

Achtergronddocument Floribook-app

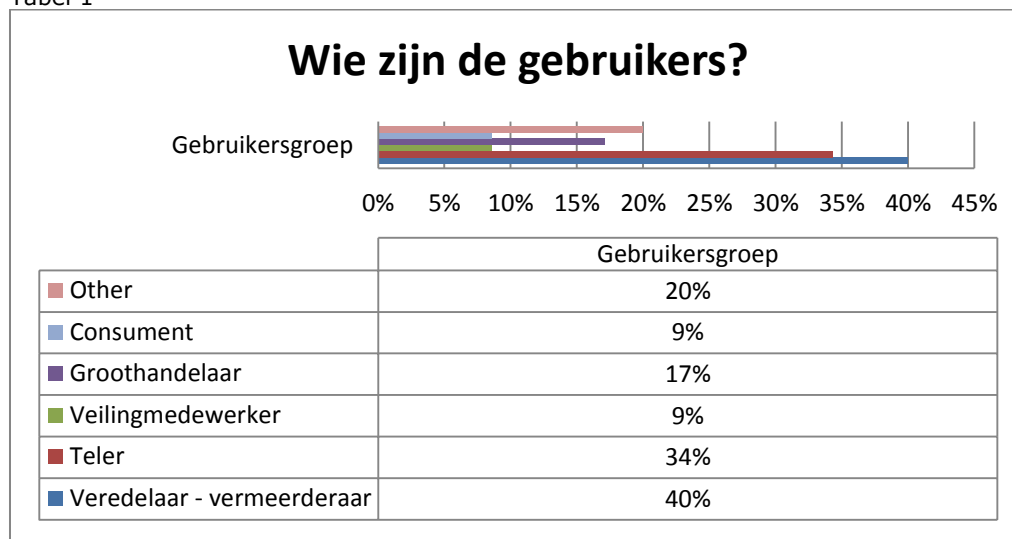
Uitgewerkte enquête gebruikersonderzoek FloriBook app (respons: N=35); december 2016

Achtergrond geënquêteerde gebruikers

Het is bij Floricode niet bekend wie de gebruikers van de FloriBook-app zijn. Tijdens het downloaden van de app wordt niet om verdere persoonsgegevens en/of contactgegevens gevraagd. Daarom is het waardevol te weten wat de achtergrond is van de 35 respondenten van dit onderzoek. Gezien het relatief kleine aantal is dit niet representatief voor de gehele groep van gebruikers. Wel is bekend dat de app tot 1 november 2016 5.200 keer gedownload is.

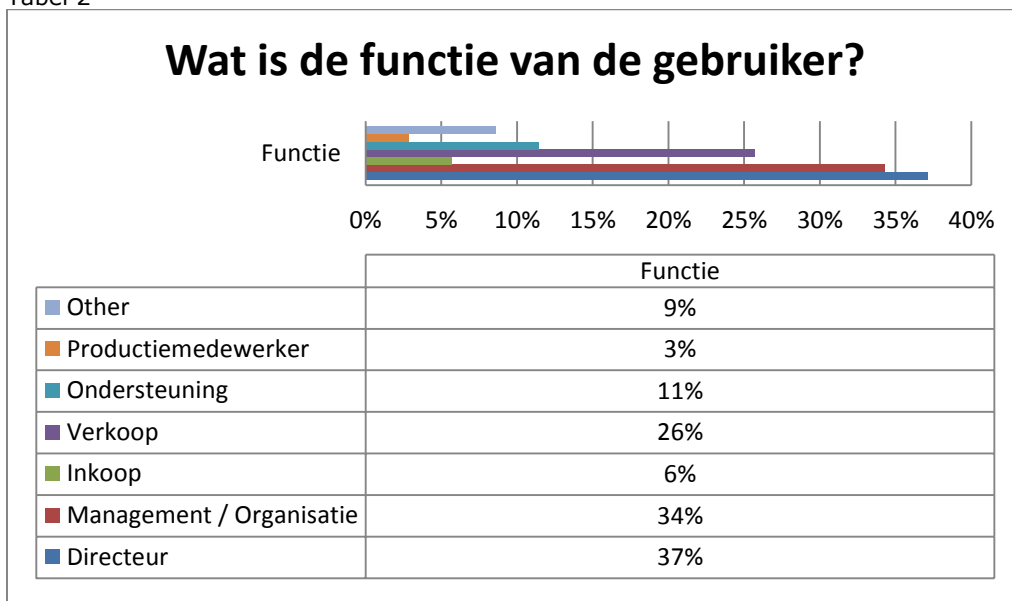
De grootste vertegenwoordigde gebruikersgroep (Tabel 1) zijn veredelaars – vermeerderders (40%) gevolgd door telers (34%). Een groot deel (37%) is directeur of heeft een functie in het management (34%) van de organisatie (Tabel 2). Er is er sprake van een grote diversiteit aan mogelijkheden waarop men met de app heeft kennis gemaakt (zie verder Tabel 3).

