

Bijlagen Afstudeer dossier

Minte Does: 14044927



Aangesloten bij de FNV

CMD-AFST

Afstudeerdossier
Herontwerp www.FNVMOO.nl

Inhoud



Bijlage A Plan van Aanpak	Blz. 5
Bijlage B Screenshots Huidige Website	Blz. 29
Bijlage C Handouts Heuristic Evaluation	Blz. 34
Bijlage D Resultaten Heuristic Evaluation	Blz. 37
Bijlage E Screenshots Google Analytics	Blz. 44
Bijlage F Checklist Literatuur	Blz. 55
Bijlage G Debriefing FNV MOOI	Blz. 57
Bijlage H Resultaten Interview Opdrachtgever	Blz. 60
Bijlage I Resultaten Enquête Doelgroep	Blz. 63
Bijlage J Resultaten Interview Doelgroep	Blz. 65
Bijlage K Persona's	Blz. 68
Bijlage L Trend Analyse	Blz. 70
Bijlage M Samenvatting Onderzoek	Blz. 74

Bijlage N TUTS Wk 4 WS Systeemeisen - Handout	Blz. 75
Bijlage O Systeemeisen Functioneel / Niet- Functioneel	Blz. 77
Bijlage P Systeemeisen volgens MoSCoW	Blz. 78
Bijlage Q Ontwerprichtingen	Blz. 79
Bijlage R TUTS Wk 5 WS Informatie Architectuur -Handout	Blz. 86
Bijlage S Sitemap Versie 1 t/m 5	Blz. 88
bijlage T Navigatieschema	Blz. 90
Bijlage U Wireframes	Blz. 91
Bijlage V Styleguides	Blz. 98
Bijlage W Schermontwerpen V1	Blz. 100
Bijlage X Schermontwerpen V2	Blz. 106
Bijlage Y Testformulier	Blz. 112
Bijlage Z Resultaten Test	Blz. 118



► Bijlage A: Plan van Aanpak

Plan van Aanpak

Minte Does
14044927



CMD-AFST

Plan van Aanpak

Herontwerp
www.FNVMOOI.nl

The background of the entire page is a photograph. It features a lamp with a white, conical shade hanging from the top right. A green plant with long, thin leaves is positioned next to the lamp. Two clear, round light bulbs are visible; one is in the foreground, slightly out of focus, and the other is behind it, partially obscured by the plant. The overall lighting is soft and warm, with a blurred wooden surface visible in the upper part of the image.

Plan van Aanpak Afstuderen

Minte Does
14044927

CMD-AFST Afstuderen CMD,
1718 periode 4

Opdrachtgever:
FNV MOOI

Bedrijfsbegeleider:
Kitty van Gent

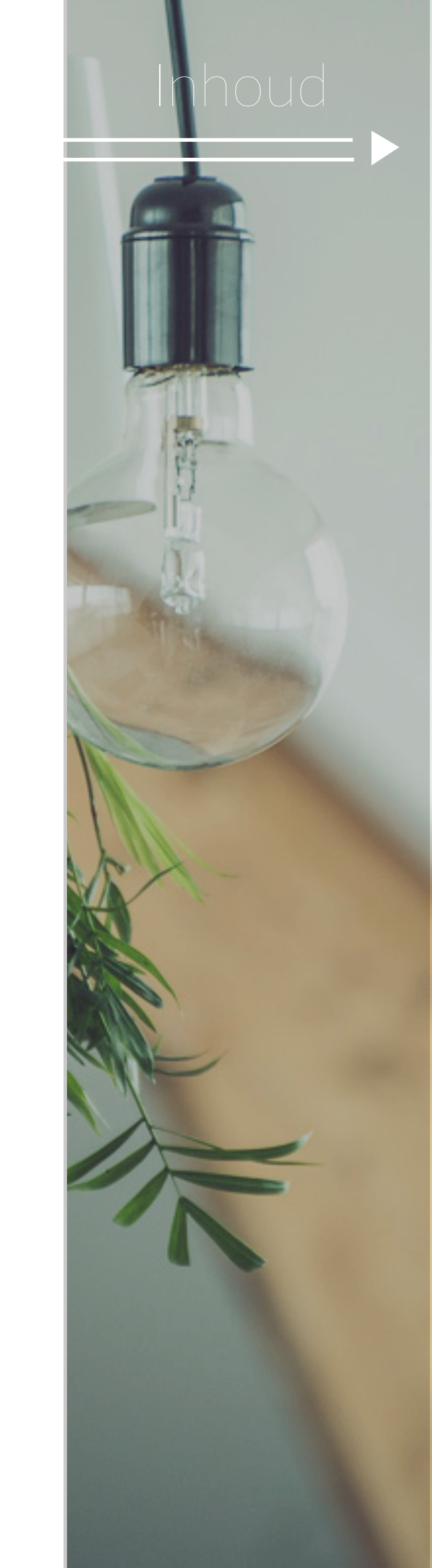
Begeleider:
Jannie Oosting

Examinator:
Selma Boenders

juni 2018

Versie 1

Inhoud



BA blz. 8	Inleiding
BA blz. 9	Opdrachtgever
BA blz. 11	Aanleiding
BA blz. 12	Resultaten
BA blz. 14	Aanpak
BA blz. 16	Methoden en Technieken
BA blz. 18	Projectbeheersing
BA blz. 27	Kwaliteitszorg



► Inleiding

In dit document wordt het plan van aanpak beschreven voor de afstudeeropdracht van de student Minte Does voor de opdrachtgever FNV MOOI binnen het bedrijf Tovision.

Het plan van aanpak is geschreven om inzicht te geven in de afstudeeropdracht van de student Minte Does voor de website van FNV Mooi binnen het bedrijf Tovision.

Als eerste wordt de opdrachtgever en het bedrijf voorgesteld, voor wie de student in kwestie de opdracht gaat doen en waar zij dit zal doen. De onderdelen, context, kernwaarden en doelstellingen worden hierin toegelicht. Hierna zal de aanleiding van de opdracht beschreven worden. Dan komt de probleemstelling aan bod. Hierin wordt het probleem vanuit de aanleiding beschreven. Hierop volgt de doelstelling. Dit is het doel van de opdracht vanuit de probleemstelling gericht.

Daarna zullen de resultaten besproken worden. Dit houdt in de rapporten en prototypen die opgeleverd zullen worden om de opdracht te doen slagen. Vervolgens zal de aanpak beschreven worden. Dit zal gedaan worden vanuit de CMD-cirkel waarbij de 4 fases als basis dienen voor de uitvoering van de opdracht. Hierop volgen de methoden en technieken die gebruikt en toegepast gaan worden tijdens de opdracht.

Daarna zal de projectbeheersing aan bod komen waarbij de planning, milestones, communicatie en documentenbeheer centraal staan. De kwaliteitszorg zal als laatste genoemd worden met de randvoorwaarden, kwaliteitsaspecten en de risico's.

► Opdrachtgever

De afstudeerder gaat aan de slag binnen het bedrijf Tovision. Tovision is een grafisch ontwerpbureau waarbij communicatie voor grote en kleine doelgroepen op offline- en online gebied centraal staat. Zij bieden full service en creativiteit op een enthousiaste en no-nonsense wijze. Tovision zit al zo'n 20 jaar in het vak. Ze werken momenteel met zo'n vier á vijf mensen op locatie. De afstudeerder krijgt een eigen bureau binnen het bedrijf en mag ook meedraaien met en kijken bij de andere opdrachten.

