

## 9. VEDLEGG

### 9.1 Vedlegg 1. Spørsmål til dybdeintervju

Intervjue guide

A: introduksjon 5 min

B: generell 10-15 min

C: spesifikk (30 min)

D: avslutning 5 min

Målgrupper: kunder som allerede handler smykker og ur

Segment: 1) yrkesaktive (etablerte voksne) mellom 35 -60 år

2) student 20-35år

### Dybdeintervju

Innledning

Takk for at du gir oss denne tiden. Formålet med intervjuet er å bli kjent med dine kjøpsvaner og kjøpsholdninger innenfor området smykker og ur. Dette er en del av Bacheloroppgaven vår på BI Nydalen. Det vil ta omtrent 30-40 min, og dette vil være fullstendig anonymt. Det finnes ingen rette eller gale svar, vi vil bare lære om hvilke faktorer som er viktige for at folk ønsker å handle på nett.

### Demografi:

1) Kjønn:

Kvinne

Mann

2) Alder:

20-30 år

30-40 år

40-50 år

Over 50 år

3) Jobb:

Fast

Deltid

VHL 3660

4) Utdanning:

Videregående

Høyere utdanning

5) Bosted:

6) Sivilstatus

Singel

Gift/samboer

7) Bruttoinntekt pr år:

200.000 – 300.000 kr

300.000 – 400.000 kr

400.000 – 500.000 kr

Over 500.000kr

**Holdnings- og atferdsmål:**

1) Hva er din holdning til netthandel?

Positiv

Negativ

Nøytral

2) Hva er din erfaring med netthandel?

God

Dårlig

Både og

3) Har du handlet smykker eller klokker på nett?

Ja

Nei

4) Hvor ofte handler du smykker på nett?

Hver mnd.

Annenhver mnd.

Hver tredje mnd.

Sjeldnere

5) Hvor ofte kjøper du klokker i løpet av året?

Mindre enn 1 gang

1-2 ganger

3-4 ganger

Mer enn 4 ganger

6) Hva er den viktigste faktoren for at du skal handle smykker eller klokker på nett?

Pris

Service

Tilgjengelighet (at du får fortest mulig tak i produktet)

Alle sammen

7) Hva er grunnen til at du handler på nett?

Tidsbesparing (å spare tid på å gå til butikken)

Pris (billigere)

Større utvalg

Alle sammen

8) Hvor viktig er det for deg at nettbutikken er et norsk selskap?

Viktig

Ikke viktig

9) Hvorfor er det viktig?

Trygghet

Støtte det norske næringslivet

Annet Ikke viktig

10) Hvilken makspris setter du deg ved netthandel av smykker og klokker?

2000 kr

3000 kr

4000 kr

5000 kr

over 5000kr.

11) Har du en fast nettside hvor du handler smykker og klokker?

Ja, hvilken

Nei

12) Kjenner du til nettbutikken MTimes.no?

Ja, hvorfra?

Nei

13) Hvilke sosiale medier/kanaler bruker du?

Facebook

Instagram

Begge

Annet

14) Har du handlet fordi du ble eksponert for reklame på Facebook?

Ja

Nei

Jeg bruker ikke Facebook

15) Har du handlet fordi du ble eksponert for reklame (sponset) på Instagram?

Ja

Nei

Jeg bruker ikke Instagram

## 9.2 Vedlegg 2: Spørreundersøkelse utformet i Qualtrics. Student segment

Spørreundersøkelsen nedenfor viser den som ble benyttet til segment student. Spørreundersøkelsen som ble benyttet for de yrkesaktive er identisk bortsett fra spørsmål «Yrke/studie» der vi istedenfor spør om de har fast- eller deltidsjobb.

