

Afstudeerdossier

Das Buro Brand Guide

Auteur: L.W.F. Bokhoven

Student nummer: 14024918

Aantal woorden: 15517

Afstudeerdossier

Das Buro Brand Guide

Den Haag, 31 mei 2019

Auteur: L.W.F. van Bokhoven

Student nummer: 14024918

School: De Haagse Hogeschool

Studie: Communication & Multimedia Design

Stagebedrijf: Das Buro

Stagebegeleider: H. de Ruiter

Afstudeerbegeleider: T. Zweers

Tweede examiner: A. van Duuren

Aantal woorden: 15517

Versie: 1

Voorwoord

Dit dossier is de verslaglegging van mijn afstudeeropdracht tijdens mijn periode als stagiair bij Das Buro. Het dossier is geschreven in het kader van mijn afstuderen aan de opleiding Communicatie & Multimedia Design aan De Haagse Hogeschool te Den Haag. Van februari 2019 tot en met juni 2019 ben ik bezig geweest met het ontwerpen van een digitale tool en het schrijven van dit dossier.

Het proces was uitgebreid en complex, maar na uitvoerig onderzoek en itereren ben in tot een eindresultaat gekomen. Tijdens het proces stonden mijn stagebegeleider, Hans de Ruiter, en mijn begeleider vanuit mijn opleiding, Theo Zweers, altijd klaar. Wanneer ik vastliep konden zij mijn vragen beantwoorden waardoor ik verder kon.

Bij dezen wil ik graag mijn begeleiders bedanken voor de hulp die zij mij tijdens dit afstudeertraject hebben gegeven. Daarnaast wil ik ook alle mensen binnen Das Buro en Erecode bedanken die mee hebben gewerkt aan de totstandkoming van dit eindresultaat: Dennis van der Meulen, Leon Lenders, Carole Peeters, Lennart Mulder, Sanne Meijer, Lot Broekhuizen, Deborah Kreeft, Niels Polderman, Dragan Barisic en Tony van de Polder.

Tot slot bedank ik mijn ouders voor de steun die zij mij tijdens mijn gehele studie hebben gegeven, maar ook het advies en de hulp die ik tijdens dit afstudeerproject heb mogen ontvangen.

Moge dit dossier voldoende inzicht bieden in de denkwijze die ik gedurende dit project heb gehanteerd.

Luc van Bokhoven

Den Haag, 31 mei 2019

Inhoudsopgave

1. Leeswijzer	6
1.1 Documenten en structuur	6
1.2 Namen	6
2. Briefing	8
2.1 Werkwijze	8
2.2 Resultaten	8
2.3 Analyse	9
2.4 Conclusie	9
3. Plan van Aanpak	11
3.1 Achtergrondinformatie	11
3.2 Probleemstelling	11
3.3 Doelstelling	12
3.4 Resultaten	12
3.5 Implementatie	12
3.6 Deliverables & projectmanagement	14
3.7 Kwaliteitszorg	16
4. Onderzoek	20
4.1 Opzet van het onderzoek	21
4.2 Journey mapping workshop	22
4.3 Enquête	29
4.4 Deelvraag 1	32
4.5 Deelvraag 2	32
4.6 Presentatie onderzoeksresultaten	34
4.7 Inhoudelijke inventarisatie	35
4.8 Literatuuronderzoek	39
4.9 Deelvraag 3	42
4.10 Algemene conclusie	43
4.11 User stories	45
5. Conceptfase	48
5.1 Aanpassingen van werkwijze	49
5.2 Schetsen	51
5.3 Wireframes	55
5.4 Definitief concept	70
6. Testrapport I	72
7. Ontwerpfase	76
7.1 Interactie ontwerp	77
7.2 Visueel ontwerp	84
8. Testrapport II	92

8.1 Testdoel en werkwijze	93
8.2 Resultaten	93
8.3 Analyse	93
8.4 Conclusie	93
9. Hi-fi prototype	98
9.1 User story 1	99
9.2 User story 2	100
9.3 User story 3	101
9.4 User story 4	102
9.5 Overige onderdelen	103
10. Eindconclusie	106
11. Reflectieverslag	108
11.1 Onderzoek	109
11.2 Concept en prototypes	110
11.3 Ontwerpen en testen	111
11.4 Plannen en samenwerken	112
11.5 Reflectie op het project	113
Bronvermelding	114
Bijlagen	115
Bijlage A: Afstudeeropgave	115
Bijlage B: Transcriptie van de briefing	118
Bijlage C: Presentatie journey mapping workshop	125
Bijlage D: Presentatie onderzoeksresultaten	126
Bijlage D – Testplan	129
Bijlage E – Questionnaires en notities test I	138
Bijlage F – Questionnaires en notities test II	149

1. Leeswijzer

Deze leeswijzer bevat een overzicht van de documenten die aanwezig zijn in dit dossier. Per document is de inhoudelijke structuur beschreven.

1.1 Documenten en structuur

Het eerste onderdeel van dit dossier is de briefing die ik tijdens mijn eerste dag van het project hebt gekregen. Paragraaf 3 beschrijft het plan van aanpak wat in de eerste weken van dit project is opgesteld. Het documenten beschrijft de context van de afstudeeropdracht en de probleem- en doelstelling waar ik de afgelopen maanden mee bezig ben geweest.

Na het plan van aanpak licht ik het onderzoek in paragraaf 4 toe. Hier in worden de onderzoeksvragen die ik op basis van de probleem- en doelstelling heb opgesteld beschreven. Aansluitend geef ik inzicht in de resultaten van de methoden en technieken die ik heb toegepast om deze onderzoeksvragen te beantwoorden.

Het onderzoeksrapport wordt opgevolgd door de conceptfase in paragraaf 6. In paragraaf 7 is de totstandkoming van het ontwerp tijdens de ontwerpfase beschreven. De ontwerpfase wordt afgesloten met de tweede test. Na het ontwerp te hebben toegelicht zal ik het eindresultaat van het hi-fi prototype toelichten waarna ik afsluit met een reflectie op dit project in paragraaf 9.

1.2 Namen

In dit dossier zijn er verschillende personen die van belang zijn geweest gedurende dit project beschreven met hun functie.

Hans de Ruiter, Creative Director

Hans heeft mij de afstudeeropdracht gegeven en heeft mij daarnaast ook begeleidt. Gedurende het project heb ik verantwoordelijkheid bij hem moeten afleggen over de keuzes die ik heb gemaakt.

Dennis van der Meulen, Merkstrateeg

Samen met Hans is Dennis de eigenaar van Das Buro. Gedurende het project heeft Dennis bij het presenteren van de onderzoeksresultaten deelgenomen aan de discussie over wat er in het concept moet worden uitgewerkt.

Leon Lenders, Senior Ontwerper

Leon heeft mij tijdens het project op inrichting en vormgeving van het systeem geadviseerd.

Carole Peeters, Projectmanager

Carole is gedurende het project een belangrijke bron van informatie geweest. Daarnaast kon ik bij altijd bij Carole terecht met vragen.

Sanne Meijer, Lot Broekhuizen en Deborah Kreeft, Ontwerpers

Sanne, Lot en Deborah zijn ontwerpers bij Das Buro en zijn belangrijk geweest bij het testen. Gedurende het project was mijn werkplek naast die van hun. Naast bijdragen aan de tests hebben zij daarom ook veel bijgedragen aan gezelligheid gedurende dit afstudeertraject.

Lennart Mulder, Erecode, Front-end developer

Lennart heeft zijn bedrijf, Erecode, in dezelfde ruimte als Das Buro zitten. Veel van de websites en andere online uitingen die Das Buro ontwerpt worden door Erecode ontwikkeld.

Niels Polderman en Dragan Barisic, Erecode, Front-end developers

Onder Lennart werken Niels en Dragan als developer. Zij zijn rond dezelfde tijd dat mijn afstudeertraject startte bij Erecode gaan werken. Niels en Dragan hebben bijgedragen aan de tests.

Tony van de Polder, Tonyworks, Animator

Tony heeft een eenmansbedrijf en brengt veel van Das Buro zijn uitingen tot leven door middel van animaties. Tony heeft bijgedragen aan de tests.

2. Briefing

Als kick-off van dit project ben ik samen met de creative director en tevens mijn opdrachtgever aan tafel gaan zitten. Tijdens de meeting heeft hij mij gebriefd over de scope van het project en de doelen en problemen die daarbij belangrijk zijn. Daarnaast hebben wij tijdens het gesprek gebrainstormd over ideeën, features en de functie die het systeem binnen Das Buro moet gaan vervullen.

2.1 Werkwijze

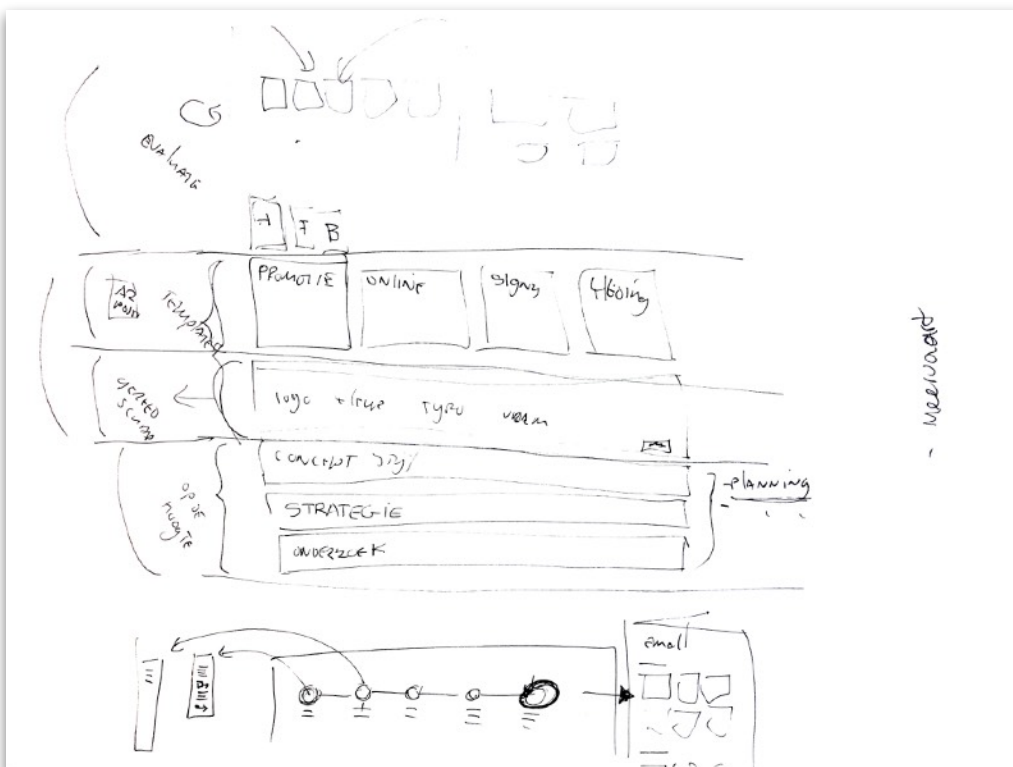
Als voorbereiding op de briefing heb ik een lijst van actiepunten opgesteld die ik wilde bespreken:

- ideeën over het systeem;
- huidige problemen tijdens samenwerkingen met opdrachtgevers;
- opdrachtgevers bespreken die relevant zijn voor dit project;
- Das Buro's proces en workflow bespreken.

Het doel van deze actiepunten was om te bepalen welke onderzoeksmethodes het meest geschikt zijn om dieper inzicht te krijgen in de doelgroepen en de achterliggende problemen die tot deze opdracht hebben geleidt.

2.2 Resultaten

De actiepunten die tijdens de briefing zijn besproken, hebben er in geresulteerd dat de probleem- en doelstelling van het project duidelijker zijn en daarmee ook de scope van het project. De relevante stukken uit de briefing zijn getranscribeerd (Bijlage B), daarnaast is er tijdens de briefing een schets (Figuur 1) opgesteld met een schematische weergave van hoe het systeem er mogelijk uit zou kunnen zien.



Figuur 1
Schematische weergave van het systeem.

2.3 Analyse

Na analyse van de resultaten zijn er verschillende dingen duidelijk geworden.

Efficiënte verstrekking van stijlelementen en communicatie-uitingen is een 'must have' binnen het systeem. Dit moet ervoor zorgen dat Das Buro en opdrachtgevers hun brand assets sneller en consistentier kunnen toepassen. De snelheid wordt bepaald door de tijd die Das Buro en externe partijen kwijt zijn aan het zoeken naar de juiste bestanden en richtlijnen. De consistentie wordt bepaald door de mate van kwaliteitsverlies doordat er onjuiste versies van assets worden gebruikt.

Bij samenwerkingen met opdrachtgevers is er regelmatig gebrek aan helderheid over het ontwerpproces. Een voorbeeld hiervan is dat er een concept voor een stijl is opgesteld. Omdat het niet helemaal duidelijk is dat het project zich nog in de strategie-fase bevindt, wordt dit concept al snel als definitief beschouwd. Hierdoor ontstaan onjuiste verwachtingen.

Wanneer opdrachtgevers zelf aan de slag gaan na afronding van een project, is er vaak geen communicatie waarbij extern gemaakte uitingen worden geëvalueerd. Zo raakt Das Buro opdrachtgevers kwijt en treden er onverwachtse veranderingen in de projectplanning op.

In figuur 1 is te zien hoe het systeem er mogelijksterwijs uit zou kunnen zien. Van boven naar beneden is te zien:

- een deel waarin uitingen kunnen worden geëvalueerd;
- een deel waarin alle brand assets kunnen worden geclassificeerd en gedownload;
- een deel waarin de stijlgids met alle merkrichlijnen kan worden beschreven;
- een deel met de beschrijving van het proces dat naar de visuele identiteit toe heeft geleid;
- en een deel waarin het ontwerpproces stapsgewijs kan worden bijgehouden.

Tot slot zijn er opdrachtgevers besproken die voor dit project relevant zijn. Hierbij is bepaald dat Theater De Meervaart, een opdrachtgever van Das Buro, een geschikte case is om het concept van het systeem op te richten. Theater De Meervaart heeft een langlopend samenwerkingsverband met Das Buro waarbij er veel heen en weer wordt gecommuniceerd.

2.4 Conclusie

De briefing heeft ertoe geleid dat, als eerste actiepunt, de doelstelling, probleemstelling en algehele scope van het project zijn verduidelijkt. Het is nu duidelijk dat het initiële doel en probleem zoals beschreven in de afstudeeropgave nog steeds de grootste prioriteit heeft. Wat hier niet in beschreven stond maar tijdens deze briefing wel naar voren kwam, zijn de volgende twee actiepunten:

- gebrek aan helderheid gedurende het ontwerpproces van Das Buro;
- gebrek aan evaluatie van extern gemaakte communicatie-uitingen.

Om deze twee problemen verder te verkennen zal ik in het plan van aanpak (paragraaf 2) een doel- en probleemstelling formuleren die beter aansluit op de bevindingen die tijdens deze briefing naar voren zijn gekomen en passende methoden en technieken kiezen om deze problemen verder te onderzoeken.

Daarnaast zal er onderzoek worden gedaan naar de communicatie tussen Das Buro en Theater De Meervaart. Deze opdrachtgever zal tijdens dit project als case worden meegenomen om de toepassing van het systeem in een zo realistisch mogelijke context te plaatsen.

3. Plan van Aanpak

3.1 Achtergrondinformatie

3.1.1 BEDRIJFSOMSCHRIJVING

Das Buro is een ontwerpbureau dat zich specialiseert in branding. Ze combineren strategie, design en communicatie en bieden daarmee de volgende diensten aan:

- merk strategie—bedrijven helpen hun doel, missie en visie te verduidelijken;
- merk ontwerpen—visuele en verbale identiteit;
- merk activatie—on- en offline communicatie-uitingen, interne en externe campagnes;

Das Buro bestaat uit twee merkstrategen, vijf ontwerpers en een projectmanager. Erecode, een driekoppig developersteam, is gelieerd aan Das Buro. Zij ontwikkelen een groot deel van de online uitingen die Das Buro ontwerpt.

3.1.2 CONTEXT VAN DE OPDRACHT

Regie houden over je merk en visuele verschijning wordt voor bedrijven steeds belangrijker. Met snel groeiende online mogelijkheden krijgt het merk steeds meer verschillende uitingen en wil daar consistent mee communiceren. Een snel verouderd gedrukt exemplaar van een merkboek volstaat niet meer in een tijd waarin merken sneller moeten inspelen op veranderingen.

Tijdens deze afstudeeropdracht moet er een ‘brand guide’ worden ontworpen. Alle brand assets kunnen hier eenvoudig en overzichtelijk worden gerubriceerd, gedownload en worden gedeeld met derden die ermee gaan werken. Het kan een verzamelplek zijn voor alle actuele communicatie-uitingen. Nieuwe merkrichtlijnen kunnen eenvoudig worden ge-update en het systeem stelt je op de hoogte van de nieuwste updates.

In eerste instantie zal Das Buro dit systeem gebruiken voor hun eigen opdrachtgevers. Voor een service-fee zal het te gebruiken zijn. In een later stadium kan gekeken worden of het als product kan worden uitgerold en worden gebruikt door andere buro's en merken.

3.2 Probleemstelling

Het probleem bij de opdracht is dat Das Buro een tool mist om alle stijlelementen en communicatie-uitingen die zij voor hun opdrachtgevers ontwikkelen op een efficiënte manier te rubriceren en distribueren. Door het gebrek aan deze tool verliest Das Buro tijdens en na projecten tijd aan het zoeken en verstrekken van de benodigde bestanden. Daarnaast kan het ervoor zorgen dat opdrachtgevers een slecht overzicht hebben van aangeleverde bestanden en er hierdoor inconsistenties in merkuitingen optreden.

3.3 Doelstelling

Het doel van de opdracht is om een gebruiksvriendelijke omgeving te ontwerpen waarmee Das Buro en hun opdrachtgevers efficiënter met stijlelementen en communicatie-uitingen te werk kunnen gaan.

3.4 Resultaten

Het resultaat van het project is een ontwerp van een digitale omgeving waarin Das Buro en zijn opdrachtgevers te werk kunnen gaan met al hun brand assets. Deze omgeving moet leiden tot meer efficiëntie en daarmee meer effectiviteit bij het uitvoeren van werkzaamheden op het gebied van branding.

Het ontwerp zal worden opgeleverd in de vorm van een hi-fi prototype. Door middel van dit hi-fi prototype kan Das Buro het ontwerp door-communiceren aan de developers die het systeem zullen gaan bouwen. Inbegrepen bij het prototype zal er een stijlgids, een sitemap en—waar nodig—flowcharts aanwezig zijn.

3.5 Implementatie

3.5.1 AANPAK

Om tot een gewenst resultaat te komen, moet ik onderzoeken waar inefficiëntie optreedt tijdens samenwerkingen tussen Das Buro en zijn opdrachtgevers. Om hier achter te komen, moet ik informatie verzamelen over de problemen, wensen en behoeftes van de doelgroep. De doelgroep waar dit project zich op richt bestaat dan ook uit twee groepen, mensen die werkzaam zijn bij Das Buro en mensen die een samenwerkingsverband met Das Buro hebben. Bij die laatste groep is het van belang dat zij geregeld gebruik maken van merkgerelateerde stijlelementen of uitingen. Wanneer het duidelijk is waar de problemen met betrekking tot efficiëntie tijdens samenwerkingsverbanden optreden, kan ik beslissingen nemen over welke richting ik met de concepten op moet gaan.

Na afronding van het onderzoek zal ik volgens de sprint-methode (Knapp, Zeratsky, Kowitz, 2016) werken. Hierbij werk ik in weekdelen de verschillende componenten binnen het systeem uit in concepten. Wanneer er een akkoord is gegeven op alle concepten rond ik de conceptfase af en start ik met de ontwerpfase. Hier breng ik de concepten tot een geheel en werk ik door middel van een iteratief proces naar een hi-fi prototype toe. Hierbij richt ik mij eerst op de interactie van het ontwerp en vervolgens stel ik een stijlgids op, waarmee ik een visuele laag aan het interactieontwerp aanbreng.

3.5.2 METHODEN EN TECHNIEKEN

Onderzoeksfase

Om de requirements voor het concept vast te stellen, doe ik vooronderzoek. Hierbij verdiep ik mij in de verschillende actiepunten die in de briefing zijn vastgesteld. Ten eerste onderzoek ik het gebrek aan helderheid tijdens het ontwerpproces en het gebrek aan evaluatie na het ontwerpproces. Dit doe ik door middel van het ontwerpproces van Das Buro in kaart te brengen met een journey mapping workshop. Hiermee kan ik bepalen op welke momenten problemen naar voren komen en wat hier de oorzaak van is. Daarnaast onderzoek ik middels een enquête of de opdrachtgevers dezelfde problemen ervaren.

Op basis van de resultaten uit de journey mapping workshop en enquête breng ik de requirements voor het concept in de vorm van user stories tot uiting. De keuze om de requirements naar user stories te vertalen, heeft als reden dat de stakeholders die tijdens de presentatie van de onderzoekresultaten aanwezig zullen zijn zich op deze manier beter in de context en betekenis van de requirements kunnen verplaatsen. Dit is belangrijk omdat de presentatie een belangrijk beslismoment is voor het vervolg van het project.

De user stories presenter ik met de resultaten uit de journey mapping workshop en de enquête, zodat ik aanbevelingen kan doen en er een gezamenlijke beslissing kan worden genomen over de mate waarin de actiepunten uit de briefing in het concept moeten worden verwerkt.

Aansluitend doe ik onderzoek naar vergelijkbare systemen op het gebied van brand management en digitale stijlgidsen. Hierbij doe ik deskresearch, literatuur onderzoek en maak ik een inventarisatie van de componenten die vaak binnen dit soort systemen voorkomen. Het deskresearch levert op dat ik accuraat kan bepalen welke technische specificaties binnen dit soort systemen nodig zijn. Deze specificaties zijn van belang bij het vormgeven van de features en functionaliteiten.

Conceptfase

In de conceptfase zet ik op basis van de user stories, het deskresearch en de beslissingen die samen met de stakeholders zijn genomen een concept neer. Zoals de schets in figuur 1 laat zien, zal het systeem in alle waarschijnlijkheid uit verschillende componenten bestaan. Ik deel deze componenten in verschillende sprints op en daarmee werk ik stap voor stap concepten binnen het systeem uit. Deze sprints baseer ik op het boek *Sprint: A Radically New Way to Test Ideas, Solve Problems and Answer Your Most Pressing Questions* (Knapp, Zeratsky, Kowitz, 2016).

Ontwerpfase

Bij afronding van de sprints voeg ik de concepten die daaruit hebben geresulteerd, tot één geheel. Dit doe ik door middel van wireframes. De wireframes zet ik vervolgens om in een prototype zodat het geheel getest kan worden. Op basis van de testresultaten werk ik het interactie ontwerp uit. Vervolgens werk ik een stijlgids uit die de basis vormt van het visuele ontwerp. Tot slot wordt het visuele ontwerp nog een keer met de doelgroep getest en kan ik op basis van die resultaten het hi-fi prototype uitwerken. De uitwerking van concept tot en met het hi-fi prototype loopt volgens een iteratief proces.

3.6 Deliverables & projectmanagement

3.6.1 DELIVERABLES

Onderzoeksfase

- journey map;
- enquête resultaten;
- samenvatting van deskresearch;
- onderzoeksrapport.

Milestone: User stories

De user stories zijn het resultaat van het onderzoek. De user stories zijn gekoppeld aan de presentatie van het onderzoek, waarin ik samen met de stakeholders een beslissing neem over wat er in het concept uitgewerkt moet worden. Het uiteindelijke concept is dus eigenlijk een combinatie van de user stories en de beslissingen tijdens de onderzoekspresentatie.

Conceptfase

- sprintverslagen;
- flowcharts;
- wireframes;
- low-fi prototypes.

Milestones: Concepten als resultaat van de sprints

De concepten die als resultaat van de conceptfase naar voren komen, vormen de basis van het interactie ontwerp.

Ontwerpfase

- testplan;
- testrapport;
- prototypes;
- interactie ontwerp;
- visueel ontwerp.

Milestones: Hi-fi prototype

Het hi-fi prototype is het laatste product dat ik tijdens dit project maak en aan Das Buro aflever.

3.6.2 PLANNING

Ik houd gedurende het project de volgende planning aan. Deze planning is een grove inschatting van de uren die ik voor alle individuele onderdelen nodig heb. Om tijd en ruimte voor onvoorziene zaken vrij te houden, heb ik de laatste week leeg gelaten.

	Activiteit	Geschatte uren	Onderdelen
Week 1	Plan van aanpak opstellen	40	1. Briefing 2. Methoden en technieken verkennen 3. Verwerken in onderzoeksrapport
Week 2	Onderzoek	24	1. Presentatie workshop 2. Workshop 3. Enquête vragen opstellen 4. Verwerken in onderzoeksrapport
	Onderzoek	16	1. Workshop resultaten analyseren en uitwerken 2. Enquête resultaten analyseren 3. Verwerken in onderzoeksrapport
Week 3	Deskresearch	24	1. Vergelijkbare systemen 2. Inventarisatie stijlgidsen Das Buro 3. Literatuur onderzoek 4. Verwerken in onderzoeksrapport
	User stories	8	1. Requirements naar user stories vertalen
	Onderzoeksrapport	8	1. Rode draad aanbrengen
Week 4 Week 5	Sprint 1 - Concept inzichtelijk maken van ontwerpproces	40	1. Schetsen 2. Wireframing 3. Testplan 4. Prototyping 5. Testen
Week 6 Week 7	Sprint 2 - Concept stijlgids en merkrichtlijnen	40	1. Schetsen 2. Wireframing 3. Testplan 4. Prototyping 5. Testen
Week 8 Week 9	Sprint 3 - Concept rubricering en distributie brand assets	40	1. Schetsen 2. Wireframing 3. Testplan 4. Prototyping 5. Testen
Week 10	Sprint 4 - Concept evaluatie tool	40	1. Schetsen 2. Wireframing

	Activiteit	Geschatte uren	Onderdelen
Week 11	Evaluatie tool		2. Wireframing 3. Testplan 4. Prototyping 5. Testen
Week 12	Interactie ontwerp	40	1. Samenvoegen van concepten 2. Prototype 3. Evaluatie 4. Interactie ontwerp v2 5. Testplan 6. Testrapport
Week 13	Interactie ontwerp	16	1. Interactie ontwerp v3 2. Evaluatie
	Visueel ontwerp	24	1. Stijlgids opstellen 2. Visueel ontwerp v1
Week 14	Visueel ontwerp	32	1. Visueel ontwerp v1 2. Evaluatie 3. Visueel ontwerp v2
	Hi-fi prototype	8	
Week 15	Hi-fi prototype	40	
Week 16	Nader in te vullen	40	- Uitlooptijd

3.6.3 COMMUNICATIE

Communicatie vindt voornamelijk met Hans de Ruiter, creative director en eigenaar van Das Buro, plaats. Hij heeft mij deze opdracht voorgelegd en is tevens de belangrijkste stakeholder. Andere stakeholders die van belang zijn bij het verstekken van feedback tijdens dit proces, zijn Leon Lenders (senior ontwerper) en Carole Peeters (projectmanager). Zij hebben een leidinggevende functie binnen Das Buro en maken tevens ook deel uit van de doelgroep. Dit maakt hen belangrijke informatiebronnen gedurende het project. Tot slot zal Dennis van der Meulen (merkstrateeg en samen met Hans de Ruiter eigenaar van Das Buro) niet met het project bezig zijn, maar wel betrokken worden bij het presenteren van de onderzoeksresultaten en daarbij dus ook inspraak hebben in de stappen die daarop volgen.

Voor geldige testresultaten is het van belang dat de testpersonen met zo min mogelijk voorkennis aan de test kunnen deelnemen. Daarom worden de overige mensen binnen Das Buro en Erecode zo min mogelijk betrokken in het project. Door de beperkte grootte van Das Buro en Erecode heb ik een gelimiteerd aantal testpersonen.

3.7 Kwaliteitszorg

3.7.1 VAKINHOUDELIJKE ASPECTEN

Het project richt zich op het ontwerpen van een tool die momenteel nog niet bestaat. Dit betekent dat er geen verbeterpunten of al van te voren vastgestelde usability problemen zijn, waar ik mij op moet richten. Om ervoor te zorgen dat, zoals in de doelstelling beschreven, het ontwerp efficiënt en gebruiksvriendelijk is, houd ik mij aan 'de 5E's' van Quesenbery ("Using the 5Es to Understand Users -

Whitney Interactive Design,” n.d.) . Quesenbery is een bekende usability consultant en heeft het begrip ‘usability’ in vijf dimensies opgedeeld:

1. Effectiviteit: Hoe compleet of accuraat kunnen de gebruikers hun doelen binnen het systeem bereiken?
2. Efficiëntie: Hoe snel kunnen deze doelen worden behaald?
3. Aangenaamheid: Hoe aangenaam is de interactie van het systeem met de gebruiker?
4. Fouttolerantie: In welke mate voorkomt het systeem errors en helpt het de gebruiker bij fouten?
5. Begrijpbaarheid: Is het systeem bij het initiële gebruik makkelijk te begrijpen en blijft dit het geval?

Wat effectiviteit in de context van dit project precies betekent, concretiseer ik op basis van het onderzoek. Uit de probleemstelling van het project kan ik vaststellen dat het systeem in zijn geheel—wanneer dit aan alle 5E’s voldoet—zal zorgen voor meer efficiëntie tijdens samenwerkingsverbanden tussen Das Buro en zijn opdrachtgevers. Efficiëntie binnen de context van dit project wordt bereikt als er tijd kan worden bespaard bij het zoeken naar en gebruiken van brand assets. De aangenaamheid van het systeem richt zich op de interactie alsmede de esthetische kwaliteiten van het systeem. De fouttolerantie binnen het systeem richt zich op het duidelijk weergeven van feedback, zoals errors en succesvolle handelingen. Tot slot zal de begrijpbaarheid van het systeem gaan over de duidelijkheid, consistentie en hiërarchie van de informatieweergave binnen het systeem.

3.7.2 EVALUATIE EN VALIDATIE

Door middel van de 5E’s kan ik doelgerichte testplannen schrijven om ervoor te zorgen dat de concepten en ontwerpen ook werkelijk gebruiksvriendelijk zijn in de context van dit project. Daarnaast plan ik verschillende feedback-momenten in. Deze feedback momenten zullen als volgt plaatsvinden:

- tijdens de presentatie van het onderzoek;
- aan het eind elke sprint;
- tussen de verschillende iteraties binnen de ontwerpfase in.

Onderzoeksfase

Aantal woorden: 6175

4. Onderzoek

In dit hoofdstuk ga ik in op het gedane onderzoek. Ten eerste beschrijf ik de opzet van het onderzoek, waarbij ik op basis van de probleem- en doelstelling onderzoeksvragen formuleer. Vervolgens beschrijf ik de verschillende activiteiten waarbij ik naar antwoorden op de onderzoeksvragen heb gezocht. Hierbij beschrijf ik per activiteit het doel, de werkwijze, de resultaten, de analyse van de resultaten en mijn conclusie. Tot slot beantwoord ik op basis van mijn conclusies de onderzoeksvragen en rond ik daarmee het onderzoek af.

4.1 Opzet van het onderzoek

De kern van het onderzoek richt zich op de centrale vraag:

“Hoe kan het systeem voor meer efficiëntie zorgen tijdens samenwerkingsverbanden tussen Das Buro en hun opdrachtgevers?”

De doelstelling van het project is om efficiënter met stijlelementen en communicatie-uitingen te werk kunnen gaan. Ik zal mij tijdens dit onderzoek bezig houden met waar er efficiëntie ontbreekt en daarnaast waar efficiëntie gewonnen kan worden.

Om antwoord te kunnen geven op de centrale vraag, heb ik deelvragen opgesteld. Op basis van de conclusies van de deelvragen, kan ik zo accuraat mogelijk antwoord geven op de centrale vraag.

Deelvraag 1: ***“Wat zijn de specifieke doelen van Das Buro en hun opdrachtgevers in relatie tot hun samenwerkingsverband?”***

Deelvraag 2: ***“Wat zijn de problemen die tijdens samenwerkingsverbanden opspelen waardoor er inefficiëntie ontstaat?”***

Deelvraag 3: ***“Wat voor oplossingen worden er momenteel al aangeboden door andere bedrijven en wat kan er uit deze oplossingen worden meegenomen?”***

Met deelvraag 1 en 2 bepaal ik wat voor gezamenlijke belangen de doelgroepen hebben. Hiermee kan ik bepalen welke problemen in de weg van deze belangen staan. Op basis daarvan kan ik beslissen welke functies er in de concepten moeten worden uitgewerkt om een zo effectief mogelijk systeem te ontwerpen. Hoe accurater de doelgroep hun doelen binnen het systeem kan bereiken, hoe meer efficiëntie dat oplevert.

Door middel van de journey mapping workshop breng ik het samenwerkingsverband tussen Das Buro en hun opdrachtgevers van begin tot eind in kaart. Hierbij wordt helder welke acties er tijdens dit proces naar voren komen, wat de doelen van deze acties zijn, welke problemen er bij deze acties naar voren komen en wat hier tot slot de oorzaak van is.

Naast de journey map stel ik een enquête op die ik naar opdrachtgevers van Das Buro stuur. Hierbij ga ik in op hoe zij het samenwerkingsverband ervaren en de manier waarop Das Buro en zichzelf omgaan met het gebruik van stijlelementen en communicatie-uitingen.

Deze twee activiteiten moeten ertoe leiden dat het duidelijk wordt op welke momenten tijdens samenwerkingsverbanden inefficiëntie ontstaat, maar ook waar er efficiëntie gewonnen kan worden.

Tot slot zijn er verschillende concurrenten en vergelijkbare services die momenteel al worden aangeboden. Om het onderzoek af te ronden doe ik deskresearch naar bestaande (vergelijkbare) oplossingen en de manier waarop deze voor meer efficiëntie zorgen.

4.2 Journey mapping workshop

Deze activiteit heeft als doel om de doeleinden, problemen en oorzaken van deze problemen tijdens samenwerkingsverbanden tussen Das Buro en hun opdrachtgevers naar voren te brengen. Op basis van de verzamelde gegevens kunnen de actiepunten die in de briefing zijn beschreven in context worden gezet. Dit is belangrijk, omdat ik op die manier kan beslissen over welke van deze actiepunten de hoogste prioriteit heeft met betrekking tot de doelstelling van het project.

De keuze voor het maken van een journey map heeft als reden dat samenwerkingsverbanden tussen Das Buro en opdrachtgevers variërende looptijden hebben die soms maandenlang duren. Hierbij doorlopen zij verschillende fases die elk haar eigen context heeft. Het opstellen van een journey map zorgt ervoor dat er per fase duidelijk wordt wat deze context precies inhoudt en hoe het systeem voor meer efficiëntie binnen deze context kan zorgen.

4.2.1 WERKWIJZE

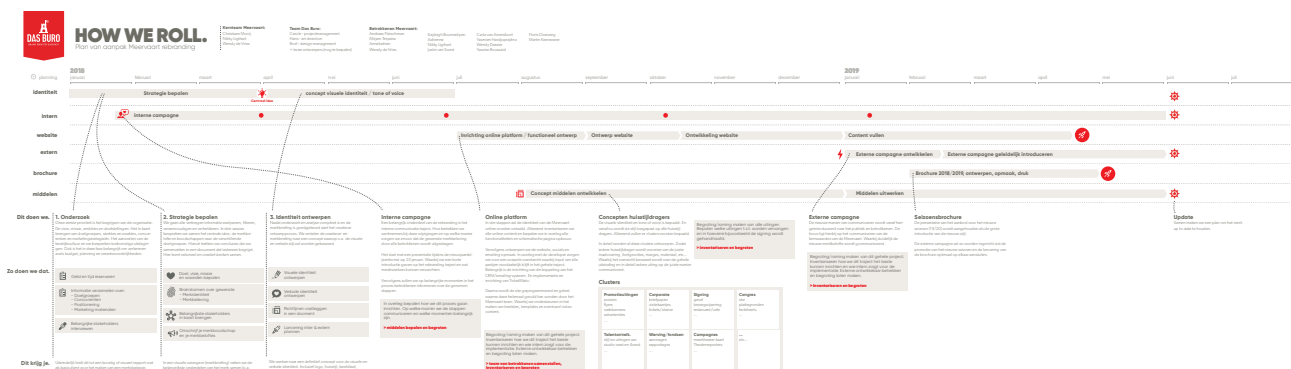
De workshop richt zich op de opdrachtgever Theater De Meervaart die tijdens de briefing besproken is.

Structuur van de workshop

Das Buro heeft aan het begin van dit traject een plan van aanpak opgesteld (Figuur 2). In deze visualisatie is duidelijk te zien hoe het samenwerkingsverband gefaseerd is en wat de producten zijn die hieruit voortkomen. Deze fasering wordt gebruikt bij elk vergelijkbaar traject. De structuur van de journey map is een combinatie van deze fases en de volgende punten:

1. taken & acties;
2. vragen;
3. touchpoints;
4. emoties & wensen;
5. pain points;
6. ideeën & kansen.

Deze punten zijn ontleend aan het artikel *What is Customer Journey Mapping and How to Start?* (Boag, 2019). Paul Boag is een bekend user experience designer en service design consultant. Met deze zes punten worden de doelen duidelijk, de vragen die bij deze doelen naar voren komen, de verschillende touchpoints tussen Das Buro en Theater de Meervaart, de emoties en wensen tijdens de verschillende fases en de problemen in deze fases. Deze onderdelen geven samen een goed beeld van de context waarin de fases zich afspelen.



Figuur 2 – Meervaart rebranding plan van aanpak

Tot slot is er tijdens de workshop de mogelijkheid om al bestaande ideeën of ideeën op basis van de informatie die tijdens de workshop wordt verzameld, met elkaar te delen. Hier put ik potentieel nuttige informatie uit die ik in de conceptfase kan meenemen.

Deelnemers

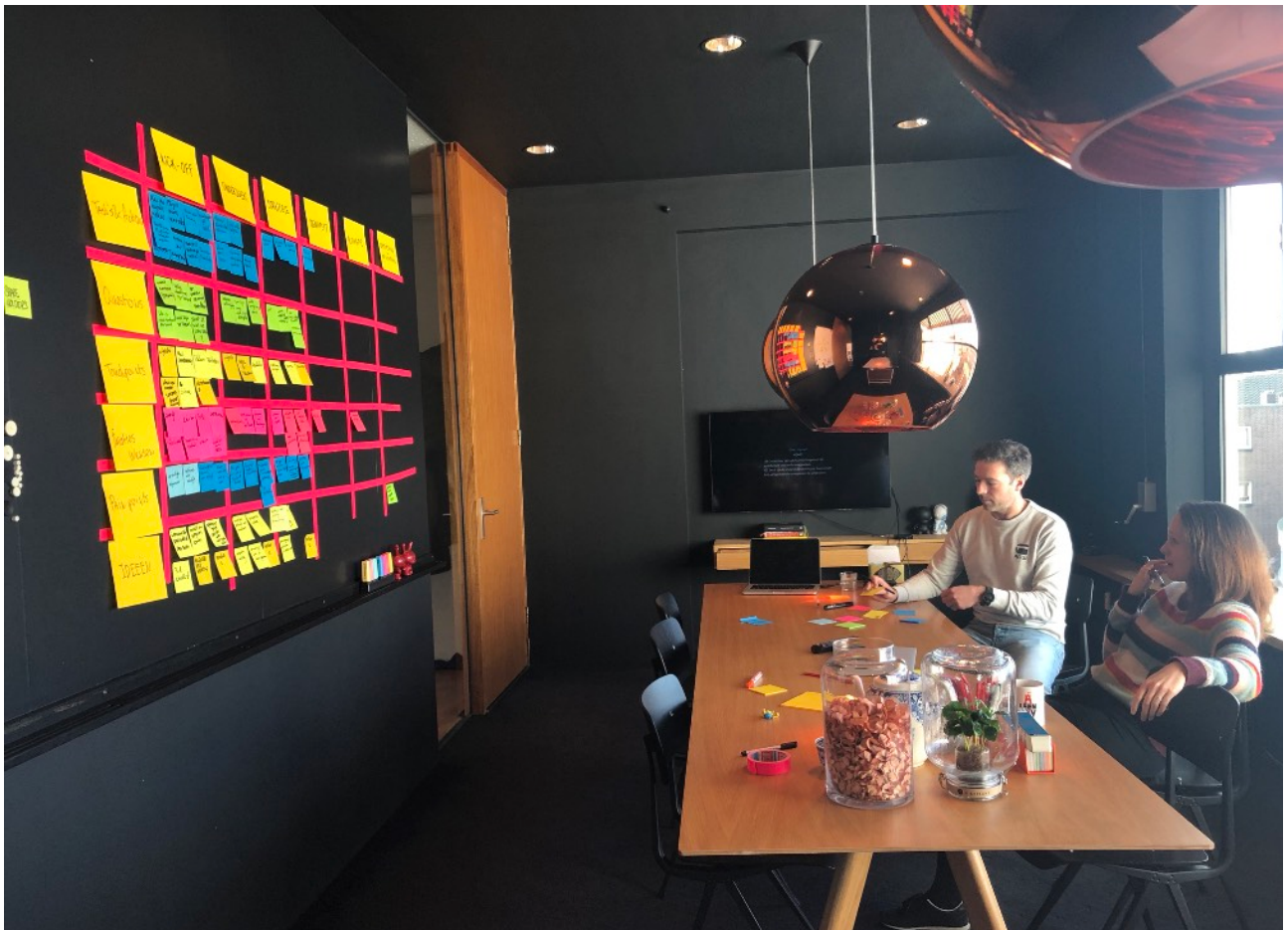
De deelnemers van de workshop bestaan uit de projectmanager en creative director van Das Buro. Zij hebben samen het beste overzicht van de belangen, doelen en problemen die er tijdens deze opdracht meespelen.

