

Louvain School of Management

The role of FOMO as an amplifier of network effects on digital marketplaces.

Author(s): Colonello Lydia 82192400 & Bizet Lionel 91762400

Supervisor(s): Paul Belleflamme

Academic year 2025-2026

Dissertation for the master of Management Sciences with specialization track

Master subject and focus European Business and International Finance

Daytime schedule

Table of Content	1
Appendices	2
Appendix 1: Most used digital marketplaces	2
Appendix 2: Qualitative analysis script	2
Appendix 3: Quantitative analysis questionnaire	5

Appendices

Appendix 1: Most used digital marketplaces

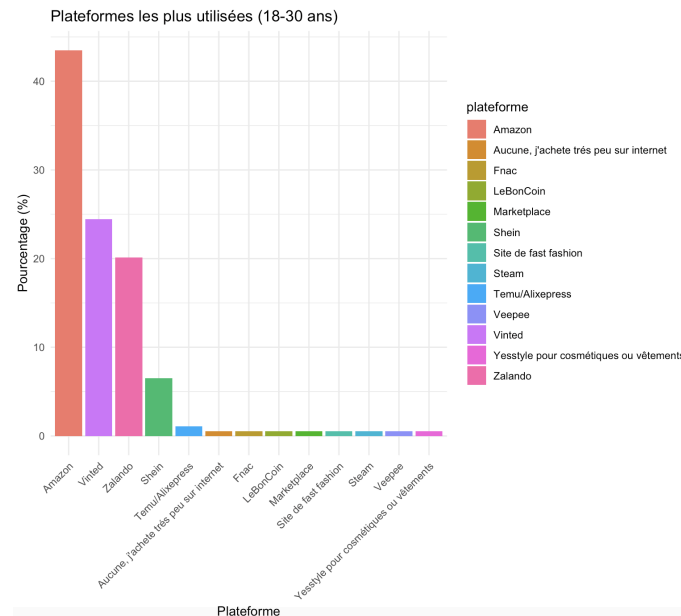


Figure 2 *Most used digital marketplaces among respondents aged 18–30*

Note. Own elaboration based on survey data ($n = [\text{the number of respondents}]$), produced using RStudio. Percentages represent the share of respondents who selected each platform as their most used marketplace.

Appendix 2: Qualitative analysis script

1. Introduction

Bonjour, et merci d'avoir accepté cet entretien. L'objectif est de mieux comprendre votre manière d'utiliser les marketplaces en ligne et votre ressenti face aux promotions, aux notifications et aux comportements d'autres utilisateurs. Il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses, l'important est simplement de partager votre expérience personnelle.

L'entretien va durer environ 20 à 30 minutes. Vos réponses resteront anonymes et seront utilisées uniquement dans le cadre de notre mémoire. Est-ce que vous êtes d'accord pour commencer ?

2. Brise-glace

Pour commencer, pouvez-vous vous présenter brièvement ?

- Quel âge avez-vous ?
- Que faites-vous actuellement, études ou travail ?

- Quelles applications ou marketplaces utilisez-vous le plus souvent ?
- À quelle fréquence les utilisez-vous ?

3. Usage général

Quand vous utilisez une marketplace, à quoi sert-elle principalement pour vous ?

- Acheter quelque chose de précis ?
- Comparer les prix ?
- Regarder les nouveautés ?
- Suivre des tendances ou des promotions ?

Qu'est-ce qui vous donne envie d'y retourner régulièrement ?

- La facilité d'utilisation ?
- Les prix ?
- Les promotions ?
- Les recommandations ?
- Le fait qu'il y ait beaucoup d'utilisateurs ou d'avis ?

4. FOMO et promotions

Est-ce qu'il vous arrive de craindre de manquer une bonne affaire ou une promotion sur une marketplace ?

- Pouvez-vous me donner un exemple ?
- Qu'est-ce qui vous pousse à agir vite dans ce genre de situation ?
- Est-ce que vous avez déjà acheté quelque chose parce que vous aviez peur que l'offre disparaisse ?

Quand vous voyez qu'un produit est en "quantité limitée", qu'une offre est valable seulement pendant un certain temps, ou qu'un article est très populaire, comment réagissez-vous ?

5. Signaux sociaux

Est-ce que les avis, les notes ou les ventes récentes influencent votre décision ?