Kjønn

- Mann
- Kvinne

Alder

- 19-30
- 31-40
- 41-50
- over 50

Yrke/Studie

- Student med deltidsjobb
- Student

Utdanning

- Videregående
- Høyere utdanning

Bosted

Bosituasjon

- Eier
- Leier
- Bor i kollektiv
- Bor hos foreldre

Sivilstatus

- Singel
- Gift/Samboer

Årlig bruttoinntekt (inkl. stipend/lån)

- under 100 000 kr
- 100 000 - 200 000 kr
- 200 000 - 300 000 kr
- 300 000 - 400 000 kr
- 400 000 - 500 000 kr
- over 500 000 kr

Hva er din holding til netthandel?

- Positiv
- Negativ
- Nøytral

Handler du på nett?

- Ja
- Nei

## VHL 3660

Hva er din erfaring med netthandel?

- God
- Dårlig
- Både og

Når du handler på nett, hva er det du pleier å handle?

- Klær, sko og vesker
- Smykker og klokker
- Kosmetikk (sminke, hud- og hårpleie)
- Bøker
- Annet

Hvor ofte kjøper du klokker eller smykker i løpet av året?

- Mindre enn 1 gang
- 1-2 ganger
- 3-4 ganger
- mer enn 4 ganger

Når du handler på nett, hvor viktig er disse faktorene for deg?

	Svært viktig	Litt viktig	Hverken eller	Lite viktig	Ikke viktig
Pris	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Service	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Stort utvalg	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Brukevennlighet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rask levering	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tidsbesparende	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Trygg betaling	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Hvor viktig for deg er følgende faktorer når du handler klokker og smykker i fysiske butikker?

	Svært viktig	Litt viktig	Hverken eller	Lite viktig	Ikke viktig
Personlig service	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Returordning	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Få varen umiddelbart	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mulighet til å prøve produktet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tilgang til ekspertise	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Trygg betaling	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Butikksomgivelse (musikk, duft og interiør etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Hvilke grunner kan forhindre deg ifra å handle klokker og smykker på nettbutikk?

	Svært viktig	Litt viktig	Hverken eller	Lite viktig	Ikke viktig
Lite kundekontakt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Leveringstid/ må vente på varene	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Leveringskostnader	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Får ikke prøvd på forhånd	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ikke brukervennlig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

webside					
Retur/bytte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Usikkerhet ved betaling	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Hvor viktig er det for deg at nettbutikken er norsk?

- Viktig
- Ikke viktig

Hvis ja, hvorfor er det viktig?

- Trygghet
- Støtte det norske næringslivet
- Unngå tollavgift
- Annet

Hvilken makspris setter du deg ved netthandel av klokker og smykker?

- Mindre enn 2000 kr
- 2000 - 3000 kr
- 3000 - 4000 kr
- 4000 - 5000 kr
- over 5000 kr

Kjenner du til nettbutikken MTimes.no?

- Ja
- Nei

Hvor viktig er det for deg at du kan se og prøve klokker og smykker før du kjøper det på nett?

- Svært viktig
- Litt viktig
- Hverken eller
- Lite viktig
- Ikke viktig

Hvor viktig er det for deg at kan hente det du kjøpte på nett i en butikk?

- Svært viktig
- Litt viktig
- Hverken eller
- Lite viktig
- Ikke viktig

Er det viktig for deg at du kan henvende deg til en butikk for reklamasjon og reparasjon selv ved nettkjøp?

- Svært viktig
- Litt viktig
- Hverken eller
- Lite viktig
- Ikke viktig

I hvilken grad påvirker følgende sosiale medier deg når du skal handle klokker og smykker?

(Det som påvirker mest er øverst)