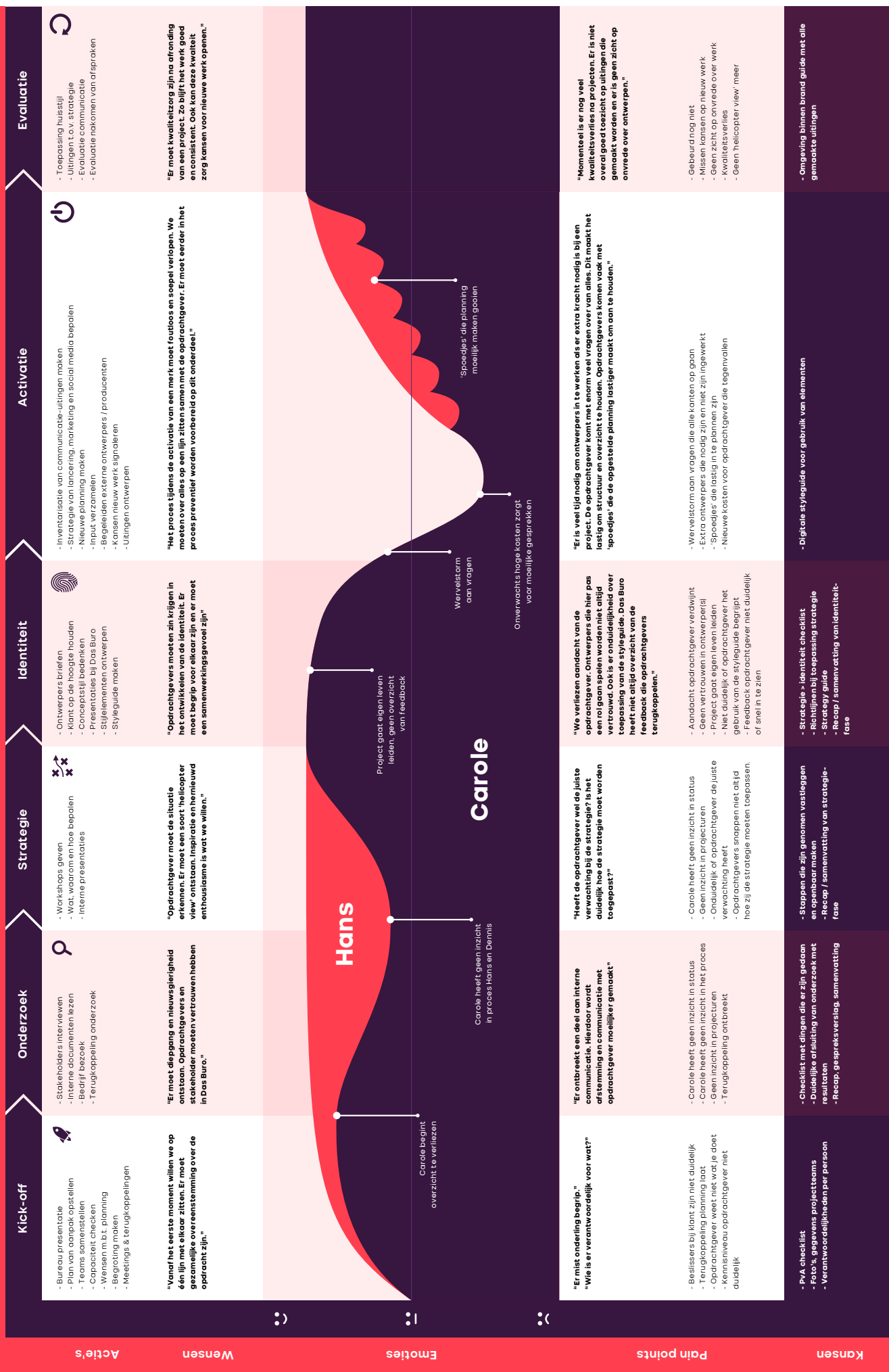
Om de inhoud van de workshop duidelijk te maken aan de deelnemers heb ik een presentatie gemaakt (Bijlage C). In deze presentatie heb ik de volgende actiepunten toegelicht:

- de doelstelling van dit project;
- het potentiële effect van deze doelstelling;
- welke rol deze workshop daarbij speelt;
- de case waarmee we tijdens de workshop aan de slag gaan;
- de structuur waaruit de journey map wordt opgebouwd.

4.2.2 RESULTAAT

Ik heb de deelnemers stapsgewijs door de journey map geleid. Dit heb ik per fase gedaan. Tot slot besproken we ideeën en kansen. Het resultaat van de workshop heb ik uitgewerkt in een visualisatie in figuur 4.





Figuur 4 – Visualisatie van de journey map

In de volgende tabellen is alle informatie uit de journey map in een leesbaar formaat gezet.

	1. Kick-off	2. Onderzoek	3. Strategie
Actie's	- Bureau presentatie - PvA opstellen - Teams samenstellen - Capaciteit checken - Wensen m.b.t. planning - Begroting maken - Meetings & terugkoppelingen	- Stakeholders interviewen - Interne documenten lezen - Bedrijf bezoek - Terugkoppeling onderzoek	- Workshops geven - Wat, waarom en hoe bepalen - Interne presentaties
Wensen	"Vanaf het eerste moment willen we op één lijn met elkaar zitten. Er moet gezamenlijke overeenstemming over de opdracht zijn."	"Er moet diepgang en nieuwsgierigheid ontstaan. Opdrachtgevers en stakeholder moeten vertrouwen hebben in Das Buro."	"Opdrachtgever moet de situatie erkennen. Er moet een soort 'helicopter view' ontstaan. Inspiratie en hernieuwd enthousiasme is wat we willen."
Emoties	"Er mist onderling begrip." "Wie is er verantwoordelijk voor wat?"	"Er ontbreekt een deel aan interne communicatie. Hierdoor wordt afstemming en communicatie met opdrachtgever moeilijker gemaakt"	"Heeft de opdrachtgever wel de juiste verwachting bij de strategie? Is het duidelijk hoe de strategie moet worden toegepast?"
Pain points	- Beslissers bij klant zijn niet duidelijk - Terugkoppeling planning laat - Opdrachtgever weet niet wat je doet - Kennisniveau opdrachtgever niet duidelijk	- Carole heeft geen inzicht in status - Carole heeft geen inzicht in het proces - Geen inzicht in projecturen - Terugkoppeling ontbreekt	- Carole heeft geen inzicht in status - Geen inzicht in projecturen - Onduidelijk of opdrachtgever de juiste verwachting heeft - Opdrachtgevers snappen niet altijd hoe zij de strategie moeten toepassen.
Kansen	- PvA checklist - Foto's, gegevens projectteams - Verantwoordelijkheden per persoon	- Checklist met dingen die er zijn gedaan - Duidelijke afsluiting van onderzoek met resultaten - Recap, gespreksverslag, samenvatting	- Stappen die zijn genomen vastleggen en openbaar maken - Recap/samenvatting van strategiefase

	4. Identiteit	5. Activatie	6. Evaluatie
Actie's	- Ontwerpers brieven - Klant op de hoogte houden - Conceptstijl bedenken - Presentaties bij Das Buro - Stijlelementen ontwerpen - Styleguide maken	- Inventarisatie van communicatie-uitingen maken - Strategie van lancering, marketing en social media bepalen - Nieuwe planning maken - Input verzamelen - Begeleiden externe ontwerpers / producenten - Kansen nieuw werk signaleren - Uitingen ontwerpen	- Toepassing huisstijl - Uitingen t.o.v. strategie - Evaluatie communicatie - Evaluatie nakomen van afspraken
Wensen	"Opdrachtgevers moeten zin krijgen in het ontwikkelen van de identiteit. Er moet begrip voor elkaar zijn en er moet een samenwerkingsgevoel zijn"	Het proces tijdens de activatie van een merk moet foutloos en soepel verlopen. We moeten over alles op een lijn zitten samen met de opdrachtgever. Er moet eerder in het proces preventief worden voorbereid op dit onderdeel."	"Er moet kwaliteit zorg zijn na afronding van een project. Zo blijft het werk goed en consistent. Ook kan deze kwaliteit zorgen kansen voor nieuwe werk openen."

	4. Identiteit	5. Activatie	6. Evaluatie
Emoties	“We verliezen aandacht van de opdrachtgever. Ontwerpers die hier pas een rol gaan spelen worden niet altijd vertrouwd. Ook is er onduidelijkheid over toepassing van de styleguide. Das Buro heeft niet altijd overzicht van de feedback die opdrachtgevers terugkoppelen.”	“Er is veel tijd nodig om ontwerpers in te werken als er extra kracht nodig is bij een project. De opdrachtgever komt met enorm veel vragen over van alles. Dit maakt het lastig om structuur en overzicht te houden. Opdrachtgevers komen vaak met ‘spoedjes’ die de opgestelde planning lastiger maakt om aan te houden.”	“Momenteel is er nog veel kwaliteitsverlies na projecten. Er is niet overal goed toezicht op uitingen die gemaakt worden en er is geen zicht op onvrede over ontwerpen.”
Pain points	- Aandacht opdrachtgever verdwijnt - Geen vertrouwen in ontwerper(s) - Project gaat eigen leven leiden - Niet duidelijk of opdrachtgever het gebruik van de styleguide begrijpt - Feedback opdrachtgever niet duidelijk of snel in te zien	- Wervelstorm aan vragen die alle kanten op gaan - Extra ontwerpers die nodig zijn en niet zijn ingewerkt - ‘Spoedjes’ die lastig in te plannen zijn - Nieuwe kosten voor opdrachtgever die tegenvallen	- Gebeurd nog niet - Missen kansen op nieuw werk - Geen zicht op onvrede over werk - Kwaliteitsverlies - Geen ‘helicopter view’ meer
Kansen	- Strategie naar identiteit checklist - Richtlijnen bij toepassing strategie - Strategy guide - Recap of samenvatting van identiteitsfase	- Digitale styleguide voor gebruik van elementen	- Omgeving binnen brand guide met alle gemaakte uitingen

4.2.3 ANALYSE

Na analyse van de resultaten kan er voor elke fase iets gezegd worden over wat zich daarin afspeelt. Ten eerste is het tijdens de kick-off fase voor Das Buro het belangrijkste om op één lijn met de opdrachtgevers en stakeholders te komen. Er moet gezamenlijke overeenstemming zijn en begrip voor elkaar worden getoond. Hierbij ontbreekt vaak een bepaald kennisniveau bij opdrachtgevers waardoor het lastig wordt om dit begrip te krijgen. Ook komt het regelmatig voor dat niet alle verantwoordelijken en beslissers binnen het project duidelijk zijn, waardoor Das Buro later in het project voor verrassingen kan komen te staan.

Tijdens het uitvoeren van het onderzoek is het belangrijk dat er vertrouwen tussen Das Buro en hun opdrachtgevers ontstaat. Wat in de weg van dit vertrouwen kan staan, is het ontbreken van interne communicatie ontbreekt. Interne terugkoppeling bij Das Buro gebeurt soms niet, waardoor afstemming en communicatie met opdrachtgevers moeilijker wordt gemaakt.

In de strategiefase is het belangrijk dat het voor de opdrachtgever duidelijk wordt in welke situatie zijn bedrijf of organisatie zich bevindt. De opdrachtgever moet de huidige situatie erkennen (een ‘helicopter view’). Deze erkenning moet leiden tot inspiratie en hernieuwd enthousiasme voor het ontwikkelen van een nieuwe strategie. Als de opdrachtgever deze situatie niet goed begrijpt, kan er onduidelijkheid ontstaan over de toepassing van de strategie. Hierdoor krijgen opdrachtgevers onjuiste verwachtingen over de implementatie van de strategie.

Tijdens het opzetten van de identiteit moet er een gevoel van samenwerking zijn. Opdrachtgevers verliezen tijdens deze fase vaak de aandacht. Dit komt omdat er voorafgaand aan het ontwikkelen van

de identiteit vaak een intensief strategietraject heeft plaatsgevonden. Wanneer dit is afgerond gaat Das Buro aan de slag met het ontwerpen van de identiteit. Opdrachtgevers krijgen hierbij vaak pas bij de eerste presentatie van concept terugkoppeling over de voortgang van het project. Daarnaast verliest Das Buro regelmatig het overzicht van de feedback die zij teruggekoppeld krijgen. De reden hiervoor is dat feedback tijdens de identiteit fase van verschillende kanten komt, maar ook aan verschillende mensen binnen Das Buro wordt teruggekoppeld. Dit maakt het lastig om een centrale 'checklist' op te stellen die afgewerkt kan worden.

Gedurende de activatie-fase is het de bedoeling dat deze zo soepel en foutloos mogelijk verloopt. Das Buro en opdrachtgevers moeten over alles op een lijn met elkaar zitten. Dit lukt in de praktijk moeilijk. Er ontstaat veel onrust, omdat opdrachtgevers vaak nieuwe vragen, van strategie en implementatie tot activatie. Dit zorgt vaak voor extra kosten en werk, waardoor het budget en de planning in gevaar komen.

Tot slot mist er—zoals in de briefing al is aangegeven—een moment van evaluatie. Das Buro wil meer kwaliteitszorg na afronding van projecten waardoor het werk goed en consistent met het merk blijft. Deze kwaliteitszorg brengt tevens kansen voor nieuw werk mee. Omdat dit evaluatiemoment nog mist, treedt er kwaliteitsverlies op en mist Das Buro potentieel nieuw werk.

4.2.4 CONCLUSIE

De workshop heeft inzicht gegeven in de context waarin Das Buro samenwerkt met opdrachtgevers. Deze inzichten zijn interessant voor Das Buro zelf, maar niet in zijn geheel van toepassing op de doelstelling van dit project. Veel van de problemen die tijdens samenwerkingsverbanden met opdrachtgevers naar voren komen, gaan voornamelijk over projectmanagement en onderlinge (mis)communicatie binnen Das Buro. Tijdens de briefing is in het kort naar voren gekomen dat er intern onduidelijkheden op het gebied van interne communicatie voorkomen, maar deze problemen moeten ook intern met elkaar worden opgelost.

Dit brengt mij tot de conclusie dat de meeste problemen die Das Buro tijdens samenwerkingsverbanden ervaart niet binnen één centraal systeem kunnen worden opgelost. De voornaamste redenen hiervoor zijn:

- de looptijd en schaal van mijn afstudeerproject zijn onvoldoende om dit soort problemen tegelijkertijd op te kunnen lossen;
- uit de journey map blijkt dat het inzichtelijk maken van het ontwerpproces de voorwaarden met zich meebrengt dat er veranderingen in projectmanagement en onderlinge communicatie moeten worden doorgevoerd. Wanneer je een nieuw systeem hiervoor zou ontwerpen en gebruiken, loop je het risico dat er meer inefficiëntie dan efficiëntie optreedt doordat er nieuwe werkwijzen moeten worden geïmplementeerd. Dit vergt tijd en moeite van iedereen binnen Das Buro. Tevens gaf de projectmanager tijdens de workshop aan dat het soms juist gunstig is dat de opdrachtgevers niet alles meekrijgt. Soms moet er geschoven worden met verantwoordelijkheden en tijd waardoor er niet volledig wordt vastgehouden aan de opgestelde planning en het plan van aanpak;
- het toevoegen van een tool voor evaluatie drijft te ver van de initiële doelstelling af en is, net als het inzichtelijk maken van het ontwerpproces, iets wat door een aanpassing in interne en externe projectcommunicatie ook kan worden opgelost.

4.2.5 VERVOLG

De conclusies die ik op basis van deze activiteit heb getrokken, worden meegenomen naar de presentatie van de onderzoeksresultaten waar een beslissing zal worden genomen over wat er in het concept tot uiting moet worden gebracht. Daarnaast zal deze journey map een belangrijke bron van informatie zijn bij het opstellen van de user stories.

4.3 Enquête

Deze enquête heeft als doel om meer inzicht te geven in de samenwerkingsverbanden tussen Das Buro en opdrachtgevers. De enquête richt zich op de opdrachtgevers van Das Buro en gaat in op de tevredenheid over de samenwerking gedurende het ontwerpproces en het algemene gebruik en management van stijlelementen en communicatie-uitingen.

3.3.1 WERKWIJZE

De vragen die in de enquête aan bod komen, zijn opgesteld op basis van de drie actiepunten uit de briefing. De eerste vraag gaat over de bedrijfsfunctie van de respondenten. Het doel van deze vraag is om de antwoordkeuzes van de respondenten in context te kunnen plaatsen.

Om meer inzicht te krijgen in hoe opdrachtgevers het ontwerpproces tijdens de samenwerking met Das Buro hebben ervaren, heb ik de volgende vragen opgesteld:

- Heb je het gevoel dat Das Buro je nauw betreft in het ontwerpproces?
- Ben je tevreden over de manier waarop Das Buro je op de hoogte houdt van de voortgang van de opdracht?

Om meer inzicht te krijgen in het gebruik van stijlelementen- en communicatie-uitingen heb ik de volgende vragen opgesteld:

- Door wie worden communicatie-uitingen binnen je organisatie ontworpen?
- Heb je het gevoel dat je organisatie een duidelijk overzicht heeft van alle stijlelementen en/of communicatie-uitingen?
- Ben je tevreden over de manier waarop Das Buro stijlelementen en/of communicatie-uitingen aanlevert?
- Hoeveel tijd ben je gemiddeld kwijt aan het zoeken en/of opvragen van stijlelementen?

Met betrekking tot het evalueren van communicatie-uitingen heb ik twee vragen opgesteld die zich richten op de implementatie van stijlelementen binnen deze communicatie-uitingen:

- Twijfel je wel eens over de manier waarop jij of iemand binnen je organisatie stijlelementen in communicatie-uitingen implementeert?
- Heb je het idee dat je snel informatie beschikbaar hebt met betrekking tot de regels die zijn opgesteld over het implementeren van stijlelementen in communicatie-uitingen?

Tot slot heb ik een vraag in de enquête verwerkt die ingaat op het gevoel van samenwerking. Uit de journey mapping workshop kwam naar voren dat het voor Das Buro belangrijk is om voor dit gevoel bij de opdrachtgever te zorgen:

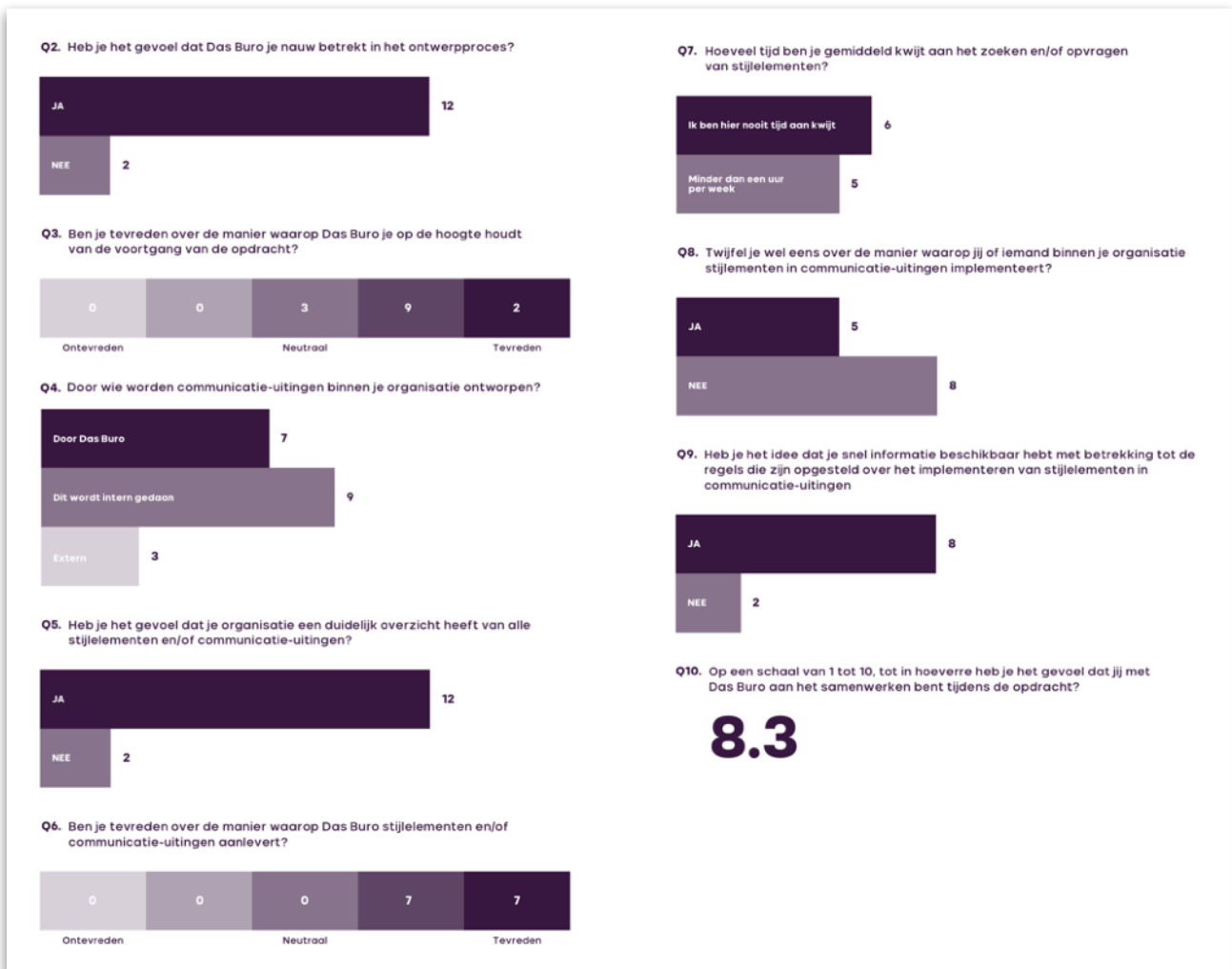
- Op een schaal van 1 tot 10, tot in hoeverre heb je het gevoel dat jij met Das Buro aan het samenwerken bent tijdens de opdracht?

Bij elke vraag kregen de respondenten de mogelijkheid gekregen om een toelichting te geven. Hiermee lichtten zij hun antwoord verder toe, waardoor ik een beter inzicht kreeg in de antwoordkeuze.

Om respondenten voor de enquête te verzamelen, heb ik aan de projectmanager en creative director een lijst van e-mailadressen van relevante opdrachtgevers gevraagd. Vervolgens heb ik deze lijst gevolgd bij het versturen van de enquête.

4.3.2 RESULTATEN

De enquête heeft 14 respondenten. De antwoorden op de vragen zijn gevisualiseerd in figuur 5.



Figuur 5 – Enquête resultaten

4.3.3 ANALYSE

Na analyse van de antwoorden van de respondenten en toelichtingen die zij hierbij hebben gegeven, zijn er een aantal nieuwe inzichten met betrekking tot de samenwerkingsverbanden tussen Das Buro en hun opdrachtgevers duidelijk geworden.

Over het algemeen zijn opdrachtgevers erg positief over de samenwerking met Das Buro. De meesten hebben het gevoel dat zij nauw worden betrokken bij het ontwerpproces en zijn tevreden over de manier waarop stijlelementen en communicatie-uitingen aan hen worden opgeleverd.

Tevens kwam uit de enquête naar voren dat sommige opdrachtgevers twijfelen hoe de stijlelementen geïmplementeerd kunnen worden binnen communicatie-uitingen. Dit is voor Das Buro een aandachtspunt.

Een belangrijk inzicht dat uit de enquête naar voren is gekomen, is dat sommige opdrachtgevers het niet erg vinden om niet op elk moment te worden betrokken in het ontwerpproces. Zij vertrouwen op de expertise die Das Buro in huis heeft.

4.3.4 CONCLUSIE

Er kan geconcludeerd worden dat er vanuit de ervaring van opdrachtgevers geen grote behoefte is naar het inzichtelijk maken van het ontwerpproces. Sommige opdrachtgevers vinden het juist fijn om niet overal zicht op te hebben.

Wat het aanleveren en gebruiken van stijlelementen en communicatie-uitingen betreft, zijn de meeste opdrachtgevers tevreden over de huidige gang van zaken. Dit betekent dat er inhoudelijk gezien geen drastische aanpassingen nodig zijn.

Op het probleem dat opdrachtgevers soms twijfelen over de implementatie van stijlelementen werd er aangegeven dat dit door middel van communicatie met Das Buro een en ander weer snel wordt strak getrokken en dat de twijfel zo wordt opgeheven.

4.3.5 VERVOLG

De conclusies die ik op basis van de enquête heb getrokken, zullen in combinatie met de conclusies uit de journey mapping workshop worden gepresenteerd aan de stakeholders. Op basis van deze conclusies kunnen er samen met de stakeholders weloverwogen beslissingen worden gemaakt over de uitwerking van het concept.

4.4 Deelvraag 1

“Wat zijn de specifieke doelen van Das Buro en hun opdrachtgevers in relatie tot hun samenwerkingsverband?”

Tijdens projecten van Das Buro en opdrachtgevers zijn er een aantal doelen die de kern van een succesvol samenwerkingsverband vormen. De journey map heeft per individuele fase duidelijk gemaakt wat dit is, maar dit kan worden samengevat in de volgende drie dingen:

Ten eerste streeft Das Buro ernaar gedurende de samenwerking zo veel mogelijk op een lijn met de opdrachtgever te zitten. Dit zorgt ervoor dat er onderling begrip en overeenstemming ontstaat over wat er van beide partijen nodig is om de samenwerking succesvol af te ronden of voort te zetten. Daarnaast zorgt dit ervoor dat de juiste verwachting bij opdrachtgevers ontstaat. Dit is belangrijk omdat er op die manier zo min mogelijk onvoorziene tijd en moeite vanuit beide partijen hoeft worden geleverd.

Ten tweede is het voor beide partijen van belang dat er duidelijkheid is over hoe de strategie en identiteit naar de doelgroep moet worden gecommuniceerd. Dit heeft als gevolg dat het merk met zoveel mogelijk consistentie geuit wordt. Om voor zoveel mogelijk duidelijkheid over communicatie van het merk richting de doelgroep te zorgen, worden er door Das Buro twee documenten opgesteld: het merkverhaal en de stijlguides. Het merkverhaal is een vertaling van de opgestelde strategie (bijvoorbeeld kernwaarden en de tone of voice). De stijlguides bevat alle richtlijnen over de toepassing van stijlelementen in de verschillende communicatie-uitingen van het merk.

Tot slot is het belangrijk dat het merk na oplevering van alle producten en afronding van het project consistent blijft met de afgesproken strategie en identiteit. Ook hierin spelen het merkverhaal en de stijlguides een belangrijke rol. Door middel van deze documenten kan er altijd gecheckt worden of de communicatie naar de doelgroep consistent is met de strategie en identiteit.

4.5 Deelvraag 2

“Wat zijn de problemen die tijdens samenwerkingsverbanden opspelen waardoor er inefficiëntie ontstaat?”

Tijdens samenwerkingsverbanden tussen Das Buro en hun opdrachtgevers zijn er veel kleine problemen die op kunnen spelen en van invloed zijn op de loop en het resultaat van projecten. Deze problemen kunnen als volgt worden samengevat.

Het is voor Das Buro en opdrachtgevers soms lastig om op een lijn met elkaar te blijven. Een reden kan zijn dat er bij de opdrachtgever een bepaald kennisniveau mist, waardoor het uitleggen van strategische beslissingen niet goed begrepen wordt en er daardoor onjuiste verwachtingen ontstaan. Een voorbeeld is dat Das Buro de kernwaarden van een merk opnieuw definieert, maar er vervolgens niemand bij de opdrachtgevers goed weet wat er met deze kernwaarden gedaan moet worden. Ook komt Das Buro regelmatig voor verrassingen te staan wanneer blijkt dat er beslissers zijn aan de kant van de opdrachtgevers die tot dan toe nog niet in het de communicatie zijn betrokken.

Op een lijn met elkaar blijven is tijdens de activatie-fase van het merk vaak lastig. Doordat de strategie en identiteit zijn uitgewerkt, ontstaan er bij opdrachtgevers nieuwe vragen over hoe deze tot uiting kan

worden gebracht. Alhoewel hier al eerder in het proces voor wordt gewaarschuwd door Das Buro onderschatten opdrachtgevers toch nog vaak de kosten van drukwerk en de hoeveelheid tijd die het kost om een uiting te ontwerpen.

Tot slot is het door de snel groeiende online mogelijkheden steeds belangrijker om de regie te houden over hoe het merk hier tot uiting komt. Gedrukte exemplaren van het merkverhaal en de stijlguide zijn daardoor snel gedateerd waardoor het extra moeite en tijd kost om dit consistent te houden met de strategie en identiteit.

4.6 Presentatie onderzoeksresultaten

Om een beslissing te nemen over de actiepunten uit de briefing en het gedane onderzoek wat hierop volgde, heb ik de onderzoeksresultaten en de antwoorden op de deelvragen in een presentatie voor stakeholders verwerkt. Het doel van deze presentatie was om de stakeholders inzicht te geven in mijn onderzoek en de resultaten en conclusies die hieruit naar voren zijn gekomen. Vervolgens is er een gezamenlijke beslissing gemaakt op basis van de aanbevelingen die ik tijdens de presentatie heb gegeven. De beslissing hiervan heeft voor een groot deel bepaald op welke user stories ik mij tijdens het opstellen van concepten ga richten en welke niet. Bij de presentatie waren aanwezig de twee eigenaren van Das Buro, de senior ontwerper en de projectmanager.

4.6.1 WERKWIJZE

Om het onderzoek zo concreet mogelijk te presenteren heb ik ten eerste de probleem- en doelstelling van het project nog een keer gepresenteerd. Daarna heb ik toegelicht wat de onderzoeksvragen waren en welke activiteiten ik daarop heb gericht.

Vervolgens heb ik alle activiteiten tijdens het onderzoek toegelicht en de resultaten en voorlopige conclusies die daaruit voortkwamen in de presentatie verwerkt. Tot slot heb ik de resultaten naar user stories vertaald en antwoorden op de deelvragen in de presentatie toegelicht waarop ik vervolgens in discussie kon gaan over de desbetreffende onderwerpen.

4.6.2 RESULTATEN

De slides van de presentatie zijn te vinden in bijlage D. De presentatie heeft erin geresulteerd dat er een beslissing is gemaakt over wat er in het concept uitgewerkt moet worden en wat niet.

4.6.3 CONCLUSIE

Nadat ik mijn aanbevelingen tijdens de presentatie heb toegelicht zijn we hierover in discussie gegaan. Tijdens de discussie was het belangrijkste punt voor de aanwezigen dat het systeem niet teveel focus van de initiële doelstelling moest verliezen. Vooral de journey map heeft duidelijk gemaakt dat er zich problemen binnen Das Buro voordoen die belangrijk zijn om op te lossen, maar dat dit voornamelijk problemen zijn die intern moeten worden opgelost.

4.6.4 VERVOLG

Er is tijdens de presentatie beslist dat het concept zich vooral moet blijven richten op de initiële doelstelling van het project. De beslissingen die hierbij zijn gemaakt, vormen de focus van het deskresearch wat hierna volgt. Daarnaast geven de beslissingen een focus voor de opzet van de conceptfase. De planning die op basis van de briefing is opgesteld, sluit niet meer aan bij de resultaten en conclusies van onderzoek en moet dus worden aangepast.

4.7 Inhoudelijke inventarisatie

Om antwoord te kunnen geven op deelvraag 3 en dieper inzicht te krijgen in de vereiste van het systeem heb ik een inventarisatie gemaakt. Hierbij heb ik gekeken naar de inhoud van merkverhaal-documenten en stijlguides die Das Buro voor zijn opdrachtgevers maakt. Daarnaast heb ik naar systemen en services gekeken die ingaan op het management van merken en hun assets.

4.7.1 WERKWIJZE

Om een idee te krijgen van de inhoud van de eigen stijlguides van Das Buro, heb ik navraag gedaan over een aantal opdrachtgevers die ik als voorbeeld kon nemen. Dit waren stijlguides van Provincie Zeeland, Luxor Theater, JFR, Theater De Meervaart, Muziekgebouw Eindhoven en Poppodium Mezz.

Omdat Das Buro momenteel alleen stijlguides in print-formaat aanlevert, had ik er ook baat bij om naar een aantal digitale stijlguides te zoeken en hierbij te kijken naar extra functionaliteiten die bij digitale stijlguides belangrijk kunnen zijn. Ik kwam uit bij de stijlguides van Facebook, Uber, Rijksoverheid en Audi. Dit zijn organisaties die binnen verschillende sectoren werkzaam zijn. Hierbij komen andere belangen kijken waardoor de stijlguides ook op een andere manier zijn ingericht.

Tot slot heb ik naar digitale tools gekeken die er op gericht zijn om bedrijven intern en extern efficiënter te laten opereren met het doel om hier potentieel interessante oplossingen uit te halen. Ik heb hier naar drie tools gekeken:

- Elvis DAM (<https://www.woodwing.com/en/digital-asset-management-system>);
- Bynder (<https://www.bynder.com/en/>);
- Frontify (<https://www.frontify.com>).

Dit zijn alledrie systemen die zich richten op het management van merken en de assets van deze merken.

4.7.2 RESULTAAT

Overzicht van inhoud binnen stijlguides die door Das Buro zijn gecreëerd	
Onderdeel	Toelichting
Merkverhaal	In de styleguides wordt het merk op verschillende manier beschreven. Dit begint meestal bij het <i>merk</i> karakter, de <i>merkbelofte</i> of het <i>missie statement</i> . Er wordt hierbij uitgelegd waar de stijl op gebaseerd is, kernwaarden, het centrale idee, de doelgroep van het merk en andere relevante dingen die toevoegen aan het gevoel bij het merk.
Kleuren	Kleuren worden in verschillende wijzen beschreven. Er moeten CMYK, RGB, Hexcodes en PMS waarden aanwezig zijn. Daarnaast zijn de kleuren vaak opgedeeld in primaire en secundaire kleuren. Ook wordt er namen en toelichten bij gegeven. In het geval van gradiënts wordt hier ook een beschrijving aan toegevoegd.
Logo	Bij het logo wordt een standaard versie gegeven, variaties hierop, toepassingen, do's en don'ts. Daarnaast worden er verschillen in on- en offline beschreven.
Typografie	Typografie wordt hiërarchisch opgedeeld. Daarbij worden lettertypes, fontgrootte, letterhoogtes en interlinies beschreven.

Grafische elementen	Grafische elementen kunnen erg uiteenlopend zijn. Er worden regels en toepassing beschreven, vaak aan de hand van voorbeelden. Elementen kunnen vlakken, grids labels, highlights, patronen, achtergronden en illustraties bevatten. In sommige gevallen wordt er toegelicht hoe de elementen in Photoshop kunnen worden toegepast.
Beeld	Bij beeldgebruik wordt een beschrijving gegeven over het gevoel dat over moet komen en de implementatie ervan. Er zijn vaak do's en don'ts aanwezig die aan de hand van voorbeelden duidelijk worden gemaakt.
Templates	Bij templates wordt uitgebreid beschreven hoe vrij de ontwerpers is bij het gebruik van de templates. Do's, don'ts en voorbeelden helpen hierbij.
Tone of voice	Tone of voice wordt aan de hand van regels en voorbeelden toegelicht. Hier wordt vaak teruggekoppeld op de missie en doelgroep.
Referenties	Er wordt in sommige vallen waar de elementen binnen de aangeleverde mappen te vinden zijn.
Praktische informatie en colofon	Copyright, concept, ontwerp, uitgave en contactgegevens.

Overzicht van de inhoud van digitale stijlgidsen van Facebook, Audi, Uber en Frontify		
Aanbieders	Feature	Toelichting
Facebook, Audi	Sketch Kits, Template packs	Facebook biedt voor Messenger een 'Sketch Kit' aan. Hierin zijn alle UI elementen te vinden die je kan gebruiken bij het ontwerpen van een chatbot binnen de Messenger app. Voor Facebook zelf bieden zij template packs aan waarbij de UI van Facebook al in een Sketch bestand is uitgewerkt. Dit bevordert efficiëntie bij het uitwerken van Facebook-pagina's. Audi biedt hetzelfde aan.
Facebook, Uber, Audi	Styleguide PDF download	Er wordt een PDF download van de styleguide aangeboden. Als er niet online gewerkt kan worden bevat deze PDF alle informatie die in de digitale styleguide ook aanwezig is.
Rijksoverheid	Meest recente wijzigingen	Bevat een overzicht met de meest recente wijzigingen in de styleguide. Dit houdt gebruikers up to date.
Audi	Font/ring grootte calculator	Audi biedt een calculator aan waarbij je op basis van font grootte de juiste dimensies van de ringen krijgt wanneer je deze naast tekst plaatst.
Audi	UI beschrijving	Audi beschrijft in hun styleguide uitgebreid hoe de UI van apps en websites van Audi vormgegeven kan worden.
Frontify	Code snippets	Frontify heeft bij hun styleguide code snippets staan. Dit maakt developer werk efficiënter.
Uber	Uber heeft hun styleguide opgedeeld in vier onderdelen	
	Brand story	<i>Hier wordt het verhaal van Uber verteld. Er wordt ingegaan op hun visie, missie en andere relevante dingen die bijdrage aan waar het merk Uber voor staat.</i>
	System elements	<i>Hier worden alle onderdelen van hun stijl beschreven. Inclusief voorbeelden, toelichting en downloads.</i>
	Showcase	<i>In de showcase zijn voorbeelden verzameld van real-world toepassingen. Dit biedt inspiratie aan voor gebruikers.</i>

Overzicht van de inhoud van digitale stijlguides van Facebook, Audi, Uber en Frontify		
Aanbieders	Feature	Toelichting
	Downloads	<i>Hier bevindt zich een overzicht met overige downloads. Denk aan iconen pakketen, PDF's en presentaties. Daarbij is een zoekfunctie en filter toegevoegd om te navigeren.</i>
	FAQ's	<i>Bevat snel toegang tot antwoorden op veelgestelde vragen. Deze vragen kunnen bijvoorbeeld gaan over implementatie van stijl, maar ook over waar stijlelementen te vinden zijn in de styleguide.</i>
Uber	Moment van laatste update wordt bij elementen genoteerd.	Zo weten gebruikers zeker dat zij het meest recente bestand hebben.
Uber	Meest gevraagde assets	Uber biedt een overzicht aan van meest gevraagde assets. Dit kan voor sommig gebruikers tijd en clicks schelen.

Overzicht van features en functionaliteiten binnen bestaande DAM-systemen		
Aanbieders	Feature	Toelichting
Elvis, Bynder	Administrator controls, user management	Feature die het mogelijk maakt om bevoegdheden van gebruikers aan te passen. Bepaald wie er wat kan downloaden, uploaden of aanpassen binnen het systeem. Een tool voor management van gebruikers.
Bynder	Notificaties	Notificeert gebruikers over aanpassingen, nieuwe uploads en andere relevante acties binnen het systeem.
Elvis, Frontify, ByNder	App integraties	Zorgt ervoor dat software met elkaar verbonden kan worden en workflows versnelt. Denk aan een Trello board wat direct in Asane kan worden geïmporteerd.
Elvis, Frontify en Bynder	Collaboration tools	Middelen om samenwerking te bevorderen. Meestal gericht op onderlinge feedback.
Elvis, Bynder	Drag & drop	Maakt het mogelijk om door een simpele drag & drop interactie bestanden te downloaden en te uploaden. Bevordert gebruiksgemak.
Elvis, Frontify en Bynder	Versiebeheer	Houd een archief bij van oudere versies en aanpassingen die doorgevoerd zijn.
Elvis, Bynder	Content specificaties	Vertrekt informatie bij bestanden. Denk aan dimensies, metadata, tags
Frontify, Bynder	Styleguides	Maakt het mogelijk om een digitale styleguide op te stellen.
Frontify, Elvis, Bynder	Content access restrictions	Maakt het mogelijk om restricties op te leggen aan gebruikers voor te toegang tot bestanden. Er kan een begin en eindtijd worden toegewezen.
Frontify	UI Library & patterns	Een styleguide, maar de focus ligt hier op UI elementen. Daarbij worden snippets van code aangeboden. Deze library is gericht op implementatie van stijlelementen voor developers.

Overzicht van features en functionaliteiten binnen bestaande DAM-systemen		
Aanbieders	Feature	Toelichting
Bynder	In-app editing van afbeeldingen	Een tool om direct afbeeldingen bij te kunnen snijden binnen de applicatie.
Bynder	Zoekfunctie	Een zoekfunctie op basis van metadata, zelf toegewezen tags, naamgeving en informatie binnen PDF's. Ook kunnen er filters worden toegepast.
Bynder	File previews	Bynder biedt de mogelijkheid om verschillende bestandstypes te previewen. Zo kan er met meer detail naar de inhoud van een bestand worden gekeken zonder hem te hoeven downloaden.
Bynder	Direct embedded van media in CMS systemen	Bij videobestanden kan Bynder een link genereren waarmee je de bestanden direct in een extern CMS kan plaatsen.
Bynder	Automatische tags	Op basis van AI (Amazon Rekognition) wijst Bynder automatisch relevante tags toe aan media.

4.7.3 CONCLUSIE

Wat de stijlgidsen van Das Buro betreft, zijn er geen grote verrassingen naar voren gekomen qua inhoud. De stijlgidsen gaan in op de verschillende onderdelen van stijlen zoals kleur en typografie. Wel merkte ik op dat Das Buro het merkverhaal soms in een apart document toelicht en soms in de stijlgids zelf betreft. De inhoud van deze merkverhalen verschilt per merk, maar komt op hetzelfde neer.

Wat de digitale stijlgidsen en tools betreft, merkte ik op dat er in deze varianten vaak extra aandacht wordt besteed aan digitale implementatie van de stijl. Dit gaat vaak over vormgeving van UI-elementen, waarbij ook aandacht wordt gelegd bij de achterliggende code van deze UI-elementen.

Tot slot is een onderdeel van de digitale tools naar voren gekomen waar ik eerder nog geen aandacht aan had besteed: het management van bevoegdheden van gebruikers en bestanden binnen dit soort omgevingen.

4.7.4 VERVOLG

De informatie die uit de inventarisatie naar voren is gekomen leg ik bij het uitwerken van het concept naast mij als checklist. Dit voorkomt dat ik belangrijke functionaliteiten vergeet mee te nemen en het systeem zo volledig mogelijk is wat de inhoud die Das Buro moet kunnen toevoegen en aanpassen betreft.

4.8 Literatuuronderzoek

Tijdens het inventariseren van de inhoud van de digitale tools kwam ik het boek *Digital Asset Management For Dummies: Bynder Special Edition* (S. Diamon & E. Kolvitz, 2017) tegen. In dit boek wordt beschreven wat de fundamenteën van DAM-systemen (Digital Assets Management) zijn, wat het voordeel van een DAM-systeem binnen je organisatie kan zijn en de manier waarop je DAM-systemen in bedrijven implementeert.

Op basis van dit boek heb ik literatuuronderzoek gedaan waarbij ik de verschillende aspecten van DAM-systemen heb onderzocht en heb gekeken welk van deze aspecten van toepassing is op dit afstudeerproject.

4.8.1 SAMENVATTING

Voordelen van DAM-systemen

Een DAM-systeem kan een waardevolle toevoeging zijn voor een bedrijf. Het zorgt voor een centrale plek waar alle media worden verzameld en toegankelijk worden gemaakt. Het DAM-systeem heeft hier impact op verschillende onderdelen van bedrijfsvoering:

- voorkomen van inconsistente archivering van assets;
- operationele efficiëntie;
- verhoogde productiviteit: geen zoektochten naar de goede versies van assets;
- reducering van tijd om assets te implementeren;
- verhoogde veiligheid met betrekking tot gebruik door verschillende mensen binnen organisaties;
- effectievere merkervaringen door consistentere implementatie van assets.

De inrichting van DAM-systemen

In het boek wordt beschreven wat voor eisen en vragen er bij het inrichten van DAM-systemen naar voren komen. Deze punten kunnen worden samengevat in de archivering van metadata, de taxonomie binnen het systeem, de omgang met de assets en tot slot het beheer van gebruikers.