- Si vous voyez qu'un produit est beaucoup consulté ou souvent acheté, est-ce que cela vous rassure ou au contraire vous met la pression ?
- Est-ce que vous avez déjà choisi un produit parce qu'il semblait "tendance" ou parce que beaucoup d'autres l'avaient acheté ?

Est-ce que vous partagez parfois des liens, des codes promo ou des produits avec vos proches ?

- Pourquoi le faites-vous ?
- Est-ce que vous recommandez facilement une marketplace à quelqu'un ?
- Si vous deviez choisir entre deux marketplaces pour un même produit, choisiriez-vous celle qui a le plus d'utilisateurs et d'avis, même si elle est un peu plus chère ? Pourquoi ?

6. Notifications et algorithmes

Recevez-vous souvent des notifications de ces plateformes ?

- Promotions, rappels de panier, nouveaux produits, articles similaires ?
- Est-ce que vous les ouvrez rapidement ?
- Est-ce qu'elles vous donnent envie de retourner sur l'application ?

En plus des notifications mobiles,

- Recevez-vous des e-mails de ces marketplaces ? Si oui, quel genre (codes promos personnels, alertes de baisse de prix, paniers abandonnés) ?
- Est-ce que ces e-mails vous poussent à retourner sur l'application plus souvent que les notifications ?

Avez-vous l'impression que la plateforme essaie de vous pousser à acheter ou à revenir souvent ?

- Par exemple avec des messages comme “plus que 2 articles”, “X personnes regardent ce produit”, ou “offre limitée”.
- Comment percevez-vous ce type de messages ?

7. Engagement et fidélité

Diriez-vous que vous êtes fidèle à certaines marketplaces ?

- Qu'est-ce qui vous fait rester sur une même plateforme ?
- Est-ce que vous avez tendance à repasser par la même plateforme plutôt que d'en chercher une autre ?
- Est-ce que vous consultez la plateforme plusieurs fois par semaine, même sans besoin précis ?

8. Ressenti personnel

Est-ce que vous avez déjà eu le sentiment de passer trop de temps sur ces plateformes ?

- De la difficulté à décrocher ?
- Ou au contraire, est-ce que vous trouvez ça juste pratique et intéressant ?

Est-ce que vous pensez que ces plateformes influencent vraiment vos décisions d'achat, ou est-ce que vous gardez toujours le contrôle ?

Est-ce que l'accumulation de ces messages d'urgence (stocks limités, comptes à rebours) finit parfois par vous agacer ou vous faire quitter l'application ?

9. Conclusion

Pour terminer, selon vous, qu'est-ce qui joue le plus dans votre usage d'une marketplace : les prix, les promotions, les avis des autres, les notifications, ou autre chose ?

- Y a-t-il un aspect important qu'on n'a pas évoqué ?

Merci beaucoup pour votre temps et vos réponses.

Appendix 3: Quantitative analysis questionnaire

Fear of Missing Out Survey



Have you ever felt that little stress when you see "**Only 1 item left in stock**" or a "**Flash Sale**" ending in 5 minutes?

We are two students at **UCLouvain** and we're doing a study on our online shopping habits (on sites like **Vinted**, **Amazon**, or **Shein**). We want to understand why we sometimes feel like we're "missing out" on a good deal if we don't check our phones constantly.

It will only take 3-4 minutes of your time!

- **No boring questions:** Just your honest habits.
- **100% Anonymous:** Your answers are strictly for our school project.
- **A huge help:** Every response helps us finish our degree!

Thank you so much for your support!

Gender *

- ☐ Woman
- ☐ Man
- ☐ Other

Which age group do you belong to? *

- ☐ 18-20
- ☐ 21-23
- ☐ 24-26
- ☐ 27-30
- ☐ More than 30th

Après la section 1 Passer à la section suivante ▼

Section 2 sur 8

FOMO and the marketplaces



This section asks about **how you feel when you use online marketplaces** (for example Vinted, Amazon, TikTok Shop, Shein, etc.). We would like to know to what extent you fear missing good deals or promotions, and how you react when you see that others have taken advantage of an offer or a trending product.

