

# Interview 6 / Usertest

## Inleiding:

Nadat we individuele dashboard hadden gemaakt wilden we als groep graag weten of we de juiste richting in aan het werken waren. Daardoor koppelde we een nieuwe gesprek aan met Jurgen, uiteindelijke gebruiker van ons dashboard. Dit deden we om te kijken of onze gemaakte keuzes in de verschillende dashboard goed waren of juist niet.

## Persoon:



**Jurgen Bergmans**  
Online marketeer  
binnen Greenhouse

## Interview:

Het interview begon eigenlijk een beetje als een terugkoppeling van het vorige interview. Als eerste vroegen we enkele vragen over de verkregen data van de Eneco-campagne. Hierbij waren wij benieuwd of hij alles meenam van wat hij had doorgestuurd en of dat bij elke campagne hetzelfde was. Hier zei hij dat alles wat hij doorgestuurd had relevant was, maar bepaalde punten extra aandacht kregen t.o.v. de strategie van de campagne. Bij Eneco was dit bijvoorbeeld videostart, terwijl bij Kruitvat eerder op CPM wordt gestuurd. Maar beide dus altijd zichtbaar moeten zijn.

Vervolgens gingen we over om onze gemaakte dashboard aan Jurgen te laten zien plus een korte uitleg per persoon. Achteraf nadat het rondje was rondgemaakt lichtte Jurgen alle positieve punten uit. Dit deed hij middels het dashboard van Michelle, doordat dit ontwerp de meeste pluspunten in zich had. Alleen hij miste een overzicht van de verschillende keypoints (2sec, 3sec en completed view)

Verder had Jurgen zelf niet veel aan de labels, maar dit was dan ook bedoeld voor de creatie afdeling i.p.v. de social afdeling (marketing). Alleen zag ook hij de kans om de labels te vergelijken met de performance data om in één overzicht alle labels van een video te vergelijken met die van een andere video.

Daarnaast gaf Jurgen aan dat hij nu wekelijks updates stuurt naar de klant maar dit steeds handmatig doet middels CSV's. Dit dashboard zou dus voor zowel de social afdeling, de creatie afdeling als de klant interessant kunnen zijn. Doordat het Jurgen (en de andere marketing mensen) veel tijd zou kunnen schelen.

Uiteindelijk als bijvoorbeeld het dashboard ook ingezet zou worden voor de klant dan geeft Jurgen wel de voorkeur aan live data. Hiervoor kan Facebook Insights API of Baas (wordt al gebruikt door Greenhouse) worden ingezet.

### **Conclusie/ reflectie:**

Doordat ik zelf persoonlijk vooral bezig was met het programmeren was mijn dashboard niet zo uitgewerkt als van de andere. Een dashboard wat er tussenuit schoot was dit van Michelle. Hier had Jurgen veel positieve feedback op. Deze punten hebben opgeschreven en terug laten komen in het dashboard. Ook gaf Jurgen aan dat hij nog niet kon switchen tussen de secondes keypoints iets wat we in ons prototype uiteindelijk wel hebben toegevoegd naderhand van dit interview.