



Onderzoeksvraag

#2 Wie zijn de concurrenten van Den Mulder en hoe
lossen zij UX/UI problemen op?

Project

Redesign Website Den Mulder Boomteelt

Datum

23 April 2024

Versie

2

INOVA

www.teaminova.nl

info@teaminova.nl

+31 85 484 1200

Juliën Verheijen

julien@teaminova.nl

Inhoud

1.	Context.....	3
2.	Onderzoeksmethode	4
3.	Resultaat	5
4.	Conclusie	8
5.	Bronnen	10

1. Context

Dit document beschrijft het onderzoek dat antwoord geeft op de deelvraag #2 “Wie zijn de concurrenten van Den Mulder en hoe lossen zij UX/UI problemen op?”.

Voor het adviseren van waardevolle aanpassingen aan de e-commerce website van Den Mulder is het noodzakelijk om eerst een concurrentieanalyse uit te voeren. Een concurrentieanalyse omvat het vergelijken van de sterke en zwakke punten van uw concurrenten met die van Den Mulder. Daarnaast biedt het waardevolle inzichten over hoe Den Mulder zich kan onderscheiden van andere mogelijke concurrenten. (Newberry & Tien, 2024)

In dit onderzoek ga ik specifiek in op de gebruikersinterface (UI) en gebruikers ervaring (UX), van de website en webshop van concurrenten van Den Mulder. Dit omdat ik geen advies zal geven over andere services die Den Mulder zou moeten aanpassen of aanbieden om de klantreis te verbeteren.

2. Onderzoeksmethode



Library

Benchmark Creation

Door het analyseren van soortgelijke webshops (van concurrentie boomkwekerijen) kan er inspiratie worden opgedaan naar onderdelen die op de website dienen te staan en hoe deze worden weergegeven. Dit kan een waardevolle referentie en bron van inspiratie zijn.

3. Resultaat

Het analyseren van deze concurrenten in dezelfde niche kan een waardevolle referentie en bron van inspiratie zijn. Omdat deze websites hetzelfde ontwerpdoel hebben, namelijk het verkopen van grote bomen in Nederland. Hierbij wordt er onder andere gekeken hoe zij de producten weergeven, de navigatie is ingericht, producten worden ingedeeld, wat er boven de vouwlijn wordt getoond en over welke functionaliteiten de websites bezitten. Dit zal op basis van een bestel proces worden gedaan, dat vergelijkbaar is aan hoe een consument ook een artikel zou kopen. Als referentie heb ik dit proces eerst uitgevoerd op de website van Den Mulder.

Om een concurrentieanalyse uit te voeren, moeten eerst de concurrenten worden bepaald. Dit is gedaan door middel van het onderzoek van Philipsen (2024), waarin zij een SWOT-analyse heeft uitgevoerd bij de drie grootste concurrenten van Den Mulder. Zij heeft deze concurrenten geïdentificeerd als bedrijven die zichzelf hebben gedefinieerd als "B2C e-commerceplatforms die grote bomen en struiken verkopen in Nederland". Om de concurrenten te bepalen, heeft zij de eerste drie organische zoekresultaten in Google beschouwd als de belangrijkste concurrenten, met behulp van de zoekterm "grote bomen kopen". Om te verifiëren of deze concurrenten nog steeds relevant zijn, heb ik zelf dezelfde zoekterm gebruikt, wat resulteerde in dezelfde resultaten, namelijk Ten Hoven Bomen, Bomen Enzo en Bomen Bezorgd (Figuur 1).