De opdrachtgever is de vakbond FNV MOOI. FNV MOOI is met zo'n 7 á 10 duizend leden aan werknemers en ZZP'ers de grootste vakbond voor kappers, visagisten, nagelstylisten, schoonheidsspecialisten en werkenden in de pedicures en wellness.

De vakbond geeft advies over werk, inkomen, scholing, verzekeringen en het starten van een eigen bedrijf. Ook heeft FNV MOOI een rol als belangenbehartiger en voert overleg met de overheid, brancheorganisatie en met de FNV over positie, het inkomen en beroepsrisico's. De vakbond levert juridische bijstand bij onder andere conflicten tussen werkgevers en werknemers. FNV MOOI werkt als onderhandelaar, over CAO's en verzekeringen en zorgt voor ledenkorting bij producten, diensten en toegang op beurzen.

Context

Op de website van FNV MOOI staan een aantal webpagina's. FNV MOOI organiseert elk jaar de FNV MOOI dag waarbij alle leden uitgenodigd worden voor een dag met workshops en gastsprekers. Elke 6 weken publiceert de vakbond het MOOI Lijststijl-magazine waarin allerlei tips en tricks besproken worden en sprekers aan het woord komen, deze is exclusief voor leden. Op de website benoemt de vakbond naast de MOOI dag ook de MOOI Academie waar leden zich kunnen inschrijven voor cursussen, workshops en bijscholing. Daarbij geeft FNV MOOI via de pagina Laatste Nieuws het nieuws over alles wat op gebied van werk, cao's etc. te maken heeft. Ook krijgen leden extra voordeel door lid te zijn van FNV MOOI. Dit is te zien op de pagina MOOI Voordeel. Op MOOI Geregeld kunnen bezoekers informatie vinden over verschillende onderwerpen die betrekking hebben tot hun vakgebied.

Bedrijfsdoelstellingen

De bedrijfsdoelstellingen van FNV MOOI sluiten goed aan op de kernwaarden van de vakbond. Zoals elke vakbond staat bij FNV MOOI het bundelen van krachten van werknemers in de branche centraal. Zo kan de vakbond een collectief vormen om zo vanuit de belangen van de werknemers afspraken maken met bedrijven, branches of personen in de politiek welk ieder individu alleen niet zou kunnen realiseren.



Ze onderhandelen over rechten en plichten van de werknemers in de uiterlijke verzorgingsbranche. Een lid kan bij de vakbond terecht voor (arbeids)juridische bijstand en advies. FNV MOOI strijdt voor een goede CAO, zorgverzekeringen en genoeg verlof voor haar leden. Door middel van de MOOI Academie probeert de vakbond de leden verder te laten ontwikkelen en groeien.

De kernwaarden van FNV MOOI zijn hulpvaardigheid, gezondheid, inspiratie, groei, veiligheid, kennis, bekwaamheid en rechtvaardigheid.

Opdrachtgever

De opdrachtgever van dit project is Kitty van Gent. Zij is leidinggevende van Tovision en heeft ook de opdracht van FNV MOOI aangenomen.

► Aanleiding

Tovision heeft in het verleden 2 webpagina's voor FNV MOOI gemaakt, o.a. de website van de FNV MOOI dag en Laatste Nieuws. Dit zijn 2 afzonderlijke pagina's die lastig via de reguliere website van de vakbond te vinden zijn.

Momenteel is er niet een website beschikbaar van FNV MOOI waar alle informatie (duidelijk) op staat. Er is geen eenheid tussen alle online pagina's. De website is sinds 2011 niet meer geüpdatet waardoor de vakbond op online gebied al een aantal jaar nieuwe leden mist. Verder staat er te veel informatie op de website waardoor zoeken naar juiste content lastig is. De structuur van de website is verouderd en niet logisch opgebouwd. Zo staat dezelfde informatie op meerdere plekken op de website beschreven.

FNV MOOI is een vakbond en staat voor hulpvaardigheid, groei en inspiratie. Een andere uitstraling op de website zal de kernwaarden beter laten overkomen op de website. Een herontwerp van de website zou volgens de opdrachtgever de oplossing bieden.

Probleemstelling

Er is geen eenheid tussen alle online pagina's van FNV MOOI. Het probleem dat nu ontstaan is, is dat de website verouderd is en dat het een onlogische hoeveelheid aan informatie biedt. FNV MOOI mist door deze manier van informatie aanbieden, goede interactie en een professionele uitstraling naar de huidige en potentiële leden. De website is als het ware een grote archiefkast waarop veel informatie op een overzichtelijke manier gepresenteerd wordt.

Doelstelling

Het doel van de opdracht is een herontwerp van de website met als gevolg de structuur van informatie bieden, de professionaliteit en de uitstraling van FNV MOOI bevorderen. Een herontwerp van de website zal ervoor zorgen dat FNV MOOI beter informatie kan geven aan haar leden en dat de interactie tussen deze verbetert. De website zal meer inspelen op een afgesloten gedeelte waar alleen leden van de vakbond mogen komen. Op deze manier kan FNV MOOI beter leden werven en beter informatie bieden aan haar leden.

► Resultaten

De uitvoering van de opdracht zal opgedeeld worden in een aantal fasen: Look en Listen, Create Concepts, Design Details en Realise.

Resultaat 1: Voorbeeld gestructureerde website

Omdat de opdrachtgever, FNV MOOI, nog niet weet wat zij met de website willen en omdat zij toestemming moeten geven om een deel van de fieldresearch uit te voeren, zal er vanuit Tovision een uitgewerkte schets gemaakt worden. Deze zal gemaakt worden vanuit de informatie van de huidige website van FNV MOOI, een aantal voorbeelden van een gestructureerde website en de website van de FNV.

Resultaat 2: Onderzoeksrapport

Vanuit het voorbeeld van de gestructureerde website zal er gewerkt worden aan een onderzoek. Deze zal samengevat worden in een onderzoeksrapport en zal als basis dienen voor het ontwerp en de volgende fasen van het ontwerpproces. Het doel van dit onderzoek is kennis opdoen over de wensen en eisen van de doelgroep, het bedrijf, de concurrerende vakbonden, de structuur en informatie van de huidige website en mogelijkheden voor de website.

Resultaat 3: Ontwerprapport

Vanuit het onderzoek zullen er een aantal concepten bedacht en uitgewerkt worden. In welke vorm dit zal zijn, is pas na het onderzoek duidelijk. Deze concepten dienen als basis voor het uiteindelijke ontwerp. De concepten zullen uitgewerkt worden in scenario's, storyboards en schetsen. Vanuit de concepten zal een uiteindelijk concept komen. Deze zal verder uitgewerkt worden in andere ontwerprichtingen als sitemaps, wireframes en flowcharts. Dit zal allemaal samengevat worden in een ontwerprapport. Alle ontwerpkeuzes zullen hierin onderbouwd worden. De focus van het ontwerprapport ligt op structuur en content op de website. Het doel van het ontwerprapport is inzicht bieden aan de opdrachtgever en eventuele developers die de website moeten uitwerken.

Resultaat 4: Lo-fi Prototype

Vanuit het ontwerprapport zal een eerste versie van een prototype komen. Het prototype moet zo gemaakt zijn dat er snel en direct veranderingen kunnen toegepast worden. Het doel van het prototype is een beeld geven van de flow en structuur van de website. Het prototype moet zo gemaakt zijn dat er snel en direct veranderingen kunnen toegepast worden. Het doel van het prototype is een beeld geven van de flow en structuur van de website.