Metadata

Metadata zorgen ervoor dat assets makkelijk vindbaar blijven. Daarnaast geven metadata context bij de assets. Voorbeelden van metadata kunnen zijn: een bestandsnaam, bestandstype, gebruikers van bestanden, de bron van het bestand, copyrights, restricties, doelen van het bestand en aanbevolen gebruik. Bij de implementatie van metadata is het slim om rekening te houden met een aantal dingen:

- zorg ervoor dat bepaalde metadata verplicht moeten worden ingevuld;
- in het geval dat er versiebeheer aanwezig is, is het slim om een hoofdbestand aan variaties te koppelen, daarmee bespaar je ruimte en zorg je voor meer overzicht binnen mappen;
- automatiseer waar mogelijk—metadata toevoegen kan veel tijd kosten, automatisering kan dit reduceren;

Taxonomie

Bij het inrichten van DAM-systemen is een vastgestelde taxonomie een belangrijk middel om het zoeken naar bestanden makkelijk te maken voor gebruikers. Voor een effectieve taxonomie moet er rekening worden gehouden met verschillende vragen.

- Wat is de scope van het systeem? Wat zijn de huidige behoeftes en wat kan er in de toekomst nog bij komen?
- Wat voor assets worden er door de organisatie gebruikt?
- Hoe worden deze assets momenteel georganiseerd?
- Wat is een ideale situatie voor het zoeken van assets?
- Zijn er al standaard conventies opgesteld voor de benaming van bestanden?

Assets

Wat de assets binnen het systeem betreffen zijn er ook een aantal vragen die belangrijk zijn om mee te nemen bij de inrichting van een DAM-systeem.

- Hoeveel opslag moet het systeem aan kunnen om de behoeftes van gebruikers te kunnen vervullen?
- Zijn er assets die sommige gebruikers niet mogen zien?
- Zijn er assets waar een limiet aan tijd en gebruik moet worden gekoppeld?
- Hoe zorg je ervoor dat de assets op een correcte manier worden toegepast?
- Is er iemand verantwoordelijk voor de monitoring van up- en downloads?
- Hoe moeten bestanden worden gedeeld?

Gebruikers

Het DAM systeem wordt gebruikt door mensen met verschillende rollen binnen organisaties. Dit betekent dat sommige gebruikers misschien meer bevoegdheden hebben dan andere. Een voorbeeld van hoe rollen in kunnen worden gedeeld:

- light users: alleen kunnen inzien en downloaden van bestanden, geen upload-rechten;
- regular users: alle rechten die een light user heeft alsmede het uploaden van bestanden;
- administrator: toegang tot het volledige systeem en kan rechten van andere gebruikers veranderen.

Positionering en implementatie

Wat positionering en implementatie van het DAM-systeem binnen een organisatie betreffen, zijn er een aantal overwegingen die moeten worden gemaakt.

- Wat zijn de lange termijn doelen?
- Wat zijn de risico's van implementatie en hoe kan je die verkleinen?
- Wat zijn de uitdagingen bij adoptie van het systeem?

4.8.2 ANALYSE

Het literatuuronderzoek heeft nuttige informatie opgeleverd over de manier waarop een DAM-systeem kan worden ingericht. Een kanttekening is dat het boek zich vooral richt op grote ondernemingen, niet op start-ups of MKB'ers. Dit maakt dat niet alle informatie binnen het boek conform is met de context van dit project en dus niet zomaar aangenomen kan worden. Daarentegen zijn de onderwerpen die in de samenvatting zijn toegelicht wel relevant voor dit project.

4.8.3 CONCLUSIE

De DAM-systemen die in dit boek worden beschreven richten zich op organisaties die een andere omvang hebben dan Das Buro. De informatie uit dit boek zal gedurende de concept- en ontwerpfase

nuttig zijn, maar daarbij moet ik zorgen dat ik rekening houdt met de context waarbinnen Das Buro dit systeem gaat gebruiken.

Wat de metadata betreffen, is er binnen de huidige context geen behoefte aan versiebeheer. Wanneer het systeem zich meer op het inzichtelijk maken van het ontwerpproces had gericht, zou dit een relevante feature zijn, maar ik heb op basis van het gedane onderzoek al de conclusie getrokken dit niet verder uit te werken. Wel zal het zo volledig mogelijk vastleggen van metadata van belang zijn bij het vindbaar maken van bestanden.

Qua taxonomie heeft Das Buro al een aantal vastgestelde conventies die bij opslag op zijn server wordt doorgevoerd. Daarnaast worden de assets op basis van de stijlgidsen georganiseerd. Het delen van de brand assets gaat bij Das Buro via een map waarin alle bestanden zijn gecategoriseerd.

De assets die binnen het systeem beschikbaar moeten worden gesteld, zullen variëren in type en grootte. Adobe-bestanden of videobeelden kunnen bijvoorbeeld veel ruimte innemen, maar moeten wel beschikbaar kunnen worden gesteld. Ook moeten bestanden kunnen worden gedeeld met derden.

Wat gebruikers binnen het systeem betreffen, moet er een splitsing worden gemaakt tussen Das Buro en zijn opdrachtgevers. Das Buro moet verschillende merken kunnen uitwerken en inzien. Daarentegen moeten opdrachtgevers alleen hun eigen merk kunnen inzien.

De implementatie van het systeem zal rekening moeten houden met het lange termijn doel van het project. Als het gebruik van het systeem succesvol is, wordt dit mogelijk uitgebreid naar een servicemodel dat ook aan andere ontwerp bureaus kan worden aangeboden.

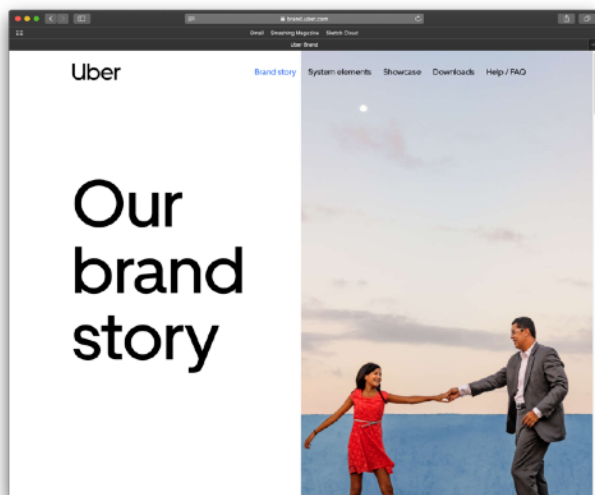
4.8.4 VERVOLG

Net als de inventarisatie in paragraaf 3.8 kan ik met de informatie die uit het literatuuronderzoek naar voren is gekomen, voorkomen dat er belangrijke onderdelen binnen het systeem zullen ontbreken tijdens het uitwerken van het concept. De verzamelde informatie kan tijdens de conceptfase als handleiding gebruikt worden.

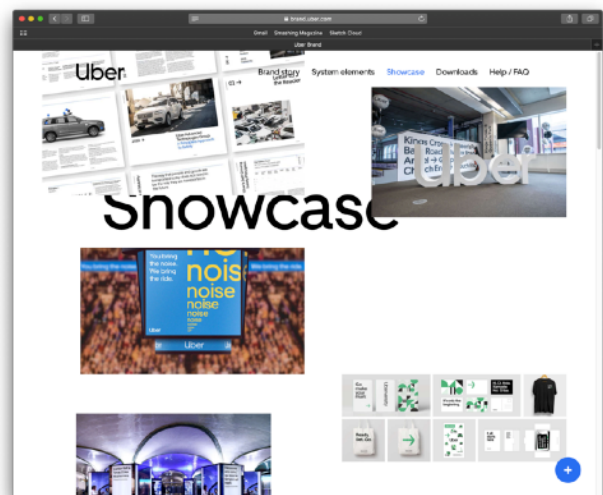
4.9 Deelvraag 3

“Wat voor oplossingen worden er momenteel al aangeboden door andere bedrijven en wat kan er uit deze oplossingen worden meegenomen?”

Een belangrijk deel van het werk van Das Buro bestaat aan de ene kant uit een merkverhaal definiëren en aan de andere kant een visuele identiteit ontwerpen die aansluit op het merkverhaal. Uber heeft dit op een interessante manier digitaal opgelost.



Figuur 6 – Uber's 'Brand Story'



Figuur 7 – Uber's 'Showcase'

Uber heeft een deel binnen hun digitale stijlguides specifiek ingericht op het vertellen van hun merkverhaal (Figuur 6). Daarnaast bieden de stijlguides van Das Buro vaak ook een aantal voorbeelden om de lezers inspiratie te bieden. Uber heeft hier ook een oplossing voor in de 'Showcase' (Figuur 7). De showcase biedt inspiratie voor het toepassen van de stijl in communicatie-uitingen.

Nog een interessant onderzoeksresultaat is de manier waarop bevoegdheden van gebruikers worden ingedeeld. In de conceptfase zal moeten worden bepaald wie er precies wat kan zien en doen binnen het systeem. Daarnaast moet er binnen het systeem ook een manier aanwezig zijn om dit te kunnen beheren en zal er dus een verdeling van gebruikersrollen moeten komen.

In de digitale tools die tijdens de deskresearch zijn onderzocht, is er tevens altijd een zoekfunctie aanwezig. Door middel van metadata en een taxonomie kan een zoekfunctie ervoor zorgen dat gebruikers zonder verder navigeren een bestand kan vinden.

4.10 Algemene conclusie

Op basis van het onderzoek kan ik nu antwoord geven op de onderzoeksvraag—“Hoe kan het systeem voor meer efficiëntie zorgen tijdens samenwerkingsverbanden tussen Das Buro en hun opdrachtgevers?”. Op basis van dit antwoord heb ik bepaald wat ik in de conceptfase zal uitwerken.

Uit het onderzoek is naar voren gekomen dat het systeem op een aantal gebieden binnen de samenwerkingsverbanden tussen Das Buro en hun opdrachtgevers voor meer efficiëntie kan zorgen. Daarnaast zijn er ook onderdelen van dit samenwerkingsverband onderzocht waarbij nu kan worden geconcludeerd dat deze expliciet buiten het systeem moeten worden gelaten.

Digitalisering van het merkverhaal en de stijlgids

Het systeem moet de mogelijkheid geven om een merkverhaal tot uiting te kunnen brengen met daarnaast een stijlgids die de richtlijnen bij het implementeren van het merkverhaal moet toelichten. Deze twee documenten zijn opgesteld met het doel om merkuitingen consistent met de strategie en identiteit naar de doelgroep te communiceren. De manier waarop dit nu nog in print-formaat wordt gedaan, sluit niet aan op de snel groeiende mogelijkheden op online gebied.

De mogelijkheid om het merkverhaal en de stijlgids in digitale vorm aan te bieden, zorgt ervoor dat er tijd en kosten worden bespaard voor Das Buro. De efficiëntie in deze oplossing zit hem in het snel kunnen doorvoeren van aanpassingen, waarbij dit meteen zichtbaar is voor iedereen en de verouderde versie niet meer in beeld is. Tevens zorgt dit ervoor dat je voorkomt dat er verwarring ontstaat over welke versie van een bepaald stijlelement de meeste recente is.

Tot slot zullen deze onderdelen binnen het systeem ervoor zorgen dat informatie altijd op een centrale plek te vinden is en er dus tijd wordt bespaard met het zoeken naar de gewilde informatie.

Een centrale plek voor alle brand assets

Door binnen het systeem een feature aan te bieden waarbij brand assets kunnen worden gedownload en gedeeld, kan er tijdens de activatie-fase en na afronding van projecten voor meer efficiëntie worden gezorgd op verschillende gebieden.

Het systeem voorkomt hierbij dat assets inconsistent worden gearhiveerd. De assets zullen altijd op dezelfde plek te vinden zijn, zonder dat er hierbij zoektochten binnen map-structuren plaatsvindt. Mensen die gebruik moeten maken van de assets zullen altijd weten op welke locatie de correcte bestanden te vinden zijn.

Net als het besparen van zoektochten naar merkrichtlijnen zal deze feature zoektochten naar de correcte bestanden voorkomen. De bestanden die binnen het systeem te downloaden zijn, zullen altijd up-to-date zijn met de meest recente aanpassingen, in de juiste formaten aanwezig zijn en van de beste kwaliteit zijn. Een vereiste hierbij is dat er in dat geval voor moet worden gezorgd dat er geen incorrecte bestanden binnen het systeem aanwezig zijn.

Wat zorgt voor nog meer efficiëntie?

Om buiten de twee hiervoor genoemde onderdelen voor nog meer efficiëntie te zorgen, kan er een aantal extra maatregelen worden genomen. Het systeem moet ten eerste ervoor zorgen dat de metadata van bestanden worden vastgelegd en kunnen worden uitgebreid of aangepast. Dit zorgt ervoor dat bestanden sneller vindbaar zijn en gebruikers sneller kunnen bepalen of de desbetreffende bestanden die zijn die zij op dat moment zoeken. Ten tweede moet er een standaard taxonomie voor bestanden binnen het systeem worden doorgevoerd waardoor gebruikers accurater kunnen zoeken naar de naam van de benodigde bestanden en/of de inhoud hiervan. Ten slotte moet de mogelijkheid om bestanden met anderen te delen, zorgen voor meer interne en externe efficiëntie. Er kan door middel van een deel-functie sneller worden gecommuniceerd over bestanden, zonder dat mensen hier specifiek toegang tot hebben.

4.11 User stories

Ik heb tijdens de presentatie van de onderzoeksresultaten user stories gepresenteerd die niet helemaal juist bleken te zijn. De user stories die in de presentatie zijn gebruikt, heb ik opgesteld door naar de individuele resultaten binnen de journey map te kijken. Hierbij heb ik vergeten om de resultaten uit de journey map terug te koppelen aan de doelstelling van het project.

Op basis van de beslissingen die na de presentatie met de stakeholders zijn genomen, heb ik nog eens goed naar de onderzoeksresultaten gekeken. Na het doen van deskresearch heb ik een algemene conclusie bij het onderzoek getrokken. Ik kwam erachter dat de user stories niet goed aansloten op het onderzoek. De nieuwe user stories sluiten hier wel op aan en zullen de basis vormen van de uitwerking van het concept.

1. Als Das Buro willen wij het merkverhaal naar de opdrachtgever communiceren zodat het duidelijk is hoe de strategie en identiteit door middel van het merk naar buiten moet worden gebracht.
2. Als Das Buro willen wij een stijlguide voor de opdrachtgever opleveren zodat het duidelijk is hoe de stijl in communicatie-uitingen moet worden geïmplementeerd.
3. Als Das Buro willen wij brand assets zo overzichtelijk mogelijk aanbieden zodat wordt voorkomen dat er verkeerde versies worden gebruikt en er daardoor inconsistentie in communicatie-uitingen optreedt.
4. Als Das Buro willen wij aanpassingen aan de identiteit zo snel mogelijk kunnen doorvoeren zodat het consistent blijft aansluiten op nieuwe ontwikkelingen op het gebied van digitale media.

Conceptfase

Aantal woorden: 1154

5. Conceptfase

In dit hoofdstuk licht ik het proces toe waarin ik op basis van het onderzoek tot een definitief concept ben gekomen. Ten eerste licht ik de aanpassingen aan de werkwijze en planning van de concept- en ontwerpfase toe. Ten tweede beschrijf ik hoe ik van onderzoek tot concept ben gekomen door middel van het toelichten van de tussenproducten. Ik beschrijf per tussenproduct wat er op basis van het onderzoek en de evaluatiemomenten tijdens de conceptfase is verwerkt.

5.1 Aanpassingen van werkwijze

In het plan van aanpak staat beschreven dat ik door middel van de sprint-methode verschillende concepten zou uitwerken. Deze keuze was gebaseerd op de actiepunten en de potentiële onderdelen van het systeem die in de briefing zijn besproken. Op basis van de conclusie van het onderzoek is de inhoud van de conceptfase anders dan eerder gedacht. Het onderzoek heeft duidelijk gemaakt dat het systeem in de basis een digitalisering van het merkverhaal en de stijlguides moet worden met de daarbij aansluitende brand assets. De conceptfase zal zich daarom voornamelijk richten op hoe deze onderdelen inhoudelijk tot uiting worden gebracht.

De sprint-methode die in de initiële planning is opgenomen, is effectiever als er concepten moeten worden getest waarover nog veel onzeker is, zoals de wenselijkheid en vorm van een idee. Het onderzoek heeft deze twee onderdelen al verduidelijkt. In plaats van de sprint-methode ga ik via een iteratief proces te werk. Dit zorgt ervoor dat al vroeg in het proces aanpassingen kunnen worden gedaan aan het concept en dat tijdens de ontwerpfase tijd en moeite bespaard blijft om grote veranderingen door te voeren.

Week	Activiteit	Geschatte uren
Week 6	Systeemeisen	4-8
	Schetsen	16-24
	Wireframes v1	16-24
Week 7	Wireframes v1	8-16
	Low-fi prototype v1	2-4
	Evaluatie v1	2
	Wireframes v2	16-24
Week 9	Wireframes v2	32-40
	Low-fi prototype v2	2-4
	Evaluatie v2	2
Week 10	Wireframes v3	32-40
	Low-fi prototype v3	2-4
	Evalueren v3	2
Week 11	Wireframes v4 (Definitief concept)	16
	Evalueren v4	2
	Testplan	16-24
START ONTWERPFASE		
Week 12	Testplan	8-16
	Prototype voor test	8

Week	Activiteit	Geschatte uren
	Testen & resultaten analyseren	8
Week 13	Testen & resultaten analyseren	8
	Systeem v5 (aanpassingen op basis van tests)	24-32
Week 14	Visueel ontwerp	32-40
Week 15	Testen visueel ontwerp & resultaten analyseren	8
	Visueel ontwerp v2	8-16
	Hi-fi	16-24
Week 16	Hi-fi afronden	24-32

5.2 Schetsen

Om de user stories uit het onderzoek naar een definitief concept te vertalen, ben ik begonnen met schetsen. Tijdens de conceptfase hebben een aantal iteraties plaatsgevonden. De schetsen vormen de eerste opzet van de hieropvolgende iteraties, die door middel van wireframes tot een definitief concept zijn gebracht.

5.2.1 WERKWIJZE

Om te beginnen met schetsen heb ik de user stories vertaald naar een aantal specifieke systeemeisen. De user stories zijn vanuit het perspectief van de gebruiker opgesteld en zijn daarom niet concreet genoeg om direct naar schetsen te vertalen. Door middel van deze systeemeisen heb ik voor mijzelf gespecificeerd wat er in de eerste schetsen van het systeem zal moeten worden uitgewerkt, zodat het aansluit bij de user stories en conclusie van het onderzoek.

Nr. Systeemeisen		User story
1	Het systeem moet het mogelijk maken om het merkverhaal in digitale vorm aan te bieden.	1
2	Het systeem moet het mogelijk maken om een stijlgids in digitale vorm aan te bieden.	2
3	Het systeem moet het mogelijk maken om brand assets te kunnen downloaden en delen.	3
4	Het systeem moet het mogelijk maken om aanpassingen aan de identiteit te kunnen doen.	4

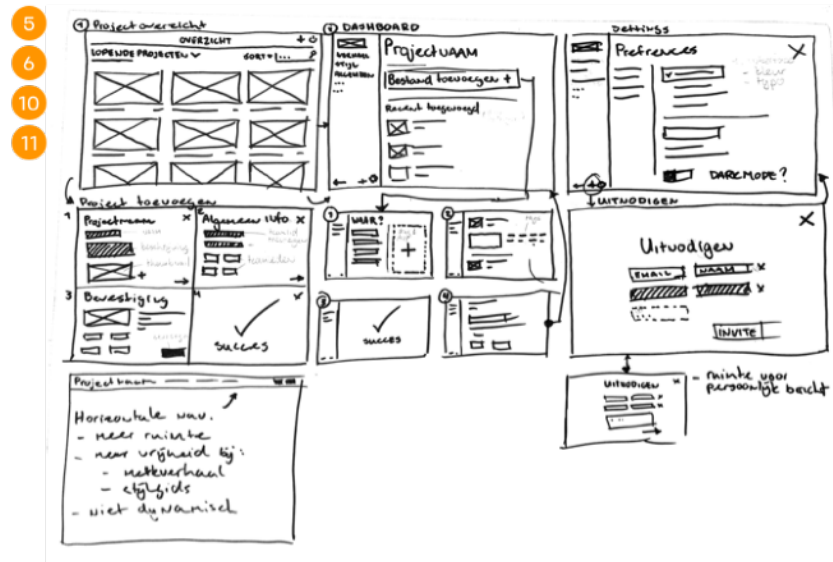
Naast de user stories zijn er systeemeisen daar niet direct aan gekoppeld zijn, maar op basis van het deskresearch en de conclusies in paragraaf 4.8.3 zijn opgesteld.

Nr. Systeemeisen	
5	Het systeem moet het mogelijk maken om metadata aan bestanden te kunnen toevoegen.
6	Het systeem moet het mogelijk maken om een taxonomie op bestanden te kunnen toepassen.
7	Het systeem moet het mogelijk maken om bestanden te kunnen organiseren.
8	Het systeem moet het mogelijk maken om bestanden variërend in type en grootte te kunnen opslaan.
9	Het systeem moet het mogelijk maken om bestanden te delen.
10	Het systeem moet het mogelijk maken om meerdere merken uit te kunnen werken.
11	Het systeem moet het mogelijk maken om bevoegdheden van gebruikers te controleren.

5.2.2 RESULTAAT

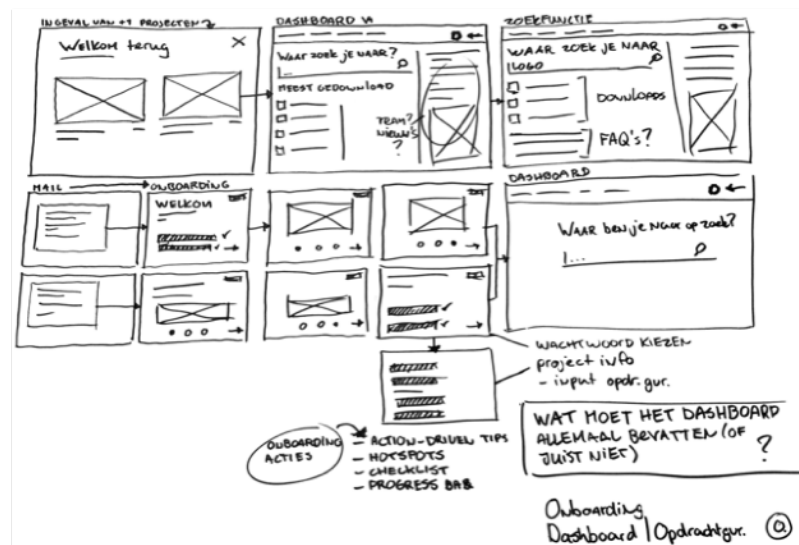
Het resultaat van de schetsen zijn wireframes die de onderdelen van het systeem weergeven. Bij de schetsen zijn nummers geannoteerd die de desbetreffende schetsen aan de hiervoor opgestelde systeemeisen koppelen.

In figuur 8 zijn schetsen van de schermen te zien waarin Das Buro een overzicht heeft van verschillende projecten. Daarnaast kan Das Buro projecten en gebruikers aan het systeem toevoegen.



Figuur 8

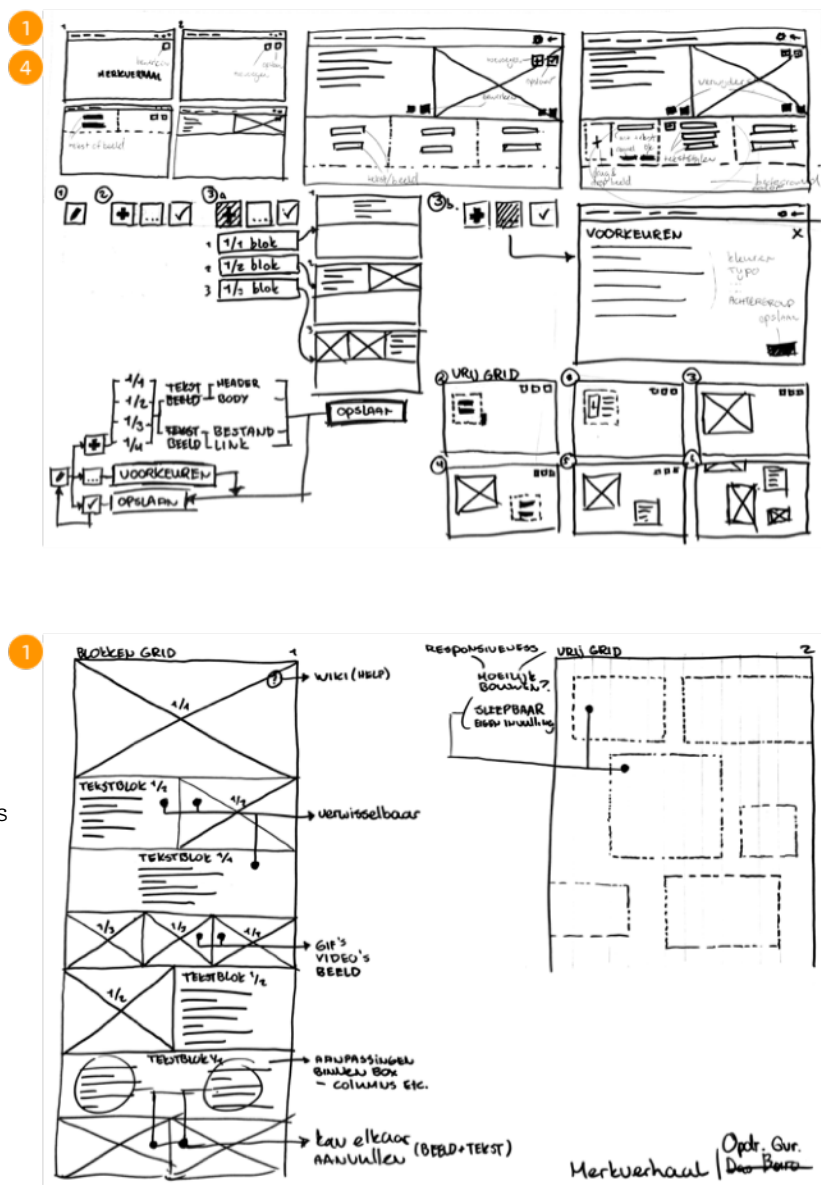
Wanneer gebruikers voor het systeem worden uitgenodigd, moet er een onboarding proces plaatsvinden. Ik heb een mogelijk proces geschetst in figuur 9.



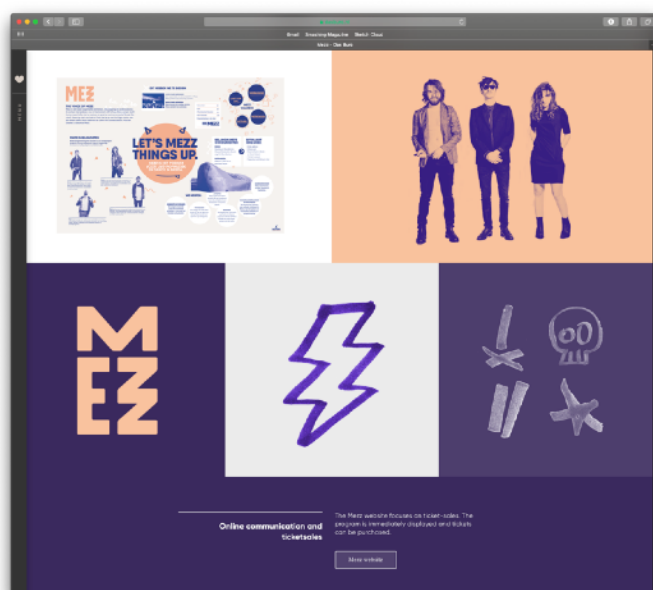
Figuur 9

In figuur 10 zie je schetsen van mijn denkproces over de manier hoe het merkverhaal visueel tot uiting zou kunnen komen. Hierbij heb ik nagedacht over hoe de opdrachtgever dit krijgt te zien, maar ook hoe dit door Das Buro aan de achterkant wordt opgebouwd. Het punt dat Das Buro het zelf, vanuit het systeem, kan opbouwen is gekoppeld aan het lange termijn doel van het systeem. Wanneer dit systeem verder wordt uitgerold en aan andere ontwerpbureau's wordt aangeboden moet het systeem ervoor zorgen dat er geen developers nodig zijn om pagina's op te bouwen.

De opbouw van het merkverhaal is bewust gekozen. Das Buro hanteert eenzelfde structuur momenteel op hun eigen website voor het uitlichten van cases (Figuur 11). Dit maakt de manier waarop de pagina kan worden ingericht, herkenbaar.

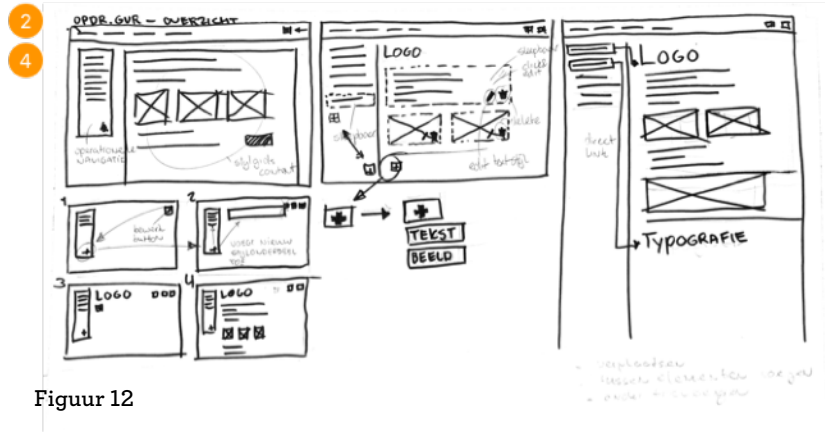


Figuur 10



Figuur 11
Case overzicht van Mezz zoals deze op de website van Das Buro is weergegeven. (<https://www.dasburo.nl/work/mezz/>)

Figuur 12 bevat schetsen van de stijlgids. Hierbij is hetzelfde punt als bij de merkverhaal-pagina's meegenomen. Ook de stijlgids moet vanuit het systeem kunnen worden opgebouwd.



Figuur 12

Figuur 13 laat de schetsen zien van het systeem waarin het onderdeel waar bestanden kunnen worden opgeslagen, wordt uitgebeeld. Hierbij zijn twee mogelijkheden: een lijst-structuur en een mappen-structuur. De lijst-structuur zorgt ervoor dat gebruikers meteen overzicht hebben van de bestanden en via filters en een zoekfunctie snel bij het benodigde bestand kunnen komen. De mappen-structuur zorgt daarentegen voor meer vrijheid in de categorisering van bestanden.



Figuur 13

5.3 Wireframes

Om verder te itereren op de gemaakte schetsen en deze concreet te maken heb ik wireframes opgesteld. Hierbij is per iteratie de feedback op de vorige iteratie verwerkt.

5.3.1 WERKWIJZE

De wireframes heb ik door middel van Sketch (<https://www.sketch.com>) uitgewerkt. Ik heb voor Sketch gekozen omdat deze tool eenvoudig biedt in de vertaling van wireframes naar een low-fi prototype en ik hier vaardig in ben. Het low-fi prototype was hierbij een hulpmiddel om tijdens evaluatiemomenten duidelijker te zijn in de relatie tussen de schermen.

De creative director en senior ontwerper zijn tot nu toe het meest betrokken geweest bij het project. Tevens zijn zij bij de presentatie van de onderzoeksresultaten aanwezig geweest. Zij zullen tijdens de evaluatiemomenten van de iteraties om feedback worden gevraagd. Ook is Lennart Mulder, front-end developer en eigenaar van Erecode, betrokken geweest bij de evaluatie. Omdat het systeem vanaf dit moment vorm begint aan te nemen, is zijn feedback waardevol omdat hij beter zicht heeft op de technische aspecten die komen kijken bij dit systeem.

5.3.2 RESULTAAT

In figuur 14 is te zien hoe het systeem voor de eerste versie is opgedeeld in twee delen. Het grote verschil is dat Das Buro de mogelijkheid heeft om projecten toe te voegen en de merkverhaal- en stijlguides-pagina's te kunnen bewerken. Daarnaast kan er vanuit Das Buro een project worden aangemaakt, gebruikers worden toegevoegd en bestanden worden ge-upload. Opdrachtgevers krijgen daarentegen een versimpeld systeem te zien wat zich alleen op weergave van de pagina's richt en niet op de bewerking ervan.



Figuur 14 – Systeemonderdelen

Op de volgende pagina's de iteraties per systeemonderdeel getoond. De laatste iteratie van elke pagina is onderdeel van het definitieve concept. Ik heb bij de schermen toegelicht wat er op basis de systeemeisen en feedback tijdens evaluatiemomenten is aangepast en toegevoegd.

Projectoverzicht I

1 PROJECT TOEVOEGEN

2 PROJECT ARCHIVEREN & VERWIJDEREN

Lopende projecten

Sorteren Zoek een project...

Projectnaam

Projectnaam

Projectnaam

Projectnaam

Projectnaam

Projectnaam

Projectnaam

Projectnaam

Projectnaam

Projectnaam

Projectnaam

Projectnaam

Afgeronde projecten (Archief)

Projectnaam

Projectnaam

Projectnaam

Projectnaam

Projectnaam

Projectnaam

Projectoverzicht

In het projectoverzicht kunnen 'owners' projecten toevoegen, verwijderen en archiveren. Daarnaast kunnen zij via deze pagina naar de verschillende individuele projecten navigeren.

SYSTEEMEISEN

5 6 10

- 1 PROJECT TOEVOEGEN
- 2 PROJECT ARCHIVEREN & VERWIJDEREN

Project toevoegen

Projectnaam

Thumbnail

BESTAND TOEVOEGEN

Teamleden

Hans de Rutter
Creative Director - creativiteit@bureau.nl

Sonja Meijer
Ontwerper - sonja@bureau.nl

Naam

Functie

E-mail

TOEVOEGEN

REVIEW

Project toevoegen

Met deze handeling kan er een nieuw project aan het systeem worden toegevoegd waarbij er meteen gebruikers aan kunnen worden gekoppeld.

SYSTEEMEISEN

10

Projectoverzicht II

Projecten Gebruikers 1 Uitloggen

Gebruiker toevoegen

Senior gebruikers	Algemene gebruikers	Basis gebruikers
Wim de Koster senior@bedrijf.nl	Sarah Meijer sarah@bedrijf.nl	Tony tony@bedrijf.nl
Debra van der Kolk debra@bedrijf.nl	Liet Dierckx liet@bedrijf.nl	Wim wim@bedrijf.nl
Cecile Peeters cecile@bedrijf.nl	Deborah Kruif deborah@bedrijf.nl	Bregje bregje@bedrijf.nl
Liesbeth liesbeth@bedrijf.nl	Wim wim@bedrijf.nl	Steggy steggy@bedrijf.nl

Systeemgebruikers

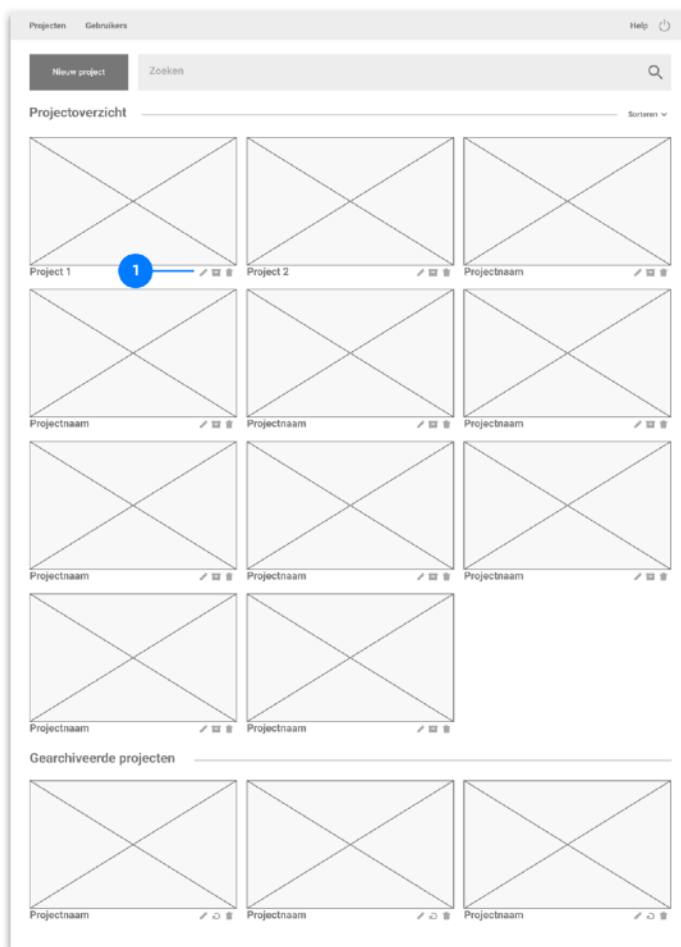
Op basis van feedback is het projectoverzicht uitgebreid met een pagina waar er gebruikers aan het systeem kunnen worden toegevoegd.

SYSTEEMEISEN

11

1 NAVIGATIE BALK TOEGEVOEGD

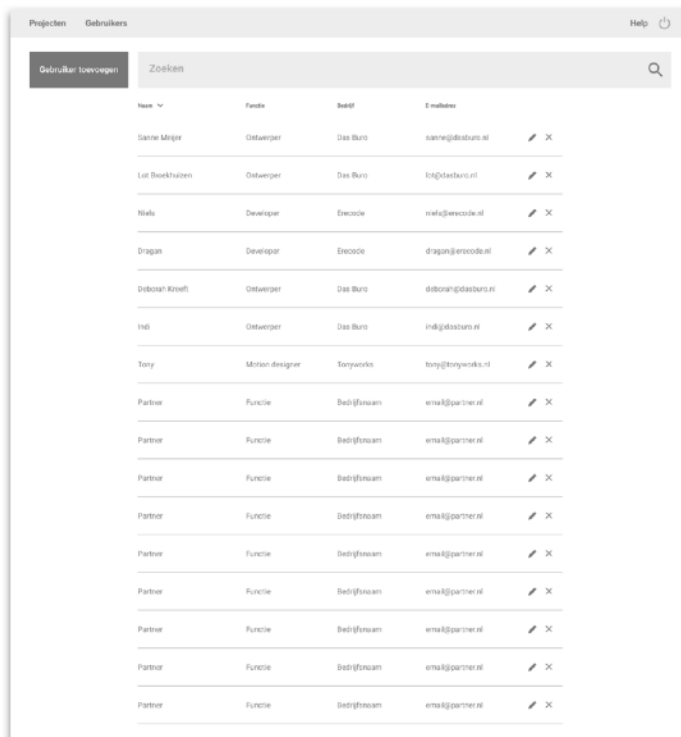
Projectoverzicht III



Projectoverzicht

In de derde iteratie is er de mogelijkheid toegevoegd om project meteen vanuit het overzicht te kunnen bewerken. Daarnaast is er meer detail toegevoegd voor het testen.

1 PROJECT BEWERKEN

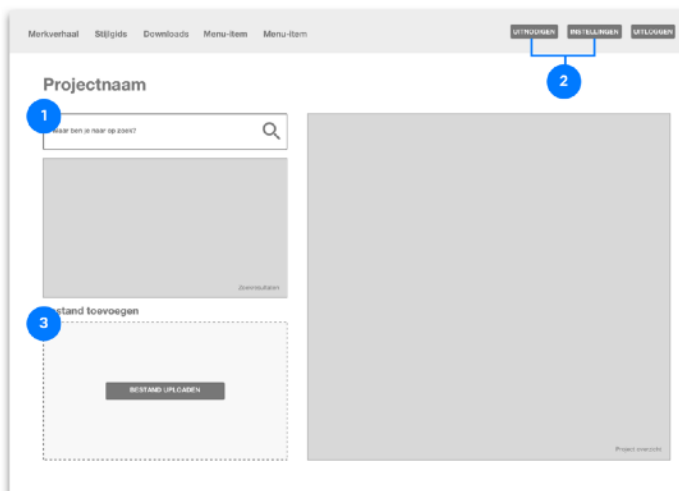


Systeemgebruikers

Als feedback kreeg ik dat Das Buro vaak partners heeft die hun expertise leveren binnen projecten. Dit kunnen bijvoorbeeld fotograferen of illustrators zijn. Het aantal partners kan hoog oplopen en er moet daarom genoeg ruimte zijn voor een duidelijk overzicht. De systeemgebruikerspagina heb ik om deze reden in een lijst omgezet en een zoekfunctie toegevoegd om hierbinnen te kunnen navigeren.

Daarnaast is het onderscheid in de verschillende gebruikers weggehaald. Dit kan per project verschillen en wordt daarom nu binnen de projecten zelf verdeeld.

Dashboard I



Dashboard

Dashboard is de pagina waarop gebruiker binnenkomen bij individuele projecten. Ik heb veel van de doelen die gebruikers hebben in het dashboard verwerkt om deze met zoveel mogelijk snelheid te kunnen behalen.

SYSTEEMEISEN

8 3

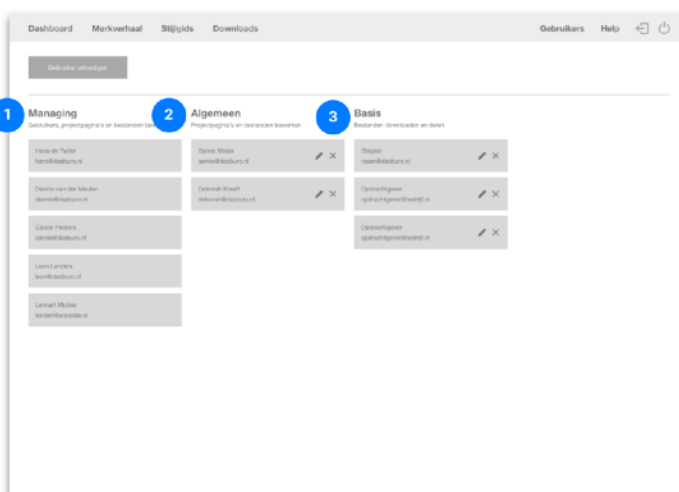
- 1 ZOEKFUNCTIE
- 2 GEBRUIKERS UITNODIGEN & PROJECTINSTELLINGEN
- 3 BESTANDEN UPLOADEN



Gebruikers uitnodigen

Met deze handeling kunnen nieuwe gebruikers aan het project worden toegevoegd. Dit gebeurt via een e-mail die je vanuit het systeem kan sturen. In deze e-mail zit een link die je naar het onboarding-proces leidt.

Dashboard II



Gebruikersoverzicht

Naast dat gebruikers nu in het systeem kunnen worden onderverdeeld, kunnen zij aan projecten worden toegevoegd. Hier kunnen de bevoegdheden worden aangepast.

