

Appendices

1. Approved Project brief scan
2. interview script agency
3. interview script partner
4. Insights
5. Questionnaire results
6. Concept detail interviews

1. Approved Project brief scan

CHECK ON STUDY PROGRESS

To be filled in by **SSC E&SA** (Shared Service Centre, Education & Student Affairs), after approval of the project brief by the chair. The study progress will be checked for a 2nd time just before the green light meeting.

Master electives no. of EC accumulated in total EC

Of which, taking conditional requirements into account, can be part of the exam programme EC

	YES	all 1st year master courses passed
	NO	missing 1st year courses

Comments:

Sign for approval (SSC E&SA)

Name Rik Ledoux

Date 10-09-2024



Signature

APPROVAL OF BOARD OF EXAMINERS IDE on SUPERVISORY TEAM to be checked and filled in by IDE's Board of Examiners

Does the composition of the Supervisory Team comply with regulations?

YES	V	Supervisory Team approved
NO		Supervisory Team not approved

Comments:

Based on study progress, students is ...

V	ALLOWED to start the graduation project
	NOT allowed to start the graduation project

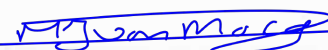
Comments:

Sign for approval (BoEx)

Name Monique von Morgen

Date 25/9/2024

Signature





Personal Project Brief – IDE Master Graduation Project

Name student Thijs van de Water

Student number 4855639

PROJECT TITLE, INTRODUCTION, PROBLEM DEFINITION and ASSIGNMENT

Complete all fields, keep information clear, specific and concise

Project title

Please state the title of your graduation project (above). Keep the title compact and simple. Do not use abbreviations. The remainder of this document allows you to define and clarify your graduation project.

Bridging the Gap: Advanced Marketing Tools for Smaller Advertisers on Selto

Introduction

Describe the context of your project here; What is the domain in which your project takes place? Who are the main stakeholders and what interests are at stake? Describe the opportunities (and limitations) in this domain to better serve the stakeholder interests. (max 250 words)

The project takes place within the domain of e-commerce on the Selto platform, a leading online retail marketplace hosting a range of sellers from large enterprises to small businesses. The main stakeholders are small advertisers, expert marketing agencies, and Selto itself.

Stakeholder Interests:

1. Small Advertisers: They aim to optimize their advertising to increase visibility, drive sales, and grow their customer base, often lacking the resources to hire expert agencies.
2. Expert Marketing Agencies: These agencies offer high-level marketing services and strategies, typically accessible only to businesses with substantial budgets.
3. Selto: The platform seeks to support all its sellers in achieving success, fostering a competitive and diverse marketplace.

Opportunities:

- Knowledge Sharing: Leveraging agency expertise to provide advanced marketing strategies can help small advertisers compete more effectively.
- Cost Efficiency: Offering these insights affordably can reduce the financial burden on small advertisers.
- Platform Growth: Empowering small businesses can lead to a more varied marketplace, enhancing customer experience and increasing Selto's market share.

Limitations:

- Technical Implementation: Developing a system to capture and disseminate expert knowledge in a user-friendly format can be complex.
- Maintaining Quality: Ensuring strategies remain effective requires ongoing collaboration with marketing experts.
- Balancing Interests: Respecting the intellectual property of agencies while making their knowledge accessible is crucial.

This project aims to bridge the gap between small advertisers and expert marketing knowledge, fostering a more inclusive and competitive e-commerce environment.

Personal Project Brief – IDE Master Graduation Project

Problem Definition

What problem do you want to solve in the context described in the introduction, and within the available time frame of 100 working days? (= Master Graduation Project of 30 EC). What opportunities do you see to create added value for the described stakeholders? Substantiate your choice. (max 200 words)

Small advertisers on Selto often lack the resources and expertise to optimize their marketing efforts, leading to reduced visibility and sales. These businesses cannot afford the high costs of hiring external marketing agencies, resulting in a competitive disadvantage.

Opportunities to Create Added Value:

1. **Democratizing Expert Knowledge:** By creating a platform or tool that distills the strategies and insights from expert marketing agencies, we can make advanced marketing techniques accessible to small advertisers. This empowers them to compete more effectively with larger businesses.
2. **Cost-Effective Solutions:** Providing these insights and tools at a fraction of the cost of hiring an agency helps small advertisers maximize their return on investment, improving their financial sustainability.
3. **Enhanced Platform Growth:** Supporting small businesses in optimizing their advertising efforts can lead to a richer, more diverse marketplace on Selto, enhancing customer experience and potentially increasing overall platform revenue.

Empowering small advertisers aligns with Selto's goal of fostering a competitive and diverse marketplace. By leveraging expert knowledge in a scalable and affordable way, we can bridge the gap between small and large advertisers, ensuring fair competition and driving overall platform growth. Implementing this within a 100-day timeframe is feasible by focusing on the core aspects of knowledge sharing and tool development, ensuring tangible results within the project period.

Assignment

This is the most important part of the project brief because it will give a clear direction of what you are heading for. Formulate an assignment to yourself regarding what you expect to deliver as result at the end of your project. (1 sentence) As you graduate as an industrial design engineer, your assignment will start with a verb (Design/Investigate/Validate/Create), and you may use the green text format:

Design a scalable platform that democratizes access to advanced marketing strategies for small advertisers on Selto by leveraging expert knowledge from leading marketing agencies.

