

**EXAMENSARBETE** Cross-Cultural Web Design for Advanced Rule Building Marketing Tool**STUDENT** Annie Önnered och Erica Karlsson**HANDLEDARE** Joakim Ersson (LTH)**EXAMINATOR** Johanna Persson (LTH)

# Anpassade erbjudanden ger dig en bättre shoppingtur bland molnen

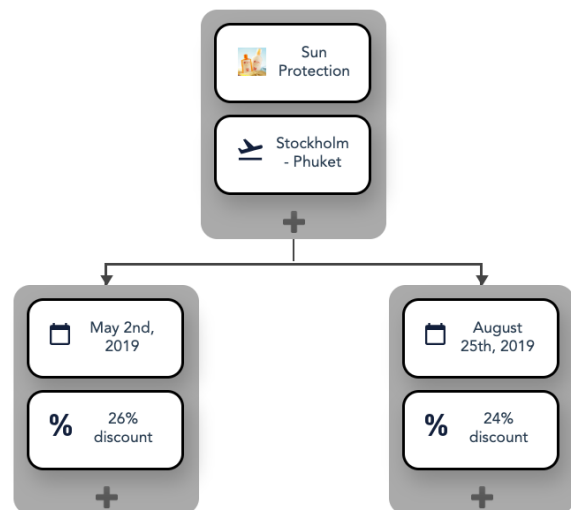
## POPULÄRVETENSKAPLIG SAMMANFATTNING Annie Önnered och Erica Karlsson

Tänk dig att du sitter på ett flygplan på väg till din solsemester i Thailand. Medan du sitter och pillar på skärmen framför dig får du upp reklam för både skidglasögon och mobilvänliga fingervantar. Detta är helt irrelevant för dig och din semester. Tänk så mycket bättre det hade varit om du fått upp reklam för solskydd eller badkläder, saker som du faktiskt hade kunnat tänka dig använda på din kommande semester. Det hade även varit bra om de anställda på flygbolagen, oberoende av kulturell bakgrund, hade kunnat hantera skapandet av dessa olika erbjudanden.

Vi har skapat en lösning till just detta problem som flygpersonalen kan använda för att bestämma vilka erbjudanden som ska synas på vilka flygplan. De kan ange olika kriterier som ska gälla för att en viss produkt ska synas för flygplanets resenärer. I ditt fall hade personalen kunnat bestämma att flygrutter mellan Sverige och Thailand ska visa erbjudanden för en solskyddsfaktor. Produkten kan ha olika rabatter vid olika datum, tex så kan det vara 26% rabatt den 2 Maj och 24% rabatt den 25 Augusti. Vi kallar vår lösning för ett regelverktyg, där olika kriterier bygger upp en regel. Figuren visar hur flygpersonalen hade byggt upp ditt erbjudande i vårt regelverktyg.

Eftersom flygindustrin är en väldigt global marknad har det varit viktigt för oss att människor från olika delar av världen ska kunna förstå och använda vår lösning. Kulturella aspekter påverkar vårt vardagliga liv och därför var vi intresserade av att veta hur dessa aspekter påverkar personernas användande av teknik. Detta för att veta hur vi kan designa för en så bred målgrupp som möjligt. De regioner som vi främst fokuserade på var Europa, Japan, Mellanöstern och USA. Personer från dessa fyra regioner har fått testa vårt regelverktyg för att skapa olika kampanjer och därefter utvärderade de sina användarupplevelser. Utifrån detta blev det tydligt

för oss att alla fyra regioner kunde använda och förstå vår lösning. Detta resulterade i att vi tror att det är möjligt att skapa ett globalt regelverktyg som kan användas i flygindustrin runt om i världen.



Vägen till vår slutliga lösning har skett genom flera olika faser där vi fått konstruktiv återkoppling från testanvändare för att kunna utveckla och skapa ett ännu bättre regelverktyg. Nästan alla testanvändare tyckte att regelverktyget var intuitivt och enkelt att använda, och hade kunnat tänka sig använda systemet regelbundet.