Facebook

Instagram

Snapchat

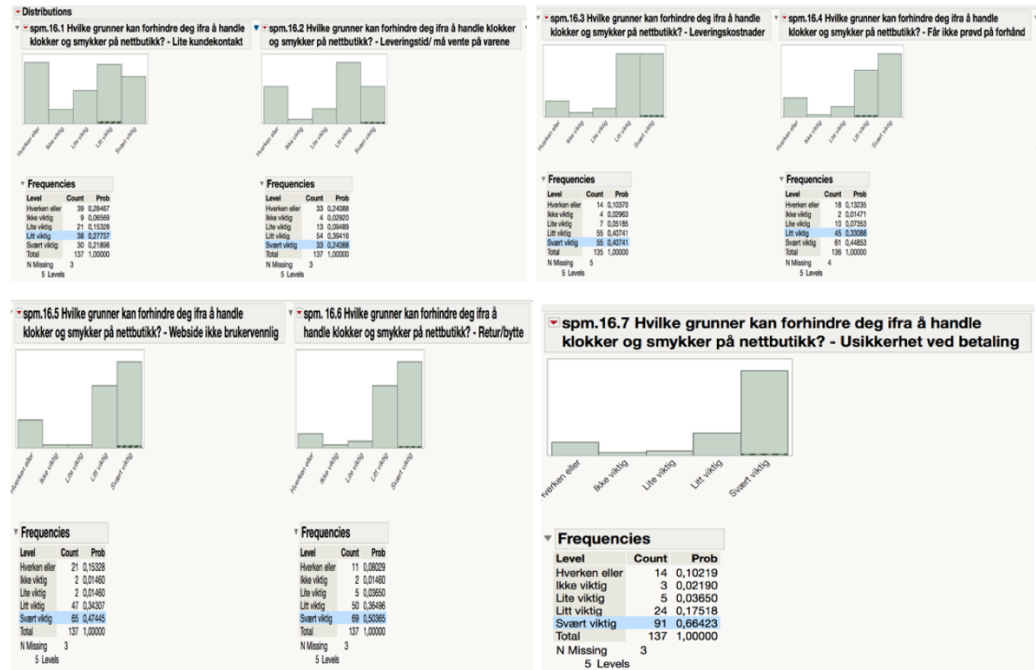
Twitter

Blogg

Web banner advertising

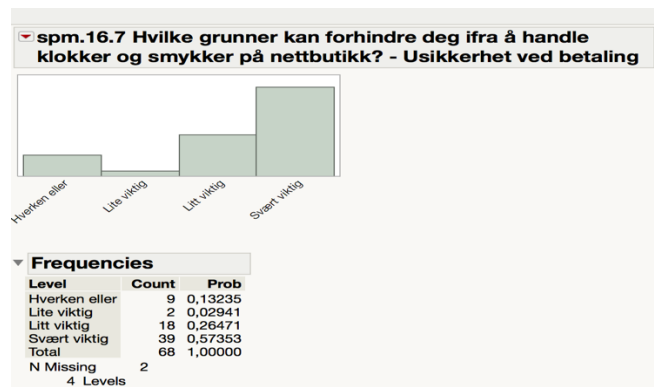
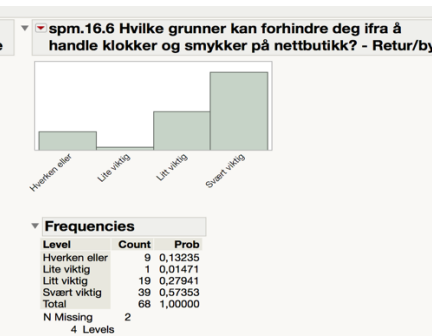
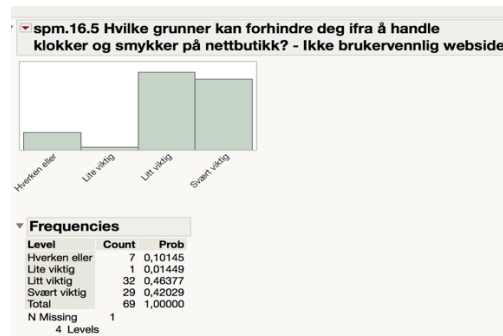
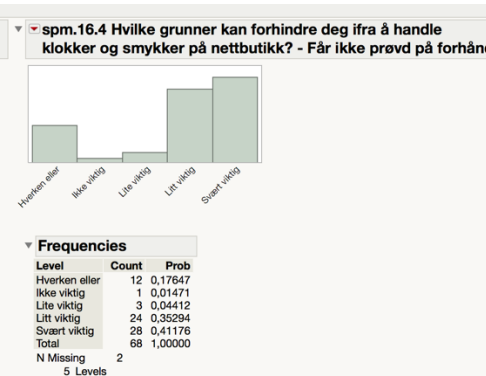