Resultaat 5: Testrapport

Het lo-fi prototype zal getest worden door verschillende gebruikersgroepen. Er zal een kort testrapport opgeleverd worden waarbij de gebruiksvriendelijkheid, functionaliteiten en uitstraling van de website aan bod komen.

Resultaat 6: Hi-Fi prototype

Uiteindelijk zal er een prototype van het herontwerp van de website opgeleverd worden waarbij alle functionaliteiten, eisen en wensen van de opdrachtgever en de doelgroep naar voren komen. Het is belangrijk dat het hi-fi prototype een eindproduct is die uitgewerkt kan worden door een developer.



► Aanpak

De opdracht zal deels aangepakt worden vanuit de waterval methode waarbij alle fases van het ontwerpproces op volgorde uitgevoerd zullen worden, zoals in de resultaten aangegeven. In de 14 weken zal er gewerkt worden naar een hi-fi prototype.

Om tot dit prototype te komen zal er gewerkt worden vanuit de 4 fasen. Elke fase is hieronder kort toegelicht met een aantal onderdelen en producten. Er wordt telkens gewerkt vanuit de resultaten van het voorgaande product. Elke fase zal afgesloten worden met conclusie. Dit in de vorm van een samenvatting of prototype. Tijdens de opdracht zullen de 6 CMD-competenties toegepast worden. Een aantal zullen per fase toegepast worden terwijl andere gelden voor het totaal van de opdracht.

Competenties

De competentie Onderzoeken, Vertalen en definiëren zal vooral in de eerste fase van het ontwerpproces naar voren komen. De competentie Conceptualiseren zal in de fase Create Concepts toegepast worden. Visualiseren en Prototypen zal vooral naar voren komen in de fase Design Details en Realise. Elke dag zal er geëvalueerd, gevalideerd en gereflecteerd worden, zodat er elke dag kritisch naar de voortgang van de opdracht gekeken kan worden. Tijdens de opdracht zal er samengewerkt worden met de opdrachtgever en zal er genoeg contact

zijn tussen de partijen. Er zal elke week kritisch gekeken worden naar de planning zodat de opdracht goed en zonder problemen uitgevoerd kan worden.

Als eerste zal er, zoals in het vorige hoofdstuk verteld is, een gevisualiseerde schets ontworpen worden. Omdat de opdrachtgever, FNV MOOI, nog niet weet wat zij met de website willen en omdat zij toestemming moeten geven om een deel van de fieldresearch uit te voeren, zal er vanuit Tovision een uitgewerkte schets gemaakt worden. Deze zal gemaakt worden vanuit de informatie van de website van FNV MOOI en een aantal voorbeelden van een gestructureerde website.

Look en Listen

In de eerste 5 á 6 weken van de opdracht zal er een onderzoek gedaan worden. Het is noodzakelijk voor het herontwerp om eerst een hoofdvraag en een aantal deelvragen op te stellen en daar vanuit een onderzoek te doen om precies te weten wat de gebruiker en de klant precies willen en hoe dit op een structurele wijze gedaan kan worden. Onder Look en Listen verstaan we vooral het onderzoek wat gedaan moet worden voor het herontwerp. De producten en resultaten zullen te zien zijn in het onderzoeksrapport. Producten die hier te naar voren komen zijn o.a. analyses van de doelgroep, de opdrachtgever, de concurrentie, trends, persona's en systeemeisen.

Aan het eind van deze fase zullen alle deelvragen en de hoofdvraag beantwoord worden. Deze conclusie zal als basis dienen voor het volgende hoofdstuk.

Create Concepts

Vanuit de Look en Listen-fase zullen er een aantal concepten bedacht worden. Naast de concepten zullen ook moodboards, scenario's, schetsen en eventueel visuele concepten naar voren komen. Het belangrijkste is dat aan het einde van deze fase er een concept ligt die in de volgende fase uitgewerkt kan worden. In deze fase zal er een brainstormsessie en/of co-creatie georganiseerd worden waarbij zowel de klant als de opdrachtgever zijn of haar ideeën, op- en aanmerkingen kunnen geven. Vanuit één concept of delen van meerdere, zal er een concreet concept komen. Daarvan zullen de details in de volgende fase uitgewerkt worden.

Design Details

In deze fase gaat het vooral om de informatiestructuur en de visuele stijl van het product. Er zullen bijvoorbeeld schetsen, flowcharts en clickable wireframes gemaakt worden. Ook zal er vanuit de richtlijnen FNV MOOI een styleguide gemaakt worden zodat deze doorgevoerd kan worden in toekomstige producten van de vakbond en het herontwerp van de website. Een sitemap is in deze fase erg belangrijk omdat de structuur van de website erg belangrijk is voor de uitvoering van de opdracht. Zonder navigatiestructuur zal de structuur onduidelijk zijn.

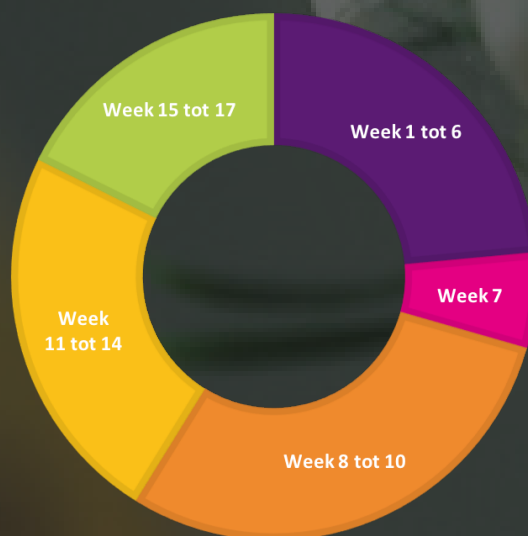
Realise

In de laatste fase zullen alle voorgaande producten en resultaten samenkomen tot één eindproduct: een hi-fi prototype. In deze fase zullen er meerdere lo-fi prototypes gemaakt worden om te testen. Dit zal te zien zijn in een testrapport.

Tijdens deze fases zal er voldoende contact zijn met de opdrachtgever en Tovision, zodat er voldoende feedback gevraagd kan worden. Tijdens de opdracht zal de afstudeerder proberen een aantal peer-sessies te organiseren waarbij zowel FNV MOOI als Tovision zijn of haar mening kan geven over het ontwerp. Hieronder is een globale planning van het proces te zien

Afbeelding 1 Globale Planning

Look en Listen Create Concepts Design Details Realise Bufferdagen



► Methoden & Technieken

Deze opdracht zal uitgevoerd worden in 4 fasen. Deze fasen zullen elk kort toegelicht worden waarbij een aantal methoden en technieken uitgelegd worden. Ook staat vermeld waarom deze worden gebruikt en op welke manier deze toegepast kunnen worden. De technieken en methoden zijn opgesteld op basis van samenhang en of deze de nodige informatie genereren die nodig is voor de volgende fase. Het kan mogelijk zijn dat een aantal van deze methoden en technieken niet allemaal gebruikt zouden worden tijdens de opdracht, bijvoorbeeld als de nodige informatie al achterhaald is.

Elke fase heeft zijn eigen methoden en technieken en zullen in een tabel per fase uitgelegd worden. Ze zijn op volgorde opgeschreven. Elk product heeft een nummer dat in een volgend product verwerkt of gebruikt zal worden.

Look & Listen

In de eerste fase van het project staat het onderzoek centraal. Bij deze fase wordt er veel geanalyseerd, gelezen, geluisterd en worden er conclusies getrokken uit het onderzoek. De tabel hieronder geeft de verschillende methoden en technieken aan.