SYSTEEMEISEN

8 3

- 1 'MANAGING' GEBRUIKERS
Kunnen gebruikers, projectenpagina's en bestanden aanpassen.
- 2 'ALGEMENE' GEBRUIKERS
Kunnen projectpagina's en bestanden aanpassen.
- 3 'BASIS' GEBRUIKERS
Kunnen pagina's weergeven en bestanden downloaden en delen.

Dashboard III

Dashboard Merckverhaal Stijlgids Downloads Help

Instellingen

Gebruikers

Publieke instellingen

Gebruiker toevoegen

Projectinstellingen, pagina's en bestanden bevestigen

Voornamen	Achternaam	Functie	Bedrijfsnaam	E-mailadres	
Voor	en	achternaam	Functie	Bedrijfsnaam	e-mail@bedrijf.nl
Voor	en	achternaam	Functie	Bedrijfsnaam	e-mail@bedrijf.nl
Voor	en	achternaam	Functie	Bedrijfsnaam	e-mail@bedrijf.nl

Editors

Pagina's en bestanden bevestigen

Voornamen	Achternaam	Functie	Bedrijfsnaam	E-mailadres	
Voor	en	achternaam	Functie	Bedrijfsnaam	e-mail@bedrijf.nl
Voor	en	achternaam	Functie	Bedrijfsnaam	e-mail@bedrijf.nl

Viewers

Bestanden downloaden en delen

Voornamen	Achternaam	Functie	Bedrijfsnaam	E-mailadres	
Voor	en	achternaam	Functie	Bedrijfsnaam	e-mail@bedrijf.nl
Voor	en	achternaam	Functie	Bedrijfsnaam	e-mail@bedrijf.nl
Voor	en	achternaam	Functie	Bedrijfsnaam	e-mail@bedrijf.nl
Voor	en	achternaam	Functie	Bedrijfsnaam	e-mail@bedrijf.nl

Instellingen – Gebruikers

Net als de lijst-structuur heb ik voor consistentie de gebruikers binnen het project ook ingedeeld met een lijst-structuur. Dit geeft meer ruimte wanneer er grote aantallen gebruikers bij het project betrokken zijn.

De namen van de verschillende soorten gebruikers zijn aangepast. Deze benamingen zijn duidelijker in hun functie en bevoegdheid.

Gebruiker uitnodigen

Wat voor gebruiker wil je toevoegen?

Interne Extern

Naam

E-mailadres

Opdrachtgever

Bevrie (Optional)

Uitnodigen

Gebruikers toevoegen

Bij het toevoegen van gebruikers is er nu de mogelijkheid om gebruikers vanuit het systeem toe te voegen of om een gebruiker die nog niet binnen het systeem is toegevoegd voor het project uit te nodigen.

Dashboard Merckverhaal Stijlgids Downloads Help

Instellingen

Gebruikers

Publieke instellingen

Zichtbaarheid

Dashboards

Merckverhaal

Stijlgids

Downloads

Logo

Klanten

Typegrafie

Blanchetten

Fotografie

Video

Templates

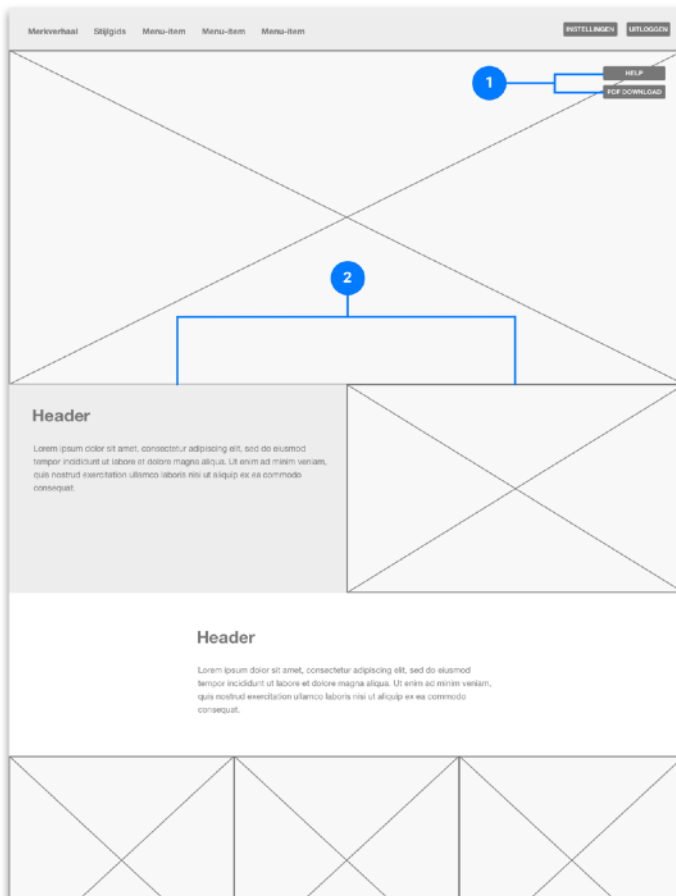
Presentaties

Publieke instellingen

Tijdens een evaluatiemoment is er besproken dat het feit dat elke gebruiker nu nog een log-in nodig heeft voor onnodige extra tijd kan zorgen.

Met de publieke instellingen kan er per pagina en bestands categorie worden bepaald of deze openbaar zijn voor mensen zonder log-in. Das Buro kan dit in overleg met de opdrachtgevers aanpassen.

Merkverhaal I



Merkverhaal

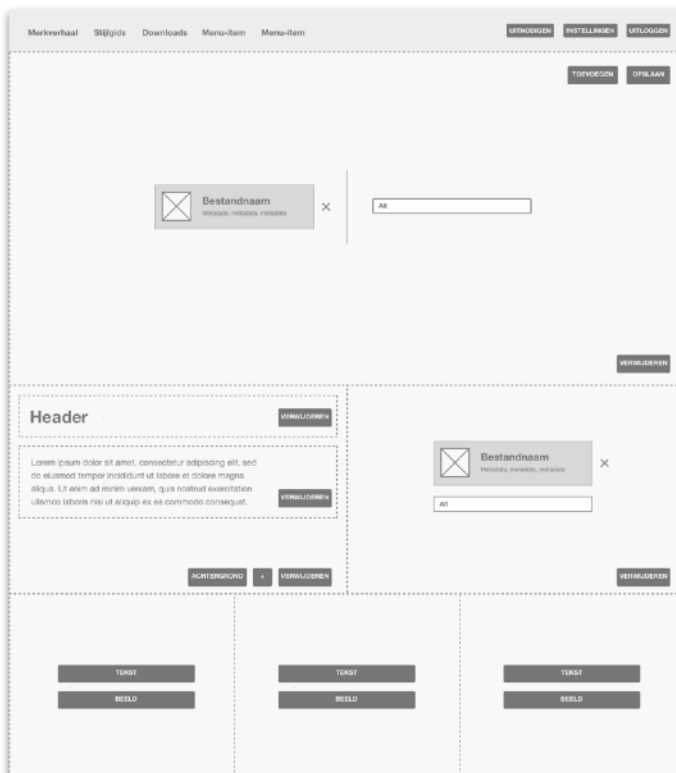
Het merkverhaal heb ik concreter uitgewerkt, maar wijkt niet veel af van de schetsen.

SYSTEEMEISEN

1

1 HELP FUNCTIE & DOWNLOAD VAN PDF VAN HET MERKVERHAAL

2 HET MERKVERHAAL WORDT UITGEWERKT IN TEKST EN BEELD BLOKKEN



Merkverhaal bewerken

Das Buro kan hier het merkverhaal aanpassen. Hier kunnen zij individuele tekst en beeld blokken over meerdere kolommen verdelen.

SYSTEEMEISEN

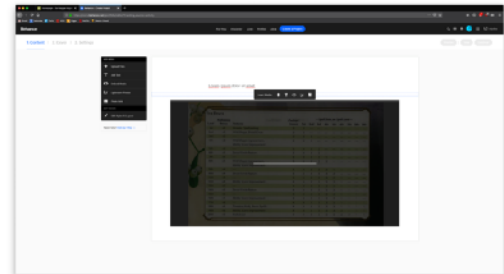
4

Merkverhaal II



Merkverhaal bewerken

Na de bewerking van het merkverhaal te hebben geëvalueerd met de senior ontwerper ben ik naar mogelijkheden gaan kijken om de editor achter het merkverhaal te verbeteren.



Behance heeft voor het opstellen van projecten een editor waarbij er op basis van het hoveren over de pagina feedback aan de gebruiker wordt gegeven en die door middel van het klikken elementen kunnen toevoegen.

Om gericht elementen binnen het merkverhaal toe te kunnen voegen heb ik hetzelfde principe toegepast. Dit verhoogt de flexibiliteit van de interface waardoor er met meer efficiëntie aanpassingen kunnen worden gedaan.

1 BEELD VOOR DEKSTOP EN MOBIELE FORMATEN

Omdat de pagina responsive moet zijn voor mobiele formaten is er de mogelijkheid toegevoegd om beeld wat aansluit op mobiele formaten toe te voegen. Hierbij zal er bij een specifieke viewport naar dit beeld worden gewisseld.

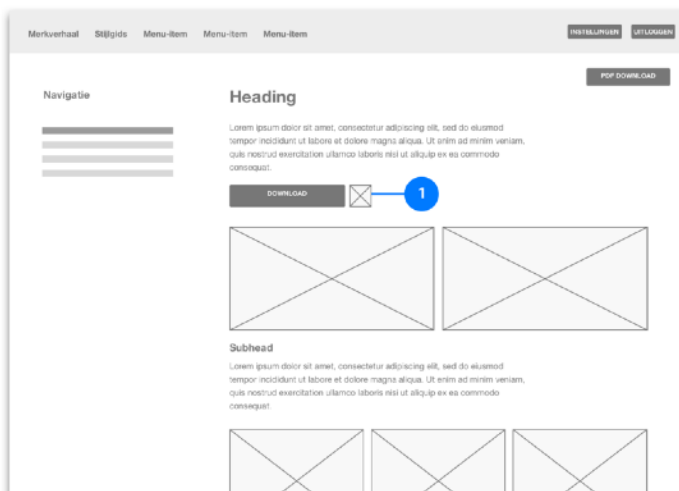
2 NIEUWE RIJ

Door over de vlakken tussen rijen te hovern verschijnt er een vlak wat aangeeft dat je een nieuwe rij kan toevoegen.

2 NIEUW TEKSTVLAK

Nieuwe tekstvlakken toevoegen gebeurt op dezelfde manier als dat je een nieuwe rij kan toevoegen.

Stijlgids I



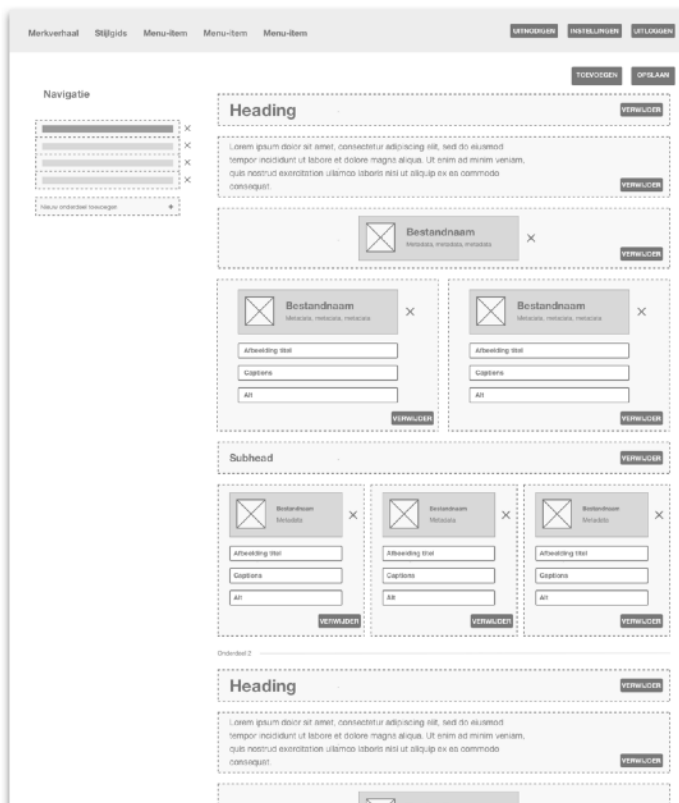
Stijlgids

De stijlgids bevat alle richtlijnen die bij de implementatie van stijlelementen horen. Daarbij kan er een pdf worden gedownload om hier offline ook bij te kunnen.

SYSTEEMEISEN

2 4 9

1 DOWNLOAD & DEEL BESTANDEN



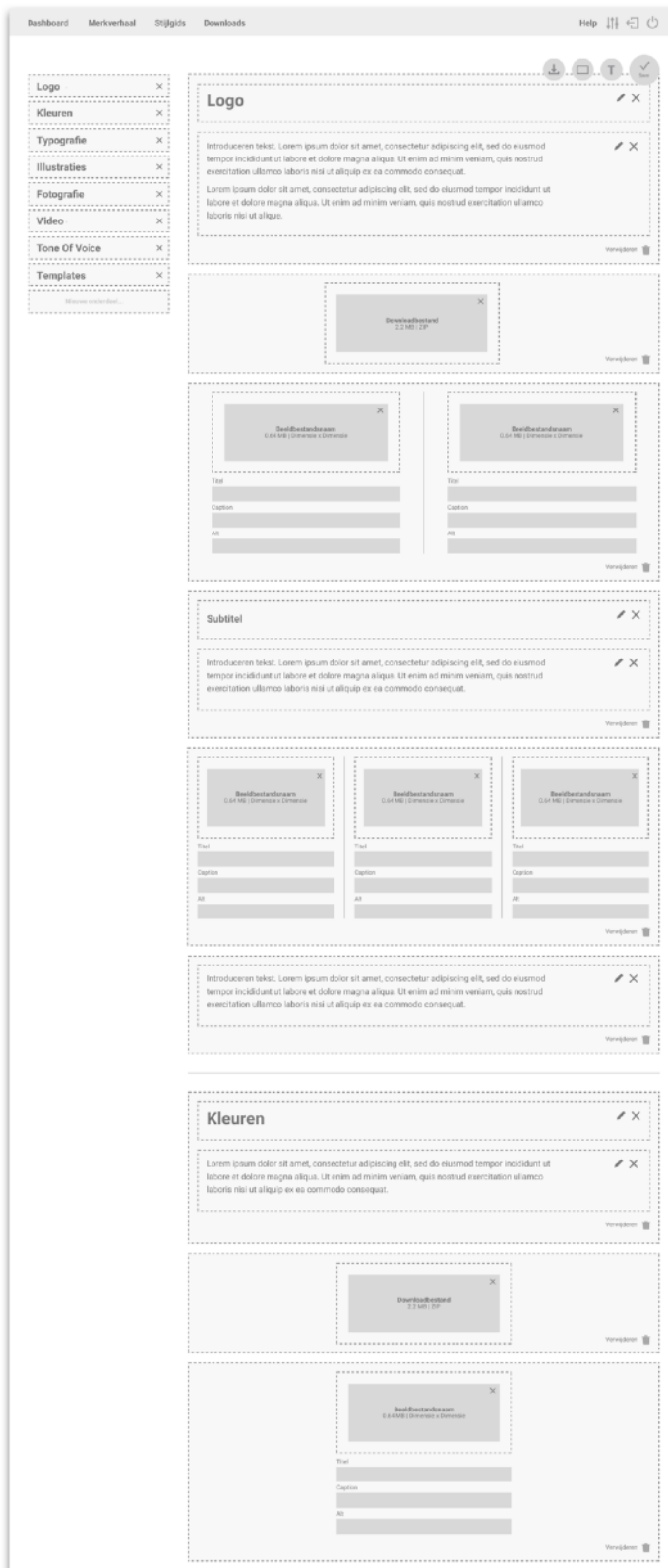
Stijlgids bewerken

Das Buro kan de stijlgids bewerken. Hierbij kunnen zij per rij tekst, beeld of bestanden invoeren. Deze rijen zijn draggable en kunnen van positie worden veranderd.

SYSTEEMEISEN

4

Stijlgids II

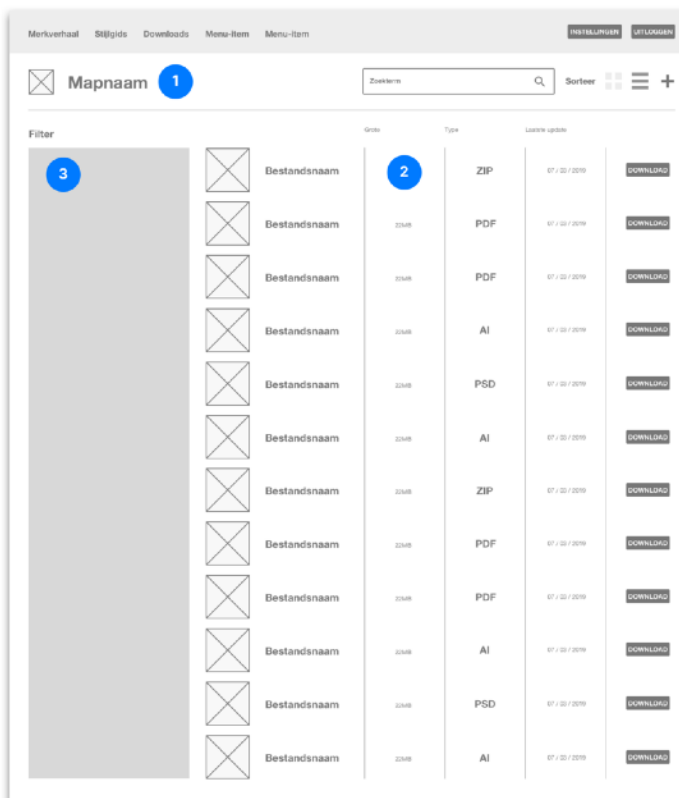


Stijlgids bewerken

Het bewerken van de stijlgids is aangepast met hetzelfde idee als bij het bewerken van het merkverhaal. De interface moet meer op locatie van de cursor kunnen aanpassen.

De manier van bewerken komt zo veel mogelijk overeen met de manier waarop het merkverhaal kan worden bewerkt.

Downloads I



Downloads

Dit onderdeel van het systeem bevat een overzicht van alle bestanden die Das Buro heeft geupload.

SYSTEEMEISEN

3 7 8

- 1 MAP WAARIN DE BESTANDEN ZICH BEVINDEN
- 2 METADATA
- 3 FILTER MOGELIJKHEDEN



Bestand uploaden

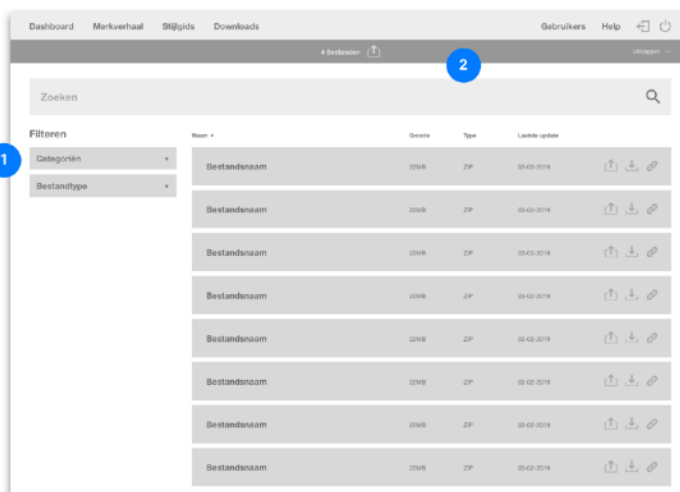
Vanuit het dashboard en de downloads kan er door Das Buro een bestand worden geupload. Hierbij kan er een naam worden toegevoegd, tags worden toegevoegd voor betere vindbaarheid en kan het bestand in een categorie of map worden ingedeeld.

SYSTEEMEISEN

5 6 7 8

- 1 TAGS TOEVOEGEN
- 2 TAXONOMIE TOEPASSEN
- 3 CATEGORISEREN VAN BESTANDEN

Downloads II



Downloads

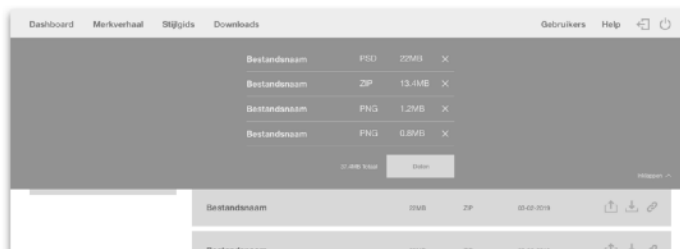
Als feedback was dat een lijst-structuur wenselijker was. De omvang van het aantal bestanden binnen projecten van Das Buro en hun opdrachtgever hebben genoeg aan een lijst-structuur. Ook is deze structuur duidelijk in de inhoud en laat meteen zien waar je op filtert etc.

1 FILTER MOGELIJKHEDEN

Filteren op basis van de metadata van bestanden.

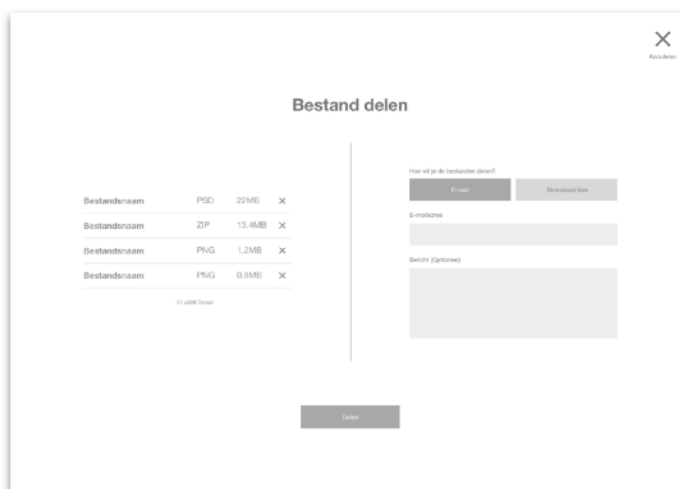
2 'WINKELMANDJE'

Om ervoor te zorgen dat er meerdere bestanden tegelijkertijd kunnen worden gedeeld heb ik het principe van een winkelmandje toegepast. De gebruiker kan hier bestanden aan toe voegen en zo een pakketje vormen die zij vervolgens kunnen delen.



WeTransfer API

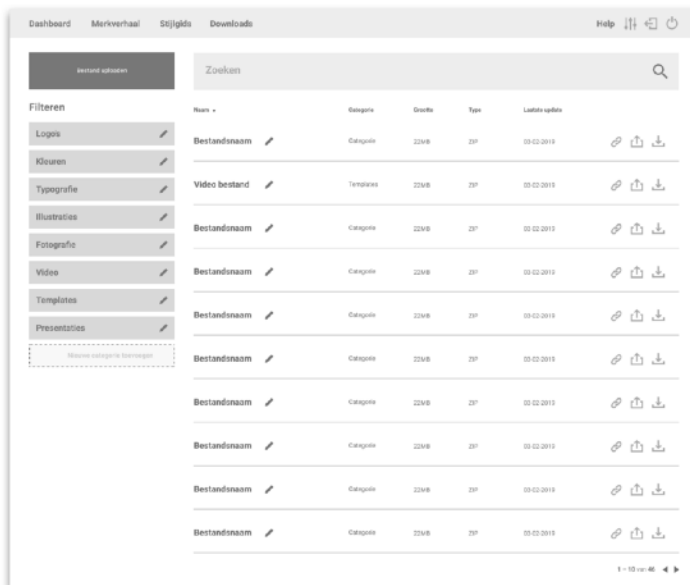
Das Buro gebruikt voor het verzenden van bestanden WeTransfer. Ik heb onderzocht hoe dit deel-proces in zijn werk gaat waarbij ik een API tegenkwam. De API maakt gebruik van de standaard (gratis) versie van WeTransfer en zorgt ervoor dat je meerdere bestanden en maximaal 2GB aan data in een keer kan versturen.



Bestanden delen

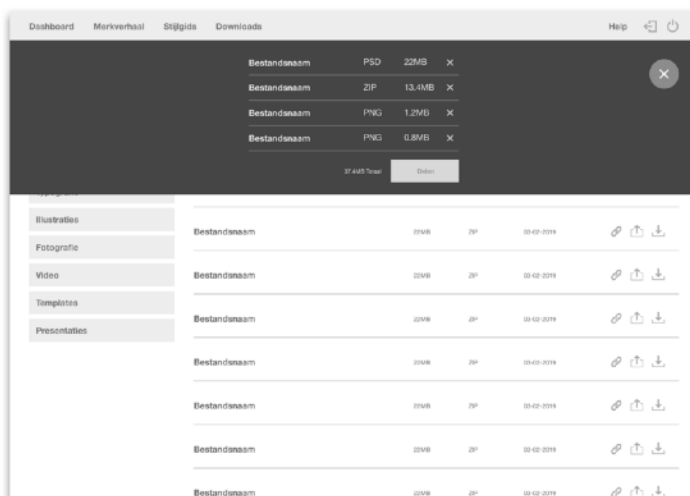
Wanneer je klaar bent met het samenstellen van je pakket kom je bij de volgende stap in het deelscherm. Hier heb je de keuze om de bestanden via e-mail of een directe download link te delen. Dit is op basis van de WeTransfer API vormgegeven.

Downloads III

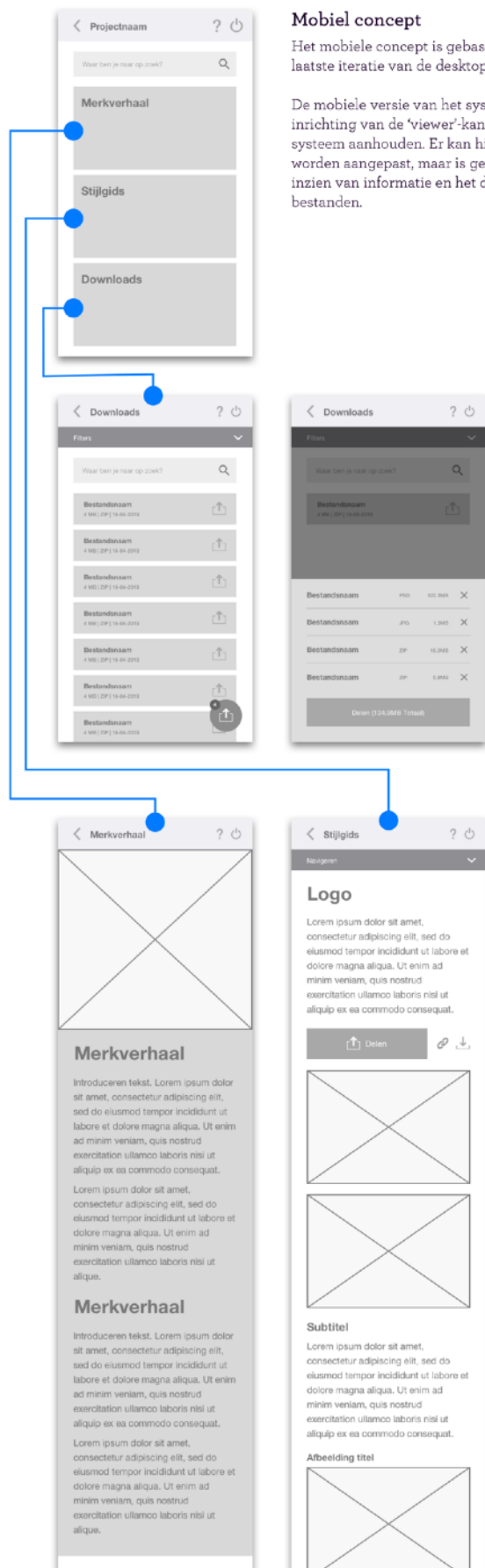


Downloads

Als feedback was dat een lijst-structuur wenselijker was. De omvang van het aantal bestanden binnen projecten van Das Buro en hun opdrachtgever hebben genoeg aan een lijst-structuur. Ook is deze structuur duidelijk in de inhoud en laat meteen zien waar je op filtert etc.



Mobiel concept



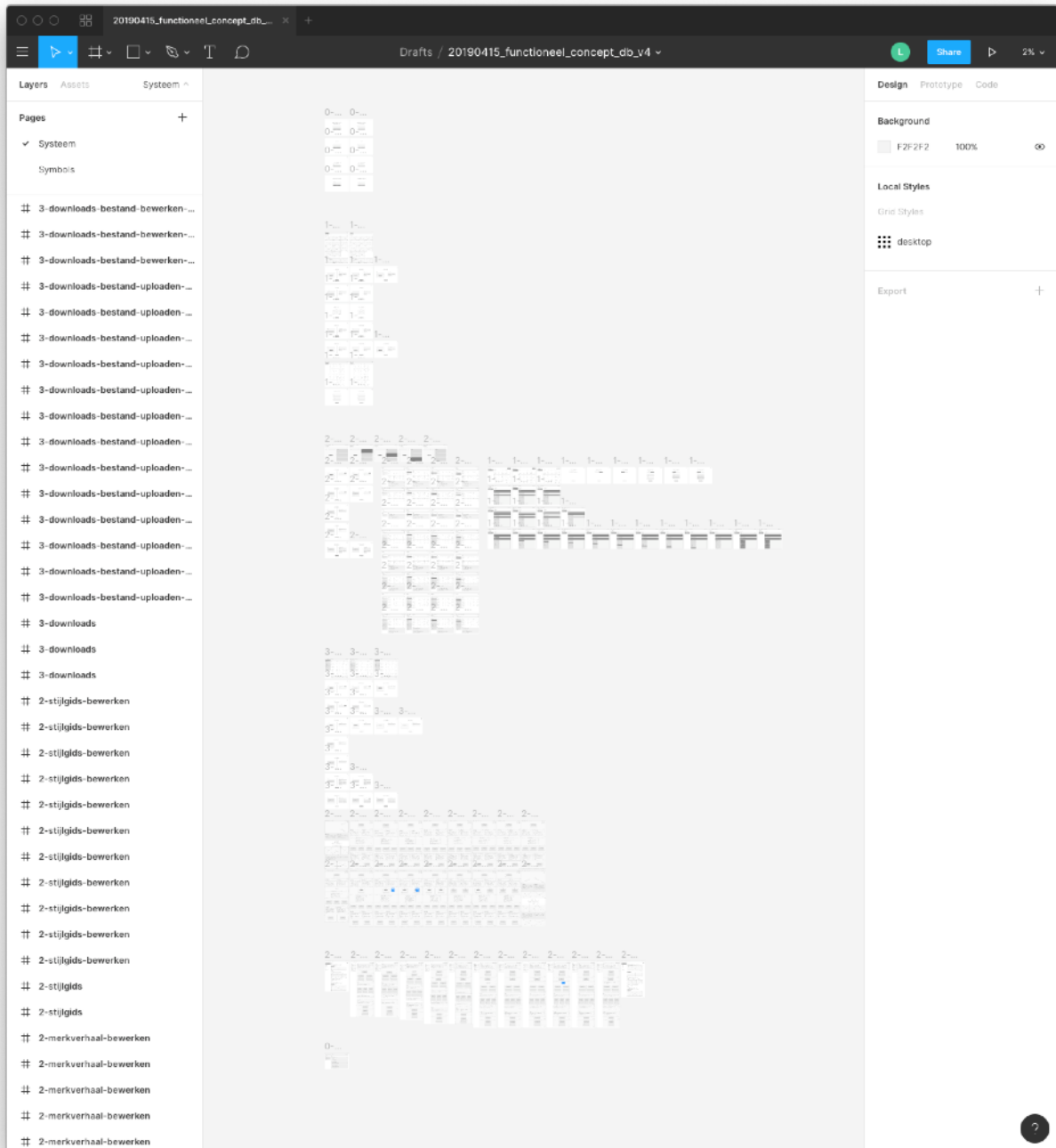
Mobiel concept

Het mobiele concept is gebaseerd op de laatste iteratie van de desktop uitwerkingen.

De mobiele versie van het systeem zal de inrichting van de 'viewer'-kant van het systeem aanhouden. Er kan hier niks worden aangepast, maar is gericht op het inzien van informatie en het delen van bestanden.

5.4 Definitief concept

Het definitieve concept is in Figma (<https://www.figma.com>) omgezet tot prototype. Deze keuze heb ik gemaakt omdat er binnen Figma meer prototyping mogelijkheden zoals overlay's en hover-states aanwezig zijn. Omdat er complexe handelingen binnen het systeem moeten kunnen worden uitgevoerd, bieden deze opties meer duidelijkheid over de interactie van bepaalde elementen.



Testrapport I

Aantal woorden: 354

6. Testrapport I

In dit testrapport zijn alle verzamelde resultaten en conclusies van ‘Test I’ te vinden die op basis van het testplan (Bijlage D) zijn verzameld. Het testrapport zal ten eerste een samenvatting geven van de onderdelen waarop het systeem is getest en de resultaten daarvan. Na de samenvatting zal ik gedetailleerder ingaan op de observaties die ik tijdens de test en op basis van de ingevulde questionnaires heb opgedaan. Vervolgens doe ik op basis van deze observaties aanbevelingen waarbij ik de problemen nader toelicht en een of meerdere mogelijke oplossing biedt.

6.1 TESTDOEL EN WERKWIJZE

Tijdens deze test is er gekeken of het concept voor het systeem voldoet aan de 5E's van Quesenbery, zoals beschreven in het paragraaf 3.7.1.

De test heeft zich gefocust op het verzamelen van kwantitatieve en kwalitatieve informatie om deze vijf gebieden van gebruiksvriendelijkheid binnen het systeem te adresseren. De informatie is verzameld aan de hand van scenario's en taken die gekoppeld zijn aan de onderdelen van het systeem die op basis van de systeemeisen zijn uitgewerkt:

- beheren van gebruikers;
- beheren van projecten;
- beheren van bestanden;
- bewerken van het merkverhaal;
- bewerken van de stijlgids.

Wanneer ik het over 'beheren' heb, gaat het over het toevoegen, bewerken of verwijderen van informatie binnen de individuele onderdelen.

Tijdens de test is er gebruik gemaakt van de 'think-aloud'-methode, de Computer System Usability Questionnaire en open vragen om de testdoelen te evalueren.

6.2 RESULTATEN

Gebaseerd op zowel de kwalitatieve als de kwantitatieve informatie (Bijlage E) die tijdens de test is verzameld, zijn er verschillende usability problemen vastgesteld. De volgende tabel omschrijft het usability probleem waarop ik vervolgens de oorzaak toelicht.

Nr.	Usability probleem	Categorie
1	Er treedt verwarring op bij gebruikers toegang verlenen aan projecten. Hierbij was het onderscheid tussen een gebruiker die aan het systeem was toegevoegd—en een gebruiker die aan een project is toegevoegd niet duidelijk. Gebruikers snapte hoe zij een gebruiker aan het systeem toe moesten toevoegen, maar dit was bij individuele projecten niet duidelijk.	Effectiviteit, efficiëntie, begrijpbaarheid
2	Het aanpassen van publieke instellingen werd als lastig ervaren. Er werd door alle testpersonen geprobeerd om bij 'downloads' de zichtbaarheid aan te passen. Hierbij wilden ze de individuele bestanden in zichtbaarheid aanpassen.	Effectiviteit, begrijpbaarheid
3	Tijdens de bewerking van de merkverhaal- en stijlgids-pagina's werd een dupliceer functie gemist.	Efficiëntie
4	Inconsistente plaatsing van 'terug'-knoppen	Aangenaamheid, efficiëntie
5	Er ontbreekt op veel plekken binnen het systeem feedback. Testpersonen vonden het onduidelijk of bepaalde handelingen gelukt waren en hoe het systeem reageert op hun input.	Begrijpbaarheid, fouttolerantie
6	Niet duidelijk wat de vereiste van het aanmaken van een wachtwoord is	Fouttolerantie
7	Functie van de iconen 'projectinstellingen', 'terug naar projectoverzicht' en 'delen' niet duidelijk	Begrijpbaarheid

Nr.	Usability probleem	Categorie
8	Benamingen van bepaalde functies was niet duidelijk voor alle testpersonen	Begrijpbaarheid
9	Bevoegdheden van een gebruiker na toevoeging is niet duidelijk	Begrijpbaarheid
10	Testpersonen wilden projecten meteen kunnen bewerken na het aanmaken	Efficiëntie
11	Niet duidelijk voor wie bestanden zichtbaar en onzichtbaar zijn	Begrijpbaarheid

6.3 ANALYSE

Nr.	Oorzaak
1	In alle tests deden de testpersonen een poging om gebruikers aan een project toe te voegen door middel van de 'project bewerken' knop in het projectoverzicht. Geen van de testpersonen heeft geprobeerd vanuit een project een gebruiker toe te voegen via 'projectinstellingen'.
2	Er zijn twee oorzaken voor dit probleem. Ten eerste wisten de testpersonen dat het overzicht van bestanden zich binnen 'downloads' bevindt. Dit zorgt ervoor dat zij een verwachting hebben dat er hier ook instellingen voor die bestanden kunnen worden aangepast. Ten tweede bleek dat bij de testpersonen het icoon voor 'projectinstellingen' niet duidelijk was en zij, nadat was gebleken dat de aanpassingen niet op de 'downloads' pagina konden worden aangepast, vastliepen in opties waarvan zij dachten dat deze taak daar voltooid kon worden.
3	De testpersonen werken met veel grafische programma's waar een dupliceer functie standaard aanwezig is. Omdat deze gewenning er is ontbrak er efficiëntie bij de pagina bewerking.
4	Sommige pagina's hebben een knop om terug te navigeren naar het scherm ervoor. Dit is niet op elke pagina het geval en zorgt voor inconsistentie en verwachting die niet worden volbracht.
5-10	Feedback van het systeem is iets wat met meer toegevoegde interactie al duidelijker wordt. In dit prototype is die feedback gebrekkig verwerkt door de beperkte mogelijkheden op het gebied van interactie.

De overige usability problemen die tijdens de test naar voren kwamen, gingen vooral over de duidelijkheid van informatie binnen het systeem.

6.4 CONCLUSIE

Op basis van de analyse van de resultaten concludeer ik dat er een aantal usability problemen zijn die moeten worden verbeterd:

- het beheren van gebruikers en projecten;
- het verduidelijken van de functie van informatie binnen het systeem;
- feedback die vanuit het systeem wordt teruggekoppeld aan de gebruiker.

Ontwerpfase

Aantal woorden: 1209

7. Ontwerpfase

In dit hoofdstuk beschrijf ik hoe ik van het concept verder heb geïtereerd naar het hi-fi prototype. Daarbij beschrijf ik de aanpassingen op basis van test I en hoe ik het visueel ontwerp heb uitgewerkt.

7.1 Interactie ontwerp

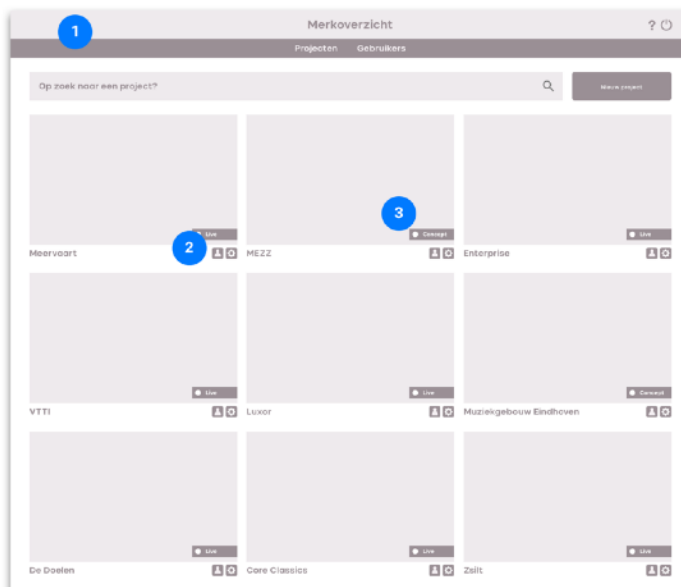
De test van het concept heeft een aantal usability problemen naar voren gebracht. In deze paragraaf licht ik toe hoe ik op basis van de testresultaten tot een definitief interactie ontwerp ben gekomen. Hierbij licht ik de belangrijkste aanpassingen toe door middel van schermen en annotaties en koppel ik deze aan de bevindingen uit de test.

Tijdens de test zijn er in grote lijnen drie onderdelen van het systeem die de meeste aanpassingen nodig hebben:

- gebruikers en projecten beheren;
- verduidelijking van de functie van informatie;
- feedback van het systeem naar de gebruiker.

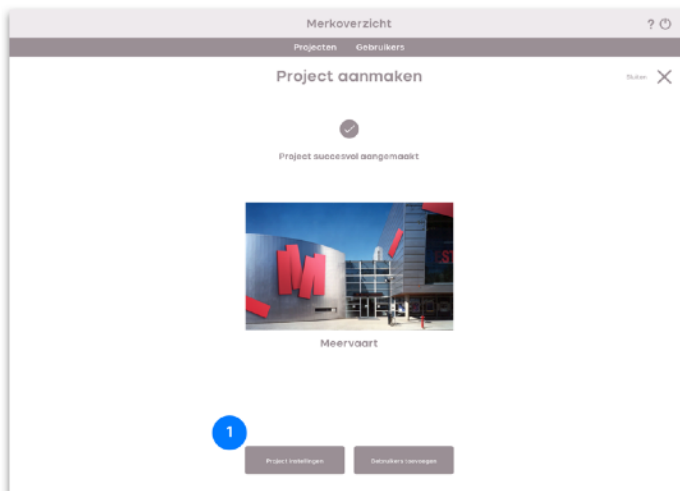
7.1.1 AANPASSINGEN

In de hieropvolgende figuren is te zien wat de grootste aanpassingen aan het ontwerp zijn geweest. Wat ik hier niet concreet heb toegelicht, is de verduidelijking van informatie en de feedback die het systeem terugkoppelt. Ik heb de naamgeving van sommige informatie en iconen aangepast zodat zij hun functie duidelijker weergeven. Daarnaast heb ik zoveel mogelijk feedback van het systeem toegevoegd, maar in het visueel ontwerp wordt dit duidelijker vormgegeven.