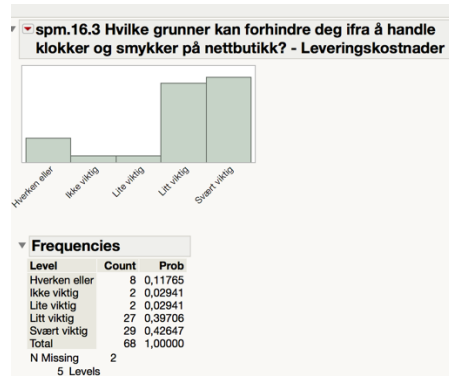
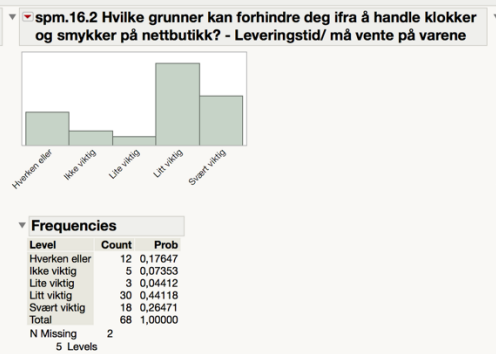
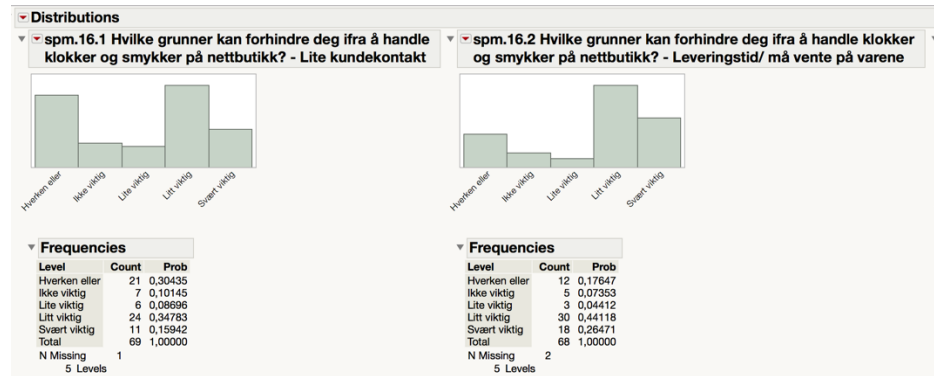
9.3 Vedlegg 3: Analyse av resultatet fra undersøkelsen. (JMP)

Spm. 16 Hvilke grunner kan forhindre deg ifra å handle klokker og smykker på nettbutikk? (Yrkesaktive segment)