Tabel 1



Andere gebruikers zijn: VGB, Floricode medewerker, Brancheorganisatie, Adviseur en Automatiseerder

Tabel 2



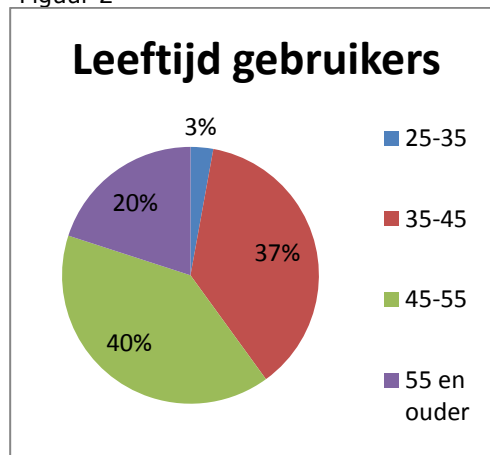
Andere functies: marketing / product management, office manager en developer

De geënquêteerden zijn voor 77% mannen, waarvan 77% tussen de 35 en 55 jaar oud is. Zie de figuren 1 en 2.

Figuur 1

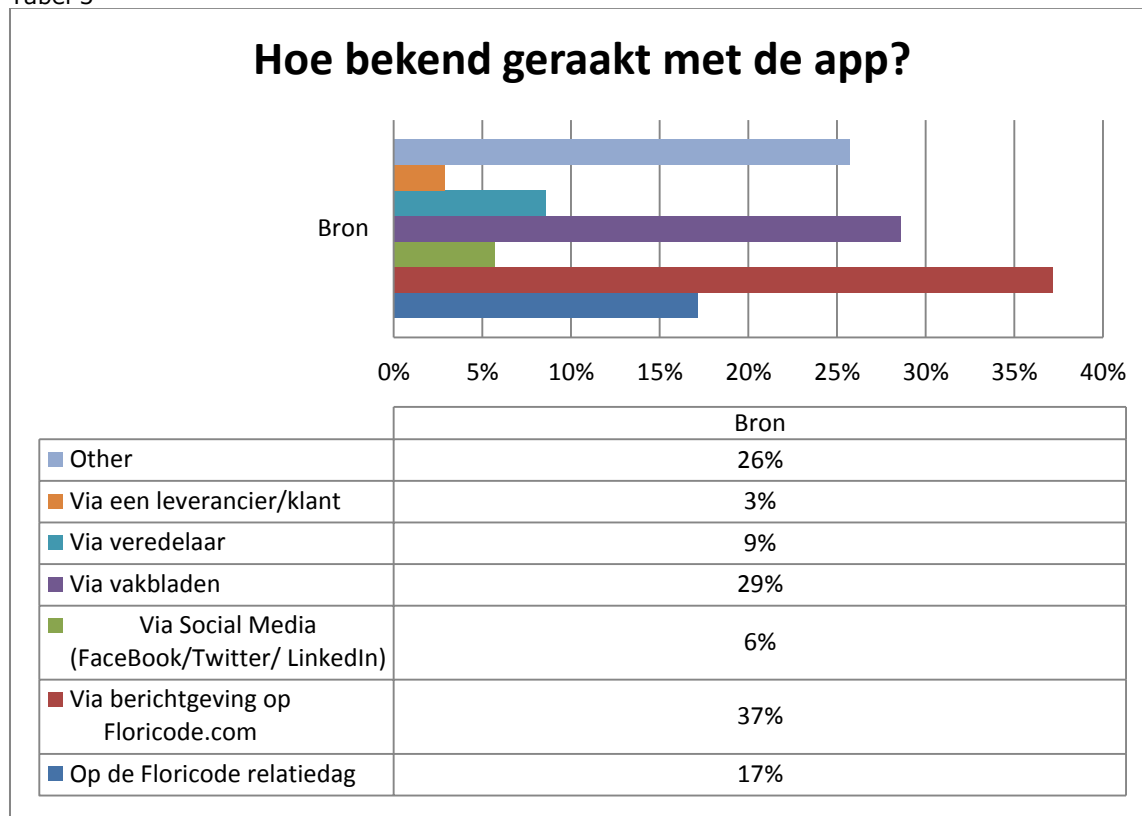


Figuur 2



Ruim de helft van de gebruikers (54%) kent de app van de berichtgeving door Floricode via de website of de relatiedag. Zie tabel 3.

Tabel 3



Andere wijze waarop men bekend is geraakt met de app: via vakbladen (29%), testdemo, via Leo Miedema, via mijn collega's, na bezoek aan Floricode, via Royal FloraHolland, via vergadering Floraholland en via mail van Floricode-medewerkster.

