

# SUPERMARKT ONDERZOEK

“Hoe kunnen gebruikers, middels een app, beter ondersteund worden bij het thuis bepalen welke boodschappen nodig zijn en het doen van boodschappen in de winkel?”

## Introductie

In deze poster laat ik het onderzoek naar boodschappenroutines zien. Deze gegevens heb ik verkregen door middel van het uitvoeren van een contextual inquiry. Door een contextual inquiry uit te voeren, krijg ik inzicht in de fijne en pijnpunten van de gebruiker. Deze zijn later terug te zien in de empathy maps. De gegevens uit de empathy maps zal ik vervolgens omzetten naar user need statements op weer te kunnen geven wat er nodig is voor een goede app.

## Contextual inquiry

De contextual inquiry is een aangereikte onderzoeksmethode die ik heb gebruikt om gebruikers in hun natuurlijke habitat te begrijpen en inzicht te krijgen in hoe zij boodschappen doen. Ook kom ik door deze methode te weten waarom zij bepaalde keuzes maken tijdens het doen van boodschappen.

Tijdens dit onderzoek heb ik op mijn telefoon notities gemaakt, zodat ik belangrijke punten en momenten uit de inquiry kon opschrijven. Door dit vast te leggen, kon ik veel beter onthouden hoe een persoon ergens mee omging en waar verbeterpunten nodig zijn.

Het verloop van de contextual inquiry vond ik over het algemeen goed gaan. Alleen vond ik het toch wat ongemakkelijk om een persoon, ondanks dat ik diegene ken, te volgen door de supermarkt en niet te helpen met het doen van boodschappen.

## Vorbereiding & participanten

Om de contextual inquiry voor te bereiden en uit te voeren, heb ik de 4 part structure instructies uit PowerPoint cursus 5 (Gebruikersonderzoek, week 4) gebruikt. Zie hier zo meer over Door deze stappen te doorlopen, had ik naar mijn mening een goed onderzoeksplan met vragen, een stukje testscript en andere informatie, zodat ik iedere contextual inquiry zo gelijk mogelijk kon uitvoeren.

Voordat ik kon beginnen met de usabilitytest, heb ik drie verschillende participanten geworven die allemaal voldeden aan verschillende wervingscriteria.



**Ramon, 50 jaar, Lidl of Jumbo**  
Gezinssituatie: Alleenstaand zonder kinderen  
Voldoet aan de volgende wervingscriteria:

- Doet dagelijks boodschappen
- Koopt minimaal 3 producten tegelijk
- Woont in Nederland (Doorwerth)
- Beslist op het moment van winkelen wat hij koopt en gaat koken



**Renny, 83, Aldi of Albert Hein**  
Voldoet aan de volgende wervingscriteria:

- Doet 2 tot 3 keer per week boodschappen
- Koopt minimaal 3 producten tegelijk
- Woont in Nederland (Zwolle)
- Fysieke beperking (mobiliteit)



**Vera, 47, Albert Hein**  
Gezinssituatie: Samenwonend met kinderen  
Voldoet aan de volgende wervingscriteria:

- Doet 1 keer per week een grote boodschap
- Koopt minimaal 3 producten tegelijk
- Woont in Nederland (Lemelerveld)
- Dieetwens/allergie (glutenvrij/arm wegens eczeem )

## 4-Part Session Structure

**Introductie en Doel**  
Hoi Ik ben Lucas en ik ben bezig met een onderzoek voor mijn opleiding over de Albert Heijn. Ik wil graag beter begrijpen hoe mensen hun boodschappen plannen en uitvoeren, zodat ik erachter kan komen waar een app aan moet voldoen voor een positieve gebruikerservaring. Om hierachter te komen zijn jouw ervaringen waardevol. Tijdens dit gesprek zal ik een paar vragen stellen over jouw boodschappenritueel en zal ik ook kijken hoe je boodschappen doet. Dit helpt mij om te begrijpen wat voor jou goed werkt en waar eventuele verbeteringen mogelijk zijn. Er zijn geen goede of foute antwoorden, Ik ben simpelweg geïnteresseerd in jouw ervaring.

