



Onderzoeksvraag

#5 Wat zijn de laatste innovatieve technologieën die de gebruikerservaring van webshops kunnen verbeteren?

Project

Redesign Website Den Mulder Boomteelt

Datum

24 Mei 2024

Versie

2.1

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	7
5.	Bronnen	8

1. Context

Dit document beschrijft het onderzoek dat antwoord geeft op de deelvraag #5 'Wat zijn de laatste innovatieve technologieën die de gebruikerservaring van de webshop kunnen verbeteren?' Doormiddel van literature study en een trend analysis heb ik de nieuwste technologieën in kaart gebracht die de e-commerce gebruikerservaring van de Den Mulder website kunnen verbeteren.

2. Onderzoeksmethode



Library

Literature Study

Online informatie opzoeken bij betrouwbare bronnen om te weten wat de laatste innovatieve technologieën voor de e-commerce zijn.



Library

Trend Analysis

Online informatie opzoeken bij betrouwbare bronnen om op de hoogte te blijven van nieuwe ontwikkelingen. Daarbij rekening houdende dat sommige trends van korte duur zijn en voor dit project dus niet toepasbaar zijn.

3. Resultaat

In dit onderzoek is er gezocht naar de laatste innovatieve technologieën die bijdragen aan het verbeteren van de e-commerce gebruikerservaring. Hieronder staan meest benoemde technologieën voor de e-commerce beschreven die de laatste jaren erg in opkomst zijn, en potentieel ook interessant zijn voor de webshop van Den Mulder.

1. **AI-gedreven Inhoud:** AI en machine learning kan worden gebruikt om webpagina inhoud aan te passen aan de individuele voorkeuren van gebruikers, wat leidt tot een meer gepersonaliseerde winkelervaring. Dit omvat bijvoorbeeld aanbevelingen op basis van eerder winkelgedrag (Romano, 2024).

Dit zie ik zelf vaak terug bij grote webshops en het helpt bij het vinden van het benodigde product of soortgelijke artikelen. In het eerdere onderzoek #1 'Hoe verloopt de klantreis en waar kan deze worden verbeterd?' is ook benoemd dat gebruikers dit verwachten bij een webshop. En volgens Westerhof (2018) verhoogt het conversiepercentage met gemiddeld 35%. Hieruit blijkt dat dit een erg belangrijke technologie is die de conversie zal verhogen.

2. **Chatbots en virtuele assistenten:** Een chatbot kan klanten helpen bij het vinden van het juiste product of het beantwoorden van veelgestelde vragen over bestellingen of productinformatie. Hierdoor hoeven klanten niet te bellen voor direct contact en ontvangen ze sneller een reactie dan via e-mail. Dit leidt tot minder benodigde personeelsbezetting bij de servicedesk (Shotwell, 2024).

Op de huidige website is er een soort virtuele assistent aanwezig, waarbij je direct een adviesgesprek kunt inplannen met een medewerker of contact kunt opnemen via WhatsApp, e-mail of telefoon. Er ontbreekt echter een directe chatfunctie die kan helpen bij het zoeken naar de juiste producten of het verstrekken van informatie.

3. **Micro-interacties:** Kleine visuele bewegingen, zoals animaties bij het scrollen of klikken, kunnen de gebruikerservaring dynamischer en aantrekkelijker maken. Dit helpt om de interactie met de website interessanter te maken en gebruikers betrokken te houden (Romano, 2024)

Het toepassen van micro-interacties of micro-animaties stond al gepland voor de Den Mulder website, ook omdat dit aansluit bij mijn persoonlijke leerdoelen. In onderzoek #6 'Hoe kunnen (micro) animaties een positief effect hebben op de gebruikers ervaring?' ga ik verder onderzoeken hoe ik dit kan toepassen bij de webshop van Den Mulder.

4. **Augmented Reality (AR):** AR-technologieën, zoals virtuele productvisualisaties, bieden klanten de mogelijkheid om producten virtueel te bekijken voordat ze een aankoop doen. Dit verbetert niet alleen de winkelervaring, maar helpt ook om retouren te verminderen (Shotwell, 2024).

Den Mulder zou dit kunnen toepassen zodat klanten kunnen zien hoe groot een boom daadwerkelijk is in hun tuin. Hierdoor hoeven klanten niet eerst naar de kwekerij te komen om de werkelijke grootte te zien.