Then explain your project approach to carrying out your graduation project and what research and design methods you plan to use to generate your design solution (max 150 words)

To carry out this graduation project, I will use a combination of research and design methods:

1. **Literature Review and Market Analysis:** Investigate existing marketing strategies and tools used by expert agencies and identify key insights relevant to small advertisers.
2. **Stakeholder Interviews:** Conduct interviews with small advertisers on Selto and marketing experts to understand their needs, challenges, and preferences.
3. **Concept Development:** Generate multiple design concepts for the platform, focusing on user-friendly interfaces and scalable features.
4. **Prototyping:** Create low-fidelity and high-fidelity prototypes of the selected concept.
5. **User Testing:** Test prototypes with a sample of small advertisers to gather feedback and refine the design.
6. **Implementation Feasibility:** Assess the technical feasibility and develop a roadmap for implementation.

This approach ensures a user-centered design process, leveraging both qualitative and quantitative data to create a viable and effective solution.

Project planning and key moments

To make visible how you plan to spend your time, you must make a planning for the full project. You are advised to use a Gantt chart format to show the different phases of your project, deliverables you have in mind, meetings and in-between deadlines. Keep in mind that all activities should fit within the given run time of 100 working days. Your planning should include a **kick-off meeting**, **mid-term evaluation meeting**, **green light meeting** and **graduation ceremony**. Please indicate periods of part-time activities and/or periods of not spending time on your graduation project, if any (for instance because of holidays or parallel course activities).

Make sure to attach the full plan to this project brief.

The four key moment dates must be filled in below

Kick off meeting 3 september 2024

Mid-term evaluation 21 october 2024

Green light meeting 18 december 2024

Graduation ceremony 3 february 2025

In exceptional cases (part of) the Graduation Project may need to be scheduled part-time. Indicate here if such applies to your project

Part of project scheduled part-time	
For how many project weeks	
Number of project days per week	

Comments:

Motivation and personal ambitions

Explain why you wish to start this project, what competencies you want to prove or develop (e.g. competencies acquired in your MSc programme, electives, extra-curricular activities or other).

Optionally, describe whether you have some personal learning ambitions which you explicitly want to address in this project, on top of the learning objectives of the Graduation Project itself. You might think of e.g. acquiring in depth knowledge on a specific subject, broadening your competencies or experimenting with a specific tool or methodology. Personal learning ambitions are limited to a maximum number of five.

(200 words max)

I am motivated to start this project because it aligns with my passion for accessible technology and empowering small businesses. Through my MSc program in Industrial Design Engineering, I have acquired skills in user-centered design, prototyping, and stakeholder analysis, which I aim to further develop. Additionally, I have an interest in e-commerce and digital marketing, making this project ideal for my academic and professional goals.

Competencies I want to develop:

1. Advanced UX/UI Design: Enhance my skills in designing intuitive and effective user interfaces.
2. Market Research: Deepen my understanding of market analysis techniques.
3. Stakeholder Management: Improve my ability to engage with and balance different stakeholder needs.
4. Prototyping and Testing: Refine my abilities in creating and iterating prototypes.
5. Implementation Strategy: Gain experience in developing feasible implementation plans for digital solutions.

Personal Learning Ambitions:

1. In-depth Knowledge of Digital Marketing: Acquire insights into advanced marketing strategies.
2. Experimentation with New Tools: Explore and experiment with cutting-edge design and prototyping tools.
3. Project Management: Strengthen my project management skills.
4. Collaborative Design: Foster collaboration skills by working closely with various stakeholders.

2. interview script agency

Hulp van agencies laagdrempelig maken

INTRO

Allereerst heel erg bedankt dat je de tijd hebt genomen om met mij te praten, vandaag, daar help je me heel erg mee.

Voorstellen & doel van gesprek

Ik zal me kort voorstellen. Ik ben Thijs en ik ben masterstudent strategisch productontwerp aan de TU Delft en afstudeerstagiair bij Selto. Voor mijn afstudeerproject ben ik bezig met het onderzoeken van manieren waarop verkopers makkelijker toegang kunnen krijgen tot ondersteuning van marketing agencies bij het beheren van hun Sponsored Products-campagnes. In dit interview ben ik benieuwd naar jouw visie en ervaring op dit gebied, en hoe Selto en agencies hier mogelijk een rol in kunnen spelen. Je helpt me het best door zo eerlijk mogelijk te zijn.

Opname maken

Vóór we beginnen: vind je het goed als we dit gesprek ook opnemen? De beelden zullen niet zonder jouw toestemming gedeeld worden, ook niet binnen Selto, maar voor mij kan het handig zijn om soms nog iets terug te kunnen kijken. De opnames worden ook na 6 maanden automatisch weer verwijderd.

Over de agency

Zou je me iets kunnen vertellen over jullie bedrijf, jullie achtergrond en waar jullie je dagelijks mee bezig houden?

Zou je me meer kunnen vertellen over het soort klanten dat jullie veelal hebben?

DE CONNECTIE TUSSEN PARTNER EN AGENCY

Ik wil het vandaag hebben over de connectie tussen agencies en verkopers met een relatief kleiner advertentiebudget.

In het heel kort: Het lijkt erop dat adverteerders met groter budget vaker een agency gebruiken. Er zijn heel veel adverteerders die het niet door een agency laten bijhouden. Nu wil ik graag meer leren over hoe agencies denken over deze samenwerking.

Hoe regelen jullie acquisitie van nieuwe partners?

Wat zijn de verschillende typen vragen waar een klant mee naar jullie komt?

Hebben jullie in het verleden klanten geweigerd?

Waarom?

Welke input heb je nodig van verkopers voor het opstellen van een campagne?

Denk je dat jullie als agency iets kunnen betekenen om het aantrekkelijker te maken voor kleinere partners om ook hulp in te schakelen?

FINANCIEN

In mijn literatuuronderzoek kwam ik erachter dat het financiële plaatje van externe hulp inhuren een groot obstakel kan zijn voor kleinere ondernemers. Om deze reden zou ik graag ook nog wat vragen stellen, dáár over.