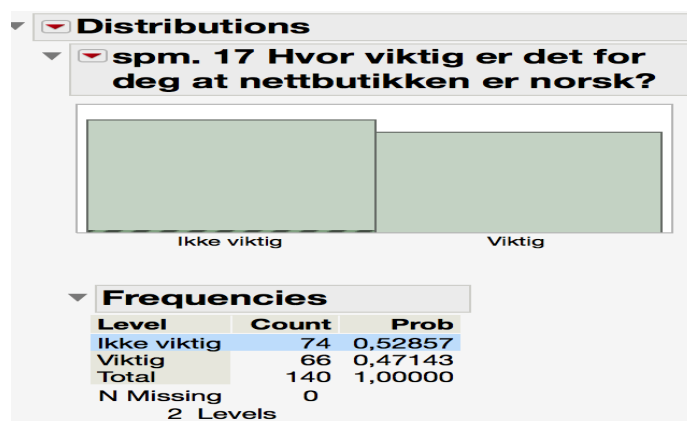




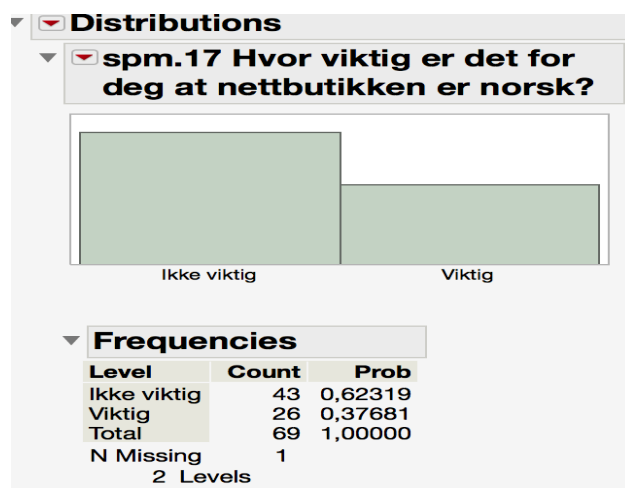
Spm. 16 Hvilke grunner kan forhindre deg ifra å handle klokker og smykker på nettbutikk? (Student segment)



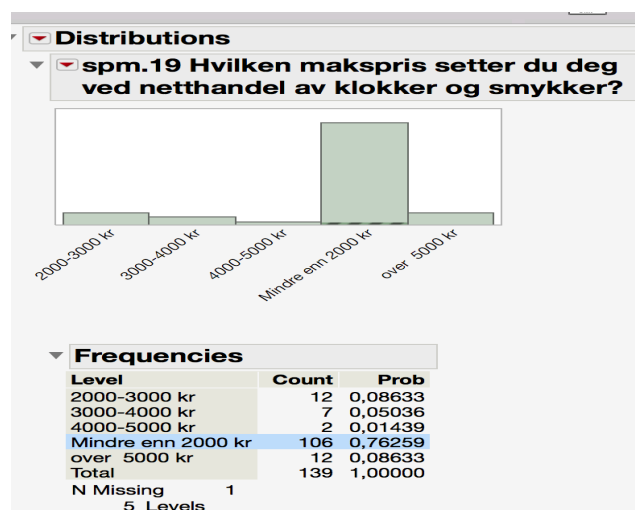
viktig er det for deg at nettbutikken er norsk? (Yrkesaktive segment)



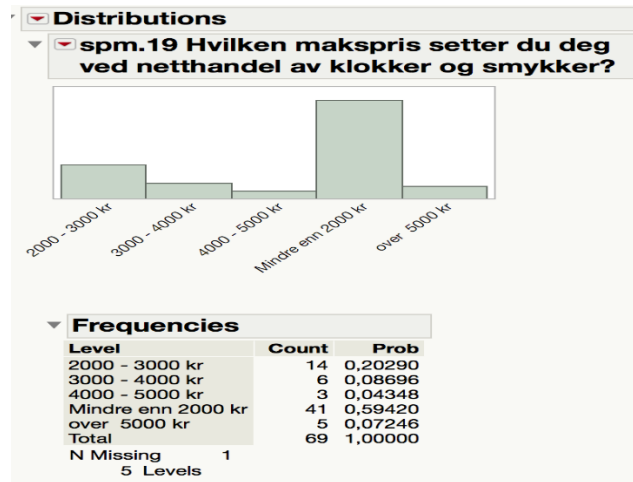
Spm.17 Hvor viktig er det for deg at nettbutikken er norsk? (Student segment)



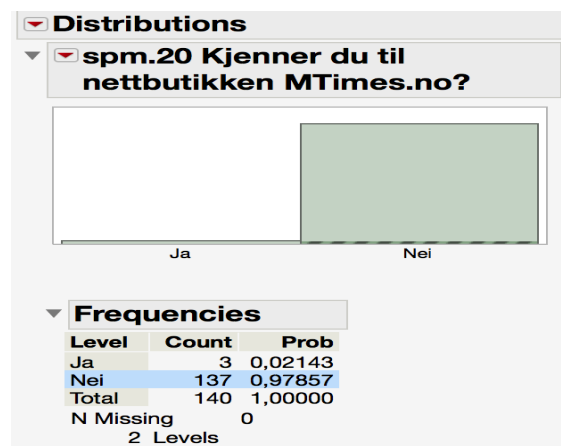
Spm. 19 Hvilken makspris setter du deg ved netthandel av klokker og smykker?  
(Yrkesaktive segment)