Look en Listen					
1	Visueel Concept	Sketching	Website FNV	Opdrachtgever	Concept product voor overtuigen opdrachtgever
2	Heuristic Evaluation	Heuristic Evaluation	Fieldresearch	Doelgroep	Inzicht in het gebruik en knelpunten van de huidige website
3	Conclusie HE	2			
4	Enquête	Enquête	Fieldresearch	Doelgroep	Inzicht in wensen en eisen van de doelgroep voor de website
5	Interview	Interview	Fieldresearch	Doelgroep	
6	Data Analyse	Data Analyse	Deskresearch	Doelgroep	Google Analytics
7	User Needs	User Needs opstellen	4 + 5 + 6		
8	Persona	Persona opstellen	4 + 5 + 6 + 7		
9	Interview	Interview	Fieldresearch	Bedrijf	Opdrachtgever
10	Literatuuronderzoek	Literatuuronderzoek	Deskresearch	Bedrijf	Website FNV
11	Business Goals	9 + 10			Inzicht in wensen en eisen van het bedrijf voor de website
12	Customer Journey Map huidige website	3 + 8 + 9 + 10			Inzicht in het gebruik, de emoties en de touchpoints van de huidige website
13	Benchmarking	Benchmarking	Deskresearch	Concurrentie	Concurrentie
14	Concurrentieanalyse	Literatuuronderzoek	Deskresearch	Concurrentie	Concurrentie
15	Conclusie concurrentieanalyse	13 + 14			Inzicht in de functionaliteiten en structuur van de websites van de concurrentie van FNV MOOI
16	Trend Analyse	Literatuuronderzoek	Deskresearch	Trends	Trends
17	Conclusie Onderzoek	3 + 7 + 11 + 12 + 15 + 16			Inzicht in de huidige trends die toegepast kunnen worden op de website van FNV MOOI.nl
18	Systeemeisen	MoSCoW	17		Inzicht in de uitkomst van het onderzoek
19	Customer Journey Map Vernieuwde Website		17 + 18		Inzicht in de eisen van het systeem voor het herontwerp van de website
					Inzicht in het gebruik, de emoties en de touchpoints voor de het herontwerp

Tabel 1: Methoden en Technieken Look en Listen

Om te weten wat er verandert en verbeterd kan worden op de website zal er een heuristic evaluation uitgevoerd worden waarbij een of meerdere gebruikers en experts de website analyseren en evalueren.

Een goede methode om onder andere de doelgroep en het bedrijf beter te analyseren is fieldresearch. Hierbij zal er door het uitdelen van enquêtes en het houden van interviews een goed beeld geschetst worden van de doelgroep en het bedrijf. Vanuit deze methode en technieken zal er een persona en een aantal user needs opgesteld kunnen worden van de doelgroep. Ook komt door deze techniek de wensen van de doelgroep voor de website beter naar voren. De informatie op de huidige website kan door de uitkomst van het onderzoek beter gefilterd worden. Door deze methode kan er beeld geschetst worden van de user needs en systeemeisen voor de website.

Een goede methode om de andere stakeholders te onderzoeken is deskresearch. Alle overige onderwerpen zoals trends, data en concurrenten maar ook het bedrijf kunnen via deskresearch onderzocht worden. Dit zal gedaan worden door data analyse en literatuuronderzoek. De concurrentie zal ook onderzocht worden door middel van benchmarking.

Om duidelijk te krijgen wat er aanwezig moet en kan zijn in het herontwerp is het belangrijk om user needs en systeemeisen op te stellen. Zo kan er een beeld geschetst worden van de eisen waar het herontwerp aan moet voldoen en wat er eventueel aan het ontwerp toegevoegd kan worden. Dit zal gedaan worden door de MoSCoW.

Een customer journey map zal opgesteld worden op basis van het onderzoek naar de huidige website. Na het onderzoek en het vaststellen van de systeemeisen zal er een customer journey map gemaakt worden voor het herontwerp.

Create Concepts

In de volgende fase is het belangrijk dat er vanuit de vorige fase nieuwe concepten worden bedacht. Dit is een fase waarbij creativiteit en out of the box denken centraal staan. Er worden voornamelijk creatieve methoden en technieken gebruikt waar veel verschillende ideeën en oplossingen bedacht worden.

Vanuit het onderzoek zullen er concepten bedacht worden, de beste manier hiervoor is om alle conclusies uit het onderzoek goed in te nemen en hieruit te brainstormen over oplossingen.

Nr.	Product	Technieken	Methode	Wat?	Waar/ Met wie?	Doel
Create Concepts						
20	Brainstormsessie	Ideation/Co Creation	Brainstormen	18 + 19	Opdrachtgever	Ideeën bedenken vanuit het onderzoek
21	Mindmapping	Mindmapping	Brainstormen	20	Opdrachtgever	Ideeën bedenken en uitwerken vanuit de brainstormsessie
22	Moodboard	Moodboard maken	Concept Creëren	11 + 17 + 19		Ideeën uitwerken vanuit de brainstormsessie waar verschillende concepten uit komen
23	Schetsen	Sketching		17 + 19 + 20 + 21 + 22		
24	Conceptual Scenario	Storytelling		17 + 20 + 21 + 22 + 23		
25	Concepten	Concept Creëren		17 + 18 + 19 + 20 + 21 + 22 + 23 + 24		Verschillende concepten creëren uit het onderzoek en de brainstormsessie om voor te leggen aan de opdrachtgever
26	Uiteindelijke Concept	Concept Creëren		17 + 18 + 19 + 25		Een uiteindelijk concept waaruit verschillende ontwerprichtingen gemaakt zullen worden

De uitkomst van de sessie zal uitgewerkt worden tot ideeën en mindmaps.

Vanuit de brainstormsessie zullen er meerdere ideeën en oplossingen komen. De volgende stap is concepten maken van deze ideeën en oplossingen. Dit kan in allerlei vormen en producten gemaakt worden, zoals moodboards en schetsen. De techniek storytelling gebruikt worden om de concepten beter te onderbouwen met voorbeelden hoe het concept werkt en welke rol het concept speelt bij een gebruiker van de website. De fase wordt afgerond met een uiteindelijk concept waarin de conclusie van het onderzoek en de verschillende concepten samenkomen.

Design Details

In deze fase worden details van het herontwerp uitgewerkt. De flow van het ontwerp wordt zichtbaar, er worden concrete scenario's geschreven, de informatiestructuur wordt op een duidelijke wijze uitgewerkt en het herontwerp krijgt ook een visuele stijl.

Nr.	Product	Technieken	Methode	Wat?	Waar/ Met wie?	Doel
Design Details						
27	Card Sorting	Card Sorting / Information grouping		7 + 18 + 26	Opdrachtgever	Inzicht in de content die in het herontwerp moet komen
28	Contentmatrix	Content Inventory / Audit		7 + 18 + 26 + 27		
29	Informatiestructuur	Sketching / Prototyping		18 + 27 + 28		Inzicht in de informatie, structuur en navigatie van het herontwerp
30	Sitemap	Sketching / Prototyping		28 + 29		
31	Navigatieschema	Sketching / Prototyping		28 + 29 + 30		
32	User Stories	Scenario		26 + 28 + 29 + 30 + 31		
33	Flowchart	Sketching / Prototyping		26 + 29 + 30 + 31 + 32		Inzicht in de flow van het herontwerp, hoe een gebruiker door de website 'loopt'
34	Schetsen	Sketching				
35	Wireframes	Sketching / Prototyping		26 + 27 + 28 + 29 + 30 + 31 + 32 + 33 + 34	Bedrijf	Inzicht in structuur en navigatie van het herontwerp
36	Visual Analyse	Literatuuronderzoek	Deskresearch	FNVMOOI.nl		Inzicht in o.a. de kleuren, typografie en beelden in het herontwerp
37	Styleguide	36				

Tabel 3 Methoden en Technieken Design Details

Omdat de structuur van de website duidelijk moet zijn, zal er door middel van card sorting de informatie en content van de huidige website gefilterd worden.

