

REFLECTIE

NAOMI ABBEL

Wat ging goed?

Ik ben erg tevreden met hoe het onderzoek is verlopen. De vorige periode heb ik deze cursus ook gevolgd en onderzocht ik hoe personal branding werkte. Helaas niet gehaald! Tijdens dat onderzoek merkte ik dat mijn onderzoeksvraag nog ontzettend breed was, waardoor ik moeite kreeg met het specificeren van mijn onderzoek. Ik heb geen duidelijke conclusies kunnen trekken, waardoor mijn onderzoeksverslag niet sterk was.

Deze periode heb ik een veel duidelijkere hoofdvraag. Ik merkte tijdens het onderzoeken dat het daardoor veel fijner werkte. Ik ben al gauw bang dat ik niet alles in mijn onderzoek verwerk en dus wil ik meer en meer. Maar in dit geval betekent “less is more” dat mijn onderzoek een stuk beter verliep dan in de vorige periode!

Wat was verassend?

Tijdens mijn presentatie kwam er vanuit de groep een discussie op gang. De vraag die ik aan mijn publiek gesteld had, was als volgt: vinden jullie het passend dat Audi zich met het feminisme bemoeit? Waar ik dacht dat Audi met deze commercial zich gericht had op de vrouw, kwam er van iemand uit het publiek een andere mening. Zo vond hij het juist op de man gericht. Er is een mannelijke voice-over en de vader van het meisje is een “typische Audi-koper”. Ik vond dit erg verlichtend. Tijdens dit onderzoek ben ik zo gefocust geweest op de vrouwelijke twist die Audi aan de commercial probeert te geven, terwijl ze misschien juist net zo hard focussen op de al bestaande klanten.

Wat kan er de volgende keer beter?

Voor mijn laatste deelvraag heb ik vier Nederlandse vrouwen ondervraagd. Een bewuste keuze voor dit onderzoek. Er was simpelweg niet genoeg tijd om het grootschalig aan te pakken. Nu zijn vier vrouwen niet representatief voor de Nederlandse bevolking en kan ik geen scherpe conclusies trekken (waar ik wel van hou!). Ik had graag een sterkere conclusie neergezet. Hiervoor had ik wellicht ook professionals op het gebied van vrouwenmarketing kunnen raadplegen. Hier heb ik kansen laten liggen.

333 woorden