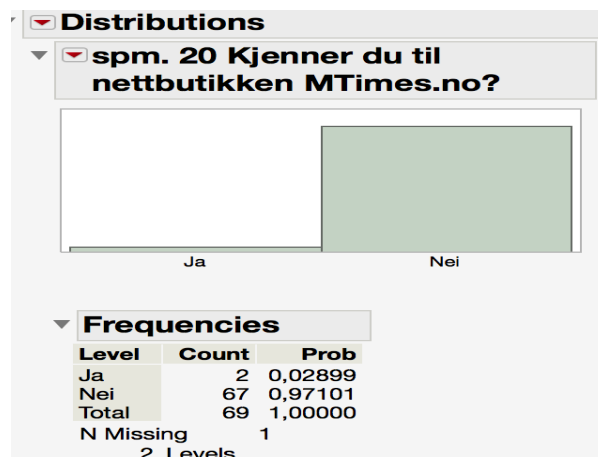
Spm. 19 Hvilken makspris setter du deg ved netthandel av klokker og smykker?  
(Student segment)



Spm. 20 Kjenner du til nettbutikken MTimes.no? (Yrkesaktive segment)

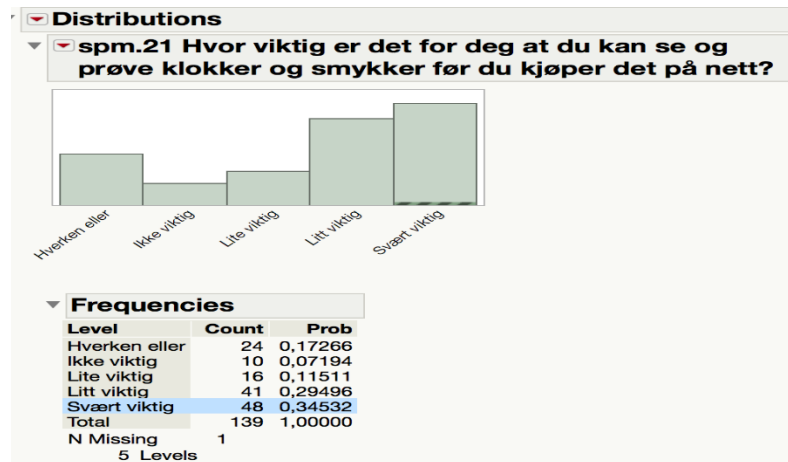


Spm. 20 Kjenner du til nettbutikken MTimes.no? (Student segment)