Ik begrijp dat financiën een gevoelig onderwerp is. Mijn vragen zijn gericht op specifieke getallen, maar voel je ook vrij om een ruwe schatting/range te geven. Als je het fijner vindt kunnen we ook de opname even stopzetten

Vragen jullie aan elk bedrijf hetzelfde bedrag of dezelfde commissie of ligt het aan de grote van het advertentiebudget of iets dergelijks?

Hoe veel commissie is dat als ik vragen mag?

Vragen jullie een extra bedrag om de campagne op te stellen of aan de start van de samenwerking?

Heb je zelf ideeën van hoe we kunnen zorgen dat agencies aantrekkelijker worden voor partners met een lager advertentie budget.

IDEEN BECRITISEREN

Dan wil ik nu graag een korte oefening doen met je. Ik heb hieronder vast wat eerste ideeën geschreven waarvan ik alvast een eerste indruk zou willen en daarnaast positieve punten en kritiek/twijfels de je hebt op de ideeën.

1. Een **tool** voor het automatisch koppelen van **agencies** aan **campagnes** van **partners**, waarbij de agencies, telkens als er een verkoop is door een advertentie die zij bijhouden, automatisch een commissie krijgen.
2. **Startvoordeel**: waarbij **agencies** verkopers goedkoop of gratis helpen groeien, en wanneer de **verkoop** stijgen, verhoogt de **commissie**.
3. **Bundels adverteren** van verschillende verkopers. Splitten van advertentiekosten en misschien ook agency kosten. From competitor to partner with bundles.
4. **Templates** maken voor **productgroepen** die **agencies** kunnen verhuren of verkopen aan **partners**.
5. Eenmalige **controle** van een **campagne** voor een klein bedrag. Hoeveel zou dat mogen kosten?

Heb je nu zelf nog andere ideeën gekregen?

3. interview script partner

Hulp van agencies laagdrempelig maken

INTRO

Allereerst heel erg bedankt dat je de tijd hebt genomen om met mij te praten, vandaag, dat helpt me echt enorm!

Voorstellen & doel van gesprek

Ik zal me kort voorstellen. Ik ben Thijs en ik ben masterstudent strategisch productontwerp aan de TU Delft en afstudeer stagiair bij Selto. Voor mijn afstudeerproject ben ik bezig met het onderzoeken van manieren waarop verkopers makkelijker toegang kunnen krijgen tot ondersteuning bij het beheren van hun Sponsored Products-campagnes. In dit interview ben ik benieuwd naar jouw visie en ervaring op dit gebied, en hoe Selto hier mogelijk een rol in kan spelen. Je helpt me het best door zo eerlijk mogelijk te zijn.

Opname maken

Vóór we beginnen: vind je het goed als we dit gesprek ook opnemen? De beelden zullen niet zonder jouw toestemming gedeeld worden, ook niet binnen Selto, maar voor mij kan het handig zijn om soms nog iets terug te kunnen kijken. De opnames worden ook na 6 maanden automatisch weer verwijderd.

Over de adverteerder

Zou je me iets kunnen vertellen over jezelf, je achtergrond en waar je je dagelijks mee bezig houdt?

Zou je me meer kunnen vertellen over het bedrijf en de afdeling waar je werkt?

Hoe zou je jezelf inschatten betreft je kennis en ervaring met adverteren en sponsored products?

Weet je toevallig ook welke manieren van adverteren jullie gebruiken op Selto?

DE CONNECTIE TUSSEN PARTNER EN AGENCY

Ik wil het vandaag hebben over de connectie tussen agencies en verkopers met een relatief kleiner advertentiebudget.

In het heel kort: ik heb gezien dat de 5 procent van adverteerders die het grootste budget hebben gebruiken in verhouding veel vaker een agency. Er zijn dus heel veel adverteerders die het niet door een agency laten bijhouden. Nu wil ik graag meer leren over hoe agencies en adverteerders denken over deze samenwerking.

Kun je me meer vertellen over de stappen die jullie nemen om een campagne aanmaken en bij te houden?

Hoe veel tijd heb je de afgelopen maand besteed aan het bijhouden van de campagnes?

De laatste campagne die je op Selto hebt aangemaakt, was dat een handmatige of een automatische campagne?

Waarom heb je voor die optie gekozen?

Heb je eens eerder hulp ingeschakeld bij het inrichten van sponsored products campagnes?

Op wat voor manieren?

Hoe beviel dat?

Heb je wel eens overwogen om een agency in te huren om je sponsored products te regelen?

Waarom wel/ niet?

Wat zie je als de voordelen en nadelen van het uitbesteden van je sponsored products?

Wist je dat Selto een lijst met agencies heeft met geschikte agencies om je campagnes bij te houden?

FINANCIEN

In mijn literatuuronderzoek kwam ik erachter dat het financiële plaatje van externe hulp inhuren een groot obstakel kan zijn voor kleinere ondernemers. Om deze reden zou ik graag ook nog wat vragen stellen, dáár over.

Heeft de overweging van het inschakelen van hulp te maken met de kosten die daaraan zijn gekoppeld?

Sommige agencies werken op basis van commissie, dus geen maandelijks vast bedrag. Elke keer als er door middel van een campagne die door de agency bijgehouden wordt, een product wordt verkocht krijgen ze een deel van de opbrengst. Zou je dit overwegen als er daardoor meer producten verkocht worden?

Heb je zelf ideeën over oplossingen van wanneer je de hulp van een agency wel in zou schakelen?