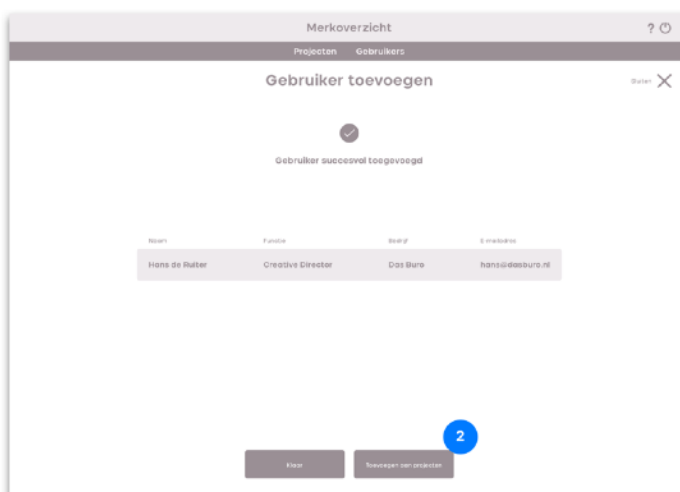
Merkenoverzicht

- 1 NIEUWE NAVIGATIESTRUCTUUR**
Ik heb een nieuwe navigatie structuur aangebracht. Uit de test bleek dat het voor sommige testpersonen niet helemaal duidelijk was in welke laag van het systeem ze zich bevonden. Door middel van de grote pagina titel kunnen gebruikers altijd zien waar ze zijn: in het merkenoverzicht of een project.
- 2 DOELGERICHTER NAVIGEREN**
Gebruikers kunnen vanaf nu meteen vanuit het systeem navigeren naar 'gebruikers' of 'projectinstellingen'. In plaats van de gebruikers in de instelling van het project te betrekken heb ik de onderdelen in tweeën gesplitst. De iconen die je hierbij brengen zijn duidelijk in relatie tot de inhoud ervan.
- 3 PROJECT STATUS**
Het kunnen archiveren van projecten bleek overbodig. In plaats van dat is er nu een mechaniek in het systeem verwerkt waarbij de gebruik het systeem op 'live', 'concept' of offline kan zetten. Hiermee kunnen bewerkingen worden gedaan zonder dat deze meteen te zien zijn voor de opdrachtgever



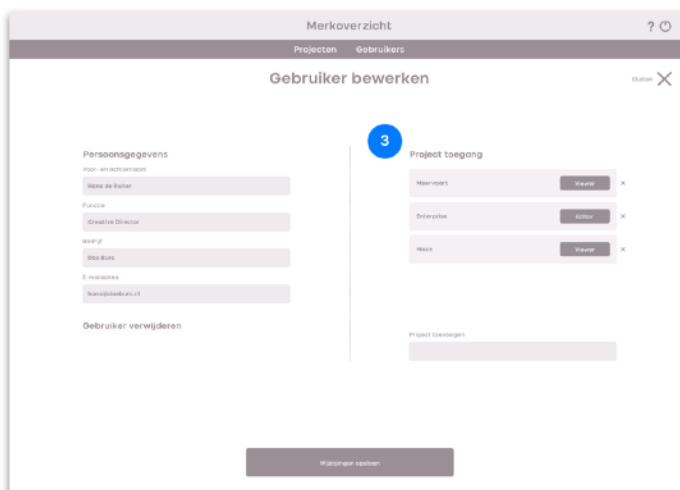
Nieuw project aanmaken

- 1 MEER FEEDBACK EN EFFICIËNTIE**
Er wordt vanaf nu feedback gegeven aan de gebruiker of hun handeling gelukt is. Daarnaast kan de gebruiker vanuit dit scherm meteen naar de projectinstellingen of een gebruiker toevoegen.



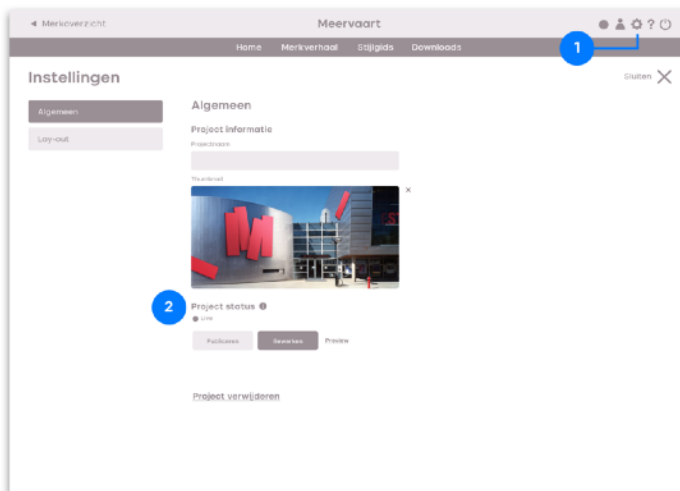
Systeemgebruiker toevoegen

- 2 CONTINUËREN VAN DE HANDELINGEN**
Bij toevoeging van gebruikers aan het systeem wordt er meteen weergegeven of het succesvol is en of je ze aan individuele projecten wilt toevoegen.



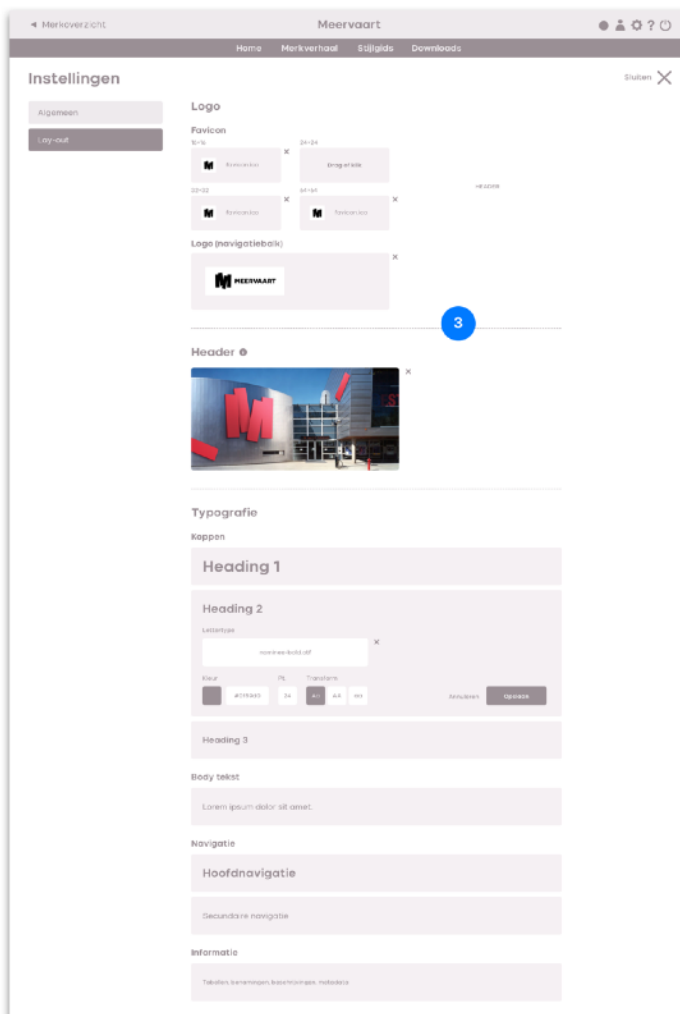
Systeemgebruiker bewerken

- 3 CONTINUËREN VAN DE HANDELINGEN**
Bij het bewerken van gebruikers is nu meteen te zien tot welke projecten zij toegang hebben. Dit kan hier ook worden aangepast.

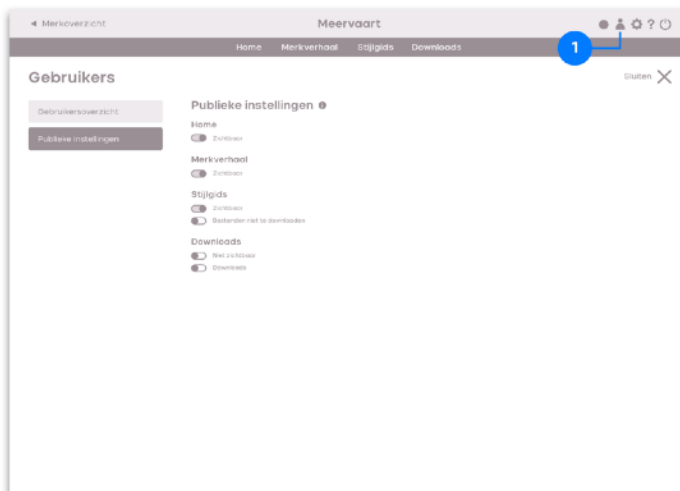


Projectinstellingen

- 1 **GESPLITSTE INSTELLINGEN**
Projecten kunnen bij de algemene instellingen worden aangepast.
- 2 **PROJECT STATUS**
Bij bewerkingen zal het project automatisch op 'concept' staan. Op deze pagina is het mogelijk om het project 'live' te zetten.



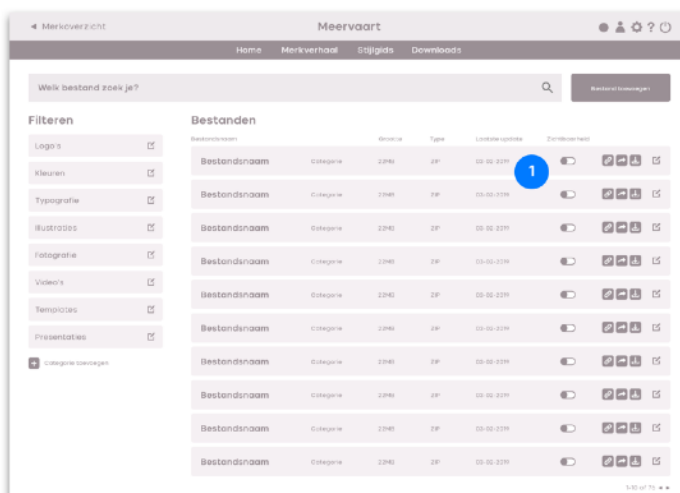
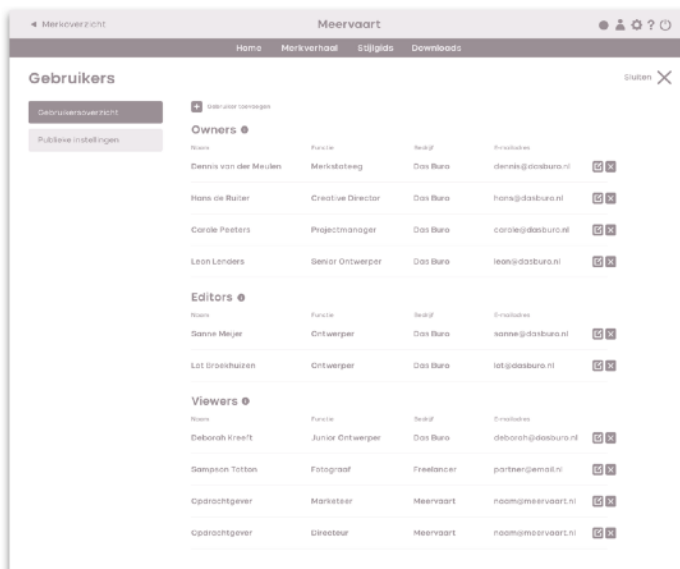
- 3 **LAY-OUT**
'Owners' en 'editors' hebben de mogelijkheid om de UI-elementen aan te passen. Hiermee kan ervoor worden gezorgd dat de interface beter op het merk binnen de desbetreffende project aansluit.



Gebruikers instellingen

1 GESPLITSTE INSTELLINGEN

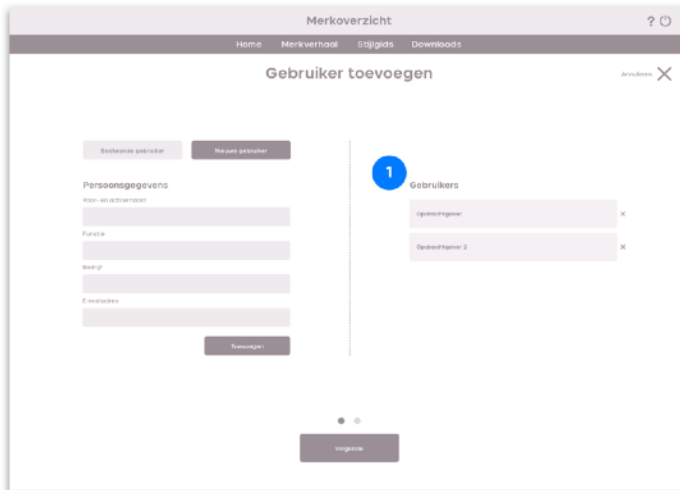
Uit de test bleek dat gebruikers in de war waren over de locatie van het gebruikersoverzicht binnen project. Om dit op te lossen heb ik dit gesplitst van de projectinstellingen zodat de pagina's en iconen duidelijker zijn in de inhoud ervan.



Downloads

1 INDIVIDUEEL ZICHTBAAR MAKEN

Gebruikers kunnen nu, behalve alleen op pagina niveau, ook individuele bestanden zichtbaar of onzichtbaar maken.

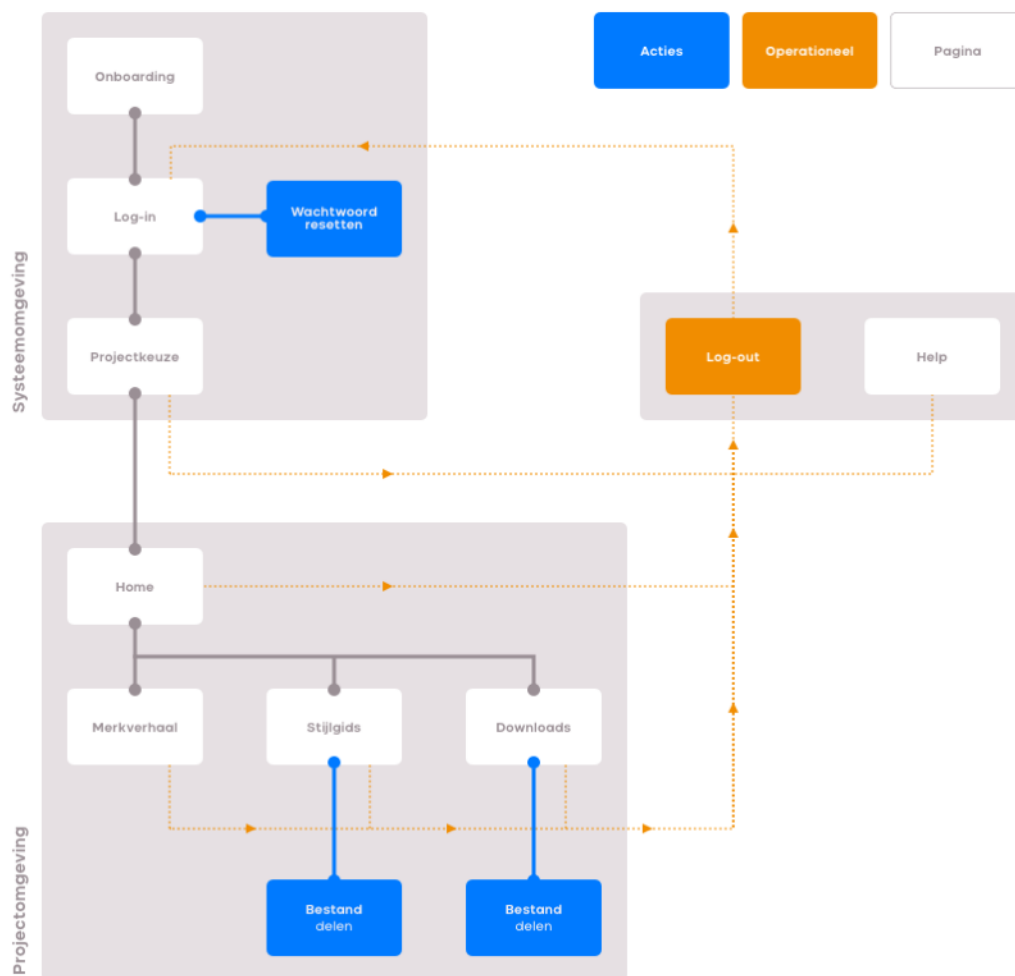


Gebruiker aan project toevoegen

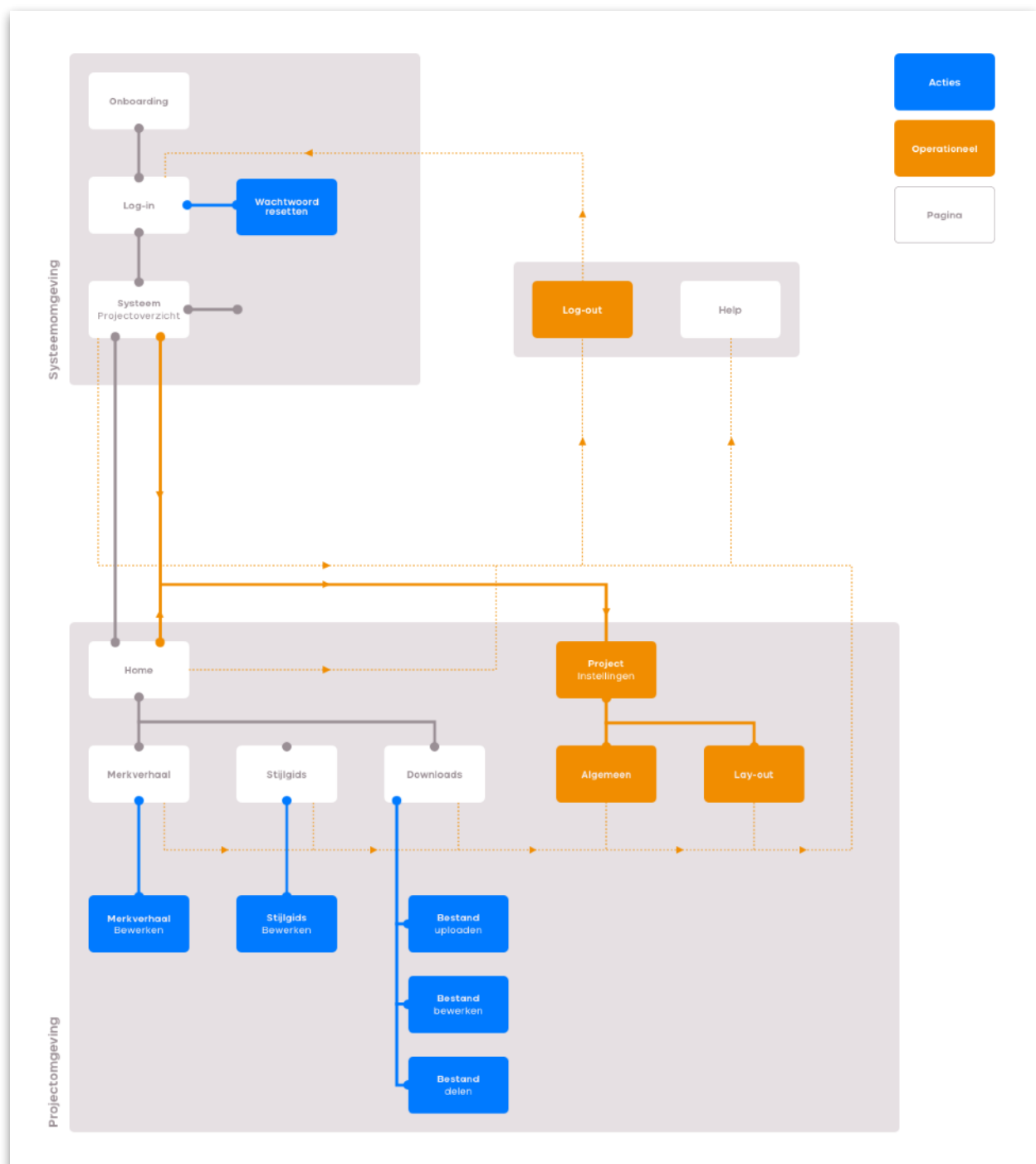
- 1 MEER GEBRUIKER TEGELIJKERTIJD TOEVOEGEN**
Toevoegen van gebruikers is efficiënter gemaakt. Er kunnen nu meerdere gebruikers tegelijkertijd worden toegevoegd aan de individuele projecten.

7.1.2 SITEMAPS

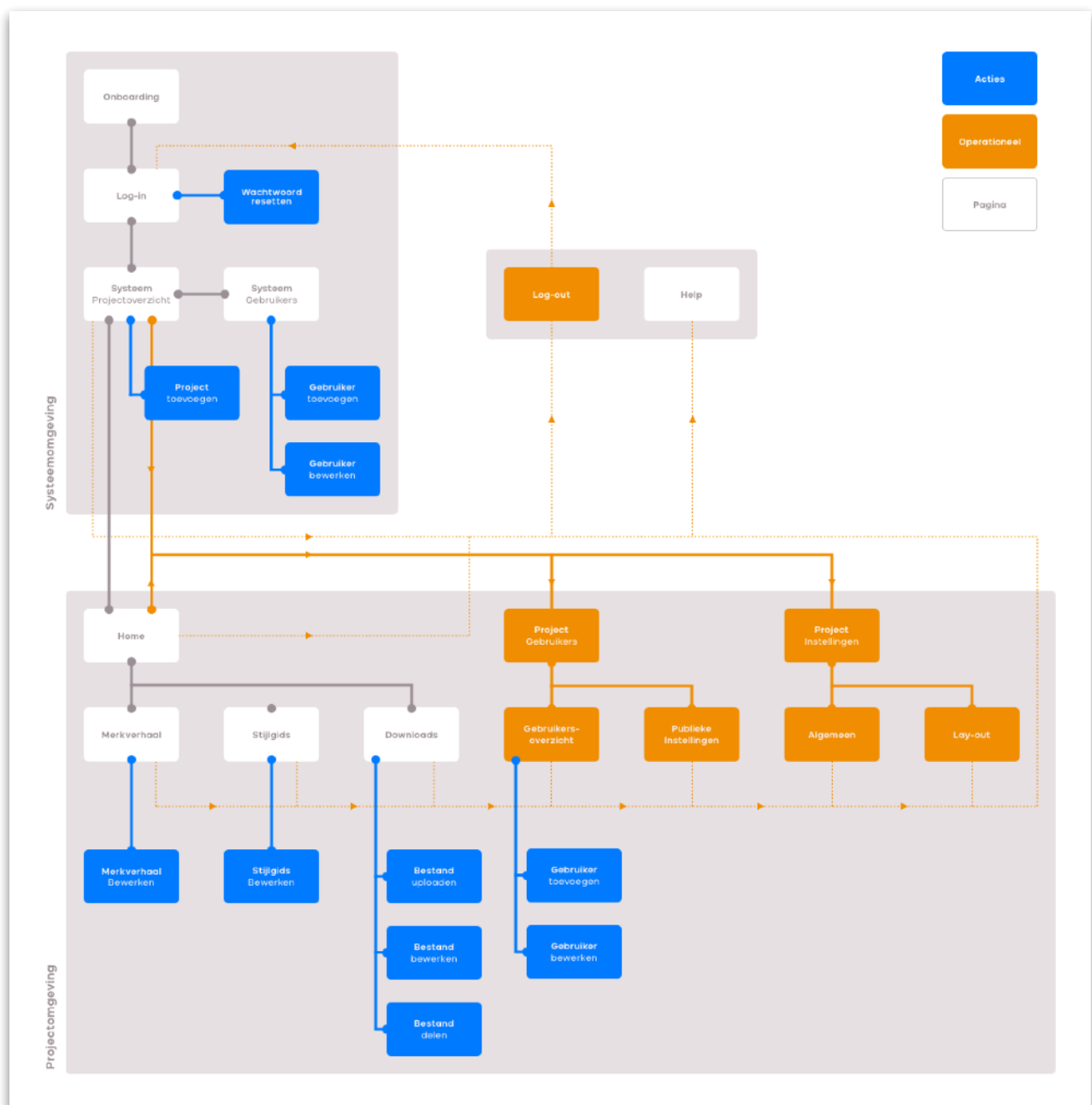
Om de pagina-structuur voor mijzelf te concretiseren, heb ik sitemaps uitgewerkt. Er zijn drie verschillende structuren die gebaseerd zijn op de drie gebruikersprofielen binnen het systeem.



Sitemap – Gebruikersprofiel viewers



Sitemap – Gebruikersprofiel *editors*



Sitemap – Gebruikersprofiel editors

7.2 Visueel ontwerp

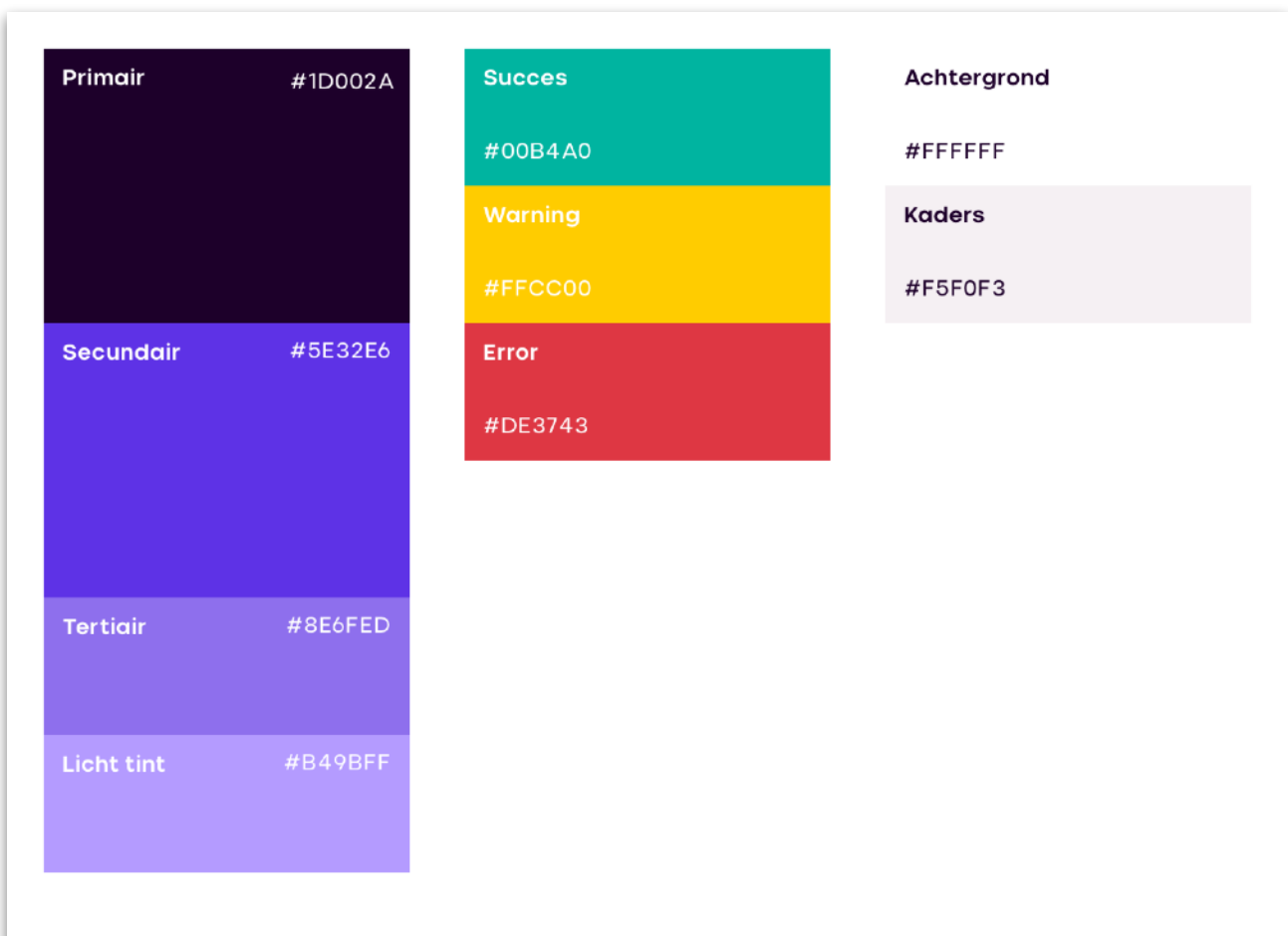
Ik heb het visuele ontwerp grotendeels aan de hand van Google's Material Design Guidelines opgebouwd (<https://material.io>). Material Design biedt een systeem waarin stapsgewijs alle onderdelen van een digitale omgeving worden vormgegeven. Ik heb eerst alle kleuren gedefinieerd (Figuur 15) en vervolgens de typografische hiërarchie voor desktop en mobiel vastgesteld. Deze richtlijnen heb ik toegepast op de verschillende componenten die binnen het systeem aanwezig zijn.

7.2.1 KLEUREN

De primaire kleur is de hoofdkleur van de identiteit van Das Buro. Op basis van deze kleur heb ik een secundaire kleur gekozen om knoppen en interactieve elementen aan te geven. Ook heb ik een optionele tertiaire kleur gekozen, voor elementen zoals buttons waar minder prioriteit op moet liggen.

Om duidelijke feedback te geven bij het klikken op interactieve elementen heb ik een lichte paars-tint toegevoegd die op de primaire, secundaire en tertiaire kleuren kan worden toegepast.

Omdat het systeem duidelijke feedback moet geven bij het uitvoeren van handelingen heb ik drie indicatie-kleuren in de stijlguide verwerkt. Groen is gekoppeld aan succesvolle handelingen. Geel is een waarschuwingskleur. Rood zal aangeven wanneer er een error optreedt. De kleur voor de kaders is een niet opvallende kleur, maar moet ervoor zorgen dat elementen duidelijk gegroepeerd zijn.



Figuur 15 – Kleurpalet voor het systeem

7.2.2 TYPOGRAFIE – DESKTOP

NAVIGATIE	LETTERTYPE	FONT	GROOTTE	CASE	SPACING	KLEUR
Primair	Nominee	Bold	32	Aa	-1	#1D002A
Secundair	Nominee	Bold	18	Aa	-1	#FFFFFF
Operationeel	Nominee	Regular	16	Aa	-1	#1D002A
UI						
Heading 1	Nominee	Bold	32	Aa	-1	#1D002A
Heading 2	Nominee	Bold	24	Aa	-1	#1D002A
Heading 3	Nominee	Bold	18	Aa	-1	#1D002A
Heading 4	Nominee	Bold	16	Aa	-1	#1D002A
Body	Nominee	Regular	16	Aa	+8	#1D002A
Informatie	Nominee	Regular	12	Aa	-1	#1D002A
Informatie - Editors	Nominee	Regular	12	Aa	-1	#1D002A
Button	Nominee	Bold	12	Aa	-1	#FFFFFF
FUNCTIONEEL	Nominee	Regular	10	AA	-1	#9D9D9D

Figuur 16 – Typografie voor desktop-formaat

De navigatie van het systeem is apart van de rest van de typografie ingedeeld. Deze keuze heb ik gemaakt omdat er via de projectinstellingen aanpassingen aan de UI kunnen worden gedaan. Hierbij kunnen de kleuren van de navigatiebalken worden aangepast. Dit kan mogelijk botsen met de kleur van de typografie die op de pagina's onder de navigatie wordt getoond.

7.2.3 TYPOGRAFIE – MOBIEL

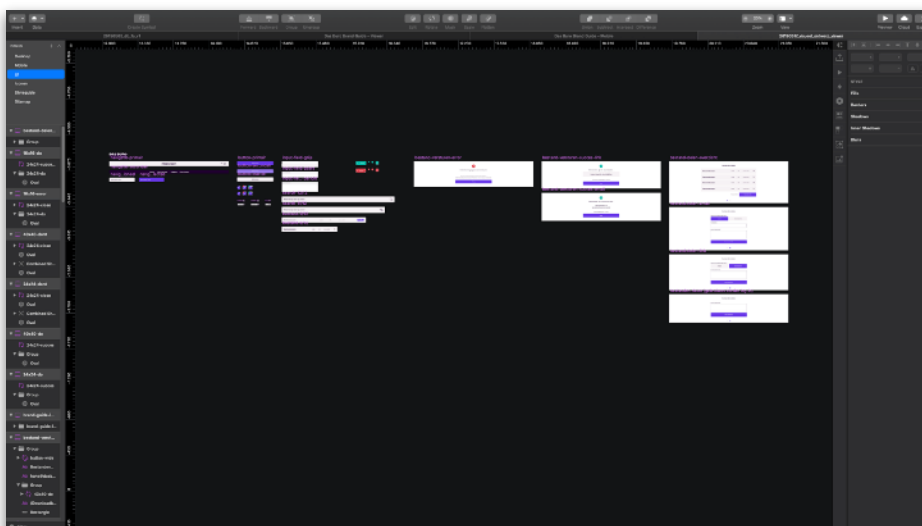
De typografie voor mobiel wijkt af van hoe deze er op desktop uitziet. Deze is aangepast op de afwijkende schermgrootte.

NAVIGATIE	LETTERTYPE	FONT	GROOTTE	CASE	SPACING	KLEUR
Primair	Nominee	Bold	32	Aa	-1	#1D002A
Secundair	Nominee	Bold	18	Aa	-1	#FFFFFF
Operationeel	Nominee	Regular	16	Aa	-1	#1D002A
UI						
Heading 1	Nominee	Bold	24	Aa	-1	#1D002A
Heading 2	Nominee	Bold	18	Aa	-1	#1D002A
Heading 3	Nominee	Bold	16	Aa	-1	#1D002A
Body	Nominee	Regular	16	Aa	-1	#1D002A
Informatie	Nominee	Regular	12	Aa	-1	#1D002A
Button	Nominee	Bold	12	Aa	-1	#FFFFFF
FUNCTIONEEL	Nominee	Regular	10	AA	-1	#9D9D9D

Figuur 17 – Typografie voor mobiel-formaat

7.2.4 UI COMPONENTEN

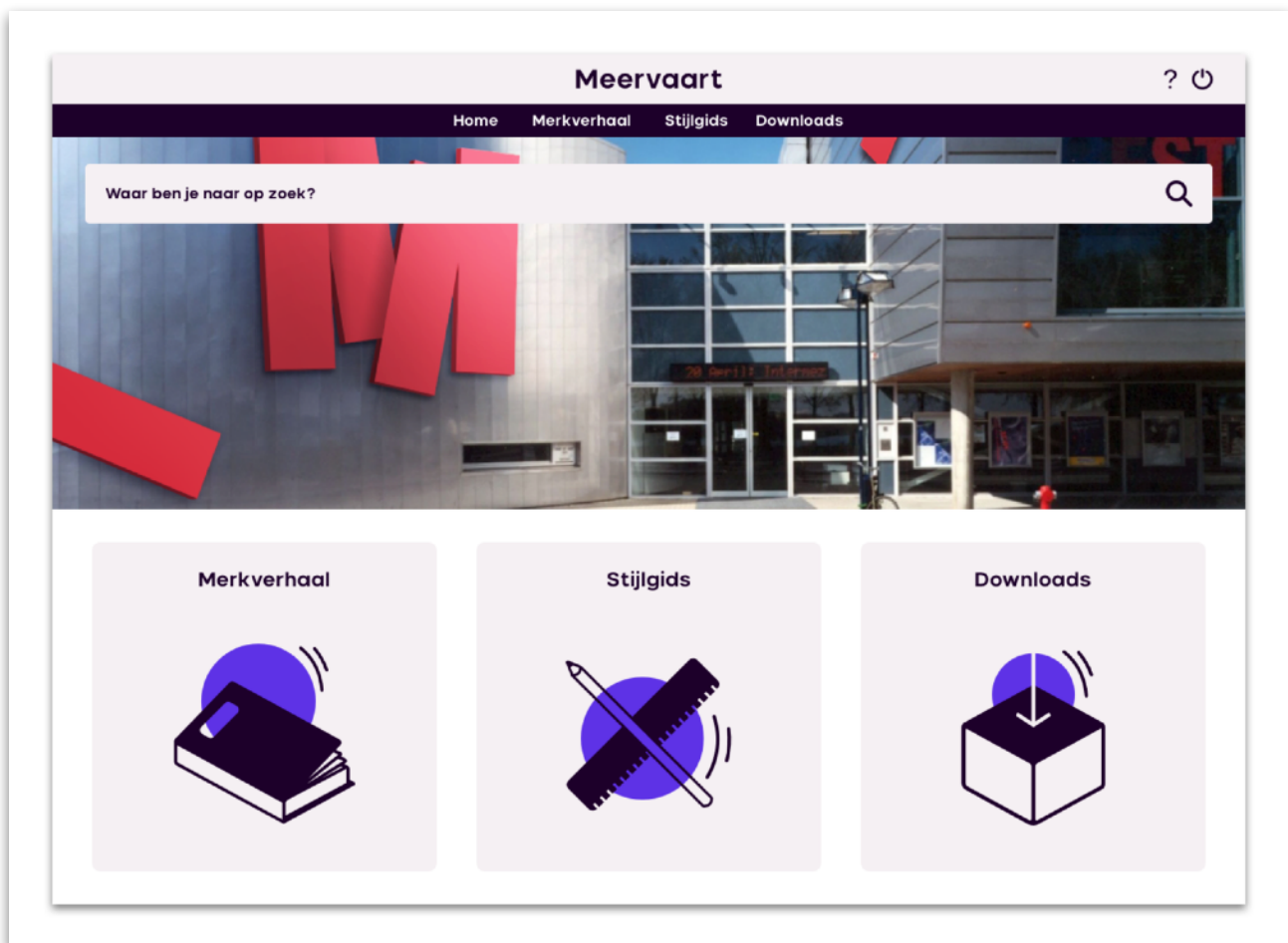
Na het opstellen van de kleuren en typografie heb ik deze toegepast op de individuele componenten en elementen die zich binnen het systeem bevinden.



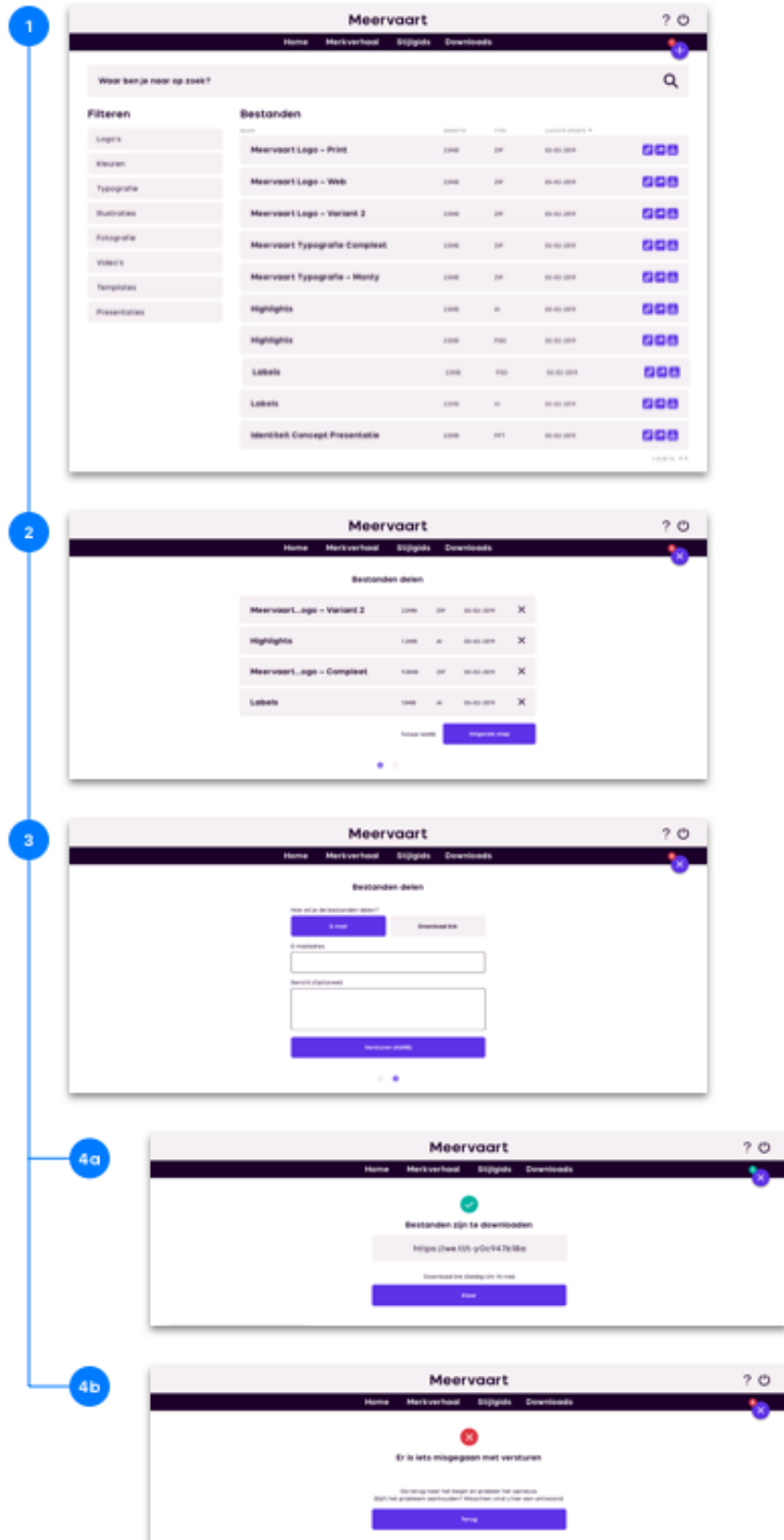
Figuur 18 – Componenten overzicht van het ontwerp

7.2.5 RESULTAAT

Ik heb het visuele ontwerp eerst toegepast op de kant van het systeem die *viewers* te zien krijgen. De reden hiervoor is dat test II, zoals beschreven in het testplan, zich richt op de *viewers* en de handelingen die zij binnen het systeem moeten kunnen doen.



Figuur 19 – Home-pagina



Figuur 21 – Wireflows van het de schermen die je tijdens het delen van downloads tegenkomt

Testrapport II

Aantal woorden: 555

8. Testrapport II

In dit testrapport zijn alle verzamelde resultaten en conclusies van 'Test II' te vinden die op basis van het testplan zijn verzameld. Het testrapport zal ten eerste kort de testdoelen en werkwijze die in het testplan zijn toegelicht, samenvatten. Vervolgens presenteer ik alle gevonden usability problemen. Deze problemen analyseer ik en op basis daarvan trek ik een conclusie en voer ik aanpassingen aan het visuele ontwerp door.

8.1 Testdoel en werkwijze

Tijdens deze test wordt gekeken of het visueel ontwerp van het systeem voldoet aan de 5E's van Quesenbery, zoals beschreven in het paragraaf 3.7.1. Dit wordt gedaan op de volgende gebieden:

1. het navigeren door het systeem;
2. het zoeken van informatie;
3. het downloaden en delen van bestanden.

Tijdens de test is er gebruik gemaakt van de 'think-aloud'-methode, de Computer System Usability Questionnaire en open vragen om de testdoelen te evalueren.

8.2 Resultaten

Nr.	Usability probleem	Categorie
1	Iconen in de stijlgids zijn te klein en vallen daardoor niet op	Begrijpbaarheid
2	Testpersonen gaven aan dat het systeem iets specifiekter moest zijn in wat er met bestanden gebeurd als je ze wilt delen.	Begrijpbaarheid, Fouttolerantie
3	Geen opties aanwezig om de gegenereerde download link te verder te delen	Efficiëntie
4	Het systeem mist op sommige momenten wat terugkoppeling van feedback	Fouttolerantie, begrijpbaarheid

De kwalitatieve en kwantitatieve feedback die tijdens de tests is verzameld is te vinden in Bijlage F.