Om de structuur van de website te verbeteren zullen de navigatie en de informatiestructuur van het herontwerp kritisch uitgewerkt worden. Zo is het ook duidelijk voor het bedrijf wat er precies op de website gaat staan en op welke manier dit gepresenteerd gaat worden. Er zal ook een sitemap gemaakt worden.

Om de flow van de website uit te leggen zullen er user stories geschreven worden. Op deze manier kan er een beter beeld geschetst worden van de weg van de gebruiker en op welke manier of om welke reden de website gebruikt gaat worden.

Om de visuele stijl te bepalen van het herontwerp van de website zal er onderzoek gedaan worden naar de visuele stijl van FNV MOOI. Vanuit de informatie zal er een styleguide opgesteld worden die naast het herontwerp ook voor andere (online) producten gebruikt kan worden.

Om tot een lo-fi prototype te komen zal er vanuit de voorgaande producten wireframes opgesteld worden. Dit is een klein onderdeel van de techniek prototyping. Eerst zullen deze wireframes geschetst worden om snelle aanpassing toe te passen. Hieruit zullen wireframes gemaakt worden.

Realise

In de laatste fase van het project zal er voornamelijk gericht worden op het testen en het maken van het eindproduct. De technieken en methoden zijn voornamelijk gericht op testen.

Bij deze techniek prototyping worden er prototypes gemaakt. Dit kan in allerlei vormen zijn: schetsen, paper prototype, wireframes, clickable wireframes of een hi-fi prototype. Vanuit elk prototype en de feedback van het testen zal er een nieuw en verbeterd prototype komen.

Om het beste uit het prototype te halen, zullen er verschillende technieken gebruikt worden om het herontwerp zo goed mogelijk uit te werken. Dit om het beste uit de prototypes te halen. Zo kan er vanuit verschillende aspecten van het testen gekeken worden naar de prototypes. Er zal een heuristic evaluation uitgevoerd worden door de student en een usability test met een aantal verschillende gebruikers.

Uit het testen zal een testrapport komen waarin verbeterpunten benoemd zullen worden. Deze punten zullen verder uitgewerkt worden in het hi-fi prototype. Dit prototype is het eindproduct van de afstudeeropdracht.

Nr.	Product	Technieken	Methode	Wat?	Doel
Realise					
38	Lo-fi Prototype	Prototyping		35 + 37	Een prototype van het herontwerp om uiteindelijk te testen op gebruik en gebruiksvriendelijkheid
39	Usability Testen	Usability Testen		38	Inzicht krijgen in het gebruik en de gebruiksvriendelijkheid van het herontwerp
40	Heuristic Evaluation	Heuristic Evaluation		38	
41	Conclusie Test (rapport)	38 + 39 + 40			
42	Hi-fi prototype	Prototyping		37 + 39 + 40 + 41	Het uiteindelijke prototype dat als eindproduct van deze opdracht opgeleverd zal worden

Tabel 4 Methoden en Technieken Realise

► Projectbeheersing

De planning van deze opdracht is verdeeld over ongeveer 17 weken. Vanwege een aantal vrije dagen in de zomervakantie zullen er bufferweken zijn om deze dagen in te halen.

Week 1

In week 1 zal er gewerkt worden aan het plan van aanpak en het operationalisatieschema. Er zal als eerst een schets uitgewerkt worden om de opdrachtgever te overtuigen om een onderzoek onder de leden te laten uitvoeren. Hierna zal er een hoofdvraag en meerdere deelvragen opgesteld worden. Dit om kritisch de richting van het onderzoek vast te stellen. Er zal een visuele schets van de structuur van de website gemaakt worden op de eerste dag van week 1. Hierna zal er begin worden gemaakt aan de heuristic evaluation en de Usability Test. Er zal een schema gemaakt worden voor de observatie door verschillende gebruikers.

Week 2

In week 2 zal de Heuristic Evaluation uitgevoerd worden met een aantal gebruikers. Hierna zal er gewerkt worden aan de doelgroep- en bedrijfsanalyse door middel van deskresearch. Ook zal er deze week een begin gemaakt worden aan het literatuuronderzoek over het bedrijf. Er zal een enquête opgesteld worden voor de doelgroep. Deze zal in overleg met de opdrachtgever verstuurd worden naar de doelgroep. Ook zullen er interviews geschreven en gehouden worden met de doelgroep en de opdrachtgever. Hieruit zullen Business goals komen.

Week 3

In week 3 staat het onderzoek centraal. Hier zullen de doelgroep, het bedrijf en de concurrentie kritisch geanalyseerd worden door field- en deskresearch. Ook zal er een trendanalyse uitgevoerd worden. De data van de huidige website zal geanalyseerd worden met de vraag waar de focus op de website momenteel ligt.

Week 4

In deze week zullen de uitkomsten van de enquête geanalyseerd worden en uitgewerkt worden. Uit het doelgroeponderzoek, de enquête, het interview met de doelgroep en de analyse, zullen er user needs opgesteld worden. Uit het doelgroeponderzoek en de user needs zullen er persona's opgesteld worden om de doelgroep vast te stellen. Ook zal de customer journey map van de huidige website gemaakt worden.

Week 5

In deze week zullen de niet afgeronde onderdelen van het onderzoek afgemaakt worden en zal er een conclusie uit het onderzoek geschreven worden. Uiteindelijk zullen hier systeemeisen uitkomen.

Week 6

In deze week staat het afronden van het onderzoek en de vernieuwde customer journey centraal.



Ook zal er deze week een brainstormsessie gepland worden en een begin gemaakt worden aan de create concepts fase.

Week 7

In deze week zal de fase create concepts centraal staan. Er zal een moodboard gemaakt worden aan de hand van de brainstormsessie. Er zullen schetsen gemaakt worden en conceptuele scenario's voor de verschillende concepten geschreven worden. Vanuit deze producten en het onderzoek zullen verschillende concepten gecreëerd worden. Deze zullen met de opdrachtgever besproken worden. Aan de hand hiervan zal een uiteindelijk concept gemaakt worden.

Week 8

In deze week zal het uiteindelijk concept afgerond worden. Hierna zal een card sorting plaatsvinden waarbij de content en de informatie uit de huidige website gesorteerd worden. Er zal ook een contentmatrix gemaakt worden om de content te sorteren voor de website. Hierna zal gestart worden aan het maken van de informatiestructuur. Er zal een sitemap en een navigatie schema gemaakt worden.

Week 9

In deze week staan de design details fase nog steeds centraal. Er zullen user stories geschreven worden schetsen gemaakt worden vanuit de producten die vorige week gemaakt zijn. Uit deze schetsen zullen wireframes gemaakt worden om inzicht in de structuur en navigatie van het herontwerp te krijgen. Aan het eind van deze week zal er gewerkt worden aan een visual analyse waaruit een styleguide zal komen voor FNVMOOI.nl.

