen om producten aan het licht te brengen. Met deze tool kunnen klanten zelf door het aanbod scrollen, waardoor ze zelf nieuwe producten zien.

Daarnaast kost het veel tijd omdat mails handmatig getypt worden. Met het gebruik van deze tool kunnen ze dat automatiseren, door linkjes naar de klant te sturen waar alle informatie staat. Ideaal zou zijn als de klant deze informatie doorleest en daarnaast ook andere producten gaat bekijken om hier meer informatie over te lezen.

Mart zal verantwoordelijk zijn voor een aantal producten die in deze tool te vinden zijn. Hij moet ervoor zorgen dat deze up-to-date blijven en dat iedereen binnen Buro 3 weet welke producten ze hebben.

Inhoudelijke vragen

Algemeen

Er zijn geen vergelijkbare tools bekend bij Mart. Ook kan hij zo snel geen andere tools verzinnen die hetzelfde doet als wat de productentool van Buro 3 moet gaan doen. Mart heeft bij een viertal andere bedrijven gewerkt en geen enkel bedrijf had een productentool waarin ze de producten uitlichten.

Doelgroep

Volgens Mart is de doelgroep van Buro 3 erg breed. Naast websites en marketing, bieden zij cursussen aan die een aantal klanten ook gevolgd hebben. Tussen deze klanten zitten personen waar ze vloeiend mee kunnen praten en marketing/development termen kunnen gebruiken, maar er zitten ook personen tussen die niet eens weten hoe de WordPress inlog werkt. De doelgroep is dus erg breed, maar de meeste klanten hebben redelijk ervaring met WordPress en technologie an sich.

Dit houdt dus in dat de doelgroep redelijk technisch is. De meeste contactpersonen beheren de website vanuit het bedrijf of werken samen met Buro 3 aan de marketingcampagnes. Ze zijn dus bekend met de websites en nieuwe technieken.

Of de doelgroep zit te wachten op een productentool denkt Mart van niet, maar op het moment dat er een probleem is met de website of ze willen zelf verder groeien, dan kan de productentool goed zijn voor de klanten. Ze kunnen dan de eerste informatie al opzoeken via de tool en voorbereid een gesprek in gaan. Dan weten ze op voorhand ook al welke producten Buro 3 überhaupt aanbiedt.

Wanneer de productentool is ontwikkeld, zal deze nog niet bekend zijn bij de doelgroep. Mart denkt dat de nieuwsbrief een goede manier is om de tool onder de aandacht te brengen of misschien zelfs maandelijks terug te laten komen, omdat de nieuwsbrief vrij goed wordt geopend door de klanten. Daarnaast kan er in de nieuwsbrief maandelijks een product uitgelicht worden met een linkje naar de tool.

Ook in het mailcontact met de klant kan de tool verwerkt worden, bijvoorbeeld in de e-mail handtekening. Via de website daarentegen wordt lastig, omdat er ook prijzen op de tool vermeld staan en die wil je niet voor iedereen kenbaar maken.

Uitstraling

De tool moet onder de huisstijl van Buro 3 vallen, geeft markt aan, zodat klanten ook meteen het Buro 3 gevoel krijgen dat vertrouwd aanvoelt. Daarnaast kan de stijl van de Buro 3 website aangehouden worden, deze stijl is redelijk strak maar wel met speelse elementen.

Wel denkt Mart dat er minder gebruik gemaakt moet worden van inlaadt effectjes en scroll dingetjes, omdat het uiteindelijk een interactieve bibliotheek met producten moet worden, wat dus inhoudt dat alles makkelijk te vinden moet zijn.

Volgens Mart moet de tool vooral informatief, duidelijk en vertrouwd overkomen. De klanten moeten door het aanbod scrollen en niet door alle effecten en dingetjes afgeschrikt worden. Daarnaast moeten ze een vertrouwd gevoel krijgen wanneer ze de stijl van Buro 3 zien.

De informatie die erg belangrijk is voor de gebruiker, is vooral de voordelen. Ook de prijs is voor sommige gebruikers erg belangrijk. Wat op dit moment nog niet kan, maar met de interactieve tool uiteindelijk wel moet kunnen, is het toevoegen van voorbeelden waar ze het product hebben verwerkt.

Voor Buro 3 is het ook belangrijk dat ze weten wat er van de klant verwacht wordt, bijvoorbeeld als ze een Instagram koppeling verkopen moeten ze de inloggegevens krijgen van de klant. Daarnaast is het later ook goed als er werknemers gekoppeld worden aan producten, dit wekt namelijk ook vertrouwen op bij de klant.

User experience

Voor de klant zou het fijn zijn als er een zoekbalk is of een andere manier om te kunnen zoeken. Dit kan specifiek naar een product zijn, maar dit kan ook in de vorm van een probleem zijn. Ook zou het fijn zijn als er in een later stadium een inlog achtige omgeving komt, zodat er ook per klant bijgehouden kan worden welke pagina's er bekeken zijn en hoe lang ze deze hebben bekeken. Zij kunnen dan proactief handelen. Met de functionaliteiten kunnen er dus gerichte oplossingen aangeboden worden of kan de klant benaderd worden.

Er moet wel op gelet worden dat de productentool niet té interactief wordt, dit houdt in dat het proces simpel te doorlopen kan worden voor zowel technische als minder technische klanten. Het is daarnaast ook nog niet duidelijk op welke manier de productkaarten uitgelezen kunnen worden uit Google Docs.

De klanten die in eerste instantie toegang moeten krijgen tot de tool zijn klanten die al eerder producten hebben afgenomen bij Buro 3 en potentiële nieuwe klanten die al verder in het offertetraject zitten.

Informatie

Er wordt sowieso Google Analytics gekoppeld aan de tool om te zien welke pagina's het meeste bezocht worden en welke juist niet. Ideaal zou zijn als ze ook kunnen zien welke producten een bepaalde klant heeft bekeken met eventueel een knop erbij om meteen contact op te nemen of een bericht achter te laten.

Deze informatie kan gebruikt worden om de productentool te optimaliseren of bijvoorbeeld producten uit te lichten die minder bezocht worden. Daarnaast kunnen ze met de informatie gerichter producten aanbieden aan de klant.

Afsluitende vragen

Mart heeft verder geen vragen of opmerkingen meer naar aanleiding van het interview.



Interview Mart

Wesley Vermeulen - ICT & Media Design