

Consumer Interaction

Result-sheet van Tuinbouw Digitaal-project in PPS 'a SMARTER Greenport'

Achtergrond

Consumer Interaction bestaat uit drie onderzoeken:

- 1. Mogelijkheden en effectiviteit van apps voor communicatie met consumenten. De Veggipedia-case (2013).** De groente- en fruitsector heeft in het 'Facebility'-project de Veggipedia-app ontwikkeld. Met deze app kunnen consumenten groente- en fruitartikelen scannen. Daarnaast bevat de app informatie over 230 groente- en fruitproducten, zoals bewaar-, aankoop- en bereidingstips en informatie over de voedingswaarde. Bovendien telt de app 600 recepten met deze producten.
- 2. Kan User Generated Content de interactie en relatie met de doelgroep versterken en groente en fruit relevanter maken (2014)?** De groente- en fruitsector heeft LEI Wageningen UR vervolgens verzocht om te onderzoeken wat de mogelijkheden zijn om, gebruik makend van User Generated Content (UGC), de interactie en relaties met de doelgroep te versterken, om zo de groente- en fruitconsumptie in Nederland te vergroten.
- 3. Product- en gezondheidsinformatie over groente en fruit. Wensen van consumenten (2015).** Uit het onderzoek rond de Veggipedia-app bleek dat van deze app vooral de *productinformatie* wordt gewaardeerd. Uit het onderzoek blijkt verder dat er ook veel waardering is voor de informatie over de *voedingswaarde* van groente- en fruitproducten. Meerdere respondenten gaven echter ook aan dat (de presentatie van) bedoelde informatie beter zou kunnen aansluiten bij hun dagelijkse praktijk en informatiebehoeften.

Doelen onderzoeken

- 1. Mogelijkheden en effectiviteit van apps voor communicatie met consumenten. De Veggipedia-case**
Meer inzicht krijgen in de mogelijkheden en effectiviteit van apps als vorm van communicatie naar consumenten en de sterke en verbeterpunten van specifiek de Veggipedia-app.
- 2. Kan User Generated Content helpen bij het versterken van de interactie en relatie met doelgroep en het relevanter maken van groente en fruit (2014)?**
Meer inzicht krijgen in hoe de doelgroep aankijkt tegen voorbeelden van verschillende UGC-strategieën om de relatie en interactie met hen te versterken en zo de groente- en fruitconsumptie in Nederland te verhogen.
- 3. Product- en gezondheidsinformatie over groente en fruit. Wensen van consumenten.**
Meer inzicht krijgen in de redenen waarom en de wijze waarop consumenten product- en gezondheidsinformatie over groente en fruit zoeken, welke informatie consumenten zoeken en waarom, en de wijze waarop deze informatie het beste kan worden aangeboden aan consumenten.

In het kader van al deze onderzoeken is nauw en goed samengewerkt met de klankbordgroep Facebility bestaande uit bedrijven, Frug I Com en het GroentenFruitHuis.

Belangrijkste resultaten

- 1. Mogelijkheden en effectiviteit van apps voor communicatie met consumenten. De Veggipedia-case**
 - De Veggipedia-app wordt gewaardeerd vanwege rustige uiterlijk, veelheid aan informatie, alerts maar vooral vanwege veelzijdigheid en objectiviteit.
 - De informatie over producten en recepten wordt als veel waardevoller en betrouwbaarder beoordeeld dan informatie over teler, handelaar of retailer.
 - Vooral productinformatie en recepten dragen bij aan meer variatie in groenten- en fruitconsumptie en meer waardering voor deze producten.
 - Er is weinig animo voor polls, (deelname aan) het 2*2-forum en informatie over duurzaamheid.
- 2. Kan User Generated Content helpen bij het versterken van de interactie en relatie met doelgroep en het relevanter maken van groente en fruit?**
 - In relatie tot groente en fruit is consumptie van UGC hooguit aantrekkelijk in de vorm van recepten en door gewone mensen bedachte en gemaakt commercials voor groente en fruit.
 - Er is zeer weinig animo om, in relatie tot groente en fruit, UGC te produceren.
 - De behoefte aan informatie die consumptie vergemakkelijkt is een goede ingang om groente en fruit populairder te maken en er is vooral waardering voor de insteek van 'lekker eten'.
 - Sociale verbinding en zelf-expressie zijn (nog) geen goede ingangen, de behoefte aan entertainment biedt meer perspectief.
- 3. Product- en gezondheidsinformatie over groente en fruit. Wensen van consumenten.** De resultaten van de literatuurstudie en het consumentenonderzoek worden op dit moment geanalyseerd. Bovendien zal (een structuur voor) content worden ontwikkeld die wordt gewenst door consumenten maar nog niet beschikbaar is.

Publicaties

- 1. Mogelijkheden en effectiviteit van apps voor communicatie met consumenten. De Veggipedia-case**
 - Maart 2014: publicatie in Chain
 - Oktober 2014: LEI-rapport over resultaten literatuurstudie en kwalitatief consumentenonderzoek
 - Oktober 2014: Brochure over resultaten literatuurstudie en kwalitatief consumentenonderzoek
 - Meerdere Power Point presentaties over (tussentijdse) resultaten
- 2. Kan User Generated Content helpen bij het versterken van de interactie en relatie met doelgroep en het relevanter maken van groente en fruit?**
 - Power Point presentatie over de resultaten
 - Er wordt gewerkt aan een artikel over de resultaten
- 3. Product- en gezondheidsinformatie over groente en fruit. Wensen van consumenten**
 - Er wordt gewerkt aan een artikel over de resultaten en aan (een structuur voor) content die wordt gewenst door consumenten maar nog niet beschikbaar is.

Meer informatie?

Kijk op www.tuinbouwdigitaal.net of neem contact op met Tuinbouw Digitaal:

- Harrij Schmeitz | Frug I Com | E: Schmeitz@frugicom.nl | T: 06 2030 3092
- Siet Sijtsema | LEI Wageningen UR | E: siet.sijtsema@wur.nl | Of Elvi van Wijk: info@elvivanwijk.com