Week 10

In deze week zal er aan het lo-fi prototype gewerkt worden. Deze zal vanuit de wireframes en de styleguide gemaakt worden. Aan het eind van deze week zal begonnen worden aan het testen van het lo-fi prototype.

Week 11

In deze week staat het testen van het lo-fi prototype centraal. Dit zal gedaan worden door usability testen en een heuristic evaluation. De verbeteringen uit de test zullen meteen doorgevoerd worden in het prototype.



Week 12

In deze week zal vanuit het lo fi prototype gewerkt worden aan een hi fi prototype. Wanneer de kans er is zal ook deze getest worden.

Week 13

In deze week staat het maken, testen en verbeteren van het hi-fi prototype centraal.

Week 14

In deze week zal de laatste hand gelegd worden aan het hi fi prototype.

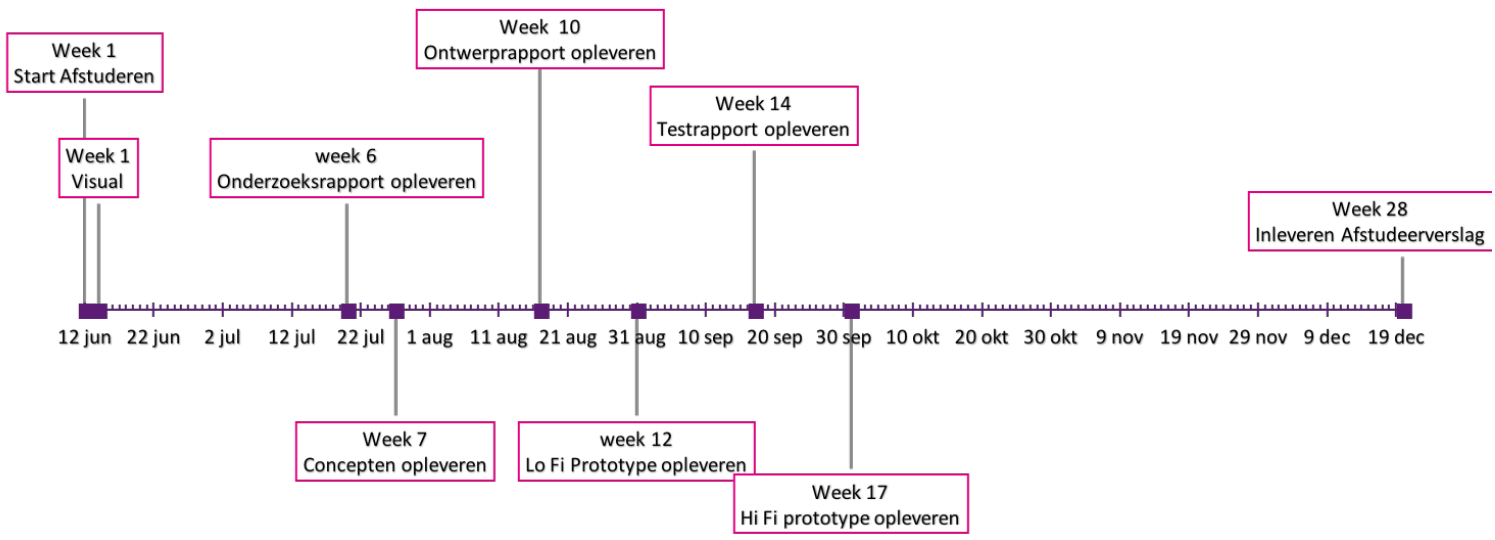
Week 15, 16 & 17

Dit zijn bufferweken. In deze weken zal de laatste hand gelegd worden aan het hi fi prototype en zal er verder gewerkt worden aan de documentatie van de opdracht.

In de weken hierna zal de laatste hand gelegd worden aan de documentatie van de afstudeeropdracht. Het afstudeerverslag zal gecontroleerd worden op de juiste uitleg van informatie, taal en spelling. Het project is opgedeeld in een aantal fasen. De fase Look en Listen zal beschreven worden in het onderzoeksrapport. De fasen Create en Concepts en Design Details zal in het ontwerprapport bevatten. Het testrapport en de prototypes vallen onder de fasen Design Details en Realise.

Op pagina 20 is een Gantt Chart te zien waarin ik de verschillende producten verwerkt heb tot een logische planning. Per week staat er aangegeven waar de student mee aan het werk gaat. Dit is een globale planning van de activiteiten van het afstudeertraject. De afstudeerperiode is 2 periodes, ongeveer 20 weken. Omdat ik al in juni begin heb ik 2 maanden extra om aan de opdracht en de documentatie te werken. Het is de bedoeling dat de student zo'n 840 uur werkt aan de afstudeeropdracht.

Aan het begin van elke week zal er een planning gemaakt worden voor de huidige week. Dit zal op maandagochtend plaatsvinden. Op de dagen erna zal er hard gewerkt worden aan de opdracht. Op vrijdag zal er aan het eind van de dag een reflectie over de afgelopen week plaatsvinden om zo de verbeterpunten voor de week erna vast te leggen. In afbeelding 2 zijn de deadlines van dit project te zien. Deze worden op pagina 22 besproken



Afbeelding 2 Milestones

Milestones

De deadline van de website staat op 1 oktober, maar er is na deze datum nog genoeg tijd om de website aan te vullen met content en verbeterpunten. De deadline van het afstudeerverslag is op 20 december. Er zit genoeg tijd tussen om de documentatie te schrijven en de opdracht netjes af te ronden.

Het streven is om zo'n 40 uur per week aan de opdracht te werken. De werktijden van Tovision zijn maandag tot vrijdag van negen uur tot half 6 met een halfuur pauze. De student kan elke dag terecht bij Tovision maar heeft ook mogelijkheid om thuis of op school te werken.

In de afbeelding hierna staan de resultaten van de guntt chart uitgewerkt en op volgorde. Door deze lijst te bekijken kan de student snel zien op welke volgorde bepaalde zaken gedaan en gemaakt zullen worden

	A	B	C
1	Taak nr.	Taak naam	Wie, Wat, Waar
2	Look en Listen		
3	1	Visueel Concept maken	Website
4	2.1	Participant Observation plannen	"
5	2.2	Heuristic Evaluation	"
6	2.3	Participant Observation uitvoeren	"
7	4.1	Enquete opstellen	Doelgroep
8	3	Conclusie Heuristic Evaluation	Website
9	4.2	Enquete Verspreiden	Doelgroep
10	6	Data Analyse	Google
11	9.1	Interview Opstellen	Bedrijf
12	9.2	Interview Verspreiden	"
13	10	Literatuuronderzoek	"
14	9.3	Interview Analyseren	"
15	11	Business Goals opstellen	"
16	5.1	Interview Opstellen	Doelgroep
17	5.2	Interview Verspreiden	"
18	5.3	Interview Analyseren	"
19	13.1	Benchmark opstellen	Concurrentie
20	13.2	Benchmark uitvoeren	"
21	14	Concurrentieanalyse	"
22	15	Conclusie Concurrentieanalyse	"
23	16.1	Trends Aanlyseren	Trends