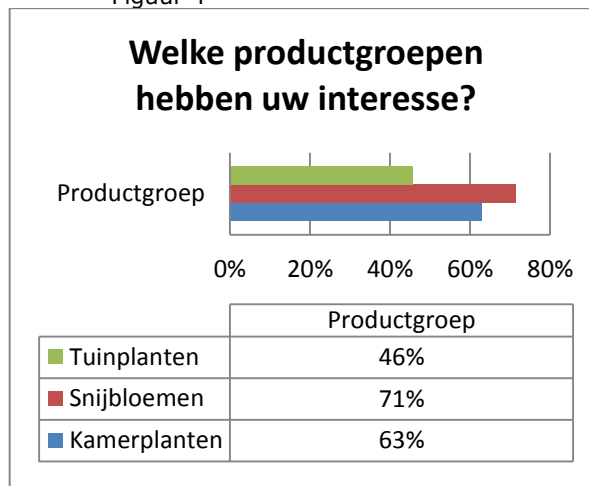
Wijze van gebruik

Vrijwel alle geënquêteerden gebruiken hun smartphone om de app te raadplegen. Slechts 8% doet dit via een tablet (Figuur 3). Men heeft interesse in alle productgroepen, waarbij informatie over snijbloemen het meeste wordt gevraagd. Zie figuur 4.

Figuur 3



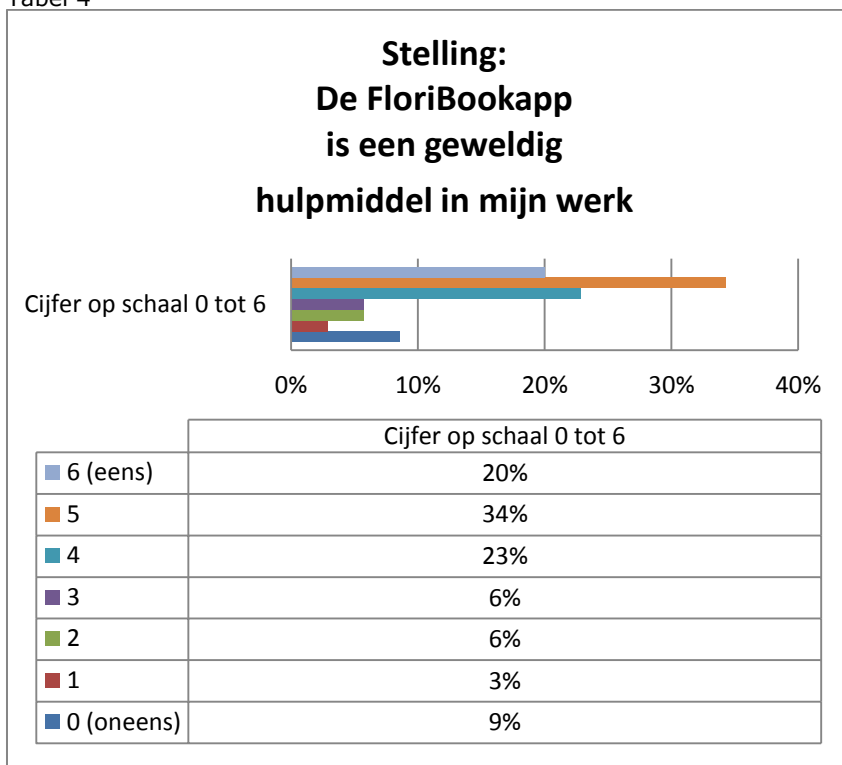
Figuur 4



Algemeen oordeel

Van de respondenten is 77% het in meer of mindere mate eens met de stelling dat de FloriBook-app een geweldig hulpmiddel is bij hun werk (score 4 tot 6, op een schaal van 0 oneens tot 6 eens). Zie tabel 4.