8.3 Analyse

Over het algemeen zijn de resultaten van de test positief. Er zijn kleine verbeterpunten naar voren gekomen qua usability. Twee van de drie testpersonen gaven aan dat zij de iconen voor de downloads binnen de stijlgids klein vonden. Deze vielen daardoor niet op en waren lastiger te vinden.

Ook gaven de testpersonen aan om specifiekter te zijn in wat er met bestanden gebeurt als je deze deelt. Zij misten hierbij feedback, waardoor de taak uitvoeren langer duurde dan nodig was.

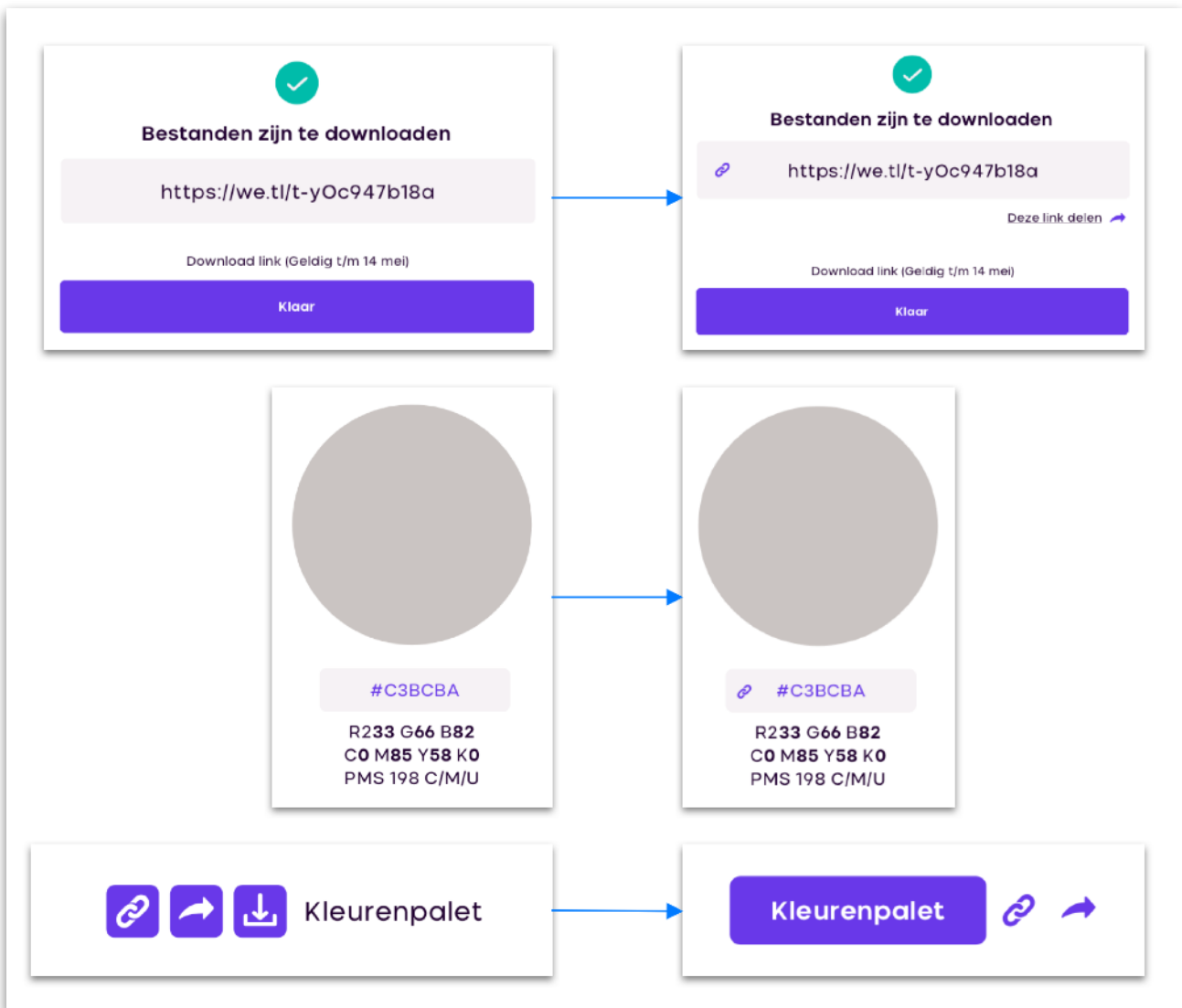
Het grootste probleem voor de testpersonen was dat er, net als in test I, feedback miste.

8.4 Conclusie

Wat het ontwerp betreft, heb ik drie kleine aanpassingen gedaan op basis van de feedback (Figuur 22). Hierbij heb ik de download knoppen binnen de stijlgids duidelijker gemaakt, de links, die zijn te kopiëren, door erop te klikken duidelijk gemaakt met een 'copy to clipboard' link en tot slot heb ik bij het delen van de download link een optie toegevoegd om deze meteen door te sturen naar een medium naar keuze.

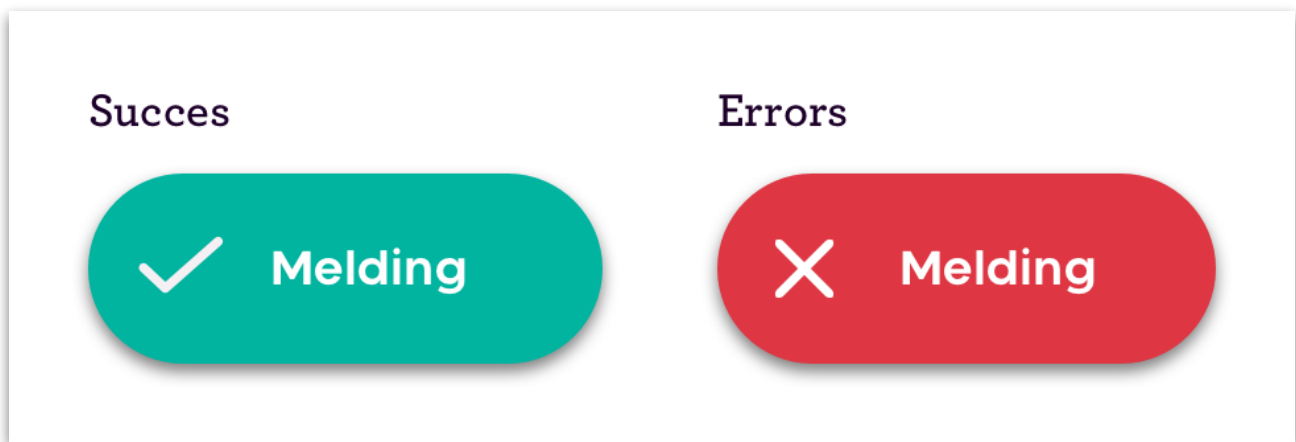
Wat het navigeren en zoeken van informatie binnen het systeem betreffen, zijn er geen aanmerkingen vanuit de testpersonen naar voren gekomen. Eén van de drie testpersonen had nog een beetje moeite

met het vinden van de downloads. Dit deed hij op de stijlgids-pagina in plaats van op de downloads-pagina. Dit kwam voornamelijk omdat hij door de voorgaande taak download-knoppen in de stijlgids had opgemerkt, waardoor hij in de veronderstelling was dat hij het delen van bestanden hier moest doen. Dit is in de praktijk ook mogelijk zijn, maar voor het uitvoeren van de taken is dit niet de bedoeling.

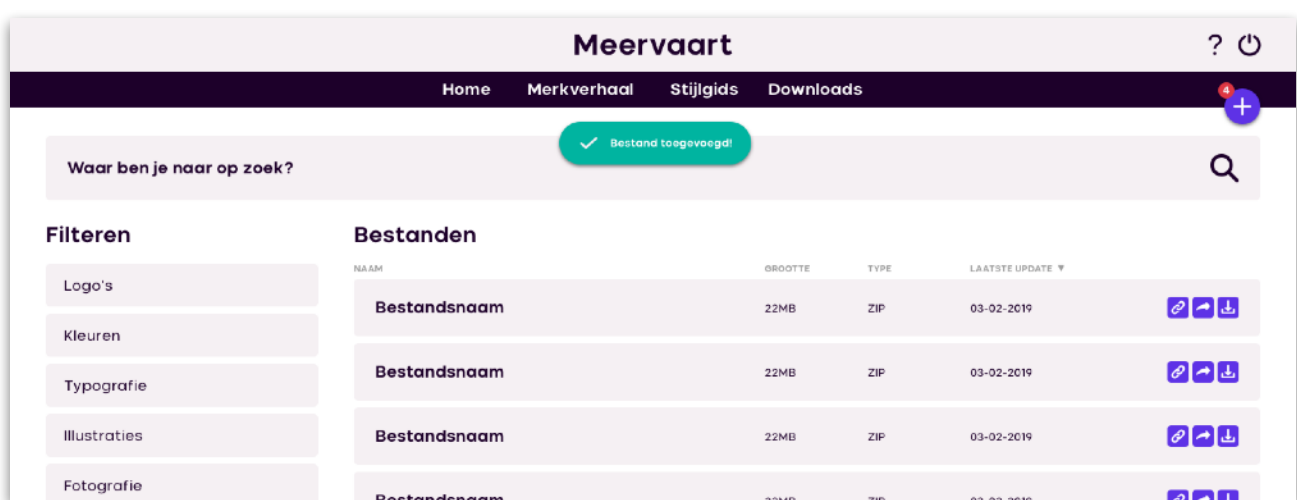


Figuur 22 – Aanpassingen op basis van de testresultaten uit test II

Tot slot was de meest voorkomende opmerking van de testpersonen dat zij meer feedback verwachtten bij het uitvoeren van handelingen. Deze opmerking verraste mij niet. Door dezelfde beperking van het prototype als die in test I—de beperkte interactie—was het lastig om deze feedback er 'interactief' in te verwerken. Wel had ik al een uitwerking gemaakt van de manier waarop het systeem feedback geeft. Dit gebeurt aan de hand van kleine pop-ups bovenaan de pagina's. Dit komt er dan uit te zien zoals in figuur 23 en 24 is weergegeven.



Figuur 23 – Succes- en error-meldingen



Figuur 24 – Weergave van succes- en error-meldingen binnen het systeem

Hi-fi prototype

Aantal woorden: 795

9. Hi-fi prototype

In dit hoofdstuk presenteer ik het hi-fi prototype dat als resultaat van dit project is uitgewerkt. Ik koppel hierbij de user stories die uit het onderzoek naar voren zijn aan de verschillende onderdelen binnen het prototype. Daarna licht ik overige onderdelen binnen het systeem toe die niet direct aan de user stories zijn gekoppeld, maar wel van belang zijn. Tot slot trek ik een conclusie bij het hi-fi prototype over de doorontwikkeling van het systeem na afronding van dit project.

Links:

Mobiel – <https://www.sketch.cloud/s/nLJDW>

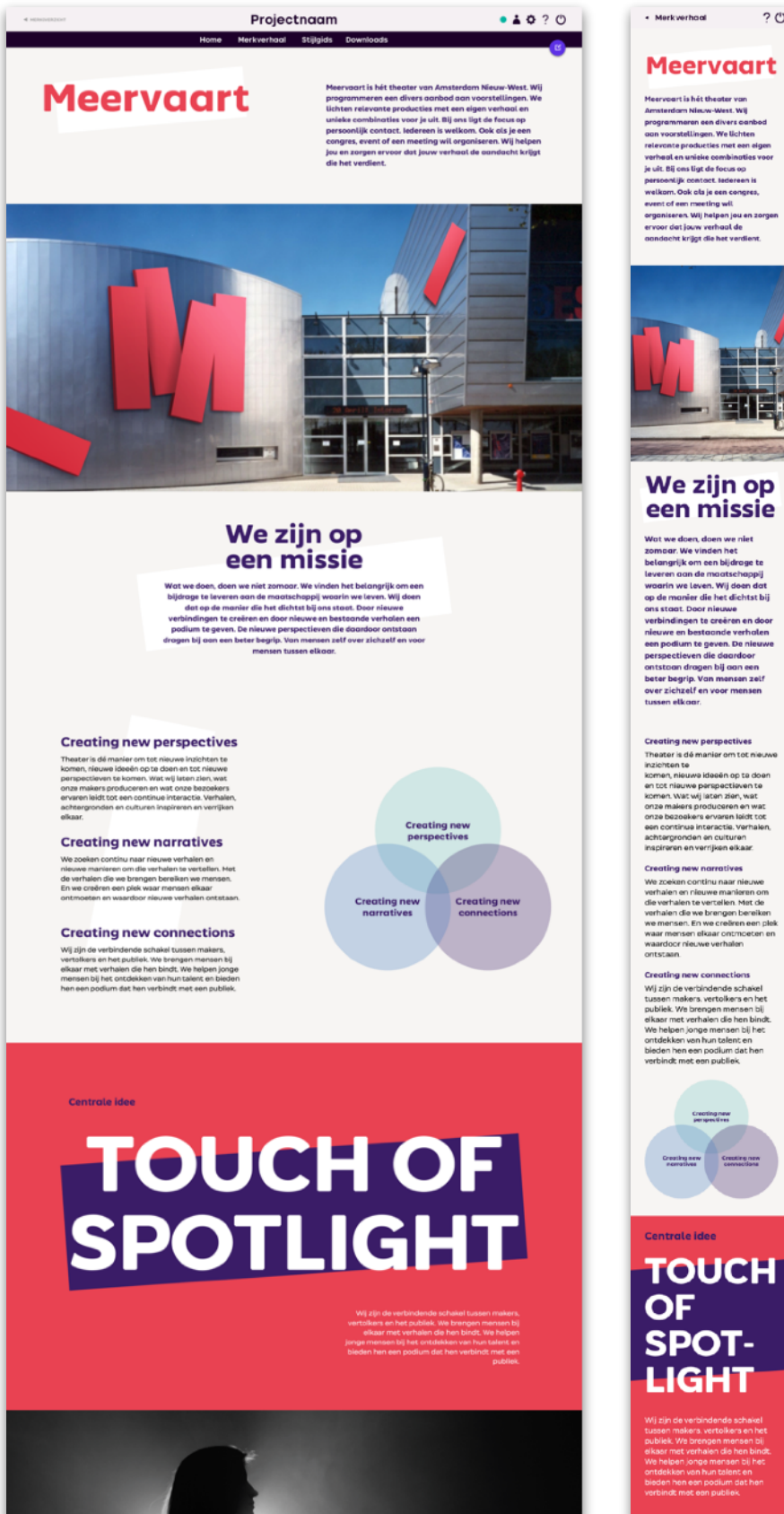
Viewers – <https://www.sketch.cloud/s/Zgvn7>

Editors – <https://www.sketch.cloud/s/abkaZ>

Owners – <https://www.sketch.cloud/s/jPjrO>

9.1 User story 1

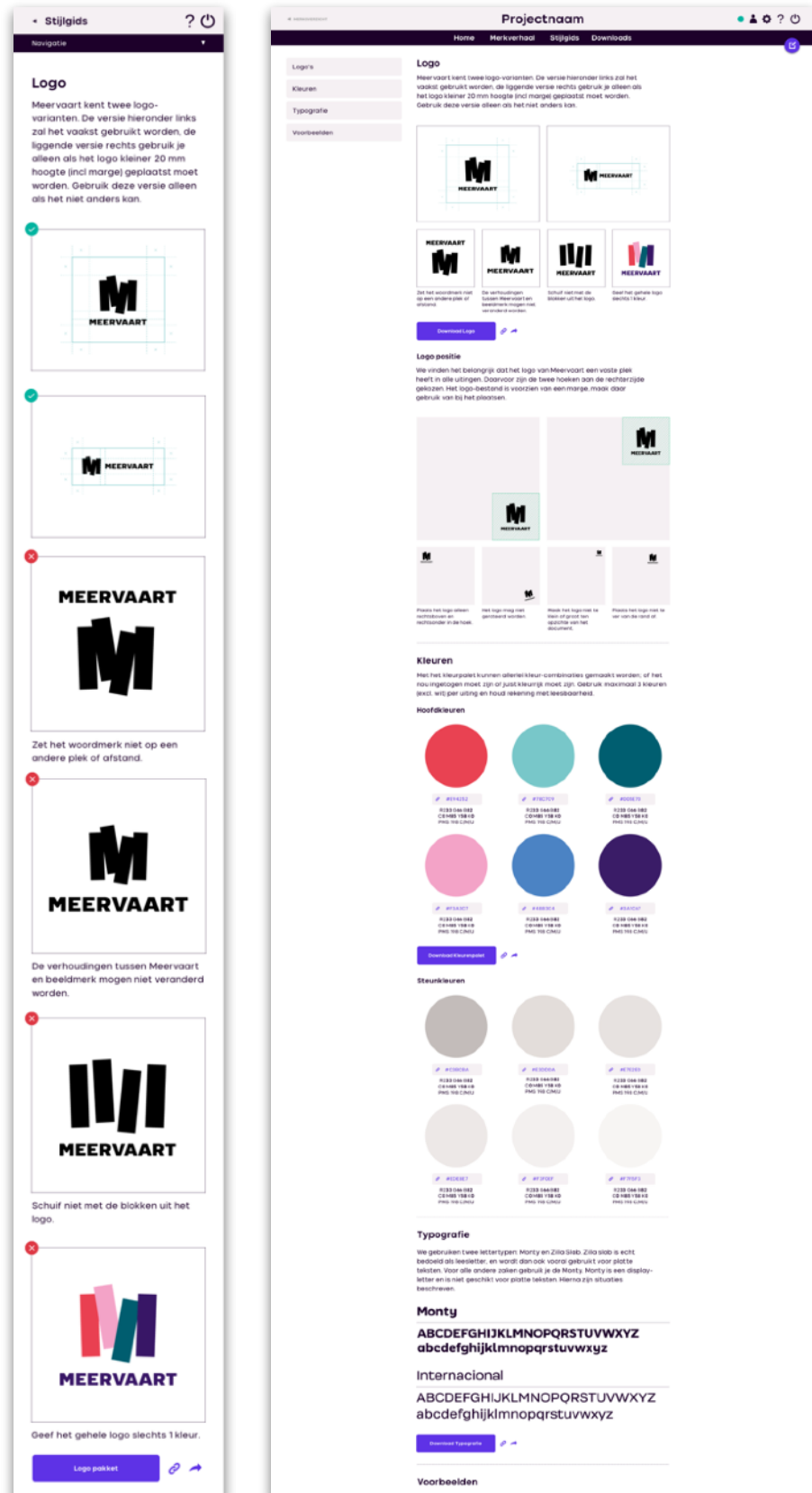
“Als Das Buro **willen wij** het merkverhaal naar de opdrachtgever communiceren **zodat** het duidelijk is hoe de strategie en identiteit door middel van het merk naar buiten moet worden gebracht.”



Figuur 25 – Het ontwerp van het systeem maakt het mogelijk om een merkverhaal visueel tot uiting te brengen en weer te geven.

9.2 User story 2

“**Als** Das Buro **willen wij** een stijlguide voor de opdrachtgever opleveren **zodat** het duidelijk is hoe de stijl in communicatie-uitingen moet worden geïmplementeerd.”



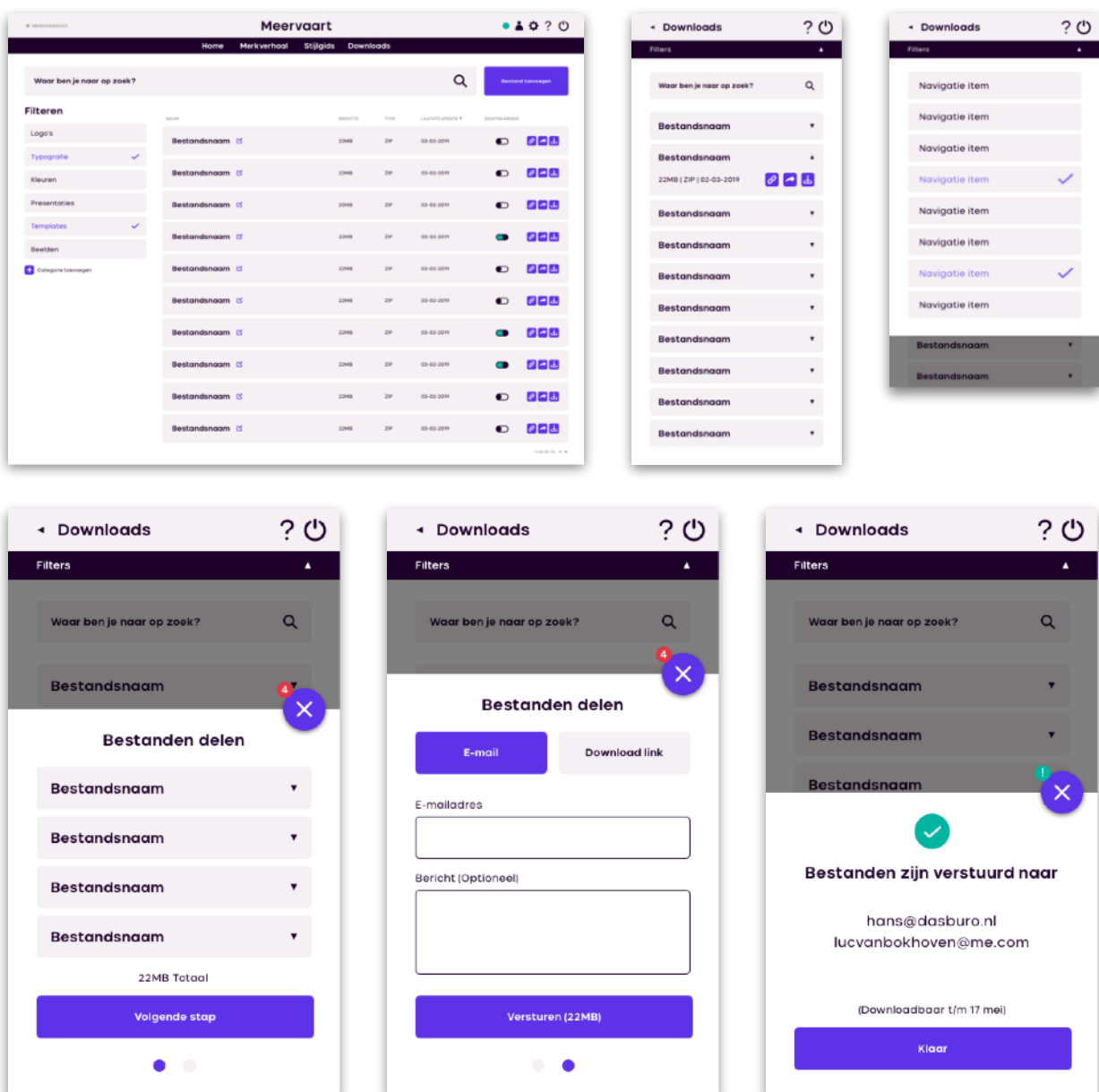
Figuur 26 – In de stijlguide van het systeem kan de gebruiker via de navigatie aan de linkerkant van de pagina naar de verschillende secties navigeren. Deze blijft fixed gepositioneerd.

Aan de hand van beeld, tekst en kleur- en typografie-modules kunnen alle stijlelementen worden toegelicht. Daarnaast zijn er download knoppen aanwezig om de gebruiker meteen de benodigde bestanden aan te bieden bij de desbetreffende richtlijnen.

9.3 User story 3

“**Als** Das Buro **willen wij** brand assets zo overzichtelijk mogelijk aanbieden **zodat** wordt voorkomen dat er verkeerde versies worden gebruikt en er daardoor inconsistentie in communicatie-uitingen optreedt.”

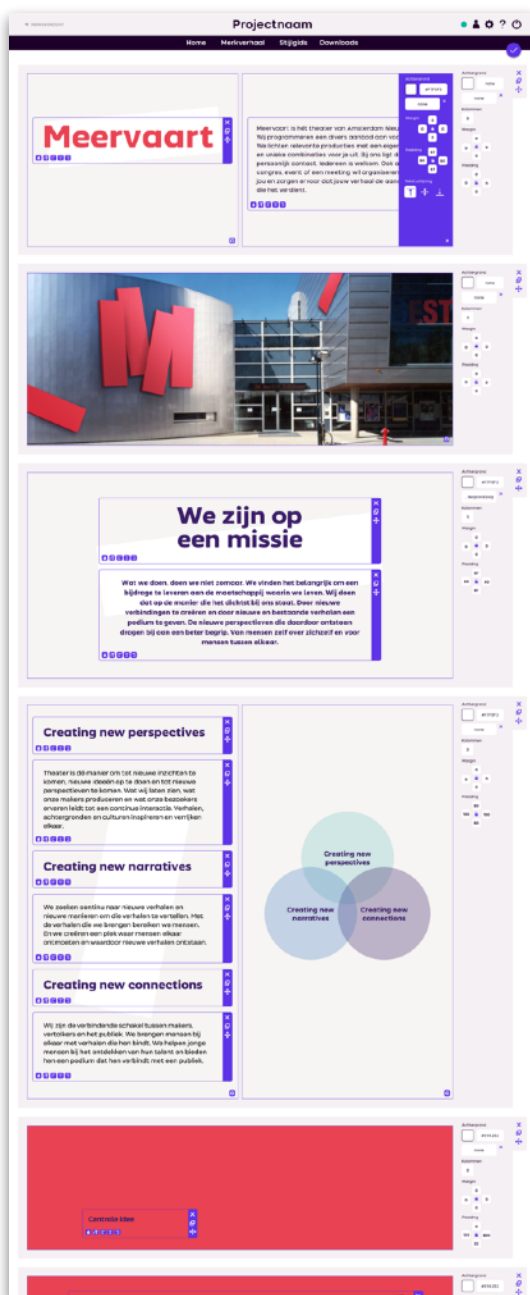
Bij de ‘downloads’ sectie van het ontwerp kunnen er door *Owners* en *Editors* bestanden worden ge-upload. Deze kunnen in zelf aan te maken categorieën worden geplaatst. Daarnaast worden er verschillende metadata aan de bestanden gekoppeld zoals het type bestand, grootte van het bestand, upload data, zichtbaarheid en tags. Vanuit dit scherm kunnen alle bestanden worden gedeeld of gedownload. *Viewers* zien op dit scherm alle bestanden, maar kunnen hier zelf geen bestanden of categorieën aan toevoegen.



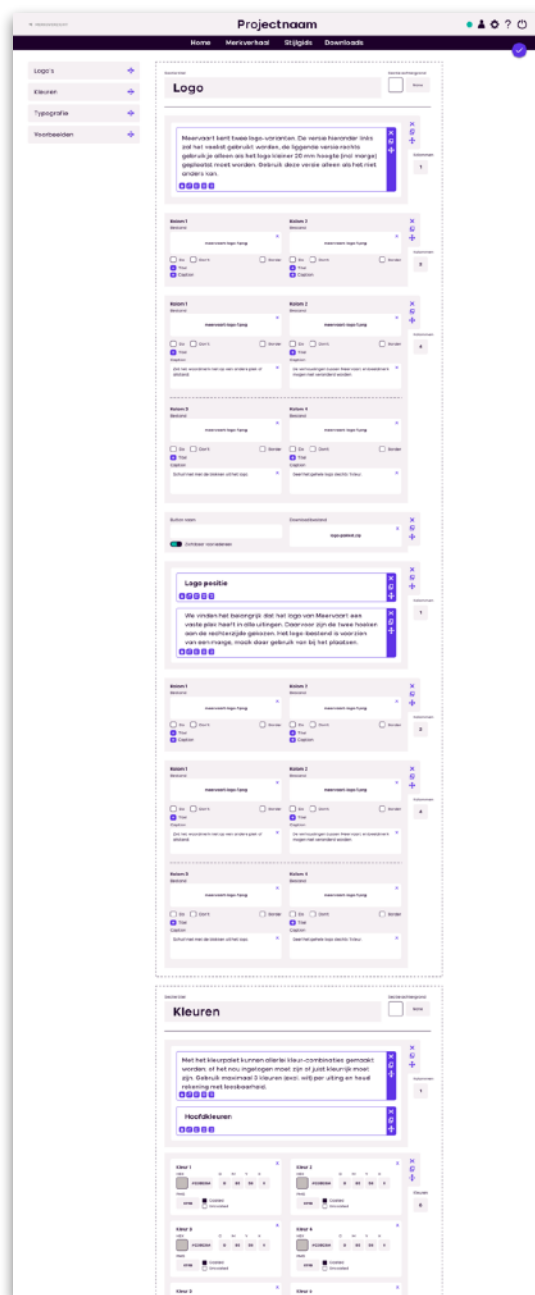
9.4 User story 4

“**Als** Das Buro **willen wij** aanpassingen aan de identiteit zo snel mogelijk kunnen doorvoeren **zodat** het consistent blijft aansluiten op nieuwe ontwikkelingen op het gebied van digitale media.”

Owners en *Editors* kunnen het merkverhaal (Figuur 27) en de stijlguides (Figuur 28) weergeven, maar ook bewerken. Zij zien aan de navigatie een button hangen waarbij je in de editor van beide pagina's komt. Door middel van de editors kan Das Buro aanpassingen aan het merk snel doorvoeren en zichtbaar maken voor alle relevante stakeholders. Voor *viewers* is deze button niet te zien. Zij krijgen het resultaat van wat in de editor wordt opgebouwd te zien. In de mobiele weergave van het systeem zijn er geen mogelijkheden aanwezig om in de editors te komen, ook niet voor *owners* of *editors*.



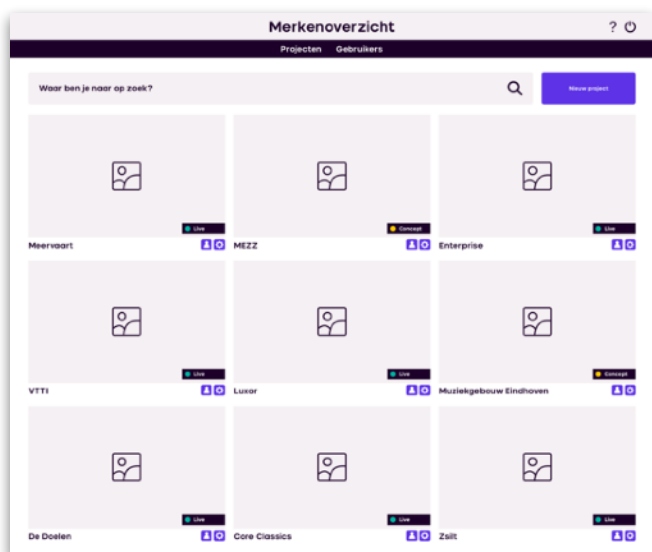
Figuur 27



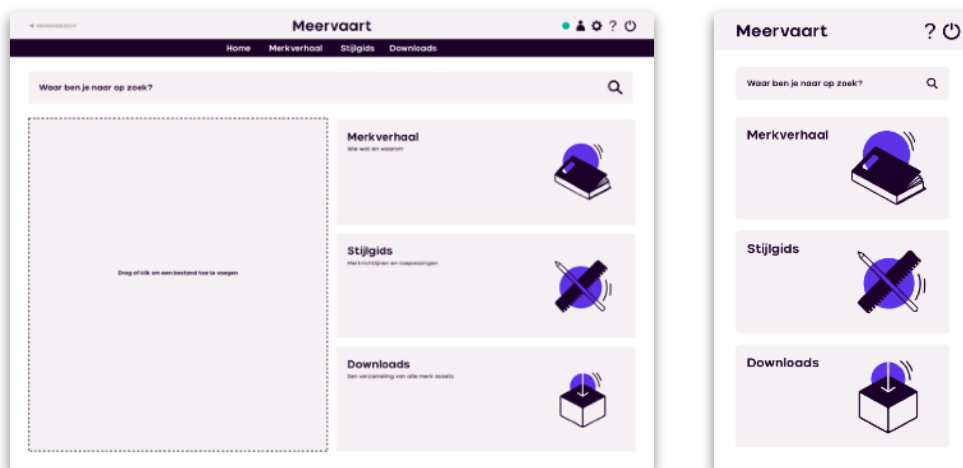
Figuur 28

9.5 Overige onderdelen

Om nog meer controle aan *Owners* te geven, hebben zij de mogelijkheid om verschillende instellingen te kunnen veranderen.

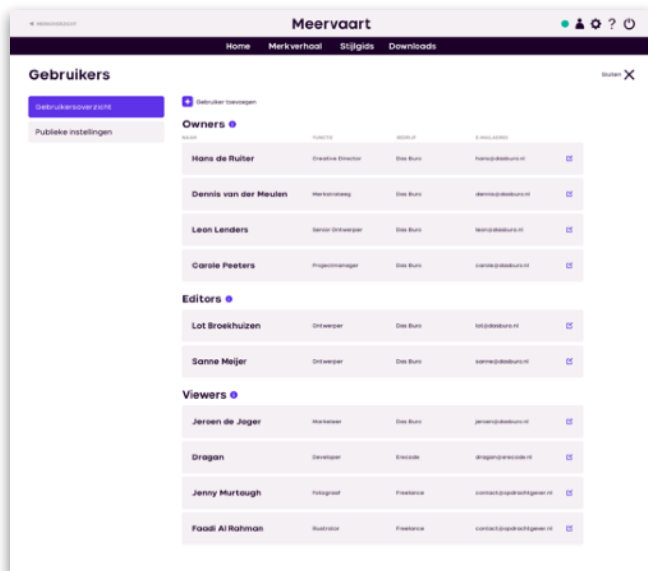


Figuur 29 – In het ‘merkenoverzicht’ kunnen *Owners* nieuwe projecten aanmaken en al eerder aangemaakte projecten binnenkomen. Hierbij wordt per project de status aangegeven.

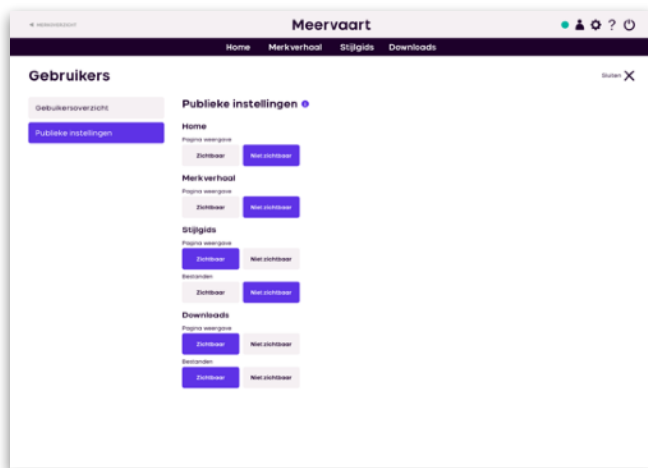


Figuur 30 – Wanneer gebruikers een project binnenkomen door op de afbeelding te drukken, zullen zij bij ‘home’ terecht komen. Dit heette eerst ‘dashboard’, maar uit de tests bleek dat gebruikers andere verwachtingen bij een dashboard hadden en wisten daarom dus niet hoe zij terug moesten navigeren naar het ‘startscherm’ (het scherm waar je binnenkomt vanuit het merkenoverzicht).

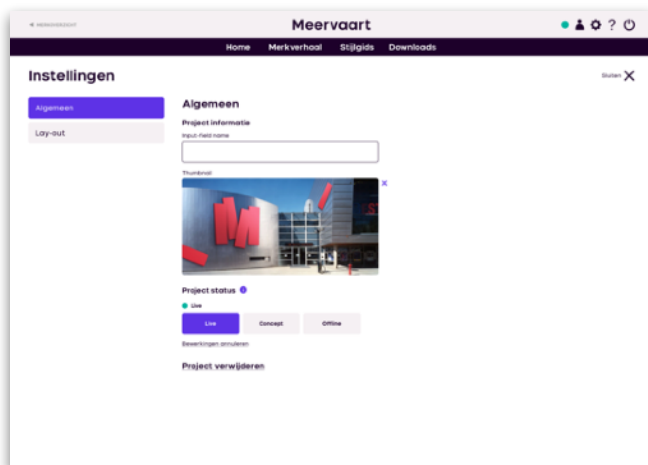
Vanuit ‘home’ kunnen er bestanden worden ge-upload en kan er naar alle individuele pagina’s gerelateerd aan het desbetreffende project worden genavigeerd. De inhoud van ‘home’ verschilt op basis van de bevoegdheid van de gebruiker. Alleen *Owners* zien de gebruikers- en projectinstellingen-iconen rechtsboven in de navigatie.



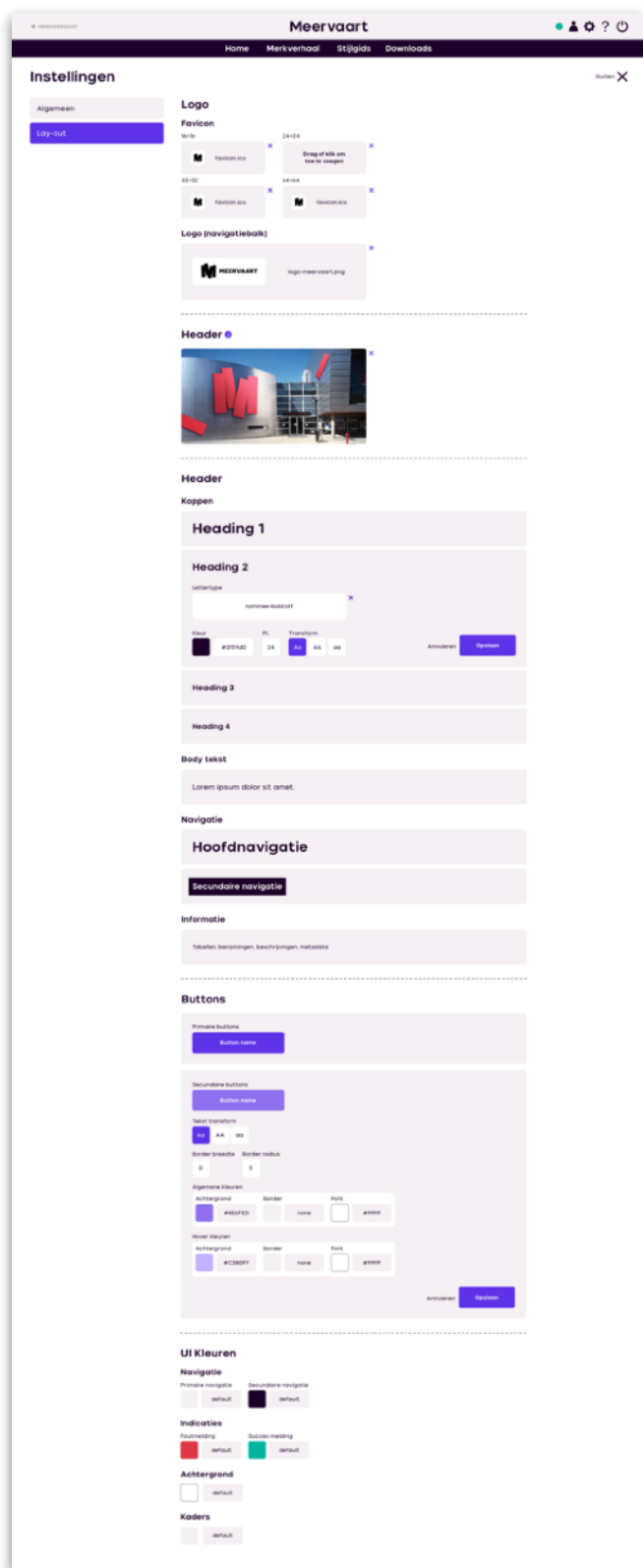
Figuur 31 – Wanneer *Owners* op het gebruikers-icoon drukken, komen zij eerst op het ‘gebruikersoverzicht’ terecht. Hier kunnen zij inzien wie er aan het project gekoppeld zijn en eventueel aanpassingen doen.



Figuur 32 – Vanuit de gebruikersinstellingen kunnen zij naar het tab met ‘publieke instellingen’ navigeren. Hier kunnen *Owners* aanpassingen doen aan de zichtbaarheid van pagina’s. Daarnaast kunnen *Owners* ervoor kiezen om de downloads binnen de stijlgids- of downloads-pagina onzichtbaar te maken.



Figuur 33 – Naast gebruikersinstellingen kunnen *Owners* aanpassingen doen aan projectinstellingen. Hier komen zij eerst bij de algemene informatie van het project terecht. Daar is de naam, thumbnail (die in het merkenoverzicht te zien is) en de projectstatus aan te passen.



Figuur 34 – Tot slot kunnen *Owners* bij de instellingen aanpassingen doen aan de layout van de interface om het systeem visueel beter aan te laten sluiten bij de eigen merkidentiteit.

10. Eindconclusie

In het hi-fi prototype is zoveel mogelijk detail verwerkt binnen de scope van het project. Het grootste deel van het systeem is compleet, maar er zijn drie onderdelen waar na afronding van dit project nog veel werk ligt om het systeem ook echt te realiseren.

De lange termijn doelstelling van Das Buro is om dit systeem uiteindelijk als een service-model aan te kunnen gaan bieden aan andere ontwerpbureau's. In het ontwerp is meegenomen dat ontwerpbureau's alles binnen het systeem zelf moeten kunnen controleren, zonder dat hier externe partijen bij nodig zijn. Dit is terug te zien in de mogelijkheid om individuele projecten aan te kunnen maken, gebruikers toe te kunnen voegen en het kunnen bewerken van de merkverhaal- en stijlgids-pagina vanuit de projectomgeving zelf. Om dit doel te behalen, zal Das Buro onderzoek moeten doen naar de interesse van bureau's in dit systeem.

Naast onderzoek doen naar de interesse van andere bureau's moet er een marketingplan worden geschreven om het systeem naar buiten te brengen. Tijdens dit project is besproken dat het systeem huisstijl elementen van Das Buro moet bevatten, maar er kan nog veel gedaan worden aan de visuele stijl. Ik heb in het hi-fi prototype vooral de UI vormgegeven, maar een echt concrete 'stijl' bij het systeem is er nog niet. Deze stijl zal bijvoorbeeld ook in de marketing ervan terug moeten komen. Dit valt buiten de scope van het project en is daarom niet tot uiting gebracht.

Samen met de creative director ben ik aan het eind van dit project bij Omniscale (<https://www.omniscale.nl>) op bezoek geweest. Omniscale is een bedrijf van developers die mogelijk dit systeem zullen bouwen. Tijdens dit bezoek heeft de creative director het probleem en doel bij het project uitgelegd en heb ik vervolgens de aanwezigen meegenomen door het ontwerp.

Tijdens het gesprek is er door Omniscale aangehaald wat speerpunten zijn bij het bouwen van dit systeem. Omniscale was onder de indruk van hoe compleet het systeem eruit ziet, maar had nog wel een aantal opmerkingen bij verschillende onderdelen. Deze opmerkingen gingen voornamelijk over de opslag van de bestanden binnen het systeem en de kanttekeningen bij de editors. Omniscale legde uit dat het idee van de editors goed is, maar bij dat soort tools over het algemeen veel kanttekeningen komen kijken. Het systeem moet over desktop, maar ook mobiel goed werken. De functionaliteiten van de editors zoals deze er nu uit zien, zijn nog erg complex, vooral op het gebied van responsiveness.