Afbeelding 3 Producten

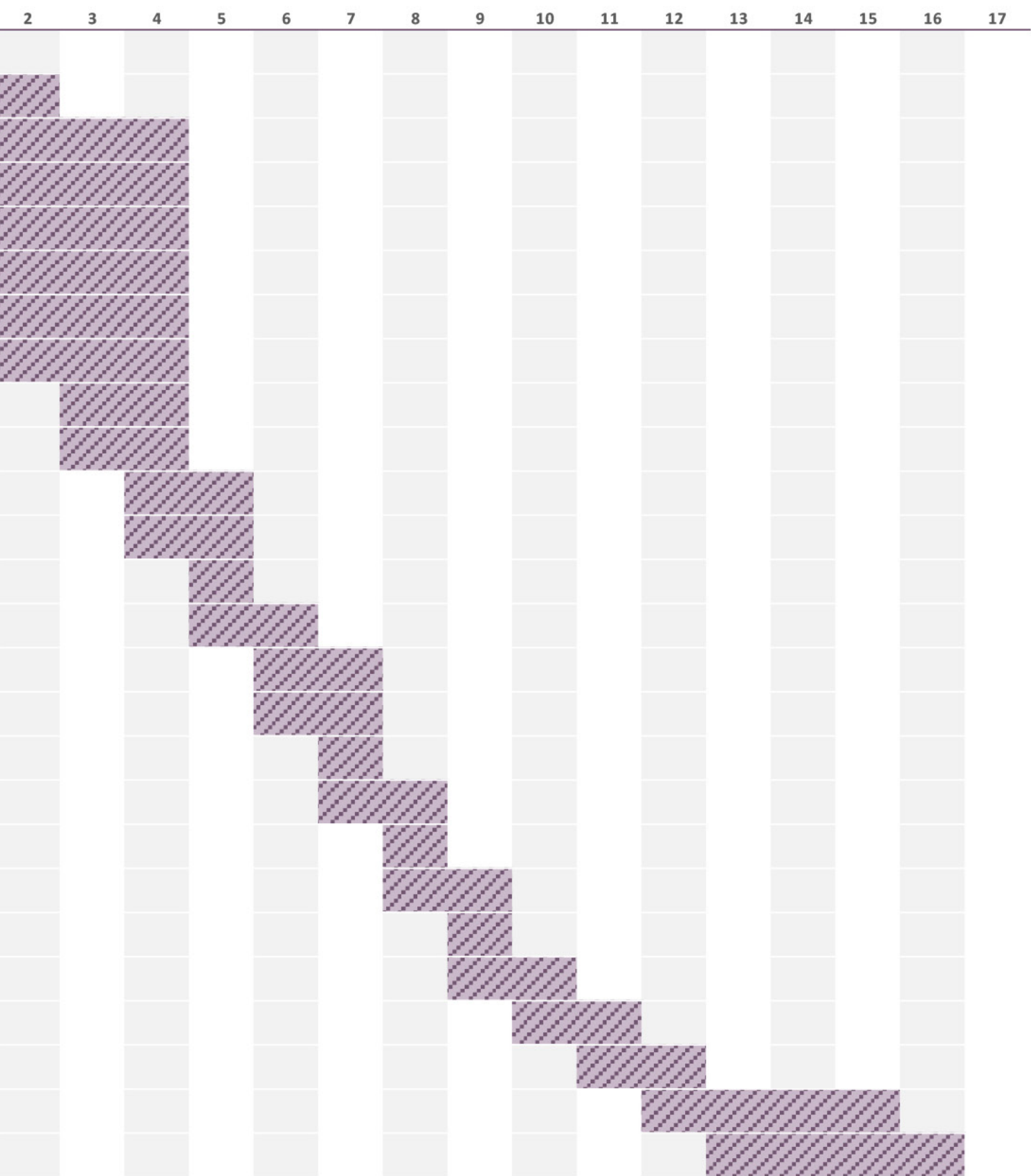
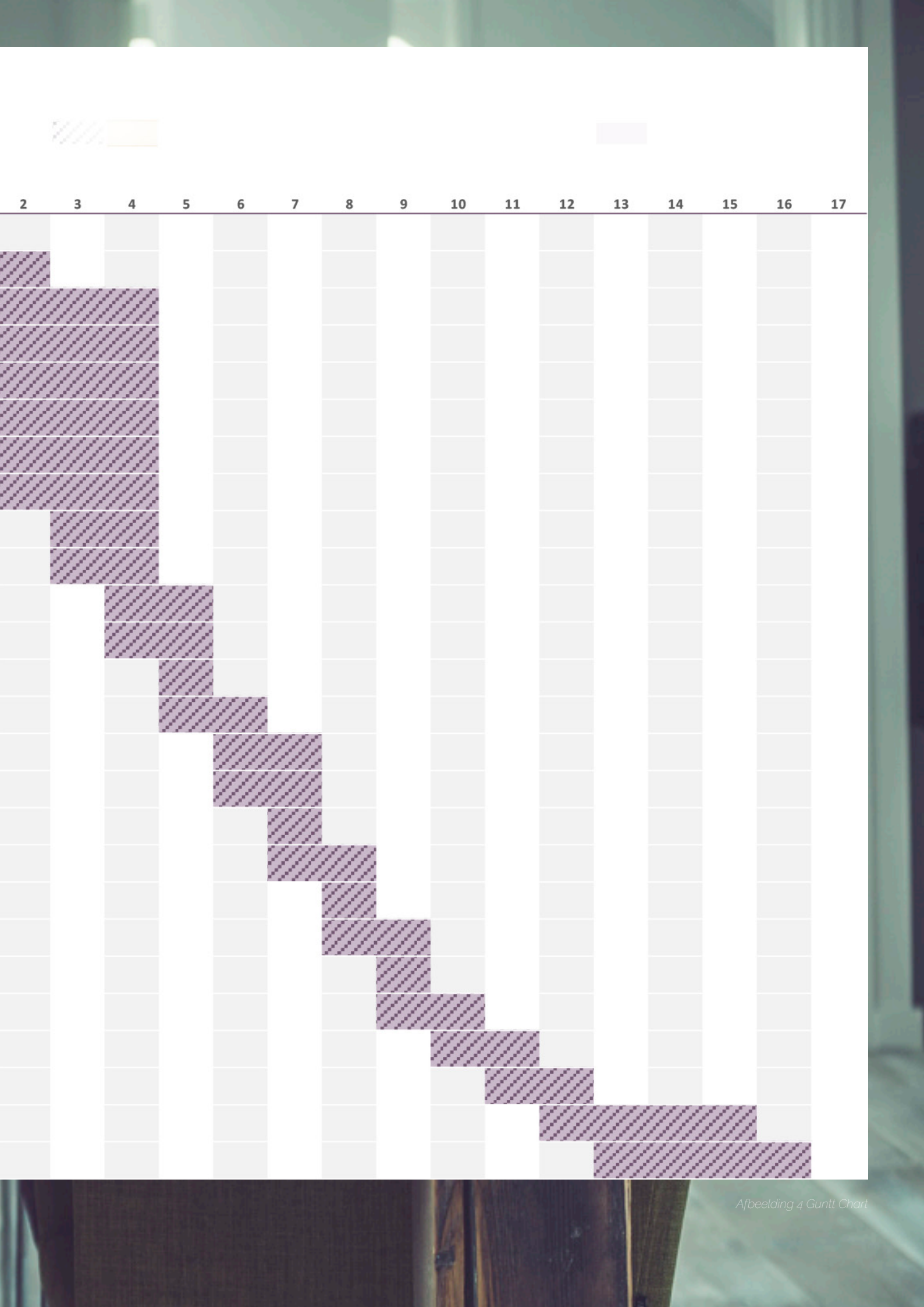
De planning die is opgesteld geldt vanaf week 1, namelijk 12 juni. In deze week staat de eerste schets centraal en start de onderzoeksfase. Deze zal tot week 6 duren. In week 7 en 8 zullen de concepten gemaakt en gepresenteerd worden aan de opdrachtgever. Na de feedback van de opdrachtgever zal er 1 concept uitgewerkt worden in de design details-fase. Vanaf week 8 zal er gewerkt worden aan de navigatie- en informatiestructuur van de website. Structuur is voor de opdracht erg belangrijk en zal tot detail uitgewerkt worden. Deze structuren zullen uitgewerkt worden tot wireframes. Nadat de styleguide gemaakt is zullen deze met de wireframes uitgewerkt worden tot schetsen en een lo fi prototype. Wanneer dit prototype af is zullen deze getest worden door verschillende gebruikers. Vanaf week 12 zal het prototype verbeterd worden. In week 14 zal het hi fi prototype opgeleverd worden.