Tabel 4



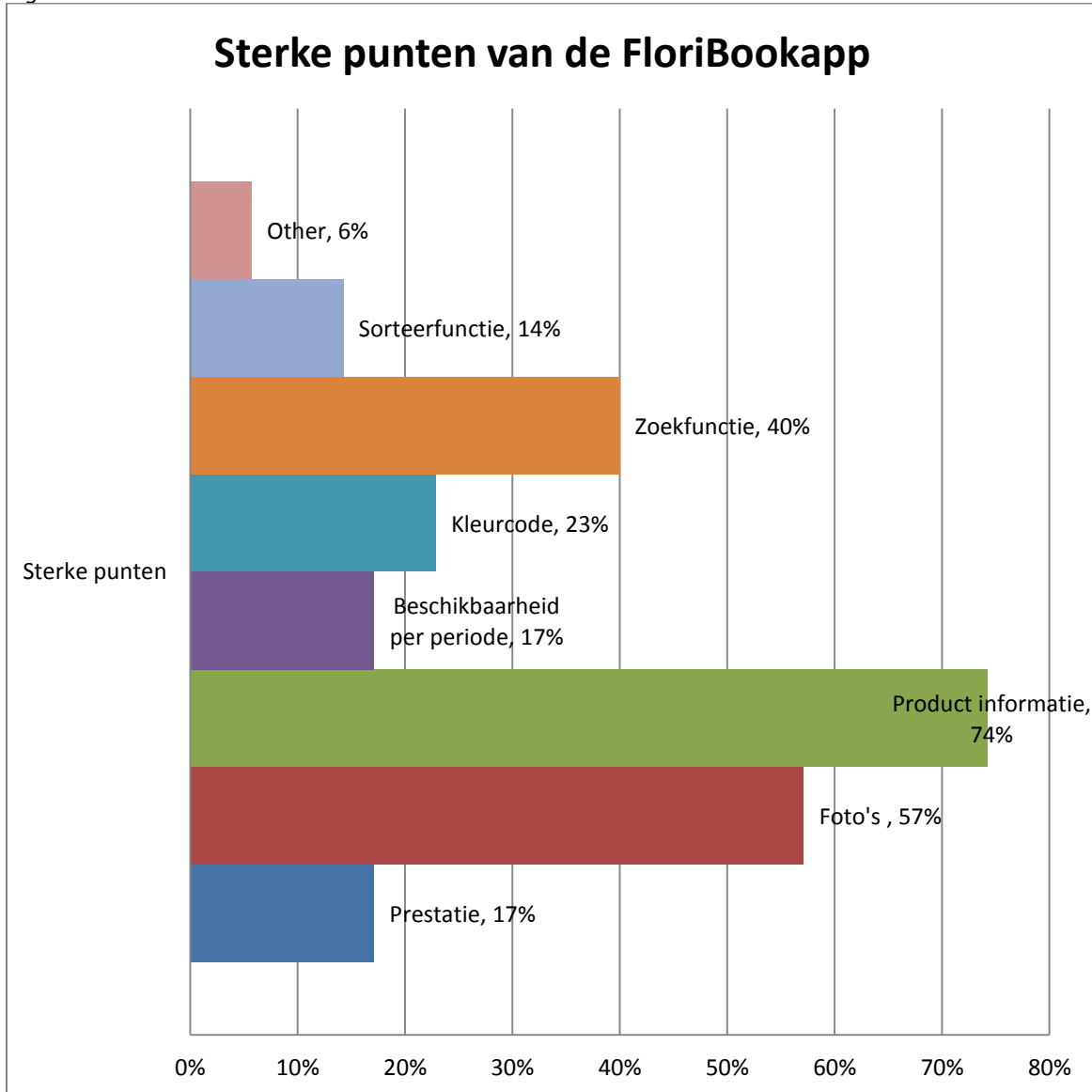
Sterke punten / Verbeterpunten

De meest sterke punten van de FloriBook-app zijn achtereenvolgens:

- 1) de geboden productinformatie (74%);
- 2) de getoonde foto's (57%);
- 3) de zoekfunctie (40%).