Wat de doelstelling van dit project betreft, trek ik de conclusie dat deze op basis van het opgeleverde hi-fi prototype is gehaald. De tests hebben ervoor gezorgd dat de grootste usability problemen uit het ontwerp zijn gehaald en het ontwerp vriendelijk in gebruik is. Daarnaast zorgt het systeem ervoor dat de behoefte aan geprinte merkverhaal- of stijlgids-documenten niet meer nodig is. Het systeem maakt het mogelijk om voor verschillende opdrachtgevers digitale merkverhalen en stijlgidsen op te stellen. Doordat dit in een digitale omgeving kan, kunnen er altijd aanpassingen worden gedaan. Tot slot maakt het systeem het mogelijk om alle brand assets beschikbaar te stellen aan opdrachtgevers. Bij aanpassingen kunnen deze brand assets worden verwijderd en kan de nieuwe versie in het systeem worden gezet.

Reflectieverslag

Aantal woorden: 2214

11. Reflectieverslag

In dit hoofdstuk reflecteer ik op mijn proces en de kwaliteit van de producten die ik tijdens dit proces heb gemaakt. Ik licht hierbij toe waar ik tevreden over ben en waar ik niet tevreden over ben. Daarbij geef ik aan wat ik anders had gedaan en hoe ik dit de volgende keer zal doen.

11.1 Onderzoek

11.1.1 PROCES

Een ding wat voor mijzelf naderhand verwarrend was, zijn de onderzoeksvragen en user stories die ik tijdens de presentatie van de onderzoekresultaten heb gepresenteerd. Ik kwam later in het proces tot de conclusie dat ik intuïtief onderzoeksvragen en user stories heb gemaakt waarbij ik niet goed heb gekeken naar de doelstelling en onderzoekresultaten. Na het maken van beslissingen tijdens de discussie van de presentatie van de onderzoekresultaten heb ik nog eens naar mijn onderzoek gekeken. Hierbij kwam ik tot de conclusie dat de onderzoeksvragen en user stories niet goed aansloten op de doelstelling en de resultaten. Dit heb ik daarom aangepast, waardoor ik voor mijzelf concretere conclusies kon trekken over wat er in de conceptfase uitgewerkt moest worden en wat niet. De volgende keer moet ik kritischer zijn bij het koppelen van de doelstelling van het project aan de onderzoeksvragen en bij het koppelen van de conclusies uit de onderzoekresultaten aan de user stories.

Ik ben wel tevreden over de conclusies waar het onderzoek uiteindelijk in heeft geresulteerd. Het was, na verduidelijking van de onderzoeksvragen en user stories, erg helder wat er in het concept moest worden uitgewerkt.

11.1.2 KWALITEIT VAN PRODUCTEN

Journey map

De journey map was enorm informatief, daarnaast vond ik het ook erg leuk om een interactieve sessie te houden met de creative director en projectmanager. Tijdens de workshop was het interessant om te zien dat de deelnemers zelf ook achter nieuwe dingen van elkaar en het bedrijf kwamen. De journey map heeft daarom dus ook buiten nuttige informatie voor dit project, nuttige informatie voor Das Buro in zijn geheel naar voren gehaald. Bij het visualiseren van de journey map kwam ik erachter dat de workshop op sommige punten beter had kunnen zijn.

Het idee was om tijdens de workshop Theater De Meervaart als case te nemen. Uiteindelijk is er vooral algemeen gekeken naar wat er tijdens de verschillende fases voor punten naar voren komen. Dit was op zichzelf niet erg, want er is veel nuttige informatie verzameld, maar maakte de case van Theater De Meervaart overbodig. Als ik de workshop opnieuw mocht doen dan had ik geen specifieke case aan de workshop gekoppeld, maar had ik het proces in algemene zin behandeld, zoals uiteindelijk ook gebeurd is. Ik heb hier geen bevestiging van, maar het kan zo zijn dat als er strakker aan de case was gehouden, bepaalde problemen helemaal niet naar voren waren gekomen.

Tot slot ben ik tijdens de workshop vergeten notities te maken van de discussies die zijn gevoerd. Hierdoor ik miste ik bij sommige punten in de journey map wat context waardoor de oorzaak niet geheel duidelijk was. Dit heb ik later wel nagevraagd waardoor ik dit weer recht heb kunnen trekken.

Enquête

De enquête is minder van invloed op de conclusie van het onderzoek geweest dan de journey map. Das Buro is (wat blijkt uit de enquête) een fijne samenwerkingspartner. De resultaten uit de enquête sloten aan bij wat al bevonden was, maar hebben daarbij nauwelijks nieuwe inzichten naar voren gebracht. Als opdrachtgevers meer problemen met Das Buro hadden ervaren, had de enquête ook meer informatie opgeleverd.

Als ik de enquête opnieuw zou kunnen versturen was ik meer ingegaan op de wenselijkheid van het concept. Het is duidelijk dat dit wenselijk is aan de kant van Das Buro, maar er had meer informatie verzameld kunnen worden over de wensen van opdrachtgevers bij zo'n systeem.

Presentatie onderzoeksresultaten

Tijdens de presentatie had ik voor mijzelf nog niet helemaal duidelijk wat ik precies met de resultaten van het onderzoek moest gaan doen. Zoals ik eerder heb aangegeven heb ik op intuïtie de user stories en onderzoeksvragen opgesteld. Doordat ik hier voor mijzelf niet concreet genoeg in was ontstond er twijfel. Dit zorgde ervoor dat ik niet expliciet was in het doen van aanbevelingen tijdens de discussie. Ik heb mijn aanbevelingen wel duidelijk gemaakt, maar ik kan bij nader inzien zeggen dat ik het tijdens de discussie wat meer van de stakeholders hun kant heb laten komen. Ondanks deze twijfel heeft de presentatie wel het gewilde resultaat met zich meegebracht: de stakeholders op de hoogte stellen van de overwegingen die er gemaakt moesten worden en het nemen van beslissingen over deze overwegingen.

11.2 Concept en prototypes

11.2.1 PROCES

De conceptfase is soepel verlopen. Uit het onderzoek was duidelijk wat er in het concept verwerkt moest worden. Ik kon de user stories vrij eenvoudig concretiseren.

Wat ik bij nader inzien niet slim heb aangepakt, is het uitwerken van het definitieve concept (en het prototype wat daaruit voortkwam) in Figma. De keuze voor Figma heb ik gemaakt om de uitgebreidere prototyping mogelijkheden. Dit was bij nader inzien niet de tijd en moeite waard. Ook was deze extra interactie, voor zover ik heb meegekregen tijdens de test, van invloed op de testresultaten. Als ik dit allemaal zoals de rest van de wireframes en prototypes in Sketch had gedaan, had ik tijd kunnen besparen.

11.2.2 KWALITEIT VAN PRODUCTEN

Schetsen

Bij het opstellen van de schetsen had ik al een duidelijk beeld in mijn hoofd van hoe ik de systeemeisen naar schermen wilde gaan vertalen. Wat de doelstelling van het project betreft, lag de prioriteit van het systeem bij functionaliteit en niet bij de vorm hiervan. Om voor zoveel mogelijk efficiëntie te zorgen moest ik zoveel mogelijk bekende patronen in het ontwerp verwerken. Dit moest de juiste verwachting van de gebruiker vervullen en voorkomen er nieuwe, onbekende patronen aangeleerd moeten worden. De uitwerkingen zijn om deze redenen zo functioneel mogelijk in hun vorm.

De enige plek waar ik wel meer had kunnen verkennen is hoe Das Buro het merkverhaal tot uiting zou kunnen brengen binnen het systeem. Het merkverhaal moet vooral informatief zijn. De pagina bevat, behalve buttons, geen interactieve elementen. Hierdoor waren er bij nader inzien meer mogelijkheden om de focus op functie wat meer te verleggen naar de vorm.

Wireframes

De wireframes die ik tijdens de verschillende iteraties heb uitgewerkt, hebben hun rol binnen het proces correct ingevuld. Wat ik anders had kunnen doen, is de complexere flows, zoals het toevoegen van

gebruikers binnen het systeem of binnen de individuele projecten, door middel van flowcharts of wireflows uit kunnen werken. Dit had twee voordelen gehad:

- meer duidelijkheid voor mijzelf;
- meer duidelijkheid voor degene die mij van feedback voorzagen tijdens de evaluatiemomenten.

Ik heb tijdens de evaluatiemomenten de wireframes klikbaar gemaakt, waardoor er meer duidelijkheid was over de relatie van de schermen tot elkaar. Tijdens de evaluatiemomenten merkte ik dat sommige bij onderdelen, zoals het beheren van gebruikers, het toch nog lastig was om de intentie volledig te begrijpen. Flowcharts of wireflows hadden dit duidelijker kunnen maken.

11.3 Ontwerpen en testen

11.3.1 PROCES

Net als de conceptfase vond ik de ontwerpfase soepel verlopen. Ik wist precies hoe ik de wireframes naar een visueel ontwerp wilde vertalen. Google Material Design maakte dit eenvoudig en zorgde voor een goede balans in het ontwerp.

11.3.2 KWALITEIT VAN PRODUCTEN

Tests

Wat de tests voor en tijdens de ontwerpfase betreft, ben ik minder tevreden. Deze ontevredenheid richt zich op de tweede test die ik heb gehouden. De eerste test was informatief en bracht veel grote usability problemen met zich mee. Het enige wat ik aan te merken heb op de werkwijze tijdens de eerste test is dat er hier nog niet genoeg detail in het systeem was aangebracht om al specifiek op ‘aangenaamheid’ te testen. Veel van de onderdelen waren nog low-fi en zijn geen accurate weergave van de manier hoe ik deze op dat moment in mijn hoofd voor mij zag. De vragen in de questionnaires die zicht richtte op de aangenaamheid waren door het gebrek aan interactie en visuele ondersteuning overbodig.

Op basis van de resultaten uit de eerste test heb ik aanpassingen gedaan en een interactie ontwerp vastgesteld. Wat ik niet meer heb gedaan, maar wel had moeten doen is het valideren van deze aanpassingen. Hierbij had ik moeten bevestigen dat de aanpassingen ook werkelijk een verbetering en qua tijd efficiënter in gebruik waren. Tevens had ik bij de tweede test een visueel ontwerp uitgewerkt. Hierbij heb ik de minst complexe versie van het systeem getest. Ik had een accuratere weergave van de aangenaamheid van het systeem gehad als ik de test op het deel van het systeem had gericht wat door *owners* te zien is. Hier komt een hogere mate van complexiteit bij kijken, waardoor de usability dus een nog grotere rol speelt dan in de kant van het systeem die *viewers* te zien krijgen.

Tot slot heeft testen met opdrachtgevers door tijdsgebrek niet meer plaatsgevonden. De invloed hiervan valt mee, omdat dit deel van het systeem dus minder complex is. De enige informatie die daardoor wel ontbreekt is de mening en gedachten van opdrachtgevers over het systeem. Hierover had waardevolle informatie verzameld kunnen worden.

Hi-fi prototype

Het hi-fi prototype is, binnen de tijd die ik had voor het project, zo volledig mogelijk uitgewerkt. De belangrijkste pagina's en acties binnen het systeem zijn duidelijk en in detail uitgewerkt. Wat hier ontbreekt is de vormgeving van kleine interacties zoals wat er bijvoorbeeld gebeurt bij een drag & drop interactie of het slepen van een rij binnen de editors.

Wat de editors van het merkverhaal en de stijlgids betreft, zal er nog doorontwikkeld moeten worden. Deze onderdelen zijn simpelweg te complex gebleken om binnen de looptijd van dit project uit te werken. Idealiter worden deze onderdelen versimpeld en apart van het systeem op hun gebruiksvriendelijkheid getest. Ook het testen van deze onderdelen is lastig zonder dat dit als werkend prototype wordt gebouwd of in uitgebreidere prototyping tools zoals Framer X (<https://www.framer.com/>) wordt uitgewerkt. Dit is kostbaar in tijd en moeite en daarom is voor nu besloten om de editors binnen het systeem te laten voor wat ze zijn. De intentie van de editors om vanuit het systeem pagina's op te kunnen bouwen wordt wel duidelijk uit het hi-fi prototype.

11.4 Plannen en samenwerken

11.4.1 PROCES

Na afronding van dit project is het besef tot mij doorgedrongen wat het belang van een duidelijk plan van aanpak is. Wanneer de meetcriteria die aan de probleem- en doelstelling worden gekoppeld duidelijk worden uitgewerkt loop je aanzienlijk minder risico om tijdens het ontwerpproces de focus te verliezen en daardoor van het doel af te wijken. Daarnaast zorgt dit ervoor dat je concretere conclusies kan trekken. Door dit besef zal dit in de toekomst een groter deel van mijn aandacht krijgen dan dat het hiervoor deed.

Wat de planning van het project betreft, zal ik volgende keer concreter zijn in de momenten waarop ik feedback nodig heb. Dit zal ik doen door duidelijke deadlines voor mijzelf te stellen. Dit zorgt voor een stok achter de deur bij mijzelf, maar ook dat ik duidelijk kan communiceren naar andere stakeholders wanneer ik hun input nodig heb. Tijdens dit project heb ik onderschat hoe druk sommige mensen het dagelijks kunnen hebben. Het 'tussendoor' vragen van feedback komt hierdoor vaak ongelegen wat ten koste gaat van de kwaliteit van de feedback.

11.4.2 KWALITEIT VAN PRODUCTEN

Planning

Zoals ik in het dossier al heb toegelicht sloot de initiële planning van de concept- en ontwerpfase niet aan bij de onderzoeksresultaten en de user stories die daar uit voort kwamen. Ik heb er goed aan gedaan om dit tussentijds aan te passen. Doordat ik dit op tijd heb gedaan is het project qua planning goed verlopen. Ik heb de meeste producten op de planning op tijd af gekregen en ben niet in tijdsnood gekomen.

11.5 Reflectie op het project

Ik heb het enorm naar mijn zin gehad tijdens dit afstudeertraject. Iedereen waarmee ik heb samengewerkt was erg behulpzaam en nieuwsgierig. Die nieuwsgierigheid kwam vooral doordat ik als interactie ontwerper een andere expertise bezit dan de meeste mensen werkzaam bij Das Buro. Das Buro is gespecialiseerd in branding en heeft dan ook voornamelijk mensen in dienst die een achtergrond in grafisch ontwerp hebben. Het was leuk om te zien hoe hun ontwerpproces verschilt tegenover het proces wat wij tijdens Communication & Multimedia Design hebben aangeleerd. Dit heeft voor mij het verschil tussen interactie ontwerp en grafisch ontwerp nog duidelijk gemaakt.

Wat het ontworpen systeem betreft, denk ik dat dit grote waarde heeft voor Das Buro. Tijdens de afstudeerperiode merkte ik dat er soms wat kleine problemen naar voren kwamen bij communicatie tussen Das Buro en opdrachtgevers waarbij ik meteen kon zien dat een systeem zoals ik nu heb ontworpen dit soort problemen zou voorkomen.

In maatschappelijke zin zal dit systeem een positieve impact hebben in het gemak waarmee Das Buro, opdrachtgevers van Das Buro en in de toekomst hopelijk ook andere ontwerpbureau's en hun opdrachtgevers hun werk kunnen doen. Het systeem zorgt voor duidelijkere communicatie en minder afhankelijkheid van elkander. Zoals in de opdracht aangegeven werd volstaan geprinte exemplaren van stijlguides simpelweg niet meer in een tijd waarin er met een hoog tempo nieuwe online mogelijkheden worden ontwikkeld. Dit systeem biedt daar een oplossing voor en zal daarom alleen nog maar belangrijker worden.

Bronvermelding

S. Diamon & E. Kolvitz (2017). *Digital Asset Management For Dummies: Bynder Special Edition*. West Sussex, Engeland: John Wiley & Sons, Ltd..

Knapp, J., Zeratsky, J., & Kowitz, B. (2016). *Sprint: A Radically New Way to Test Ideas, Solve Problems and Answer Your Most Pressing Questions* (4e ed.). Londen, Groot-Brittanië: Penguin Random House.

Barnum, C. M. (2010). *Usability Testing Essentials: Ready, Set- Test!* (4e ed.). Burlington, MA, Verenigde Staten: Morgan Kaufmann Publishers.

Quesenbery, W. (n.d.). Using the 5Es to Understand Users - Whitney Interactive Design. Geraadpleegd op 16 februari, 2019, op <https://www.wqusability.com/articles/getting-started.html>

Boag, P. (2019, May 22). What Is Customer Journey Mapping and How to Start? Geraadpleegd op 20 februari, 2019, op <https://boagworld.com/audio/customer-journey-mapping/>

Nielsen, J. (n.d.). Demonstrate Thinking Aloud by Showing Users a Video. Geraadpleegd op 12 april, 2019, op <https://www.nngroup.com/articles/thinking-aloud-demo-video/>

Lewis, J. R. (1995) *IBM Computer Usability Satisfaction Questionnaires: Psychometric Evaluation and Instructions for Use*. uit International Journal of Human-Computer Interaction, 7:1, 57-78

Bijlagen

Bijlage A: Afstudeeropgave

Studentnummer: 14024918

Naam: Luc van Bokhoven

Bedrijfsnaam: Das Buro

Website of naam applicatie: Nog niet bekend

Afstudeeropdracht

Ontwikkel een online branding guide/toolkit. Die ervoor zorgt dat bedrijven al hun brand assets (logo's, kleuren, huisstijl-elementen, templates, etc.) overzichtelijk en actueel kunnen inzien en gebruiken.

1. Bedrijfsomschrijving en context van de opdracht

Bedrijfsomschrijving

Das Buro is een ontwerpbureau dat zich specialiseert in branding. Ze combineren strategie, design en communicatie om zo een ervaring rond een merk neer te zetten. Das Buro biedt de volgende diensten aan:

- merk strategie: bedrijven helpen hun doel, missie en visie te verduidelijken;
- merk ontwerpen: visuele en verbale identiteit;
- merk activatie: communicatie-uitingen on- en offline, interne en externe campagnes.

Das Buro bestaat uit twee merkstrategen, vijf ontwerpers en een projectmanager. Erecode, een developersteam, is gelieerd aan Das Buro. Bij Erecode werken 3 developers.

Context van de opdracht

Regie houden over je merk en visuele verschijning wordt voor bedrijven steeds belangrijker. Met snel groeiende online mogelijkheden krijgt het merk steeds meer verschillende uitingen en wil daar consistent mee communiceren. Een snel verouderd gedrukt exemplaar van een merkboek volstaat niet meer in een tijd waarin merken sneller in moeten spelen op veranderingen.

Tijdens deze afstudeeropdracht moet er een *'branding toolkit'* worden ontworpen. De branding toolkit zal de vorm aannemen van een intranet waar uitsluitend Das Buro en opdrachtgevers van Das Buro toegang tot zullen hebben. Alle brand assets kunnen hier eenvoudig en overzichtelijk worden gerubriceerd, worden gedownload en worden doorgestuurd naar derden die ermee gaan werken. Het kan een verzamelplek zijn voor alle actuele communicatie uitingen. Nieuwe merk-richtlijnen kunnen eenvoudig worden ge-update en het systeem stelt je op de hoogte van de nieuwste updates.

In eerste instantie zal Das Buro dit platform gebruiken voor hun eigen opdrachtgevers. Voor een service-fee zal de toolkit te gebruiken zijn. In een later stadium kan gekeken worden of het als product kan worden uitgerold en worden gebruikt door andere buro's en merken.

2. Probleemstelling

Het probleem bij deze opdracht is dat de branding toolkit momenteel nog mist binnen Das Buro. Dit zorgt ervoor dat Das Buro minder efficiënt te werk kan gaan met de aanlevering van brand assets. Daarnaast zorgt dit ervoor dat opdrachtgevers een slecht overzicht hebben van aangeleverde bestanden.

3. Doelstelling van de afstudeeropdracht

Het doel van de opdracht is om een gebruiksvriendelijke omgeving te ontwerpen waarin Das Buro en opdrachtgevers van Das Buro efficiënt te werk kunnen gaan met het aanleveren en gebruiken van de verschillende brand assets die Das Buro creëert.

4. Resultaat

Ik zal verantwoordelijk zijn voor het opleveren van een werkend hi-fi prototype en een onderzoeksrapport. Dit onderzoeksrapport moet inzicht geven in de bevindingen van mijn onderzoek. Daarnaast moet het onderzoeksrapport aan kunnen tonen waarom er voor bepaalde ontwerpbeslissingen is gekozen. Het hi-fi prototype zal een weergave worden van het uiteindelijke ontwerp. Hier wordt duidelijk wat voor interactie er binnen de toolkit aanwezig is en hoe dit er visueel moet komen uit te zien.

5. “Denkwijze” over de aanpak

Das Buro heeft mijn hulp ingeschakeld omdat er moet worden onderzocht wat voor functionaliteiten er binnen dit platform ontworpen moeten worden. Ten eerste zal ik informatie moeten verzamelen over hoe de twee doelgroepen momenteel te werk gaan met brand assets. Wat werkt momenteel al goed en waar liggen de grootste pain points? Om vervolgens voor Das Buro en hun opdrachtgevers een efficiëntere werkomgeving te ontwerpen komen er twee vragen naar voren:

- Wat voor functionaliteiten moeten er aanwezig zijn om de doelstellingen van Das Buro te kunnen bereiken?
- Wat voor functionaliteiten moeten er aanwezig zijn om de doelstellingen van opdrachtgevers van Das Buro te kunnen bereiken?

Het onderzoek zal gericht zijn op de manier waarop Das Buro en opdrachtgevers van Das Buro omgaan met hun brand-assets. Daarnaast zal er worden gekeken naar gelijke systemen of platformen die eenzelfde service aanbieden. Deze fase zal ik afsluiten met een onderzoeksrapport.

Na uitgebreid onderzoek gedaan te hebben zal ik verschillende concepten uitzetten en samen met Das Buro in gesprek gaan over wat op basis van de onderzoeksresultaten de beste beslissing is. Hierbij zal input van Das Buro wederom erg belangrijk zijn omdat het uiteindelijk een product wordt wat zij zelf gaan gebruiken.

Nadat er een duidelijk richting van het concept is gekozen zal ik in gaan op de interactie en vorm van het platform. Dit zal in detail worden uitgewerkt met daarbij nog een visuele stijl. Deze fase zal waarschijnlijk resulteren in verschillende prototypes die getest worden.

6. Motivatie voor deze opdracht

Ik wilde graag ervaren hoe het er in een bedrijf aan toe gaat wat zich specifiek op ontwerpen richt. Na mijn studie wil ik graag werken in een ontwerpbureau. Das Buro sluit goed bij deze wens aan. Daarnaast is mijn interesse voor ontwerpen vanuit branding gekomen dus trok dit bedrijf mij heel erg.

Wat betreft de opdracht denk ik dat hij vrij uniek is en daarmee ook uitdagend. Het is iets heel anders dan een website ontwerpen zoals wij tijdens de studie vaak hebben gedaan. Bij deze opdracht is de focus op interactie nog groter en belangrijker. Het zal een sterke toevoeging zijn aan mijn portfolio voor na mijn studie.

Bijlage B: Transcriptie van de briefing

Interview transcriptie

Deelnemers

Hans de Ruiter
Luc van Bokhoven

Datum

07 / 02 / 2019

Context

Dit interview is gehouden om met Hans te bespreken welke richting we op willen met dit project. Het doel is om ideeën te bespreken en dieper inzicht te krijgen in de werkwijze die binnen Das Buro wordt toegepast.

Duur

00:56:59

Transcriptie

00:02:50 - 00:04:11

Hans:

Dus Mezz is dan een soort 'het ontdek podium' van muziek, populaire muziek. Maar als ze dan groter worden moet je naar O13 of Paradiso. Dus eigenlijk is de *promise* [In het proces] 'Let's Mezz (Mess) things up.'. Als je hier komt dan maken we er gewoon een feestje van. En er kan een keer iets fout gaan en uit de hand lopen, maar dat maakt niet uit want we zijn Mezz. Weet je wel dus je mag er wel wat. Dat is eigenlijk de *purpose* van hun. En dit is eigenlijk een samenvatting van alles wat we daar hebben besproken. En dit zou ook een plek kunnen krijgen in die brand guide. Ik weet nog niet hoe, maar zou wel uh... [wordt onderbroken]

Luc:

Dus eigenlijk dat je in die guide ook een soort overzicht kan maken om nog eens een keer op terug te vallen?

Hans:

Ja, bijvoorbeeld.

Luc:

En dit dan ook voor de opdrachtgever om even te kunnen kijken.

00:07:59 - 00:08:51

Luc:

Ik wilde eigenlijk even inzoomen op wat die brand guide moet gaan doen en dat gaat eigenlijk voor het grootste deel over het managen en aanleveren van jullie producten die jullie maken, toch? Dat is eigenlijk het eerste punt...

Hans:

Ja... eigenlijk ook een beetje de ruis wegnemen. Soms gaan er namelijk logo's naar de opdrachtgever die nét nog niet af zijn of die ergens nog niet helemaal goed zijn. Je wilt voorkomen dat er 35 soorten van het logo ergens rond banjeren, maar dat er maar één is en die vind je daar [de brand guide in dit geval]. De regie behouden.

00:10:46 - 00:12:06

Hans:

Wat wel misschien grappig is, is de waarom. Dat je daarmee begint. We hebben Mezz gerestyled 'omdat', weet je wel. Wat was de initiële vraag van hun? Ze kwamen er niet uit, ze hadden niet genoeg bezoekers of iets dergelijks. Dat kunnen allemaal redenen zijn waarom mensen voor zo'n rebranding kiezen. Daar zou je natuurlijk wel mee kunnen starten... Een soort voorwoord met 'Dit was de situatie en dit hebben we gedaan'.

Luc:

Dus dat je voor jezelf eigenlijk een soort overzicht hebt over waarom jullie überhaupt die opdracht hebben gekregen.

Hans:

Ja, maar niet alleen voor ons. Ook voor de opdrachtgever. De opdrachtgever die snapt het vaak ook niet. Of mensen die erbij komen [het bedrijf van de opdrachtgever] of aangenomen worden. We hebben bijvoorbeeld Muziekgebouw Eindhoven gerestyled *want 'tik tik tik'*. Daarom en daarom. En daar staan we nu. Dat je een soort inhoud krijgt.

00:12:24 - 00:14:23

Luc:

Ik zit een beetje te zoeken naar wanneer de brand guide een rol spelen in jullie proces? Want jullie hebben al een eigen werkwijze, maar op een gegeven moment wordt die 'ruis' te veel en daar wil je die brand guide eigenlijk voor hebben. Waar begint dat bij? Waar begint die onduidelijkheid te komen?

Hans:

Die onduidelijk is er eigenlijk altijd. Dat is iets wat we moeten oplossen. We krijgen altijd een heleboel input, maar dat zijn ook gesprekken... Dat is van alles. Maar ik vind dat dat iets is wat we hier intern moeten regelen. Die brand guide is meer een soort communicatie tool tussen ons en opdrachtgevers. Ik vind het wel een hele goede wat je net opmerkt over wanneer die brand guide een rol gaat spelen. Wanneer zeg je tegen de opdrachtgever van 'Hé we hebben dit en dit, moet je eens even kijken, want dit staat al klaar voor je.'.

Luc:

Wat heb je daarover in hoofd?

Hans:

Ja nog niks... het is goed dat je dat aangeeft. Wat wel zou kunnen, wat heel vaak gevraagd wordt is als je een presentatie hebt gegeven is of je hem even kan sturen... Je kan ook zeggen van 'Oke, je kan gelijk naar de brand guide en er staat een overzicht van de presentatie voor je klaar.'. En dan kan je hem downloaden bijvoorbeeld. Dat zou mooi zijn.

Luc:

Dat je er een soort archief in hebt over wat allemaal besproken is tijdens het proces?

Hans:

Ja... misschien dat dat wel een goed ding zou zijn. Het is wel gelijk heel duidelijk.

00:16:42 - 00:25:16

Hans:

Die eerste stap is om die *purpose* duidelijk te krijgen. Dat is eigenlijk het onderzoek. Daar koppelen we eigenlijk heel weinig terug naar de opdrachtgever. Af en toe een presentatie, maar daar speelt dit [de brand guide] nog niet echt een rol. Pas als je die visuele identiteit gaat ontwerpen en die presentaties gaan naar die klant toe, dan zou het tof zijn als je de brand guide introduceert en dat je zegt 'hier kan je alles volgen.' En vervolgens als het concept van de stijl af is dan ga je pas die uitingen uitwerken, het logo, de kleuren, lettertypes, vormen, allemaal dat soort dingen. En dát moet allemaal in die brand guide komen. Dan moet er echt een overzicht komen van alles. Maar daarvoor vind ik het wel heel mooi dat je ook een soort archief hebt van de presentaties. En erna is het ook heel tof als je een archief hebt van dingen die gemaakt zijn.

Stel je hebt het concept van de visuele identiteit. Zo gaat alles eruit zien. Als het concept akkoord is ga je eigenlijk pas het logo, de kleuren en het lettertype definitief maken. Dan heb je een soort van je gereedschapskist. En met die gereedschapskist ga je weer een affiche maken, of een brochure, of een website. En dan ga je die uitingen eigenlijk allemaal maken. En die uitingen daar is de vraag van tot in hoeverre die hier in gaan komen. (...) Nee dat is niet de vraag... Ik denk dat die er in moet komen.

Luc:

Want die stijlelementen is iets wat jullie zelf gebruiken eigenlijk? Jullie maken voor de meeste opdrachtgevers de uitingen neem ik aan?

Hans:

Nee. Net als Muziekgebouw Eindhoven hebben wij heel die stijl gemaakt, templates. En vervolgens gaat iemand anders ermee aan de slag. Of iemand intern, of een ander bureau, of wij weer. Er zijn een heleboel mensen die ermee werken. Vandaar dat het allemaal zo eenduidig moet zijn. Dat ze daar allemaal gebruik van kunnen maken.

Luc:

Jullie maken ook uitingen voor opdrachtgevers neem ik aan?

Hans:

Ja...

Luc:

Dus dan zou je daar ook een deel voor moeten hebben. De stijl elementen zijn eigenlijk de tools die je kan gebruiken maar dan krijg je daarna nog een soort deel voor templates?

[Schets]

Hans:

Het begint met een onderzoek zo'n stijl. Dat is de eerste bouwsteen. Dan ga je verder met bouwen, dat is de strategie. Hupla. Dan heb je conceptstijl. Omdat het dan nog niet goed in detail is uitgewerkt. Hieruit volgt eigenlijk je logo, kleur, typo, vorm. Dat is waar we nu bij Meervaart zitten. Meervaart is echt een mooie case hiervoor. Vervolgens krijg je hierboven krijg je eigenlijk clusters van uitingen. Dus dat zijn promotie, online, signing, kleding. Ik noem er maar even een paar. En bij promotie heb je bijvoorbeeld een affiche of een flyer of een brochure. Dat zijn allemaal uitingen hierboven. Dus ik denk ook dat we hierzo dingen maken of gemaakt worden door de opdrachtgever. Misschien zou je die guide wel op die manier kunnen opdelen. Dat dit is het gedeelte [deel met onderzoek, strategie, conceptstijl] 'op de hoogte', waar natuurlijk een hele hippe engelse naam bij komt. Dit is het deel waar je een opdrachtgever meeneemt in zijn proces. Zo zorg je ervoor dat die opdrachtgevers altijd hun presentaties kunnen downloaden zodat je een overzicht ervan hebt. Daar introduceer je ze in de guide. Hierzo [gereedschappen] denk ik dat het gewoon een heel functioneel ding moet zijn met de stijlelementen. Dit [de templates] zijn de templates. Dus bijvoorbeeld bij het affiche hebben we een A2 template, die leveren we op, en

die kan je downloaden. Dus als je een A2 poster nodig hebt kan je die hier downloaden. En dit [deel boven templates] is meer een soort evaluatie ding. Waarbij je zegt als wij iets maken zetten wij gewoon het eindproduct of een plaatje van het eindproduct in een soort database. En dat doen onze opdrachtgevers dan ook en externe partijen die ermee werken doen dat ook. Dan krijg je namelijk een overzicht van alle affiches die gemaakt zijn of alle online banner die verschenen zijn en zo kun je dus eigenlijk zien of dit [de gereedschappen] goed wordt toegepast. En hier kun je dan gesprekken over hebben met je opdrachtgevers.

Luc:

Dus je wilt dat je hier ook eigenlijk een soort discussies onder kan voeren.

Hans:

Het liefste wel ja. Stel bij Muziekgebouw Eindhoven. Die opdrachtgever raken we een beetje kwijt omdat dit [de gereedschappen] allemaal gedaan is. Zij kunnen allemaal dingen zelf maken. Dus die gaan lekker los. De regels zijn helder. Maar op een gegeven moment na een jaar gaan er natuurlijk dingen scheef lopen. Dus dan wil je dat je eigenlijk weer aan tafel gaat zitten bij die opdrachtgever en zegt 'Wat is er allemaal gemaakt? Gaat het allemaal goed? We zien dit en dit, wat heb je hierin nog nodig? Lukt het met die stijl? Is het herkenbaar genoeg?'.

Luc:

Dus het platform is eigenlijk ook een manier om opdrachtgevers een beetje bij je te houden?

Hans:

Ja, dit is eigenlijk veel belangrijker. Dat je kijkt van klopt het allemaal wel. Dat je aan tafel zit bij die opdrachtgever en dat je op een inhoudelijke en strategische manier naar die uitingen kijkt.

00:33:18 - 00:44:09

Luc:

Dat vraag ik me dus inderdaad een beetje af met dit [op de hoogte gedeelte], welke richting je daar dan mee op zou willen gaan. Want je kan wel al die presentaties er in zetten, maar wat halen zij [opdrachtgevers] daar uiteindelijk uit dat het ook waard is om in de guide te zetten.

Hans:

Ik denk dat dit gedeelte meer is om met opdrachtgevers samen te werken. Dat zij het gevoel krijgen van 'Oke we doen dit samen'. Je kan er gelijk bij, het is toegankelijk.

Luc:

Dus je wilt dat ze echt inzage krijgen in het proces...

Hans:

Dat ze het gevoel hebben dat ze meteen al van ons samen wordt en niet alleen van ons [Das Buro]. Dat wij het aan hen presenteren maar dat het een ding is waar we samen aan werken. Eigenlijk is dat het gene wat je hier wilt bereiken.

(...)

Luc:

Jullie maken ook een planning voordat je aan een project begint, die bespreek je ook met de opdrachtgever. Dat je eigenlijk stapsgewijs kan zien wat jullie gedaan hebben en wat daar dan voor tussenproducten bij zijn gemaakt zoals een presentatie.

Hans:

Het zou natuurlijk heel tof zijn als dat meteen aan heel het systeem gekoppeld is. Die planning.

(...)

Luc:

Ik zit nu in me hoofd te denken dat je die planning hebt, die staat een soort vast, maar dat je zelf punten kan toevoegen met 'Dit hebben we nu gedaan, de volgende stap is dat we dit gaan doen...'. Dat zou dan interactief zijn.

[Hans schetst het idee]

[Luc geeft verdere toelichting bij het idee]

Hans:

Het zou ook tof zijn als je hier op een gegeven moment zegt 'Geef akkoord' *tik tik* klaar. Dat ze laten weten dat ze het er mee eens zijn. En dit zou ook grappig zijn. Stel dat het een soort evaluatie ding is dat je uit het systeem een soort mailtje kan opstellen. Dat zou helemaal leuk zijn. [Schetst idee] Hier zie je wat er gemaakt is bijvoorbeeld. Dat er automatisch een e-mail wordt gemaakt met deze uitingen er in die dan naar de opdrachtgever worden gestuurd met 'Hé, we gaan dit evalueren. Dan en dan heb je daar tijd voor.'. Maar goed, dat is even een sidestep. Zijn even ideetjes. Maar dit [het idee over stappen zelf opnemen] vind ik wel een hele leuke. Want dan wordt het echt wel een soort... Dat stappenplan vind ik een goed idee.

Luc:

Ja, want ik zat een beetje te denken van ja als je alleen een presentatie in zet is het van 'oke, er staat alleen een presentatie...'. Maar als je een soort geschiedenis opbouwt.

Hans:

Ja, en dat je hier ook altijd mee begint. Als jij als opdrachtgever er dan komt dan zie je precies dit meteen: 'Waar zit ik in het proces?'.

Luc:

Eigenlijk is dit deel [gereedschappen, templates] best wel recht voor zijn raap. Dit is een interessant onderdeel wat het speciaal maakt. Ik zat heel erg te kijken naar bijvoorbeeld Cocoon. Als je naar die functionaliteiten kijkt is het eigenlijk precies dit [gereedschappen, templates (een media management systeem)]. Ongeveer. Waarom zou je dit dan zelf gaan ontwikkelen, dat kost geld. Wat is dan het unique selling point om zo'n platform zelf te laten ontwikkelen. Als je zoiets [stappenplan] er in zou zetten wordt het ineens wel interessant voor opdrachtgevers.

Hans:

Ja dat klopt. Dat vind ik ook. Dat bedoelde ik maandag ook eigenlijk van dat je dit kan kopiëren en dan ben je in een week klaar. Maar je moet iets hebben wat het uniek maakt.

(...)

Het is wel grappig want laatst was ik bij Xaam, die opdrachtgever van ons. Die leggen zonnepanelen op daken van agrariërs en zorginstellingen enzo. En die hebben dus een contract met een opdrachtgever van hun en dat contract wordt getekend en pas een jaar later liggen die zonnepanelen er. In de tussentijd horen die opdrachtgevers helemaal niks van hen. Ze hebben ook zoiets van 'we moeten gewoon af en toe een update hebben van "we zijn hier mee bezig" of "dit is er rond", "we komen je dak versterken", "de transformator is binnen"... Allemaal dat soort momentjes die je met hen moet communiceren.

Luc:

Zodat ze weten dat je ze niet vergeten bent.

Hans:

Ja, dat is het enige wat zo iemand wilt weten. Dat ze hard en druk ermee bezig zijn. En dat moeten we hier ook mee laten zien. Zo van: we zijn hierzo nu.

(...)

Wat hier zo goed aan is is dat die stappen voor veel opdrachtgevers soms wel twintig keer uitgelegd moeten worden wat er iedere stap gaat gebeuren. En als je dat iedere keer voor je snufferd krijgt en je hebt zoiets van ‘oke we zitten nu daar’, dan kan je het er over hebben.

Luc:

Oke, want dat is dus ook echt een probleem wat je hebt? Dat opdrachtgevers niet altijd het grote plaatje kunnen zien en het daarom niet snappen.

Hans:

Ja, het is hetzelfde als dat wij nu zitten te praten en in mijn hoofd zit hier van alles en in jou hoofd zit van alles. En dat moet op elkaar af gestemd worden. En dat is met een opdrachtgever ook zo. Als wij ons proces uitleggen dan vertellen we dat allemaal en dan vertellen we heel veel in een half uur, maar als zij ergens de weg kwijt raken in mijn verhaal dan gaat er al iets scheef. En dan krijg je later allemaal vragen. Wat ik onder een concept huisstijl versta is dat die stijl gewoon geschetst is, dat we uitingen hebben geschetst, maar dat zijn nog geen definitieve uitingen. Dat is nog geen affiche, geen brochure. Het is ongeveer een brochure die er ongeveer zo uit kan zien, maar dat is nog niet de echte. Daar zit een verschil tussen. Want als je hem echt gaat maken kost dat heel veel tijd. Even vlug schetsen of de stijl goed werkt op zo’n brochure dat is gewoon onderdeel van het ontwerpproces. Het uitwerken komt erna. Voor veel mensen is dat lastig want in de presentatie ziet het er al af uit... ‘Stuur even die bestanden op, dan kunnen we aan de slag.’. Maar dat kan helemaal niet.

(...)

Net als waar Deborah nu aan bezig is. Aan de brochure voor Meervaart. Die hebben we wel al geschetst in de presentatie. Zo zou de brochure er ongeveer uit kunnen zien. En nu is ze al vier dagen bezig om dat helemaal fine te tunen. En dan pas is die af. Dus dat kost heel veel tijd.

(...)

Dat verschil en die stappen, dat zou tof zijn, als ze daar meteen, als een opdrachtgever met zo’n opdracht bij ons komt, bijvoorbeeld Meervaart of Muziekgebouw Eindhoven, dat je meteen kan zeggen ‘Oke, we hebben een portal’ en er wordt uitgelegd wat we allemaal doen en daar komen al die stappen in en dan kun je precies alles volgen. We kunnen er ook iedere keer naar verwijzen. (...) Het hoeft van mij niet een soort Slack te worden. Dat is veel te veel. Veel te moeilijk. Het moet niet echt een communicatie tool worden, maar meer een soort ‘geruststel-tool’ [gelach].

00:44:39 - 00:46:25

Hans:

Weet je wat het ook zou kunnen zijn, nu we het hier toch over hebben. Ik zei net van die mailtjes he. Je kan natuurlijk ook bij deze fase [proces voor levering van producten] kan je ook af en toe gewoon een mail sturen van ‘He, dit is de staat van het project, we hebben hier deze presentatie gehouden, die kan je daar downloaden, dit gaan we nu doen en dan gaan we naar de volgende stap. Dat er een mailtje vanuit het systeem komt.

Luc:

Ja dus dat zijn eigenlijk dan die updates met ‘Hé er is een stap bij of we zijn aan iets nieuws begonnen.’. Waarom en wat volgt daarop.

Hans:

Ja en dit zou gewoon een soort koppeling van MailChimp kunnen zijn die misschien informatie hier uit haalt en die we dan zelf aanvullen. Dat er gewoon een mooi opgemaakt mail komt met dit hebben we gedaan, dit is de update van je project en die gaat daar [de opdrachtgever] naartoe. Dat zou tof zijn. Die zou Carole kunnen maken samen met mij. Dat we om de maand of paar weken gewoon even een update sturen.

00:47:01 - 00:47:56

Luc:

Ik wilde nog opdrachtgevers gaan spreken, maar vraag me nu wel af of dat nu al nodig is. Misschien is het handiger als iets verder ben en al met iets van een product aankom en of ze dat interessant vinden.

Hans:

Ik denk dat je goed vragen moet stellen voor die vier stappen. Dus 'Vind je dat je goed op de hoogte wordt gehouden?'. Allemaal dat soort vragen. 'Missen jullie iets in communicatie? Zijn jullie wel eens zenuwachtig of iets op tijd wordt geleverd?'

00:49:05 - 00:50:15

Hans:

Ik vind het grappig dat we nu als tool hebben vastgesteld dat je meer met de klant gaat samenwerken, dat het meer een soort geruststelling is. Niet meer zo'n 'we zijn hier'. Dat het meer een update ding is. En dat mensen kunnen zien waar alles nu staat.