5. **Mobile-first Design:** Met het feit dat een groot deel van de online aankopen via smartphones wordt gedaan, is het belangrijker om de webshops te ontwerpen met een mobiel-first benadering. Dit betekent dat het ontwerp vooral gefocust is op mobiele gebruikers en omvat het implementeren van functies zoals gezichtsherkenning en vingerafdrukscanners om inloggen en afrekenen te vereenvoudigen (Leeman, 2023).

Het eerste voorstel van het ontwerp was al gemaakt voor de desktopvariant. Vandaar dat dit niet meer kan worden toegepast. Maar om het ontwerp verder te verbeteren is het wel belangrijk om te focussen op de mobiele versie.

6. **Demand Forecasting met AI:** Het gebruik van AI voor vraagvoorspelling kan helpen om voorraden te optimaliseren, kosten te besparen en verkoopstrategieën te verbeteren door beter te anticiperen op de behoeften van klanten (Shotwell, 2024).

Inspelen op de behoeften van de klant is altijd een groot voordeel voor iedere webshop. Met een vroegtijdige voorspelling is er altijd voldoende voorraad aanwezig. Zeker omdat de artikelen die Den Mulder verkoopt vaak maanden of jaren nodig hebben om verkocht te worden.

7. **Voice Commerce:** Met de toename van het gebruik van smart speakers en stemassistenten, wordt optimalisatie voor voice search steeds crucialer. Websites moeten worden aangepast om bestellingen via spraakcommando's mogelijk te maken (Leeman, 2023).

In eerste instantie verwachtte ik dat in Nederland niemand producten zou bestellen via een stemassistent. Volgens PwC (2019) gebruikte 11% van de Nederlanders wekelijks een stemassistent voor online shoppen in 2019, en dit aantal zou naar verwachting moeten stijgen. Ondanks de mogelijke stijging acht ik de kans nog steeds vrij klein dat consumenten dit zullen doen voor groenproducten, met name de doelgroep van Den Mulder.

4. Conclusie

In dit onderzoek is gezocht naar het antwoord op de vraag #5 “Wat zijn de laatste innovatieve technologieën die de gebruikerservaring van webshops kunnen verbeteren?” Hierbij is gebruikgemaakt van literatuurstudie in combinatie met een trendanalyse.

De gevonden technologieën zijn erop gericht om de gebruikerservaring te verbeteren door webshops intuïtiever, persoonlijker en gebruiksvriendelijker te maken, wat uiteindelijk kan leiden tot hogere klanttevredenheid en conversieratio's. Voor Den Mulder zouden chatbots en virtuele assistenten, AI-gedreven inhoud en micro-interacties mogelijk het meeste positieve effect hebben op het verbeteren van de gebruikerservaring.

Gezien de beperkte tijd heb ik besloten om niet dieper in te gaan op het onderzoeken en het toevoegen van deze technologieën aan het ontwerp, met uitzondering van de micro-interacties (micro-animaties). Omdat hier was vanaf het begin van het project al ruimte voor is ingepland en dit een van mijn persoonlijke leerdoelen is. Daarom ga ik dit verder onderzoeken in onderzoek [#6 'Hoe kunnen \(micro\) animaties een positief effect hebben op de gebruikers ervaring?'](#).

Dit onderzoek heeft nieuwe inzichten gegeven die INOVA of Den Mulder mogelijk in een latere fase verder kan onderzoeken en kan toevoegen aan de website om zo de gebruikerservaring te blijven verbeteren.

5. Bronnen

Leeman, G. (2023, 20 december). E-commerce trends 2024: 15 eye-popping insights for the future of online shopping. The Future of Commerce. <https://www.the-future-of-commerce.com/2023/12/20/e-commerce-trends-2024/>

PricewaterhouseCoopers GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft. (2019). Voice Commerce in Europe: A market analysis. <https://www.pwc.de/de/handel-und-konsumguter/pwc-voice-commerce-infografik.pdf>

Romano, J. (2024, 11 april). The state of UX design in 2024. Wix Blog. <https://www.wix.com/blog/ux-design-trends>

Shotwell, L. (2024, 18 april). 7 Retail Technology Trends: Innovations in Retailing in 2024. MobiDev. <https://mobidev.biz/blog/7-technology-trends-to-change-retail-industry>

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.

Westerhof, C. (2018, 9 januari). 2018: het jaar waarin AI doorbreekt voor webwinkeliers. Twinkle. <https://twinklemagazine.nl/2018/01/ai-deep-learning/index.xml>