Zie figuur 5.

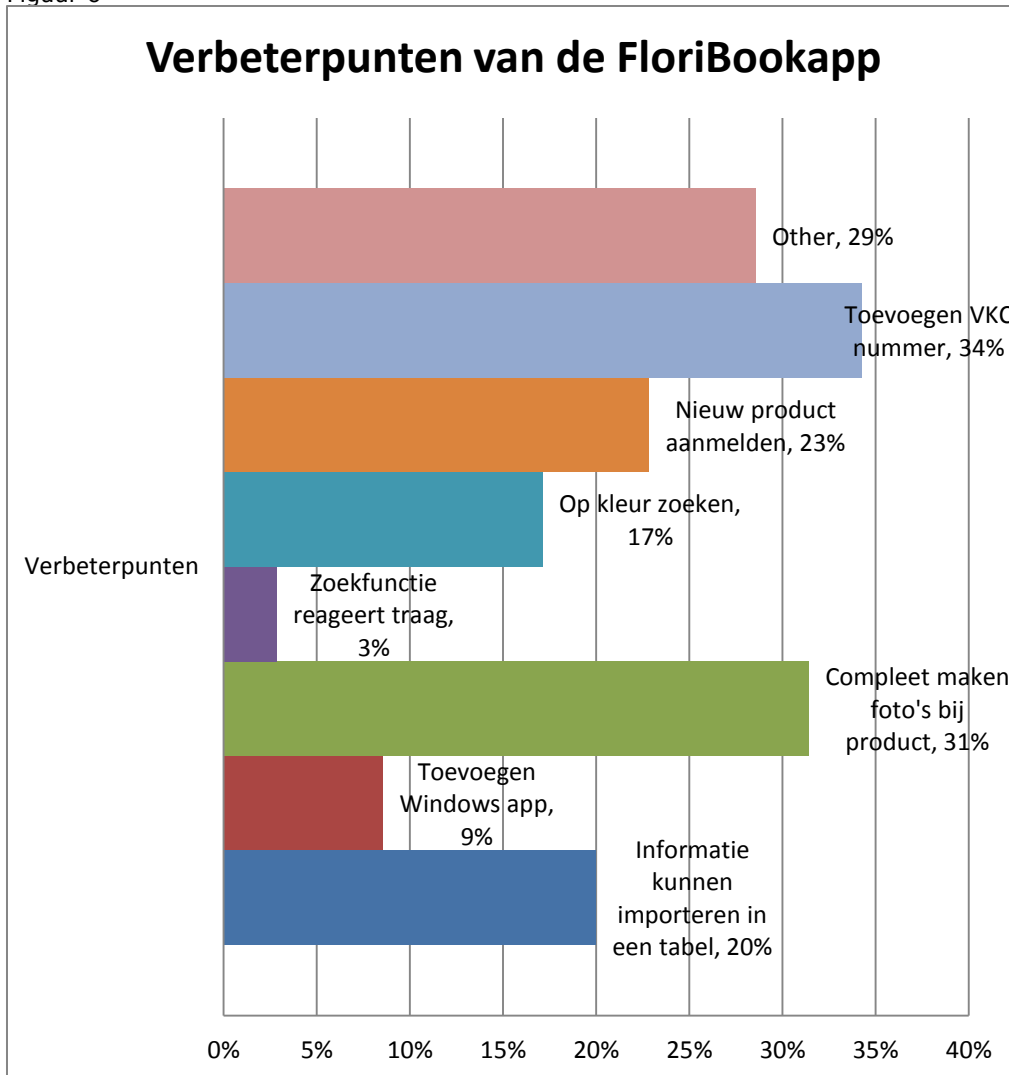
Figuur 5



Een andere respondent noemt de favorieten-functie als een sterk punt. Iemand anders merkt op: "het is een leuk ding maar ik gebruik het niet en zie mijn collega's dit ook niet gebruiken".