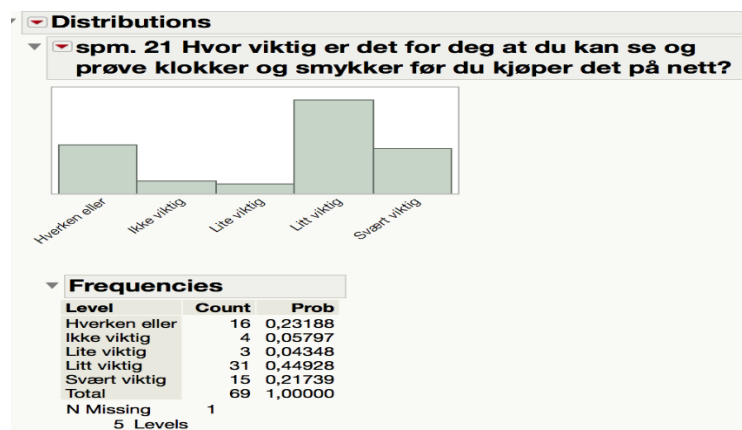


VHL 3660

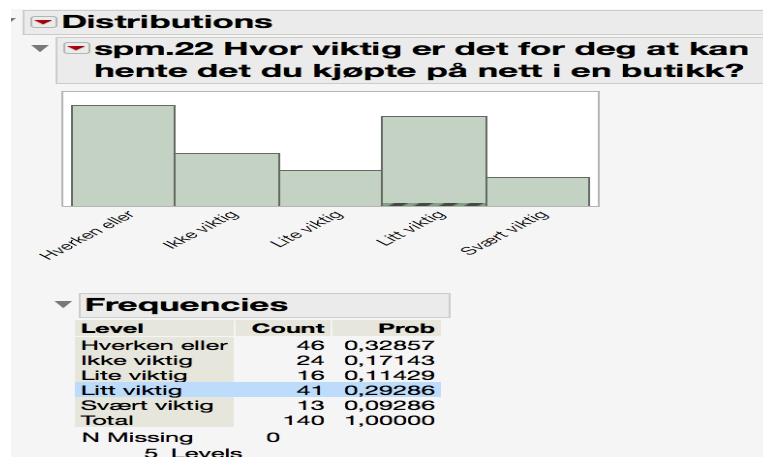
Spm. 21 Hvor viktig er det for deg at du kan se og prøve klokker og smykker før du kjøper det på nett? (Yrkesaktive segment)



Spm. 21 Hvor viktig er det for deg at du kan se og prøve klokker og smykker før du kjøper det på nett? (Student segment)



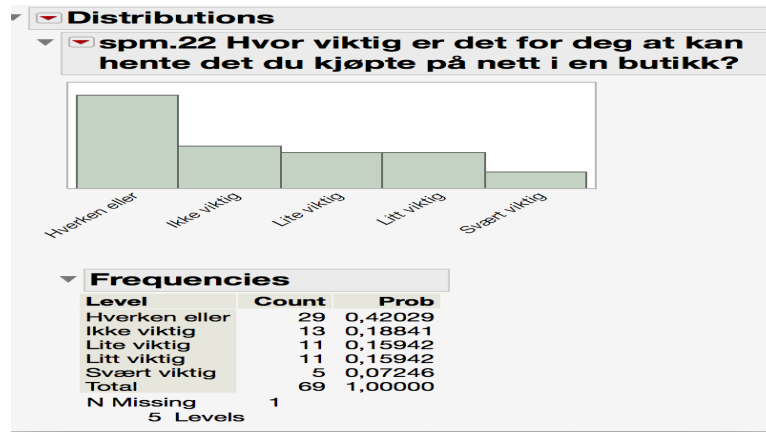
Spm. 22 Hvor viktig for deg at du kan hente det du kjøpte på nett i en butikk? (Yrkesaktive segment)



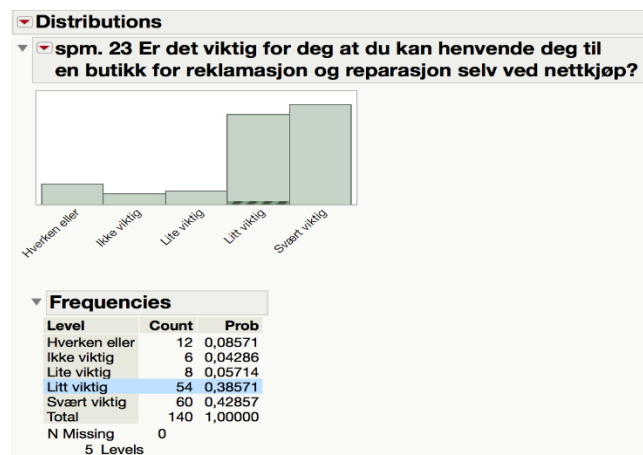
VHL 3660

Spm. 22 Hvor viktig for deg at du kan hente det du kjøpte på nett i en butikk?

(Student segment)



Spm. 23 Er det viktig for deg at du kan henvende deg til en butikk for reklamasjon og reparasjon selg om ved nettkjøp? (Yrkesaktive segment)



Spm. 23 Er det viktig for deg at du kan henvende deg til en butikk for reklamasjon og reparasjon selg om ved nettkjøp? (Student segment)

