

Inleiding

Aan het begin van de Mcdonalds campagne hebben we voor het eerst geleerd over DOT-framework en werd er van ons verwacht dat we deze framework gingen toepassen tijdens de campagne om goede onderzoeksvragen te verzinnen, waardoor je meer te weten komt over het onderwerp en de klant en zo een beter product kan leveren. Ik merkte dat mijn groep moeite had met het verzinnen van goede onderzoeksvragen. Om extra te oefenen, heb ik hieronder verschillende vragen geformuleerd per onderdeel van het DOT-framework.

Onderzoeksvragen Yusuf:

Dit zijn alle onderzoeksvragen die ik heb bedacht. Sommige vragen hebben we uiteindelijk gebruikt en sommige ook niet

Veldonderzoek

- Welke mobiele games zijn erg verslavend/zijn nu van belang voor mensen tussen de 18 en 30 jaar?
- Welke mobiele games hebben over de jaren heen hun spelers behouden?
- Op welke tijden komt de doelgroep het meest en het minst?
- Welke aspecten vindt onze doelgroep het belangrijkste bij een fastfood-restaurant?
- Voor wat gebruikt onze doelgroep de Mcdonalds-app het meest?

Biebonderzoek

- Via welke sociale media komt onze doelgroep het meest in aanmerking met McDonalds?
- Wat zijn belangrijke trends & ontwikkelingen in de doelgroep die er zijn op dit moment en makkelijk te implementeren is met het merk?
- Wat zijn succesvolle campagnes van andere fastfoodketens?
- Wat voor een rol kan AI spelen in fastfoodketens?
- Wat is de meest bezochte fastfoodketen in de afgelopen jaar?
- Wat voor beloningen spreken onze doelgroep het meest aan?
- Wat differentieert McDonalds van andere fastfoodketens? (belangrijkste punten)

Werkplaats:

- Wat is de meest realistische manier om binnen een bepaalde tijd een mobiele game te ontwikkelen?
- Gebruiken we een compleet nieuwe design of een oudere design in een nieuwe jasje (bij campagnes/collabs zoals EK, halloween)
- Welke medium gebruiken we voor onze campagne (sociale media, foto, video)/
- Welke medium is het meest effectief qua bereik op gebruikers voor onze campagne?
- Verbeteren we bestaande campagne-ideeën of verzinnen we iets anders?
- Hoe zorgen we ervoor dat de design past bij Mcdonalds?

Labonderzoek:

- Wat is de eerste reactie van ons doelgroep op het design?
- Waarom vindt onze doelgroep dat onze oplossing een succes is/geen succes is?
- Wat is de mening van onze doelgroep over de gebruiksvriendelijkheid van de design/product?

Showroomonderzoek:

- Hoe succesvol is onze campagne vergeleken met grote fastfoodketens?
- Hoe succesvol is onze campagne vergeleken met bestaande McDonalds campagnes?
- Op welke vlakken kunnen we onze campagne verder verfijnen ? (einde week 2/ week 3 vragen aan experts)
- Hoe zouden experts onze idee voor het campagne aanpakken?
- Hoe onderscheidt onze campagne zich van concurrenten?

Conclusie

Door goeie onderzoeksvragen te verzinnen, kan je veel te weten komen over de doelgroep en het onderwerp, waardoor je het product kan verbeteren. Samen met mijn groepje hebben we sommige onderzoeksvragen van dit document gebruikt om verder onderzoek te gaan doen over ons doelgroep en over relevante onderwerpen, zoals McDonalds, F1, verslavende games en designkeuzes