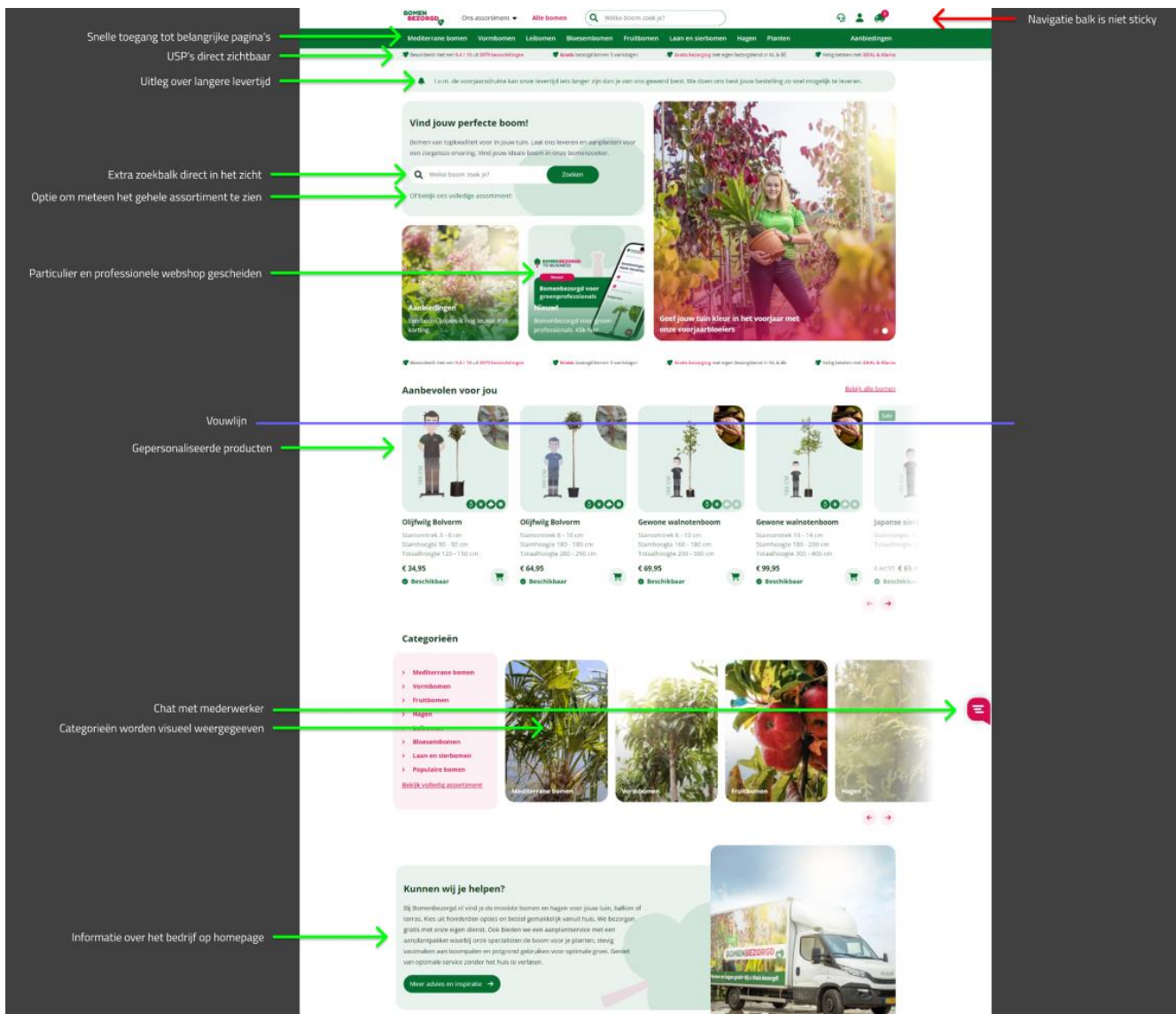
Figuur 1 | Zoekresultaten "grote bomen kopen". Google 2024

Om een goede vergelijking te maken, heb ik bij alle drie de websites van de concurrenten dezelfde stappen uitgevoerd en mijn bevindingen genoteerd. Bij alle websites ben ik op zoek gegaan naar hetzelfde artikel, een 'Spaanse aak', met als doel om deze te bestellen tot aan het afrekenproces. Dit heb ik eerst gedaan bij de website van Den Mulder om een goed beeld te krijgen van welke stappen ik moet doorlopen op de huidige website. Tijdens mijn eigen klantreis heb ik alle positieve en negatieve ervaringen op het gebied van UX/UI genoteerd. Ditzelfde proces heb ik vervolgens bij de concurrenten uitgevoerd.