IDEEN BECRITISEREN

Dan wil ik nu graag een korte oefening doen met je. Ik heb hieronder vast wat eerste ideeën geschreven waarvan ik alvast een eerste indruk zou willen en daarnaast positieve punten en kritiek/twijfels de je hebt op de ideeën.

1. Een **tool** voor het automatisch koppelen van **agencies** aan **campagnes** van **partners**, waarbij de agencies, telkens als er een verkoop is door een advertentie die zij bijhouden, automatisch een commissie krijgen.
2. **Startvoordeel**: waarbij **agencies** verkopers goedkoop of gratis helpen, en wanneer de **verkoop** stijgen, verhoogt de **commissie**.
3. Gezamenlijk een **agency** inhuren met andere **partners** die een vergelijkbaar **product** aanbieden. De **agency** ziet dit als één **campagne**, waardoor er slechts één keer werk nodig is.
4. **Templates** maken voor **productgroepen** die **agencies** kunnen verhuren of verkopen aan **partners**.
5. Eenmalige **controle** van een **campagne** voor een klein bedrag. Hoeveel zou dat mogen kosten?

Heb je nu zelf nog andere ideeën gekregen?

4. Insights

Scaling and Business Growth for Sellers

Expanding Revenue Streams and Market Reach

The motivation for hiring an agency is more revenue.

International expansion is what the big agencies like to help with.

An agency can help sellers grow in the long term.

Together with Selto, an agency would help a small company grow to keep it as a medium-sized client.

Advertising budget on Selto generates more revenue than the same budget on Google.

Filling Gaps in Internal Resources and Expertise

The motivation for hiring an agency is lack of capacity in-house.

The motivation for hiring an agency is no marketing knowledge in-house.

Multiple expertise are hired at the same time in an agency, compared to one in-house expert.

Seller wanted to get support with the new Sponsored Products environment.

Seller doesn't hire an agency because they are too expensive.

Seller has had help from a Google Ads agency before but didn't see results.

Commitment to Long-Term Advertising Investments

Most sellers know an agency is not a short-term solution.

Agencies work best long term for growing a seller's business.

Seller spends one hour per week managing Sponsored Products.

Seller just uses the automatic campaign function in Sponsored Products.

Seller does not optimize the campaigns and just lets the automatic campaign run.

Cost Considerations and Affordability Challenges

Balancing Budget Constraints with Effective Solutions

€3000 ad budget per month is not enough to hire an agency.

Seller thinks that she already gives a lot of commission to Selto and cannot afford to pay more.

Seller can't find an agency that just works based on commission; it always has a flat hourly fee.

Seller spends €300 per month on Sponsored Products.

Seller would consider letting an agency check her campaigns for a one-time fee once per quarter.

Weighing Costs Against Expected Returns

Seller doesn't hire an agency because they are too expensive.

Seller sees conversion is not good but does not know what to change.

Seller has had help from a Google Ads agency before but didn't see results.

Seller thinks the commission structure with Selto is too high, making agency fees unaffordable.

Agencies' Focus on Profitability and Selective Engagement

Prioritizing High-Budget Clients for Maximum Profit

Agencies give priority to sellers with the most hours.

Agencies care less if a small seller leaves than a big one.

Commission is not always profitable for agencies when the revenue is low.

Long-term contracts are most profitable for agencies.

An agency would take a small seller if they see potential to grow with that seller.

Small budgets are a barrier for agencies to really make a change.

Cost-Efficiency in Service Delivery

Agencies can't help small sellers each time they want to if they don't buy many hours.

One hour is not enough to help a seller as an agency.

Agencies work mostly with an hourly fee of more than €100.

Most agencies ask around the same hourly rate.

Seller knows the agencies cost around €150 per hour.

Leveraging Specialized Expertise for High-Value Clients

Agencies use historical data to plan campaigns.

Agencies have a Selto specialist in-house.

Pech view is a tool that an agency uses to get more and better data.

Agency with big sellers can optimize product selection by promoting the best-converting products, not possible with small sellers.

First-party data is important for modern PPC advertising campaigns, and Selto has a lot.

Before the agency starts the campaign, an audit is done to analyze the seller's campaigns.

Ensuring Effective Collaboration Between Sellers and Agencies

Setting Realistic Expectations

Sellers have too high expectations from an agency sometimes.

Some sellers come to agencies with a wrong idea on how to manage campaigns best.

The conversations before the agency partnership are important to manage expectations from sellers.

Agency notices that they don't have enough conversation beforehand.

To help a seller, agencies need to first have conversations with that company about strategy.

Building Trust Through Transparency

Multiple sellers with the same products at the same agency creates a conflict.

Transparency is important if you have competing sellers in an agency portfolio.

Seller thinks agencies should manage campaigns according to the standards of Selto if they want to be trusted by sellers.

Seller would like to have their Sponsored Product campaigns checked by Selto, not by agencies.

Supporting Small Sellers: Collaboration and Scaling Solutions

Providing Guidance and Support for New Sellers

Small sellers don't know where to start with getting help.

Offering more information to select services would help small companies.

Seller doesn't know Selto has a list of agencies you can hire.

Seller will find it helpful to do an e-learning for Sponsored Products but does not know Selto already has this.

Bol's Role in Helping Sellers Succeed

Agency sees the benefit of helping small sellers through Selto as it is very scalable.

Agency thinks Selto should help sellers with growth rather than agencies.

Agency thinks Selto should invest in helping sellers grow as it is in Selto's best interest.

Selto should provide a more easy connection with information for partner and agency like Tinder would be good.

Seller thinks Selto would not spend money to help sellers grow.

Exploring Alternative Solutions for Small Sellers

A freelancer might be a better fit for a small seller, not an agency.

Small sellers go more quickly to smaller agencies.