Als verbeterpunten worden onder andere aangedragen het toevoegen van het VKC-nummer (34%) en het compleet maken van de foto's bij alle producten (31%). Verder worden er in de categorie 'Andere verbeterpunten' nog een aantal interessante suggesties gedaan zoals het vermelden van de veredelaar / winner. Zie figuur 6.

Figuur 6



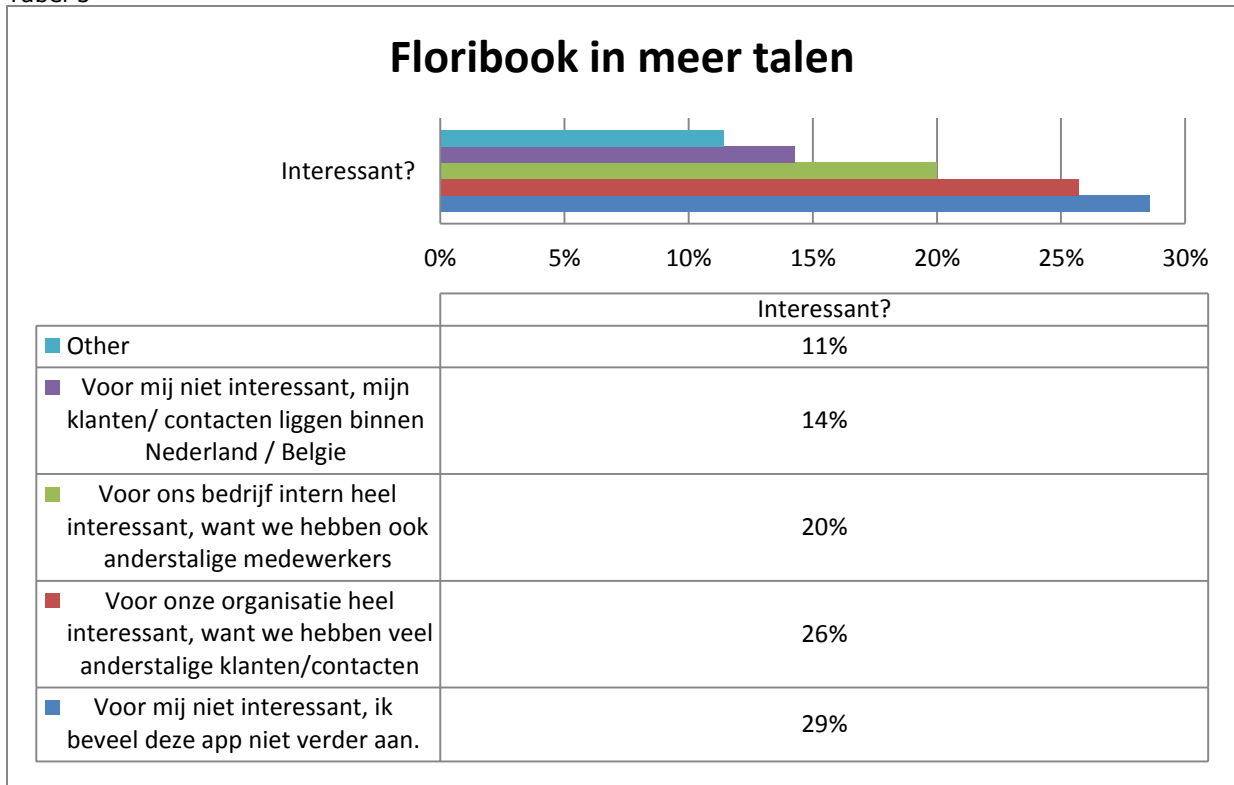
Andere genoemde verbeterpunten:

- Ik vind het zoeken moeilijk. Om het juiste product en code te vinden duurde te lang.
- Legenda beschikbaar: het is onduidelijk welke kleuren er beschikbaar zijn o.b.v. de getoonde bloemkleuren in de legenda.
- Ik mis de info aanmelder en veredelaar en kwekersrecht gegevens t.o.v. de website, vermelden van de veredelaar/winner, producent kunnen linken aan bloem.
- Leesbaar maken van namen, lange namen zijn niet geheel zichtbaar, vallen van het scherm.
- Nieuwste aanmeldingen per week op de app (ter info: dit is vanaf het begin beschikbaar!).
- Trage laadtijd van de app.
- Doorlinken naar productspecificaties.
- Wanneer op een productfoto wordt geklikt voor een grotere afbeelding kantelt deze niet goed mee in het scherm van de smartphone.