De klantreis begon op de homepage, die ik volledig heb bekeken om algemene informatie en een indruk over het bedrijf te vinden. Ook heb ik gekeken of ik direct het product kon vinden op de homepage, maar dit was bij alle websites niet het geval. Daardoor heb ik gebruikgemaakt van de menubalk om het artikel te vinden. Hierdoor belandde ik bij alle websites op een productoverzichtspagina (POP), waar ik filters heb gebruikt om het artikel te vinden. Ook heb ik bij alle websites gebruikgemaakt van de zoekbalk om te zien of ik bij hetzelfde artikel kon uitkomen. Vervolgens heb ik op de productdetailpagina (PDP) informatie gelezen over de 'Spaanse aak' en een variant toegevoegd aan de winkelwagen. Bij alle websites kwam er een pop-up of opende er een nieuw venster met een bevestiging dat het artikel was toegevoegd, en bij een aantal van deze websites werden er ook gerelateerde artikelen getoond. Na het bekijken van de winkelwagen ben ik doorgegaan naar de betaalpagina, waar ik de analyse heb gestopt.

In Figuur 2 ziet u een gedeelte van de analyse van de homepage van bomenbezorgd.nl. De **groene** pijlen aan de linkerkant zijn positieve elementen die zorgen voor een fijne gebruikers ervaring. De elementen die zorgen voor een negatieve gebruikers ervaring worden aangegeven met een **rode** pijl aan de rechterkant. De vouwlijn is aangegeven met een **paarse** lijn. Om de content te zien die onder deze vouwlijn zit zal de gebruiker eerst moeten scrollen.

Alle resultaten van de concurrentieanalyse zijn [hier](#) te vinden.



Figuur 2 | Concurrentie analyse. Bomenbezorgd.nl 2024

4. Conclusie

Om antwoord te geven op de vraag "Wie zijn de concurrenten van Den Mulder en lossen zij UX/UI-problemen op?", zijn de eerste drie organische Google-resultaten bij de zoekterm "Grote bomen kopen" beschouwd als de grootste concurrenten van Den Mulder. Bij alle drie de concurrenten is geprobeerd een artikel te zoeken en toe te voegen aan de winkelwagen. Gedurende dit proces zijn de websites geanalyseerd op het ontwerp en de functionaliteiten.

Ditzelfde proces is bij de huidige website van Den Mulder doorlopen. Zoals verwacht, zijn daarbij ook meerdere verbeterpunten gevonden tijdens de eigen klantreis. Deze komen overeen met de resultaten uit het eerdere onderzoek met de onderzoeksvraag #1 "Hoe verloopt de klantreis en waar kan deze worden verbeterd?".

Bij de concurrenten kwamen er ook meerdere verbeterpunten naar boven. Maar wat vooral interessant is om de punten te bekijken die voor een betere gebruikers ervaring zorgde op de website van de concurrenten ten opzichte van de website van Den Mulder. Deze punten zijn goed om mee te nemen in het nieuwe ontwerp van de website omdat deze kunnen bijdragen aan een betere gebruikerservaring en daarmee de conversie van particuliere (B2C) klanten kan verhogen.