Small sellers go more often to local smaller agencies.

Seller would like to see templates as an extension of automated campaigns.

Agency thinks Meta does well in letting people without advertising knowledge set up campaigns.

Self-Sufficiency and Learning for Sellers

The Appeal of Self-Management

Seller spends one hour per week managing Sponsored Products.

Seller just tries to learn managing Sponsored Products himself.

Seller uses the automatic campaign function in Sponsored Products.

Seller thinks the reputation of Sponsored Products is not clear enough to understand.

Learning and Knowledge Development

Seller just uses the automatic campaign function in Sponsored Products.

Seller would find it helpful to do an e-learning for Sponsored Products but does not know Selto already has this.

Seller wanted to get support with the new Sponsored Products environment.

Seller doesn't contact Selto for support but rather figures it out herself.

Seller thinks that more training and information would help them manage campaigns better.

Balancing Simplicity with Customization

Agencies have their own strategy with Sponsored Products.

Seller is conflicted between more options in managing Sponsored Products and having a user-friendly simple interface.

Sponsored Products at Selto do not allow for much customization.

Sellers can ask agencies for management or just consultancy.

Agency thinks Selto should come with templates instead of having agencies offer them.

5. Questionnaire results

Concept: Recommendations

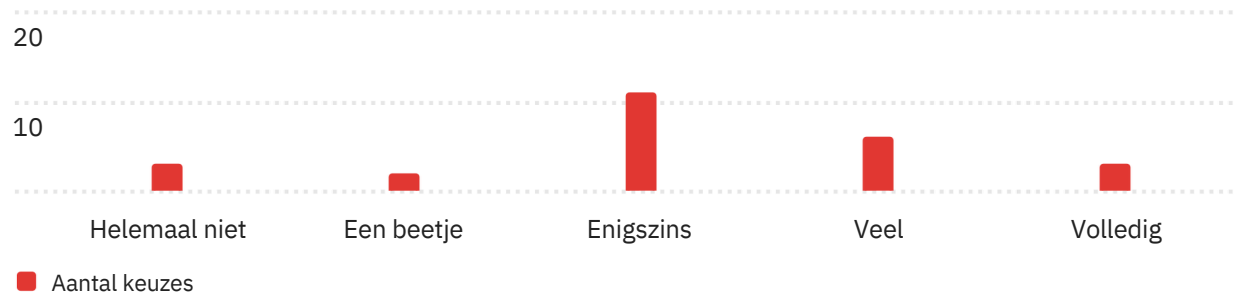
R1 - Hoe duidelijk is dit concept voor jou?



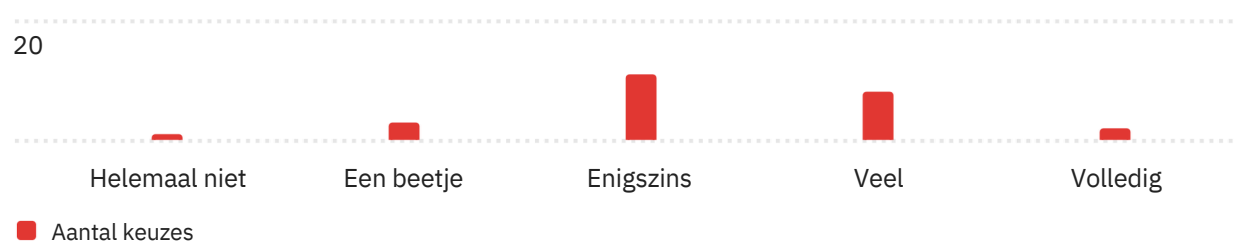
R2 - Hoe nuttig is dit concept voor jouw bedrijf?



R3 - Helpt dit concept jouw problemen met adverteren op te lossen?



R4 - Helpt dit concept je om meer controle te krijgen over je advertenties?



R5 - Hoe waarschijnlijk is het dat je dit concept zou proberen?



R6 - Wat zou je willen verbeteren/aanpassen aan dit concept zodat het beter bij jouw bedrijf past?

Wat zou je willen verbeteren/aanpassen aan dit concept zodat het beter bij jouw bedrijf past?

Ik kijk nu soms ook naar recommandaties en daar staat bijna altijd een 10 voudig budget... dan is het natuurlijk ook logischer dat je dan meer klanten trekt denk ik dan

Het klinkt interessant maar in hoever dit echt gaat helpen moet ik nog ervaren. Het eerste: raise your budget, dat is een typisch iets van Selto, ze helpen je herinneren om meer geld uit te geven aan haar diensten maar echt zelf er beter aan verdienen zie ik niet terug..

In het Nederlands

meten is weten maar testen is dat ook

Bingo!

Sowieso altijd eerst de aanbevelingen zien voor dat ik ze toepas. Immers de aanbevelingen zijn computergestuurd. Die begrijpt woorden totaal anders dan mensen.

De eerste optie 'raise your budgets' zit al in het advies van Sbeoltlo over de advertenties en is totaal waardeloos.

Kan je als ondernemer niks mee behalve extra geld doneren aan Selto zonder resultaat.

Maar in principe zal ik de aanbeveling ALTIJD bekijken

Succes met je project!

de meer/minderkosten voor de aanpassing laten zien.