**Toestemming voor Opname**  
Ik zou deze test graag willen opnemen, zodat ik deze later kan terugkijken. Als u dit liever niet heeft, dan maak ik aantekeningen van de test. Zou ik dit mogen opnemen

**Kennismakingsvragen**

1. Hoe vaak doe je gemiddeld boodschappen per week?
2. Hoe weet jij wat je nodig hebt voordat je naar de winkel gaat?
3. Maak je gebruik van een boodschappenlijstje? Zo ja, hoe stel je deze op?
4. Gebruik je digitale hulpmiddelen (zoals een app) bij het plannen of doen van boodschappen?
5. Zijn er specifieke uitdagingen of gemakken die je ervaart bij het boodschappen doen?
6. Heb je allergieën, dieetwensen of andere specifieke behoeften waarmee je rekening moet houden tijdens het winkelen?

**Verloop van de Sessie**  
Ik zal kort uitleggen hoe de sessie zal verlopen zodat je weet wat je kunt verwachten:  
We beginnen met een kort gesprek over jouw boodschappenroutine. Daarna ga je boodschappen doen zoals je dat normaal zou doen. Je hoeft niets te veranderen aan je routine. Ik kijk mee en stel tussendoor vragen als iets mij opvalt of als ik meer wil begrijpen over je keuzes. Na afloop vraag ik eventueel nog vragen over de sessie

De rest van de stappen zijn stappen die ik tijdens de inquiry zelf zou kunnen uitvoeren aan de hand van de theorie op nngroup.com. zie hier rechts een van mijn participanten tijdens zijn boodschappen routine.



## Empahty Maps

Voor alle participanten met wie ik de contextual inquiry heb uitgevoerd, heb ik een empathy map opgesteld om de resultaten van de inquiry en de fijne en pijnpunten in beeld te krijgen. In de empathy maps heb ik de gegevens verwerkt die mij opvielen tijdens het meelopen bij het boodschappen doen. Overeenkomende gegevens heb ik vervolgens verwerkt in een multi-user empathy map.

Deze keuze heb ik gemaakt omdat ik hierdoor kon achterhalen wat de testpersonen in het geheel ervaarden. Dit kon ik vervolgens weer makkelijk vertalen naar user need statements iets wat ik via mindsets lastiger had gevonden.

### Ramon



### Renny



### Vera



### Multi-user



Check de qr code om de empahty maps in het groot te zien (of bekijk het datapunt document)

## User Need Statements

Uit de verschillende empathy maps heb ik verschillende user need statements kunnen opstellen die helpen bij het vinden van een oplossing op de ontwerpvrraag

Gebruikers die afhankelijk zijn van productinformatie (bijv. vanwege allergieën of gezondheid) hebben behoefte aan een app die thuis en in de winkel duidelijke en gepersonaliseerde productinformatie toont die aansluit op hun wensen, zodat zij met vertrouwen hun boodschappen kunnen plannen en uitvoeren zonder fouten te maken.

Gebruikers met uiteenlopende routines van planners tot spontane kopers hebben behoefte aan een app die flexibel omgaat met lijstjes, suggesties en routines, zodat zij zowel thuis als in de winkel op hun eigen manier ondersteund worden bij het bepalen en doen van boodschappen.

Gebruikers die moeite hebben om te onthouden wat ze nodig hebben hebben behoefte aan een app die hen helpt herinneren aan eerdere aankopen en ontbrekende basics, zodat zij thuis niets over het hoofd zien en in de winkel een compleet boodschappenlijstje bij zich hebben.

Gebruikers met digitale of fysieke beperkingen hebben behoefte aan een toegankelijke app met eenvoudige bediening, grote knoppen, visuele ondersteuning en/of spraakfunctionaliteit, zodat zij thuis en in de winkel zelfstandig en zonder stress boodschappen kunnen voorbereiden en doen.