Punten op de websites van concurrenten die zorgde voor een betere gebruikerservaring:

Homepage:

- Uitleg over langere levertijd
- Particuliere en professionele webshop gescheiden
- Gepersonaliseerde producten
- Product categorieën visueel weergeven
- Informatie over het bedrijf
- Verwachte antwoord tijd servicedesk
- Betaalmogelijkheden visueel zichtbaar
- Kortingen op artikelen
- Klant reviews
- Exclusieve bomen
- Melding banner kan worden gesloten
- Persoonlijke afbeeldingen
- Compacte footer

Menu en zoekbalk:

- Populaire artikelen
- Uitgelichte artikelen
- Afbeeldingen in menu en zoekbalk
- Zoeken op categorieën
- Zoekbalk werkt met typfouten
- Filteren in zoekbalk

Product overzicht pagina:

- Breadscrums navigatie
- Eigenschappen per product categorie
- Afbeeldingen bij verschillende soorten
- Sorteren op populariteit of prijs
- Vanaf prijzen worden getoond
- Nederlandse naam heeft zwaarste gewicht
- Detailfoto en productfoto in één
- Filter sliders
- Filter om niet beschikbare artikelen te verbergen
- Regelmatig attenderen op USP's
- Populair of korting label

Product detail pagina:

- Nederlandse benaming met meer gewicht
- Dropdown menu voor artikel varianten
- Aanbevolen opties weergeven
- Productfoto's van meerdere seizoenen + indicatie welk seizoen
- Product informatie onder vouwlijn
- Levering details per seizoen
- Duidelijke communicatie over lever periode
- Visuele uitleg over verpakking (blote wortel, kluit, draadkluit, pot, etc.)
- Meerdere specificatie zichtbaar in dropdown menu
- "Gratis" vermelden als bezorgkosten gratis zijn.
- Favoriet van medewerker
- Persoonlijke voorgestelde artikelen
- Review per artikel

Winkelwagen en checkout:

- Aanbevolen label
- Knop op gerelateerde producten direct toe te voegen
- Betaal opties tonen
- USP's laten zien in winkelwagen
- Progressie balk bij betaal proces
- Buttons voor particulier of zakelijk
- Aanbevolen artikel op basis van gekozen item
- Bereken bezorgkosten op basis van postcode
- Consument kan zelf bezorgdatum kiezen
- Aanmelden voor nieuwsbrief

Dit onderzoek heeft de UX/UI-problemen van de huidige website bevestigd en heeft daarnaast gezorgd voor waardevolle referenties en inspiratie door het analyseren van de concurrenten. Dit draagt bij aan het ontwerp dat de gebruikerservaring van de website van Den Mulder zal verbeteren.

5. Bronnen

Bomenbezorgd. (z.d.). Bomen kopen: gratis bezorgd met eigen transport - bomenbezorgd.nl. Geraadpleegd op 25 maart 2024, van <https://bomenbezorgd.nl/>

Ilmer B.V. Internet, Applications, Media. (z.d.). Ten Hoven Bomen Webshop - Online bomen en planten kopen. Geraadpleegd op 25 maart 2024, van <https://www.tenhoven-bomen.nl/>

Inovamedia.nl. (z.d.). Boomkwekerij Den Mulder Boomteelt | Bomen en planten kopen. 2005 - 2024
Inovamedia.nl. Geraadpleegd op 25 maart 2024, van <https://www.denmulderboomteelt.com/>

J.D. van de Bijl B.V. (z.d.). Bomen, tuinplanten & haagplanten kopen uit eigen kwekerij. Boomkwekerij J.D. van de Bijl B.V. Geraadpleegd op 26 maart 2024, van <https://www.bomenenzo.nl/>

Newberry, C., & Tien, T. (2024, 29 januari). 2024 Guide to Social Media Competitor Analysis. Hootsuite. Geraadpleegd op 21 maart 2024, van <https://blog.hootsuite.com/competitive-analysis-on-social-media/>

Philipsen, T. (2024, 20 februari). The gap between consumer behavior and Den Mulders ecommerce strategy: "Het gat tussen consumentengedrag en Den Mulders e-commerce strategie".

Turnhout, K. van, Jacobs, M., Kamp, I., Mulholland, C., Neuman, A., Rouwhorst, S. & Vlies, L. van (2015). CMD Methods Pack: Find a combination of research methods that suit your needs. HAN University of Applied Sciences - Amsterdam University of Applied Sciences, the Netherlands.