Concept: Make optimization fun

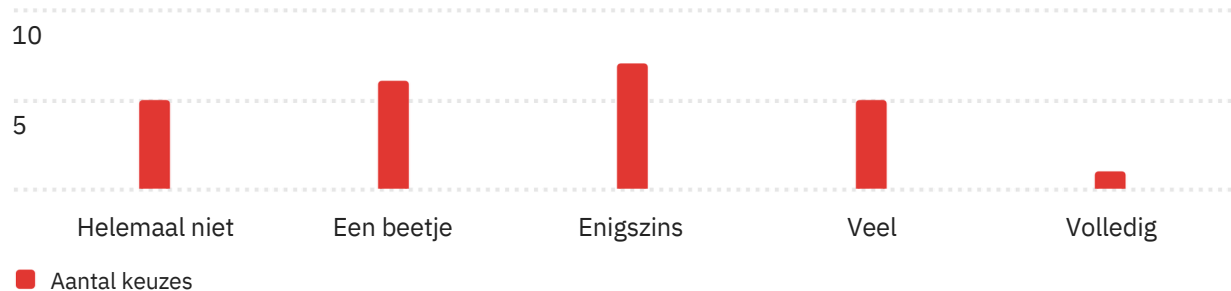
O1 - Hoe duidelijk is dit concept voor jou?



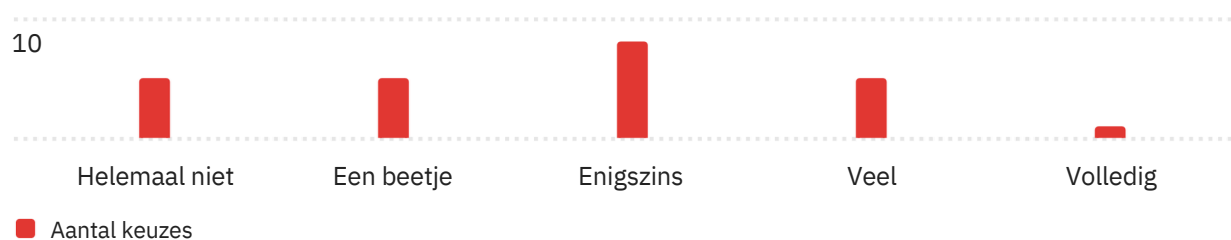
O2 - Hoe nuttig is dit concept voor jouw bedrijf?



O3 - Helpt dit concept jouw problemen met adverteren op te lossen?



O4 - Helpt dit concept je om meer controle te krijgen over je advertenties?



O5 - Hoe waarschijnlijk is het dat je dit concept zou proberen?



O6 - Wat zou je willen verbeteren/aanpassen aan dit concept zodat het beter bij jouw bedrijf past?

Wat zou je willen verbeteren/aanpassen aan dit concept zodat het beter bij jouw bedrijf past?

ik ben benieuwd of dat dit ook samen gaat als t adverteren op automatisch staat

Het geeft inzicht in nieuwe zoekwoorden maar de kosten per klik blijven nog steeds 1.5 -2.5. Terwijl het gaat om een product dat op de markt wordt verkocht tussen de 10 en 25 eu

zou het eerst moeten uitproberen om daar een oordeel over te hebben

De tekst van het concept voegt voor mij weinig toe omdat ik geen games nodig heb om mijn campagnes te optimaliseren. Eigenlijk lijkt "game" vooral een verkeerde woordkeuze te zijn, omdat het niet echt als een spel uitziert. Niettemin kan het bieden van hulp, zoals in dit voorbeeld met buttons en plaatjes, wel helpen bij het opzetten van de campagne.

goed idee om de partner zelf zoektermen te laten toevoegen.

Spelvorm is leuk maar ik zou liever data driven suggesties krijgen icm potentieel volume

Dit concept is waarschijnlijk een goed als je veel producten verkopen maar ik verkoop maar een soort product.

door voorgestelde woorden moet je uitkijken dat je niet te lui wordt en dan niet zelf verder kijkt naar goeie woorden

Door het woord 'game' zou ik het normaal gesproken meteen wegstreken. Ondernemen is geen spel. Ik neem aan dat dit keuzeschermb de eerste stap is en dat daarna meerdere keuzeschermen komen waar je steeds gedetailleerder uitkomt en uiteindelijk DE juiste omschrijving voor mn artikel heb. Daarom is mijn oordeling nu laag/twijfelachtig want ik weet niet of mijn aanname correct is

Liever niet als pop-up

Ik dacht dat keywords nu al automatisch aangemaakt worden? waarom dan deze suggesties?

niet gebruiken. De zoekwoorden lopen veel teveel uiteen. iemand die op. Thee is geen zoekwoord voor een koffiemachine. Tevens speelgoed past hier totaal niet bij.

Concept: Data summaries in text

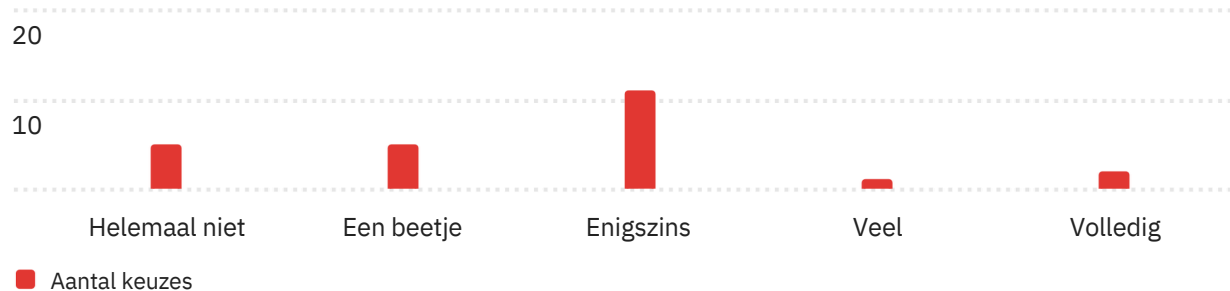
S1 - Hoe duidelijk is dit concept voor jou?