Andere gebruikersgroepen

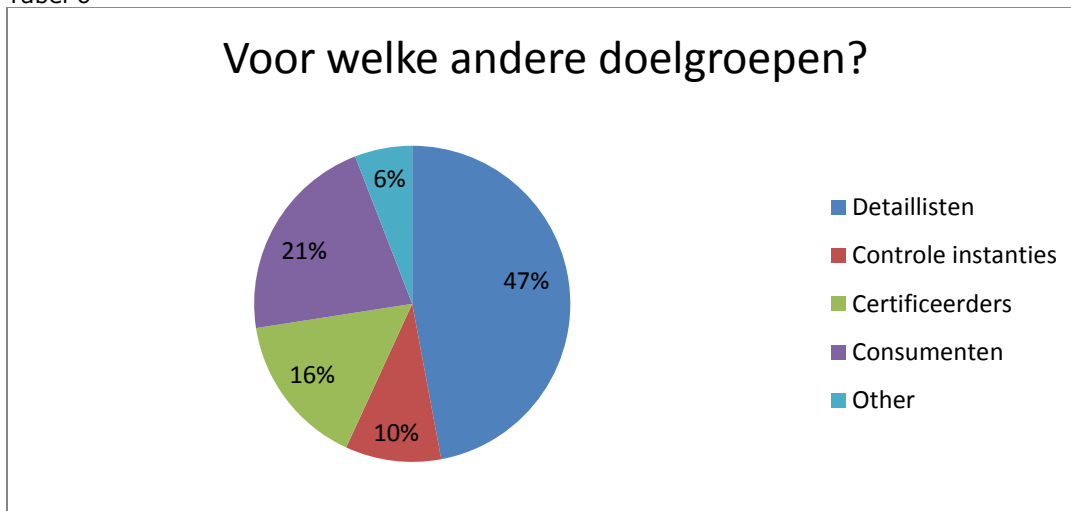
De geënquêteerden is ook kort gevraagd naar mogelijke andere gebruikersgroepen. Allereerst is gevraagd naar de beschikbaarheid in meer talen (Tabel 5). Iets minder dan de helft van deze gebruikers vindt dat interessant. Dat is vanwege de anderstalige medewerkers in het bedrijf (20%) of vanwege anderstalige klanten (26%). Detaillisten worden door de geënquêteerden veruit als belangrijkste nieuwe doelgroep (47%) gezien (zie Tabel 6), gevolgd door consumenten met 21%.

Tabel 5



Anders: ja, ook buitenlandse telers die aanvoeren in Nederland.

Tabel 6



Anders: kwekers, groothandelaren

Aan het einde van de enquête is de open vraag gesteld: "Welke aanpassingen zijn volgens u nodig om de app voor andere doelgroepen nog aantrekkelijker te maken?". Hierop kwamen de volgende suggesties:

- Vertaling in meerdere talen, Meer talen aanbieden, bijvoorbeeld Russisch, Spaans.
- Makkelijker op cultivarnaam zoeken.

- NFC-tag synchroniseren functie: hiermee kan op termijn een functionaliteit worden toegevoegd. Bij het scannen van een bloemisterijproduct met de smartphone opent zich direct het bijbehorende scherm in app.
- Daadwerkelijke beschikbaarheid van het product op de markt (ter info: dit is vanaf het begin beschikbaar!).
- Bij elk artikelnummer of groepsnummer graag ook CBS-code laten weten.
- Toevoegen groepscode.
- Meer informatie over RHS codes en kleuren bij de app of Floricode website.
- Meerdere foto's.
- Zorgen dat we alle artikelen opvoeren en afstappen van de 'producten overig'.
- Nieuwste aanmeldingen per week (ter info: dit is vanaf het begin beschikbaar!).
- Betere marketing.
- Voor consumentenmarkt te specifiek, maar zie wel het nut voor consumenten van een vergelijkbare app.
- Direct kopen vanaf app.
- Zou mooi zijn als de veredelaar een paar unieke eigenschappen kan toevoegen.
- Verzorgingstips en voorbehandelingsadviezen voor de kwekers, telers en handel (samenwerking met Frits Jonk van RoyalFloraHolland en Pokon Chrysal).