Luc:

Ik zat de hele tijd over dit [de stijl elementen] na te denken, maar eigenlijk is dit best wel duidelijk in de zin van wat dat moet gaan doen. Het is alleen bij dit deel [evaluatie deel] hoe je dat gaat doen. Maar dit [op de hoogte deel] is eigenlijk veel interessanter om iets uniekers neer te zetten. In plaats van een tool om bestanden aan te leveren.

Bijlage C: Presentatie journey mapping workshop

Workshop

Journey mapping

Waarom?

Projectcommunicatie verbeteren



Inzichtelijk maken van ontwerpproces voor opdrachtgevers

Meer efficiëntie bij de aanlevering van stijlelementen en communicatie-uitingen

Waarom?

Projectcommunicatie verbeteren

Das Buro
Ontwerpproces optimaliseren



Opdrachtgever
Een betere ervaring tijdens samenwerking met Das Buro

Fases

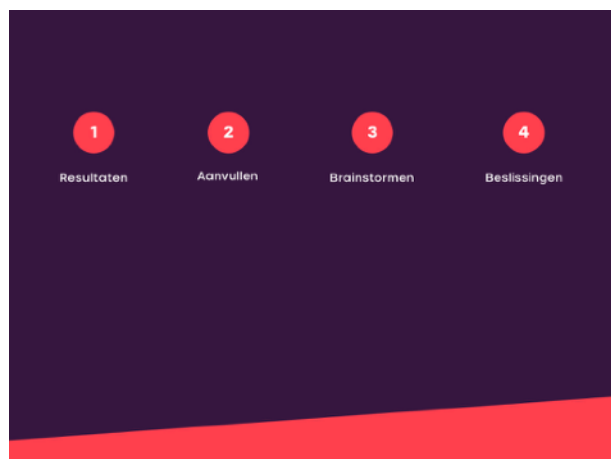
Kick-off Onderzoek Strategie Identiteit Activatie Afronding



	Kick-off	Onderzoek	Strategie	Identiteit	Activatie	Oplevering / Afronding
Task's & action's						
Questions						
Touchpoints						
		Mail, koffie, telefoontjes etc. Interacties Communicatie met opdrachtgever				

	Kick-off	Onderzoek	Strategie	Identiteit	Activatie	Oplevering / Afronding
Task's & action's						
Questions						
Touchpoints						
Emoties en wensen						
Pain points						
Ideeën & kansen						

Bijlage D: Presentatie onderzoeksresultaten



Doelstelling

Een gebruiksvriendelijke omgeving ontwerpen waarin Das Buro en opdrachtgevers efficiënter met elkaar kunnen samenwerken. Hierbij moet er meer inzicht zijn in het ontwerpproces zijn en meer efficiëntie bij het gebruik van stijlelementen en communicatie-uitingen.

Probleemstelling

Communicatie verloopt niet altijd goed. Dit zorgt voor onduidelijkheid tijdens het ontwerpproces en bij de aanleveringen en het gebruik van stijlelementen en communicatie-uitingen.

Resultaten

- Gebrek aan helderheid over tussenproducten
- Opdrachtgevers missen vaak 'het grote plaatje'
- Er is vaak 'ruis' wat regie over een project behouden lastiger maakt
- Geen communicatie waarbij uitingen worden geëvalueerd
- Behalve alleen het toegankelijker aanbieden van stijlelementen, templates en uitingen ook meer inzicht in ontwerpproces bieden.

Resultaten

- Opdrachtgevers zijn erg tevreden over Das Buro
- Mist soms stukje contact tussen briefing en het eerste concept
- Geen inzicht hebben is niet per sé erg
- Zelf implementeren van stijl brengt regelmatig twijfel met zich mee

Als opdrachtgever van Das Buro...

Wil ik het merkverhaal helder maken aan mijn eigen werknemers...

Zodat zij begrip hebben over wat het merk naar de doelgroep moet communiceren.

Als Das Buro...

Willen wij kunnen zien wie de verantwoordelijken en beslissers zijn binnen, maar ook buiten de projectteams van opdrachtgevers...

Zodat er duidelijk is wie invloed heeft op het project.

Als Das Buro...

Willen wij gemaakte stijlelementen en communicatie-uitingen zo overzichtelijk mogelijk aanbieden...

Zodat de opdrachtgever weet waar zij al hun behoeften kunnen vinden.

Als Das Buro...

Willen wij inzichtelijk maken wat er met de besproken en beslist is tijdens het ontwerpproces...

Zodat de opdrachtgever helderheid heeft over de overwegingen die van invloed zijn op het eindresultaat.

Als opdrachtgever van Das Buro...

Wil ik een effectieve merkervaring aan mijn klanten bieden...

Zodat zij ons met een goede klantervaring associëren.

Als opdrachtgever van Das Buro...

Wil ik mijn merk strategisch in de markt plaatsen...

Zodat ik een beter bereik richting de doelgroep heb.

Als Das Buro...

Willen wij na afronding van een project samen met de opdrachtgever gemaakte uitingen evalueren...

Zodat er geen kwaliteitsverlies plaatsvindt en er kansen voor nieuw werk ontstaan.

Als Das Buro...

Willen wij de merkstrategie- en identiteit duidelijk maken aan opdrachtgevers...

Zodat zij begrijpen hoe deze moet worden toegepast tijdens de implementatie.

Deelvraag 1

Welke problemen komen er tijdens samenwerkingen met opdrachtgevers naar voren waardoor inefficiëntie ontstaat?

- Verantwoordelijkheden binnen projectteams soms niet helemaal duidelijk
- Tijdens onderzoek mist soms interne terugkoppeling, afstemming en communicatie met opdrachtgever kan hierdoor lastiger worden
- Opdrachtgevers missen soms een bepaald kennis niveau
- Opdrachtgevers snappen soms 'het grote plaatje' niet
- Onjuiste verwachtingen en onduidelijkheid toepassing strategie en identiteit
- Tijdens de activatie-fase ontstaat veel 'ruis' en wordt regie houden lastiger gemaakt
- Onduidelijkheid bij de opdrachtgever over implementatie van de stijl
- Kwaliteitsverlies na afronding van projecten

Deelvraag 2

Op welke momenten binnen het ontwerpproces moet het systeem ondersteuning bieden?

- Start van het project verantwoordelijkheden helder maken
- Het grote plaatje helder krijgen voor opdrachtgevers
- Helderheid creëren over implementatie van stijl
- Rust brengen bij activatie-fase
- Evaluatie van gemaakte uitingen

Onderzoeksvraag

Welke componenten moeten er binnen het systeem aanwezig zijn om de samenwerking tussen Das Buro en opdrachtgevers efficiënter te laten verlopen?

Bijlage D – Testplan

In dit document licht ik toe hoe ik van plan ben om tijdens dit project het systeem te testen. Dit doe ik aan de hand van het beschrijven van de testdoelen, methodologie en gebruikersprofielen. Daarna koppel ik aan deze doelen en gebruikers scenario's en taken die zij tijdens de tests moeten doorlopen. Tot slot licht ik de evaluatiemethodes en testomgeving toe.

Achtergrondinformatie & methodologie

Probleemstelling en testdoelen

Omdat er nog geen werkend systeem is, test ik het systeem op twee momenten. Het eerste testmoment is na het uitwerken van het definitieve concept. Het tweede testmoment is na het uitwerken van een visueel ontwerp.

Test I

Tijdens test I wordt het definitieve concept getest. Het concept wordt hier in wireframes uitgewerkt die vervolgens klikbaar worden gemaakt. Het resultaat hiervan wordt een low-fi prototype van het systeem zoals de 'owners' dat zullen zien. 'Owner' is een van de gebruikersprofielen binnen het systeem. Dit profiel kan je vergelijken met een administrator-rol.

De keuze om deze kant van het systeem te testen heb ik gemaakt omdat dit de meest complexe uiting van het systeem wordt. De administratoren kunnen het grootste aantal handelingen uitvoeren en hebben toegang tot alle onderdelen van het systeem. De belangrijkste acties die binnen deze kant van het systeem moeten worden uitgevoerd, zijn als volgt:

1. gebruikers beheren (systeemeis 11);
2. projecten beheren (systeemeis 10);
3. bestanden beheren (systeemeis 3, 5, 6, 7 en 8);
4. het merkverhaal bewerken (systeemeis 1 en 4);
5. de stijlgids bewerken (systeemeis 2 en 4).

De acties binnen het systeem die hier nog niet getest worden, zullen in Test II worden geëvalueerd.

Test II

Test II zal in gaan op de usability van de 'viewer'-kant van het systeem. Op basis van de testresultaten uit test I zullen de grootste usability problemen binnen het systeem zijn opgelost en wordt er een visueel ontwerp gemaakt. Test II moet laten blijken of het visueel ontwerp ook vriendelijk is in gebruik. De testdoelen die dit aan moeten tonen zijn:

1. het navigeren door het systeem;
2. het zoeken van informatie;
3. het downloaden en delen van bestanden (systeemeis 9).

Methodologie

Er is gebruik gemaakt van formatieve tests. Er is hiervoor gekozen omdat het systeem nog in ontwikkeling is en de usability problemen binnen het ontwerp nog moeten worden vastgesteld. Daarnaast kunnen formatieve tests

kleinschaliger worden toegepast in tegenstelling tot summatieve tests die over het algemeen grotere aantallen nodig hebben.

2.3 Gebruikersprofielen

Groep A – Owners & Editors

Deze groep zal deelnemen aan test I. De testpersonen zijn uitgekozen op basis van hun functie binnen Das Buro. Zij zullen allen het gebruikersprofiel van óf ‘owner’ óf ‘editor’ aannemen.

De testpersonen in Groep A bestaan uit:

- Deborah Kreeft, Junior Ontwerper
- Sanne Meijer, Ontwerper
- Lot Broekhuizen, Ontwerper
- Carole Peeters, Projectmanager

Groep B – Viewers

Deze groep zal deelnemen aan test II. De testpersonen uitgekozen voor deze groep zullen de rol van ‘viewer’ binnen het systeem hebben. De testpersonen bestaan uit mensen die tijdens hun werk vaak met door Das Buro gemaakte assets aan het werk zijn.

- Niels Polderman, Erecode, Developer
- Dragan Barisic, Erecode, Developer
- Tony van de Polder, Tonyworks, Animator

Scenario's en taken

Test I

Scenario 1	
Testdoel: Gebruikers beheren	
Systeemeis(en): 11	
“Jullie hebben een fotograaf waar jullie geregeld intern mee samenwerken. De fotograaf werkt mee aan verschillende projecten die momenteel bij jullie lopen.”	
Taak 1.1	Voeg de fotograaf toe aan het algemene systeem.
Taak 1.2	Zorg ervoor dat de fotograaf toegang heeft tot project 1 en 2. Houd er mee rekening dat de fotograaf geen pagina's of bestanden binnen het project mag bewerken.

Scenario 2	
Testdoel: Projecten beheren	
Systeemeis(en): 10	
“Er is zojuist een overeenkomst met een opdrachtgever gesloten. Tijdens het gesprek is de opdrachtgever aan het systeem geïntroduceerd, waarop er vervolgens veel interesse werd getoond. Voorgaand aan het gesprek zijn er al twee presentatie gegeven. De opdrachtgever heeft deze presentaties al via de mail ontvangen, maar door kennismaking met het systeem leek het een goed idee om deze presentaties ook hier beschikbaar te stellen. Vervolgens kunnen er in een later stadium van het project meer dingen binnen het systeem worden toegevoegd.”	
Taak 2.1	Log in en maak een nieuw project aan binnen het systeem. Zorg ervoor dat alle projectinformatie compleet wordt ingevuld.
Taak 2.2	Stel de presentaties beschikbaar binnen het zojuist aangemaakte systeem.
Taak 2.3	Zorg ervoor dat de opdrachtgever de bestanden kan downloaden.

Scenario 3	
Testdoel: Bestanden beheren	
Systeemeis(en): 3, 5, 6, 7 en 8	
“Jullie zijn aan het werken aan de visuele identiteit van een opdrachtgever. Het grootste deel van de identiteit hebben jullie al vast staan en binnen het systeem beschikbaar gesteld. Zojuist hebben jullie in een gesprek akkoord gekregen op de verschillende templates die zijn ontwikkeld. Om ervoor te zorgen dat de opdrachtgever te werk kan gaan met de templates stel je deze beschikbaar binnen het systeem.”	
Taak 3.1	Neem voor dit scenario aan dat de templates in een gezamenlijk bestand verpakt zitten. Zorg ervoor dat dit bestand binnen het systeem te downloaden is. Je wilt er hierbij voor zorgen dat de templates in een aparte categorie ingedeeld zijn.
Taak 3.2	Je wilt merkt dat er een video bestand in een verkeerde categorie staat ingedeeld. Zet dit bestand in de juiste categorie.
Taak 3.3	Je hebt met de opdrachtgever afgesproken dat alle bestanden binnen ‘downloads’ openbaar moeten zijn voor mensen die geen gebruikersprofiel binnen het systeem of project hebben. Stel alle bestanden binnen downloads beschikbaar aan mensen zonder log-in.

Scenario 4	
Testdoel: Het merkverhaal bewerken	
Systeemeis(en): 1 en 4	
“Er is zojuist definitief akkoord gegeven op de strategie en identiteit van een opdrachtgever. Om hun merkverhaal duidelijk te maken wil je deze binnen het systeem aanbieden.”	
Taak 4.1	Zorg ervoor dat je het merkverhaal binnen het project kan bewerken.
Taak 4.2	Voeg tussen de twee tekstblokken en het tekstblok met de gecentreerde tekst een blok met beeld toe.
Taak 4.3	Zorg ervoor dat er twee kolommen met beeld zijn in plaats van een groot beeld en voeg het beeld toe.

Scenario 4	
Testdoel: Het merkverhaal bewerken	
Systeemeis(en): 1 en 4	
“Er is zojuist definitief akkoord gegeven op de strategie en identiteit van een opdrachtgever. Om hun merkverhaal duidelijk te maken wil je deze binnen het systeem aanbieden.”	
Taak 4.4	Omdat het linker beeld niet geschikt voor mobiel is wil je in het geval dat het merkverhaal op mobiel wordt weergegeven er een ander beeld verschijnt. Voeg deze toe.
Taak 4.5	Sla de wijzigingen die je aan het merkverhaal hebt gemaakt op.

Scenario 5	
Testdoel: De stijlgids bewerken	
Systeemeis(en): 1 en 4	
“Er is zojuist akkoord gegeven op de visuele identiteit van een opdrachtgever. Om deze beschikbaar aan hen te stellen wil je regels opstellen binnen een stijlgids.”	
Taak 4.1	Zorg ervoor dat je het merkverhaal binnen het project kan bewerken.
Taak 4.2	Voeg tussen de twee tekstblokken en het tekstblok met de gecentreerde tekst een blok met beeld toe.
Taak 5.1	Voeg tussen de introducerende tekst en de download knop een beeld toe.
Taak 5.2	Voeg tussen de download knop en de twee kolommen met beeld een tekstblok toe.
Taak 5.3	Voeg binnen het tekst blok een stuk met body tekst toe.
Taak 5.4	Sla de wijzigingen binnen de stijlgids op.

Test II

In test II kijken de scenario's van elkaar af. De reden hiervoor is dat de testpersonen werkzaam zijn in verschillende bedrijven en dus in andere context met het systeem zullen werken. De taken zijn hierbij zoveel mogelijk hetzelfde gehouden, zodat de resultaten consistent met elkaar blijven.

Scenario's en taken voor Dragan Barisic en Niels Polderman

Scenario 1	
Testdoel: Navigeren door het systeem en zoeken van informatie	
Systeemeis(en): -	
“Je bent net gebriefd over de ontwikkeling van de nieuwe website van Meervaart. Voordat je begint met bouwen wil je je inlezen over de visuele identiteit achter Meervaart en heb je een aantal bestanden nodig.”	
Taak 1.1	Je wilt ten eerste weten wat het idee achter de identiteit van Meervaart is. Ga op zoek naar ‘het centrale idee’ achter Meervaart.

Scenario 1	
Testdoel: Navigeren door het systeem en zoeken van informatie	
Systeemeis(en): -	
“Je bent net gebriefd over de ontwikkeling van de nieuwe website van Meervaart. Voordat je begint met bouwen wil je je inlezen over de visuele identiteit achter Meervaart en heb je een aantal bestanden nodig.”	
Taak 1.2	Voor het maken van de uitingen heb je de HEX kleurcodes van de huisstijl kleuren nodig. Ook heb je de bestanden voor de lettertypes nodig. Zoek de kleuren en lettertypes op en download deze.

Scenario 2	
Testdoel: Het downloaden en delen van bestanden	
Systeemeis(en): 9	
“Je hebt voor het bouwen van de website contact met een externe partij over een animatie die in de website verwerkt moet worden. Door miscommunicatie heeft de partij het verkeerde logo variant gebruikt. Je wilt hem het goede logo bestand sturen. Ook zijn de proporties van de ‘highlights’ verkeerd.”	
Taak 2.1	Deel via een directe download link de juiste bestanden met hem. Dit zijn de volgende bestanden: - Logo variant 2 - Illustrator bestand met Highlights

Scenario's en taken voor Tony van de Polder

Scenario 1	
Testdoel: Navigeren door het systeem en zoeken van informatie	
Systeemeis(en): -	
“Je bent net gebriefd over een aantal animaties die je voor Meervaart gaat maken. Voordat je begint wil je je inlezen over de visuele identiteit achter Meervaart en heb je een aantal bestanden nodig.”	
Taak 1.1	Je wilt ten eerste weten wat het idee achter de identiteit van Meervaart is. Ga op zoek naar ‘het centrale idee’ achter Meervaart.
Taak 1.2	Voor het maken van de animaties heb je de HEX kleurcodes van de huisstijl kleuren nodig. Ook heb je de bestanden voor de lettertypes nodig. Zoek de kleuren en lettertypes op en download deze.

Scenario 2	
Testdoel: Het downloaden en delen van bestanden	
Systeemeis(en): 9	
<i>“Je bent net gebriefd over een aantal animaties die je voor Meervaart gaat maken. Voordat je begint wil je je inlezen over de visuele identiteit achter Meervaart en heb je een aantal bestanden nodig.”</i>	
Taak 2.1	Deel via een directe download link de juiste bestanden met hem. Dit zijn de volgende bestanden: - Logo Variant 2 - Logo animatie

Evaluatie methodes

De tests worden zowel kwantitatief als kwalitatief worden beoordeeld. Tijdens de uitleg van de test vraag ik de testpersonen om gebruik te maken van de ‘think-aloud’-methode. Ik leg hierbij het doel uit en toon een video (<https://www.nngroup.com/articles/thinking-aloud-demo-video/>) als voorbeeld. De ‘think-aloud’-methode helpt mij bij het begrijpen van de afwegingen en keuzes die de testpersonen tijdens het uitvoeren van taken maken. Ook krijg ik door middel van deze methode beter inzicht in de duidelijkheid van de informatie binnen het systeem.

Er zal na afronding van alle scenario's een post-scenario questionnaire worden ingevuld:

1. Ik ben tevreden over het gemak waarmee ik de taken in dit scenario heb kunnen voltooien.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens

2. Ik ben tevreden over de hoeveelheid tijd die het kostte om de taken in dit scenario te voltooien.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens

3. Ik vind dat alle informatie (termen, knoppen etc.) duidelijk zijn in relatie tot de functie.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens

Hier kan ik per scenario zien of de taken binnen dit scenario effectief en efficiënt kunnen worden uitgevoerd en of de informatie die de testpersoon daarbij tegenkomt, begrijpbaar is. Daarnaast laat ik

de testpersonen een post-test questionnaire invullen. Hierbij maak ik gebruik van de *Computer System Usability Questionnaire* (CSUQ) die is ontwikkeld door James Lewis bij IBM. Deze questionnaire gaat in op de 5E's zoals beschreven in paragraaf 2.7.1.

1. In het algemeen ben ik tevreden over hoe makkelijk het is om dit systeem te gebruiken. (Effectiviteit)						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens

2. Het was makkelijk om deze website te gebruiken. (Effectiviteit)						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens

3. Ik kan door middel van dit systeem op een effectieve manier mijn werk voltooien. (Effectiviteit)						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
4. Ik kan door middel van dit systeem mijn werk snel voltooien. (Efficiëntie)						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
5. Ik kan door middel van dit systeem mijn werk op een efficiënte manier voltooien. (Efficiëntie)						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
6. Ik voel me comfortabel bij het gebruik van dit systeem. (Aangenaamheid)						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
7. Het was makkelijk om te leren hoe dit systeem gebruikt moet worden. (Begrijpbaarheid)						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
8. Ik ben productief bij gebruik van deze website. (Aangenaamheid)						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
9. De website geeft error signaleren die mij duidelijk vertellen hoe ik het probleem moet oplossen. (Fouttolerantie)						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
10. Als ik een fout binnen het systeem maak, kan ik hiervan snel herstellen. (Fouttolerantie)						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
11. De informatie die het systeem weergeeft is duidelijk. (Begrijpbaarheid)						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
12. Het is makkelijk om de benodigde informatie te vinden. (Begrijpbaarheid)						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
13. De informatie die het systeem weergeeft is makkelijk te begrijpen. (Begrijpbaarheid)						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
14. De informatie is effectief in het helpen bij uitvoering van taken. (Effectiviteit)						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
15. De organisatie van informatie binnen het systeem is duidelijk. (Begrijpbaarheid)						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens

16. De interface van het systeem is aangenaam. (Aangenaamheid)						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
17. Ik vind het leuk om de interface van dit systeem te gebruiken. (Aangenaamheid)						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
18. Het systeem heeft alle mogelijkheden en functies die ik verwacht dat het heeft. (Aangenaamheid)						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
19. In het algemeen ben ik tevreden over het systeem.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens

Aansluitend op het invullen van de post-test questionnaire verzamel ik kwalitatieve feedback door samen met de testpersoon door de gegeven antwoorden heen te lopen. Hierbij kan ik extra toelichting vragen bij de gegeven scores.

Testomgeving

De test heeft plaatsgevonden binnen de werkplek van Das Buro. Daar is een vergaderzaal aanwezig die een rustige, afgesloten omgeving biedt zodat de gebruiker zich volledig op de test kan focussen. Voor de testpersoon stond een laptop klaar met daarbij uitgeprinte instructies (de scenario's en taken) en vragenlijsten. Ik heb naast de testpersoon plaatsgenomen om observaties te kunnen doen bij het uitvoeren van de test en om tijdens de test ondersteuning te bieden waar nodig.

Overige aanmerkingen

Screeners

Er wordt tijdens de twee tests geen gebruik gemaakt van screeners. Deze keuze heb ik gemaakt omdat alle testpersonen bekend zijn en aan alle criteria van de doelgroep, zoals beschreven in paragraaf 2.5.1, voldoen.

Beperkingen van het prototype

Het interactie ontwerp dat wordt getest, bevat een aantal modulaire interface elementen die complexe flows bevatten. De elementen kunnen op verschillende manieren worden bewerkt en gebruikt. Omdat de prototyping tools die ik tot mijn beschikking heb nog niet zijn geoptimaliseerd voor dit soort interfaces, heb ik ervoor gekozen om de opzet van de test als volgt aan te pakken:

Ik heb een potentiële user flow in grote lijnen binnen het prototype uitgezet, maar binnen de flow heb ik ruimte voor eigen inbreng overgelaten. Bij de taakbeschrijving die testpersoon te zien krijgt, zal meer hulp worden gegeven om de persoon de uitgewerkte user flow in te helpen, maar zal daarna weer, net zoals de andere taken, ruimte voor eigen interpretatie bieden.

Ook bevinden binnen het systeem veel invoervelden. De prototyping tools die ik tot mijn beschikking heb, geven geen mogelijkheid om deze door middel van eigen input van de gebruiker te bewerken. Hierbij is aangenomen dat

wanneer de gebruiker op het invoerveld klikt er een gewenst resultaat is bereikt. De invoervelden zullen op basis van een klik die het veld moet selecteren worden ingevuld, zodat de gebruiker door kan gaan met de taak.

De beperkingen van de prototypes en de consequenties daarvan zal ik voordat de test begint, toelichten aan de testpersonen.

Bijlage E – Questionnaires en notities test I

Lot Broekhuizen

Scenario 1

1. Ik ben tevreden over het gemak waarmee ik de taken in dit scenario heb kunnen voltooien.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens
2. Ik ben tevreden over de hoeveelheid tijd die het kostte om de taken in dit scenario te voltooien.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens
3. Ik vind dat alle informatie (termen, knoppen etc.) duidelijk zijn in relatie tot de functie.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens

Scenario 2

1. Ik ben tevreden over het gemak waarmee ik de taken in dit scenario heb kunnen voltooien.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens
2. Ik ben tevreden over de hoeveelheid tijd die het kostte om de taken in dit scenario te voltooien.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens
3. Ik vind dat alle informatie (termen, knoppen etc.) duidelijk zijn in relatie tot de functie.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens

Scenario 3

1. Ik ben tevreden over het gemak waarmee ik de taken in dit scenario heb kunnen voltooien.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens
2. Ik ben tevreden over de hoeveelheid tijd die het kostte om de taken in dit scenario te voltooien.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens
3. Ik vind dat alle informatie (termen, knoppen etc.) duidelijk zijn in relatie tot de functie.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens

Scenario 4

1. Ik ben tevreden over het gemak waarmee ik de taken in dit scenario heb kunnen voltooien.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens
2. Ik ben tevreden over de hoeveelheid tijd die het kostte om de taken in dit scenario te voltooien.				

Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens
3. Ik vind dat alle informatie (termen, knoppen etc.) duidelijk zijn in relatie tot de functie.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens

Scenario 5

1. Ik ben tevreden over het gemak waarmee ik de taken in dit scenario heb kunnen voltooien.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens
2. Ik ben tevreden over de hoeveelheid tijd die het kostte om de taken in dit scenario te voltooien.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens
3. Ik vind dat alle informatie (termen, knoppen etc.) duidelijk zijn in relatie tot de functie.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens

Post-test questionnaire

1. In het algemeen ben ik tevreden over hoe makkelijk het is om dit systeem te gebruiken.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
2. Het was makkelijk om deze website te gebruiken.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
3. Ik kan door middel van dit systeem op een effectieve manier mijn werk voltooien						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
4. Ik kan door middel van dit systeem mijn werk snel voltooien.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
5. Ik kan door middel van dit systeem mijn werk op een efficiënte manier voltooien.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
6. Ik voel me comfortabel bij het gebruik van dit systeem.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
7. Het was makkelijk om te leren hoe dit systeem gebruikt moet worden.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
8. Ik ben productief bij gebruik van deze website.						

1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
9. De website geeft error signaleren die mij duidelijk vertellen hoe ik het probleem moet oplossen.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
10. Als ik een fout binnen het systeem maak, kan ik hiervan snel herstellen.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
11. De informatie die het systeem weergeeft is duidelijk.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
12. Het is makkelijk om de benodigde informatie te vinden.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
13. De informatie die het systeem weergeeft is makkelijk te begrijpen.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
14. De informatie is effectief in het helpen bij uitvoering van taken.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
15. De organisatie van informatie binnen het systeem is duidelijk.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
16. De interface van het systeem is aangenaam.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
17. Ik vind het leuk om de interface van dit systeem te gebruiken.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
18. Het systeem heeft alle mogelijkheden en functies die ik verwacht dat het heeft.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
19. In het algemeen ben ik tevreden over het systeem.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens

Scenario 1

1. Ik ben tevreden over het gemak waarmee ik de taken in dit scenario heb kunnen voltooien.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens
2. Ik ben tevreden over de hoeveelheid tijd die het kostte om de taken in dit scenario te voltooien.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens
3. Ik vind dat alle informatie (termen, knoppen etc.) duidelijk zijn in relatie tot de functie.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens

Scenario 2

1. Ik ben tevreden over het gemak waarmee ik de taken in dit scenario heb kunnen voltooien.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens
2. Ik ben tevreden over de hoeveelheid tijd die het kostte om de taken in dit scenario te voltooien.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens
3. Ik vind dat alle informatie (termen, knoppen etc.) duidelijk zijn in relatie tot de functie.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens

Scenario 3

1. Ik ben tevreden over het gemak waarmee ik de taken in dit scenario heb kunnen voltooien.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens
2. Ik ben tevreden over de hoeveelheid tijd die het kostte om de taken in dit scenario te voltooien.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens
3. Ik vind dat alle informatie (termen, knoppen etc.) duidelijk zijn in relatie tot de functie.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens

Scenario 4

1. Ik ben tevreden over het gemak waarmee ik de taken in dit scenario heb kunnen voltooien.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens
2. Ik ben tevreden over de hoeveelheid tijd die het kostte om de taken in dit scenario te voltooien.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens

3. Ik vind dat alle informatie (termen, knoppen etc.) duidelijk zijn in relatie tot de functie.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens

Scenario 5

1. Ik ben tevreden over het gemak waarmee ik de taken in dit scenario heb kunnen voltooien.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens
2. Ik ben tevreden over de hoeveelheid tijd die het kostte om de taken in dit scenario te voltooien.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens
3. Ik vind dat alle informatie (termen, knoppen etc.) duidelijk zijn in relatie tot de functie.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens

Post-test questionnaire

1. In het algemeen ben ik tevreden over hoe makkelijk het is om dit systeem te gebruiken.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
2. Het was makkelijk om deze website te gebruiken.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
3. Ik kan door middel van dit systeem op een effectieve manier mijn werk voltooien						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
4. Ik kan door middel van dit systeem mijn werk snel voltooien.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
5. Ik kan door middel van dit systeem mijn werk op een efficiënte manier voltooien.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
6. Ik voel me comfortabel bij het gebruik van dit systeem.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
7. Het was makkelijk om te leren hoe dit systeem gebruikt moet worden.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
8. Ik ben productief bij gebruik van deze website.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens

9. De website geeft error signaleren die mij duidelijk vertellen hoe ik het probleem moet oplossen.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
10. Als ik een fout binnen het systeem maak, kan ik hiervan snel herstellen.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
11. De informatie die het systeem weergeeft is duidelijk.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
12. Het is makkelijk om de benodigde informatie te vinden.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
13. De informatie die het systeem weergeeft is makkelijk te begrijpen.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
14. De informatie is effectief in het helpen bij uitvoering van taken.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
15. De organisatie van informatie binnen het systeem is duidelijk.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
16. De interface van het systeem is aangenaam.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
17. Ik vind het leuk om de interface van dit systeem te gebruiken.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
18. Het systeem heeft alle mogelijkheden en functies die ik verwacht dat het heeft.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
19. In het algemeen ben ik tevreden over het systeem.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens

Scenario 1

1. Ik ben tevreden over het gemak waarmee ik de taken in dit scenario heb kunnen voltooien.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens
2. Ik ben tevreden over de hoeveelheid tijd die het kostte om de taken in dit scenario te voltooien.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens
3. Ik vind dat alle informatie (termen, knoppen etc.) duidelijk zijn in relatie tot de functie.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens

Scenario 2

1. Ik ben tevreden over het gemak waarmee ik de taken in dit scenario heb kunnen voltooien.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens
2. Ik ben tevreden over de hoeveelheid tijd die het kostte om de taken in dit scenario te voltooien.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens
3. Ik vind dat alle informatie (termen, knoppen etc.) duidelijk zijn in relatie tot de functie.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens

Scenario 3

1. Ik ben tevreden over het gemak waarmee ik de taken in dit scenario heb kunnen voltooien.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens
2. Ik ben tevreden over de hoeveelheid tijd die het kostte om de taken in dit scenario te voltooien.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens
3. Ik vind dat alle informatie (termen, knoppen etc.) duidelijk zijn in relatie tot de functie.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens

Scenario 4

1. Ik ben tevreden over het gemak waarmee ik de taken in dit scenario heb kunnen voltooien.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens
2. Ik ben tevreden over de hoeveelheid tijd die het kostte om de taken in dit scenario te voltooien.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens

3. Ik vind dat alle informatie (termen, knoppen etc.) duidelijk zijn in relatie tot de functie.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens

Scenario 5

1. Ik ben tevreden over het gemak waarmee ik de taken in dit scenario heb kunnen voltooien.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens
2. Ik ben tevreden over de hoeveelheid tijd die het kostte om de taken in dit scenario te voltooien.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens
3. Ik vind dat alle informatie (termen, knoppen etc.) duidelijk zijn in relatie tot de functie.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens

Post-test questionnaire

1. In het algemeen ben ik tevreden over hoe makkelijk het is om dit systeem te gebruiken.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
2. Het was makkelijk om deze website te gebruiken.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
3. Ik kan door middel van dit systeem op een effectieve manier mijn werk voltooien						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
4. Ik kan door middel van dit systeem mijn werk snel voltooien.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
5. Ik kan door middel van dit systeem mijn werk op een efficiënte manier voltooien.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
6. Ik voel me comfortabel bij het gebruik van dit systeem.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
7. Het was makkelijk om te leren hoe dit systeem gebruikt moet worden.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
8. Ik ben productief bij gebruik van deze website.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens

9. De website geeft error signaleren die mij duidelijk vertellen hoe ik het probleem moet oplossen.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
10. Als ik een fout binnen het systeem maak, kan ik hiervan snel herstellen.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
11. De informatie die het systeem weergeeft is duidelijk.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
12. Het is makkelijk om de benodigde informatie te vinden.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
13. De informatie die het systeem weergeeft is makkelijk te begrijpen.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
14. De informatie is effectief in het helpen bij uitvoering van taken.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
15. De organisatie van informatie binnen het systeem is duidelijk.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
16. De interface van het systeem is aangenaam.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
17. Ik vind het leuk om de interface van dit systeem te gebruiken.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
18. Het systeem heeft alle mogelijkheden en functies die ik verwacht dat het heeft.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
19. In het algemeen ben ik tevreden over het systeem.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens

Notities

Carole

Scenario 1

Twijfel of ze eerst project in moet om toe te voegen
Gaaf toch eerst project in maar erna meteen weer terug
Icoon voor instellingen wordt geassocieerd met filtreren
Tandwielje wordt verwacht als icoon voor instellingen
Intern of extern is niet helemaal duidelijk

Scenario 2

Project toevoegen gaat makkelijk
Bestanden toevoegen gaat makkelijk
Project meteen bewerken na aanmaken

Scenario 3

Per bestand publiek kunnen zetten
Instellingen opslaan feedback
Wilt zien voor wie het zichtbaar is

Scenario 4

Twijfelt of je in instellingen het merkverhaal moet bewerken
Verwacht een plus knopje om iets toe te voegen

Scenario 5

Verwacht dat het hetzelfde werkt als merkverhaal

Notities – Lot

Scenario 1

Wilt toevoegen d.m.v. bewerken
Project bewerken om toegang te geven

Scenario 2

Zou klant meteen willen kunnen toevoegen
Meerdere bestanden tegelijk toevoegen met een '+'
Teveel handelingen

Scenario 3

Niet duidelijk of ze in projectomgeving zit

Scenario 4

Wilt kunnen dupliceren

Beetje verstoort

Scenario 5

Bewerken komt niet helemaal overeen met hoe het er normaalgesproken uitziet

Notities – Sanne

Scenario 1

Wilt via project bewerken een gebruiker toevoegen

Kan zich voorstellen dat je vanuit een zelf werkt

Scenario 2

Feedback bij succesvol uploaden

Denkt dat dashboard naar overzicht

Meteen nieuwe gebruikers toe kunnen voegen

Icoon voor terug naar projectoverzicht is niet duidelijk

Scenario 3

Denkt dat '22MB' het maximaal aantal wat je kan uploaden is

Denkt dat 'nieuwe bestandsnaam' overbodig is

'terug'-knop mist op sommige plekken

Bijlage F – Questionnaires en notities test II

Dragan Barisic

Notities

- Merkverhaal is duidelijk
- Do's & dont's zijn duidelijk
- Iconen in de stijlguides zijn wat klein
- Snapt het 'winkelmand'-concept, benoemt dit zelf ook
- Link kopiëren bij de HEX-codes is duidelijk
- Geen opties aanwezig hoe je de directe download link kan delen

Scenario 1

1. Ik ben tevreden over het gemak waarmee ik de taken in dit scenario heb kunnen voltooien.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens
2. Ik ben tevreden over de hoeveelheid tijd die het kostte om de taken in dit scenario te voltooien.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens
3. Ik vind dat alle informatie (termen, knoppen etc.) duidelijk zijn in relatie tot de functie.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens

Scenario 2

1. Ik ben tevreden over het gemak waarmee ik de taken in dit scenario heb kunnen voltooien.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens
2. Ik ben tevreden over de hoeveelheid tijd die het kostte om de taken in dit scenario te voltooien.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens
3. Ik vind dat alle informatie (termen, knoppen etc.) duidelijk zijn in relatie tot de functie.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens

Post-test questionnaire

1. In het algemeen ben ik tevreden over hoe makkelijk het is om dit systeem te gebruiken.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
2. Het was makkelijk om deze website te gebruiken.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens

3. Ik kan door middel van dit systeem op een effectieve manier mijn werk voltooien						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
4. Ik kan door middel van dit systeem mijn werk snel voltooien.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
5. Ik kan door middel van dit systeem mijn werk op een efficiënte manier voltooien.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
6. Ik voel me comfortabel bij het gebruik van dit systeem.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
7. Het was makkelijk om te leren hoe dit systeem gebruikt moet worden.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
8. Ik ben productief bij gebruik van deze website.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
9. De website geeft error signaleren die mij duidelijk vertellen hoe ik het probleem moet oplossen.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
10. Als ik een fout binnen het systeem maak, kan ik hiervan snel herstellen.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
11. De informatie die het systeem weergeeft is duidelijk.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
12. Het is makkelijk om de benodigde informatie te vinden.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
13. De informatie die het systeem weergeeft is makkelijk te begrijpen.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
14. De informatie is effectief in het helpen bij uitvoering van taken.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
15. De organisatie van informatie binnen het systeem is duidelijk.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens

16. De interface van het systeem is aangenaam.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
17. Ik vind het leuk om de interface van dit systeem te gebruiken.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
18. Het systeem heeft alle mogelijkheden en functies die ik verwacht dat het heeft.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
19. In het algemeen ben ik tevreden over het systeem.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens

Notities

- Vraagt zich af wat de inhoud van de downloads in de stijlgids is
- Vindt de interface overzichtelijk en 'clean'
- Gaat eerst bij stijlgids naar downloads zoeken

Scenario 1

1. Ik ben tevreden over het gemak waarmee ik de taken in dit scenario heb kunnen voltooien.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens
2. Ik ben tevreden over de hoeveelheid tijd die het kostte om de taken in dit scenario te voltooien.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens
3. Ik vind dat alle informatie (termen, knoppen etc.) duidelijk zijn in relatie tot de functie.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens

Scenario 2

1. Ik ben tevreden over het gemak waarmee ik de taken in dit scenario heb kunnen voltooien.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens
2. Ik ben tevreden over de hoeveelheid tijd die het kostte om de taken in dit scenario te voltooien.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens
3. Ik vind dat alle informatie (termen, knoppen etc.) duidelijk zijn in relatie tot de functie.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens

Post-test questionnaire

1. In het algemeen ben ik tevreden over hoe makkelijk het is om dit systeem te gebruiken.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
2. Het was makkelijk om deze website te gebruiken.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
3. Ik kan door middel van dit systeem op een effectieve manier mijn werk voltooien						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
4. Ik kan door middel van dit systeem mijn werk snel voltooien.						

1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
5. Ik kan door middel van dit systeem mijn werk op een efficiënte manier voltooien.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
6. Ik voel me comfortabel bij het gebruik van dit systeem.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
7. Het was makkelijk om te leren hoe dit systeem gebruikt moet worden.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
8. Ik ben productief bij gebruik van deze website.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
9. De website geeft error signaleren die mij duidelijk vertellen hoe ik het probleem moet oplossen.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
10. Als ik een fout binnen het systeem maak, kan ik hiervan snel herstellen.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
11. De informatie die het systeem weergeeft is duidelijk.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
12. Het is makkelijk om de benodigde informatie te vinden.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
13. De informatie die het systeem weergeeft is makkelijk te begrijpen.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
14. De informatie is effectief in het helpen bij uitvoering van taken.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
15. De organisatie van informatie binnen het systeem is duidelijk.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
16. De interface van het systeem is aangenaam.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
17. Ik vind het leuk om de interface van dit systeem te gebruiken.						

1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
18. Het systeem heeft alle mogelijkheden en functies die ik verwacht dat het heeft.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
19. In het algemeen ben ik tevreden over het systeem.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens

Notities

- ‘Winkelwagen’-concept is duidelijk en wordt benoemd
- Download-knoppen in de stijlgids mogen groter
- Iets specifieker in wat er met delen gebeurt

Scenario 1

1. Ik ben tevreden over het gemak waarmee ik de taken in dit scenario heb kunnen voltooien.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens
2. Ik ben tevreden over de hoeveelheid tijd die het kostte om de taken in dit scenario te voltooien.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens
3. Ik vind dat alle informatie (termen, knoppen etc.) duidelijk zijn in relatie tot de functie.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens

Scenario 2

1. Ik ben tevreden over het gemak waarmee ik de taken in dit scenario heb kunnen voltooien.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens
2. Ik ben tevreden over de hoeveelheid tijd die het kostte om de taken in dit scenario te voltooien.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens
3. Ik vind dat alle informatie (termen, knoppen etc.) duidelijk zijn in relatie tot de functie.				
Volledig oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Volledig eens

Post-test questionnaire

1. In het algemeen ben ik tevreden over hoe makkelijk het is om dit systeem te gebruiken.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
2. Het was makkelijk om deze website te gebruiken.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
3. Ik kan door middel van dit systeem op een effectieve manier mijn werk voltooien						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
4. Ik kan door middel van dit systeem mijn werk snel voltooien.						

1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
5. Ik kan door middel van dit systeem mijn werk op een efficiënte manier voltooien.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
6. Ik voel me comfortabel bij het gebruik van dit systeem.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
7. Het was makkelijk om te leren hoe dit systeem gebruikt moet worden.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
8. Ik ben productief bij gebruik van deze website.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
9. De website geeft error signaleren die mij duidelijk vertellen hoe ik het probleem moet oplossen.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
10. Als ik een fout binnen het systeem maak, kan ik hiervan snel herstellen.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
11. De informatie die het systeem weergeeft is duidelijk.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
12. Het is makkelijk om de benodigde informatie te vinden.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
13. De informatie die het systeem weergeeft is makkelijk te begrijpen.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
14. De informatie is effectief in het helpen bij uitvoering van taken.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
15. De organisatie van informatie binnen het systeem is duidelijk.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
16. De interface van het systeem is aangenaam.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
17. Ik vind het leuk om de interface van dit systeem te gebruiken.						

1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
18. Het systeem heeft alle mogelijkheden en functies die ik verwacht dat het heeft.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens
19. In het algemeen ben ik tevreden over het systeem.						
1. Sterk mee oneens	2.	3.	4. Neutraal	5.	6.	7. Sterk mee eens