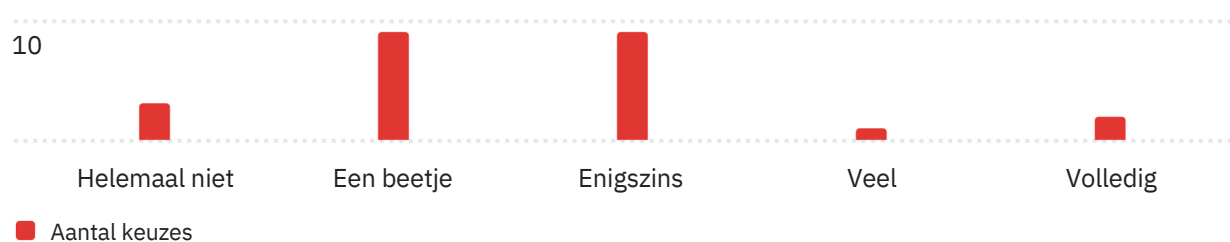
S2 - Hoe nuttig is dit concept voor jouw bedrijf?



S3 - Helpt dit concept jouw problemen met adverteren op te lossen?



S4 - Helpt dit concept je om meer controle te krijgen over je advertenties?



S5 - Hoe waarschijnlijk is het dat je dit concept zou proberen?



S6 - Wat zou je willen verbeteren/aanpassen aan dit concept zodat het beter bij jouw bedrijf past?

Wat zou je willen verbeteren/aanpassen aan dit concept zodat het beter bij jouw bedrijf past?

Ik zou zelf eerst moeten onderzoeken wat bv conversions inhoudt en er dan pas mee aan de slag kunnen gaan

Het draagt bij aan het overzicht maar sponsored products is in mijn geval gewoon heel duur voor ons product. Het is niet rendabel meer en we zijn ook bijna volledig gestopt met adverteren.

Te algemeen, eigenlijk zegt deze pop up, "controleer je campagnes". Als je goed bezig bent met sponsored ads, dan kijk je dagelijks of meer naar je resultaat.

Vooraf de backend van SP is slecht. Hier moeten ze nog heel veel aan doen.

Ook het handmatig en automatisch bieden is erg beperkt. Dit was in Mabaya veel uitgebreider, beter en specifieker

is niet heel duidelijk wat het voordeel is aan dit concept maar kan het natuurlijk altijd uit proberen

De tekst uit het concept voegt voor mij weinig toe omdat ik dezelfde informatie uit de insights kan halen. Het zou interessanter zijn als er vermeld wordt dat jouw conversies harder zijn gedaald dan die van je concurrenten in dezelfde productcategorieën. Daarmee wordt er meer duiding geboden, aangezien een daling niet per se iets zegt en bijvoorbeeld door seizoensinvloeden kan komen. Zonder deze extra uitleg kun je net zo goed alleen de insights aanbieden.

Algemeen opmerking: Nederlandse termen gebruiken. niet iedereen heeft engelse markering gedaan. (ik toevallig wel)

Toevoegen: suggestie wat je zou kunnen doen om metric te verbeteren.

Aanpassen: date range realistisch houden (dus bijv obv laatste 14 dagen) zodat je niet te snel bijstuurt obv reguliere schommelingen

Geef ook de optie om meer dan 2 KPI's te tonen in een grafiek van ad prestaties in het partner platform!

Ik vind het veel beter dan de huidige pagina, ik zie vn deze alles in een blikje.

Dit zit al in Selto maar slaat als een tang op een varken. Het interesseert me geen hout of mijn omzet of campagne beter of slechter is dan afgelopen week of maand. Elke periode heeft een seizoensinvloed. Zijn mn verkopen met deze kerst beter dan vorige kerst? En HOEVEEL heeft het MEER geïnvesteerde geld in campagnes deze kerst een positieve invloed op die verkopen gehad? Dat wil ik weten. Andere tijd gerelateerde vragen: - de meeste salarisbetalingen zijn rond de 28e van de maand. Zie ik dat terug in mn verkopen? Moet ik dan extra investeren in advertenties? - In juli is de zomervakantie. Zijn er dan veel kopers voor zwembroeken of moet ik juist in de maanden ervoor adverteren? Of zijn het juist black friday aankopen of ... Kortom aan dat soort antwoorden heb ik als ondernemer behoefte. Niet aan CTR, ACoS etc. Dat is voor reclameboeren.