Which digital marketplace do you use the most? *

- ☐ Amazon
- ☐ Vinted
- ☐ TikTok Shop
- ☐ Shein
- ☐ Temu/Alixexpress
- ☐ Zalando
- ☐ LeBonCoin
- ☐ Autre : _____

I am afraid of missing good deals or promotions on the marketplace where I shop online. *

1 2 3 4 5

Strongly disagree Strongly agree

I feel uncomfortable if I cannot regularly check offers or new products on this marketplace. *

1 2 3 4 5

Strongly disagree Strongly agree

When I see that others have benefited from a good deal or a trending product, I regret not having done the same. *

1 2 3 4 5

Strongly disagree Strongly agree

Section 3 sur 3

Mobile Notification Responsiveness

In this section, we will provide a brief overview of your smartphone usage and notifications. This information will assist us in gaining a more comprehensive understanding of your previous responses regarding the platforms.

I quickly glance at my phone when I get a notification. *

1 2 3 4 5

Strongly disagree Strongly agree

I find it hard to ignore notifications on my smartphone. *

1 2 3 4 5

Strongly disagree Strongly agree

How long have you been using this marketplace primarily?

How long have you been using this marketplace primarily?

- ☐ less than 6 months
- ☐ 6-12 months
- ☐ 1-2 years, more than 2 years

- ☐
- 6-12 months

- ☐
- 1-2 years, more than 2 years

Après la section 3 Passer à la section suivante

Section 4 sur 8

User engagement

Here we focus on **how actively you use this marketplace**. It looks at how often you visit it, how frequently you take part in promotions (such as flash sales or limited offers), and how much time you spend browsing products and recommendations on this platform.

I visit this marketplace several times a week. *

1 2 3 4 5

Strongly disagree Strongly agree

1

2
○

3

4
C5
C

Strongly agree

I often participate in promotions (flash sales, limited offers, codes) offered on this marketplace.

1 2 3 4 5

Strongly disagree Strongly agree

1
○

2
○

3
○4
C

5
C

Strongly agree

I spend a lot of time exploring products and recommendations on this marketplace. *

1 2 3 4 5

Strongly disagree Strongly agree

1
○

2
○

3

4
C

5
C

Strongly agree

Social signal-generating behaviors

This one focuses on **how you interact with others through this marketplace**. It looks at how often you leave reviews, share product links or promo codes, and recommend this platform to people around you.

I often leave reviews or ratings for products I purchase on this marketplace. *

	1	2	3	4	5	
Strongly disagree	☐	☐	☐	☐	☐	Strongly agree



I share product links or promotional codes from this marketplace with my friends. *

	1	2	3	4	5	
Strongly disagree	☐	☐	☐	☐	☐	Strongly agree

I frequently recommend this marketplace to other people. *

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

Section 6 sur 8

Perceived attractiveness and intention to continue using the marketplace



This section focuses on **how attractive you find this marketplace** and **whether you plan to keep using it**. It looks at whether you see it as one of your main options for online shopping, and how likely you are to repurchase there rather than switching to another platform.



This marketplace is one of my first options when I want to shop online. *

	1	2	3	4	5	
Strongly disagree	☐	☐	☐	☐	☐	Strongly agree

I intend to continue using this marketplace in the future. *

	1	2	3	4	5	
Strongly disagree	☐	☐	☐	☐	☐	Strongly agree

I regularly repurchase on this marketplace rather than switching to another platform. *

	1	2	3	4	5	
Strongly disagree	☐	☐	☐	☐	☐	Strongly agree

Après la section 6 Passer à la section suivante



Section 7 sur 8

Perceived algorithmic engagement mechanisms



The last one is about **how the marketplace uses notifications and messages to interact with you**. It looks at how often you receive alerts (for example promotions or cart reminders), how personalised the product recommendations feel, and how frequently you see urgency messages such as "limited stock" or "offer valid for X more hours."

I often receive notifications from this marketplace (promotions, cart reminders, new products) *

	1	2	3	4	5	
--	---	---	---	---	---	--

The product recommendations I see on this marketplace seem well tailored to my preferences. *

	1	2	3	4	5	
Strongly disagree	☐	☐	☐	☐	☐	Strongly agree

⋮

I frequently see messages such as 'limited stock', 'offer valid for X more hours', or 'X people are viewing this product' on this marketplace. *

	1	2	3	4	5	
Strongly disagree	☐	☐	☐	☐	☐	Strongly agree

Après la section 7 Passer à la section suivante ▼

Section 8 sur 8

Thank you for your answers!