Wat meer detail

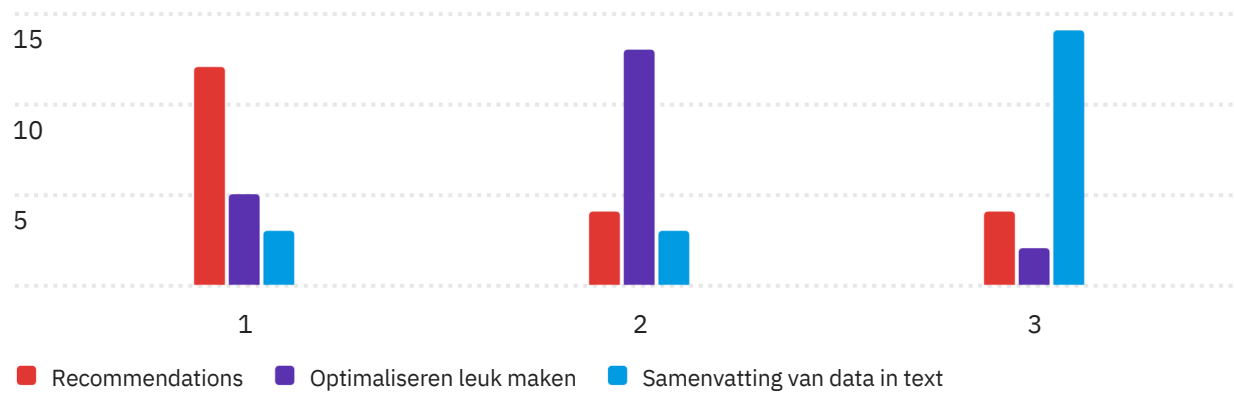
tekst aub in Nederlands

grafieken tonen gemiddelde van alle producten, maar niet per product

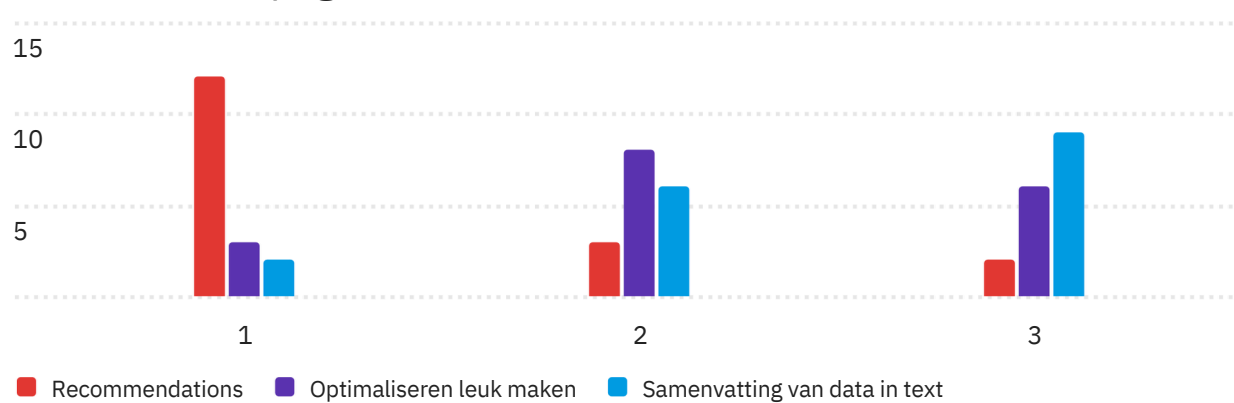
Het geeft niet weer welke campagne wel en welke niet goed lopen.

Comparisson

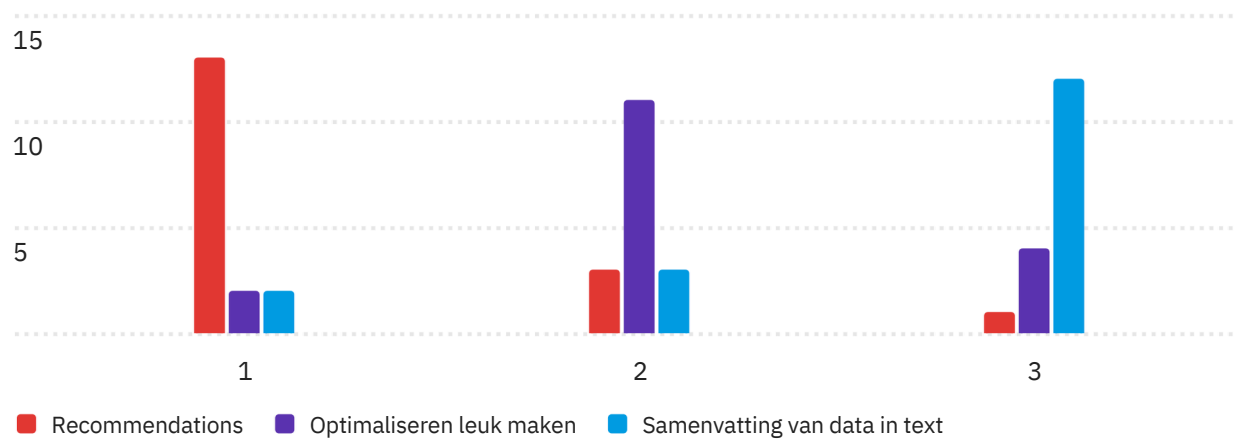
Q46 - Welk concept is het makkelijkst te gebruiken denk je?



Q47 - Welk concept biedt de beste ondersteuning voor jouw advertentiecampagnes?



Q48 - Welk concept zou je het eerst gaan gebruiken?



6. Concept detail interviews

Concept detail interview script

Introduction

Introduce myself briefly and explain the purpose:

“Thank you for taking the time! I’m working on a project to help Selto sellers with Sponsored Products campaigns, and I’d like to hear about your experiences and preferences.”

Ask for permission to record:

“May I record this conversation so I can review your answers later?”

Ask about experience:

“Could you tell me a bit about yourself and your experience with Sponsored Products on Selto?”

Main Questions

Need for Recommendations

“What are your biggest challenges in managing campaigns?”

“What kinds of recommendations would be most helpful to you?”

Receiving Recommendations

“How would you prefer to receive recommendations? For example, via email or in the dashboard?”

“How much detail would you like to see in a recommendation?”

Following and Trusting Recommendations

“How likely are you to follow recommendations from Selto? Why or why not?”

“How much trust do you have in Selto as a platform for advice?”

First Impressions of Recommendations

“What do you think about the idea of Selto providing recommendations for your campaigns?”

“What seems useful about this concept? And what doesn’t?”

Important Information

“What information would you want to see first in a recommendation?”

“What should never be missing?”

Conclusion

Summarize and ask if you missed anything:

“Does this summary sound correct? Is there anything else you’d like to add?”

Thank the participant:

“Thank you! This is incredibly helpful. If there’s anything else you’d like to share, feel free to let me know!”