Afstuderen FNVMOOI.nl

Selecteer rechts een periode om te markeren. Een legenda met een beschrijving van de grafiek volgt.

Markering van periode: 1

ACTIVITEIT	BEGIN VAN PLANNING	DUUR VAN PLANNING	WERKELIJKE BEGINDATUM	WERKELIJKE DUUR	PERCENTAGE VOLTOOID	Week
						1
Visueel Concept	1	1	1	1	100%	
Heuristic Evaluation	1	2	1	2	0%	
Enquete Doelgroep	1	4	1	4	0%	
Data Analyse	2	3	2	3	0%	
Interview Opdrachtgever	2	3	2	3	0%	
Literatuuronderzoek	2	3	2	3	0%	
Business Goals opstellen	2	3	2	3	0%	
Interview Doelgroep	2	3	2	3	0%	
Concurrentieanalyse	3	2	3	2	0%	
Trendanalyse	3	2	3	2	0%	
User Needs + Persona	4	2	4	2	0%	
Customer Journey map	4	2	4	2	0%	
Huidge website	4	2	4	2	0%	
Systeemeisen	5	1	5	1	0%	
Customer Journey map	5	2	5	2	0%	
Herontwerp	5	2	5	2	0%	
Brainstormsessie	6	2	6	2	0%	
Moodboard	6	2	6	2	0%	
Concept Schetsen /	7	1	7	1	0%	
Beschrijving	7	2	7	2	0%	
Uiteindelijke Concept	8	1	8	1	0%	
Prototype Structuur	8	2	8	2	0%	
Prototype Schetsen	9	1	9	1	0%	
Prototype Wireframes	9	2	9	2	0%	
Prototype Styleguide	10	2	10	2	0%	
Prototype Ontwerp Lo Fi	11	2	11	2	0%	
Prototype testen	12	4	12	4	0%	
Prototype Verbeteren	13	4	13	4	0%	



Afbeelding 4 Gantt Chart

Deadlines

De officiële deadline voor de website is 1 oktober. Dan zal een groot deel van de website online komen. Na het opleveren van de rapporten en prototypes zal de documentatie beschreven worden. Dit zal ook al tijdens de opdracht zelf zijn. Het afstudeerdossier zal in december opgeleverd worden. De officiële datum zal in september bekend zijn.

Communicatie

Er zal wekelijks tot dagelijks contact zijn met zowel de opdrachtgever binnen Tovision als FNV MOOI. Het contact met Tovision zullen vooral één op één gesprekken zijn. Met FNV MOOI zullen dit vooral mails of telefoongesprekken zijn die via de opdrachtgever van Tovision gaan.

Contactgegevens

Tovision: Kitty van Gent

vangent@tovision.nl

0252 74 55 50 / 06 53 20 13 21

Student bij Tovision: Minte Does

studio@tovision.nl

0252 74 55 50 / 06 5170806

FNV MOOI

FNV MOOI

Nachtegaalstraat 37

3581 AC Utrecht

Tel: 030-2314221 Fax: 030-2317136

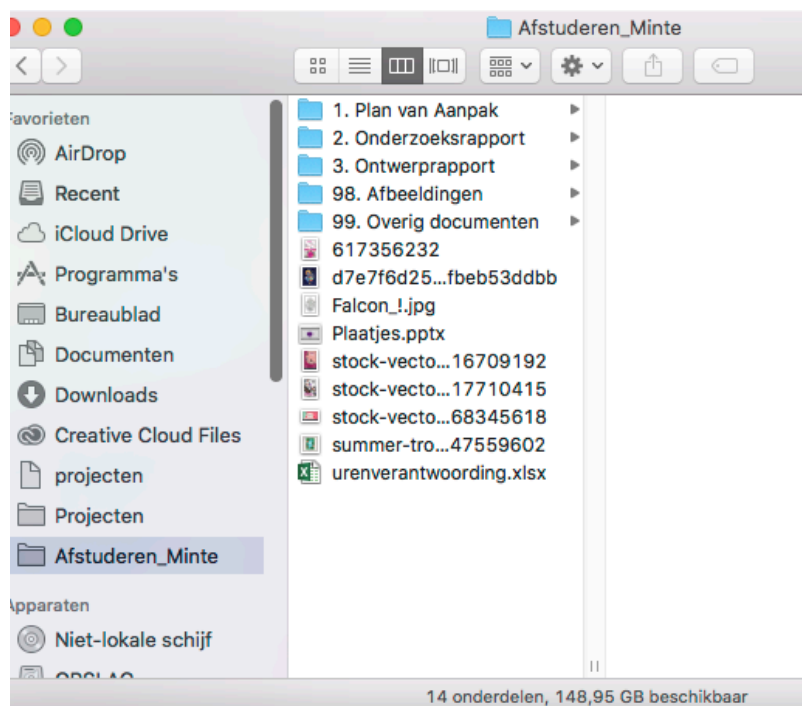
E-mail lieke@fnvmooi.nl / marga@fnvmooi.nl

Documentbeheer

De opdracht zal gemaakt worden in het bedrijf Tovision. De afstudeerder heeft daar op maandag t/m vrijdag een vaste computer om achter te werken. Alle producten zullen op zowel de computer als op google drive geüpload worden zodat er eventueel ook thuis gewerkt kan worden. De mappen op de drive zijn onderverdeeld in de verschillende onderdelen van het afstudeerdossier.

Elk eindproduct in het dossier is een map. In deze mappen wordt gewerkt aan de verschillende producten die uiteindelijk als bijlage of als onderdeel van het dossier gebruikt worden. Het product 1 1. leeswijzer en 2. onderzoeksrapport etc.

De planning is bij deze stap de guideline die aangeeft wat als eerste gemaakt zal worden.

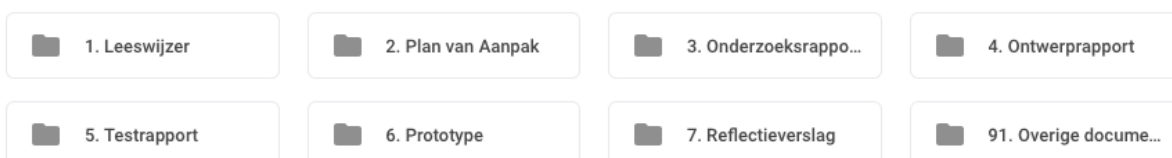


Afbeelding 5 Documentbeheer iMac Tovision

Mijn Drive > 1. Afstuderen ▾

Mappen

Naam ↑



Afbeelding 6 Documentbeheer Google Drive

► Kwaliteitszorg

Randvoorwaarden

Tijdens de briefing van de opdracht bij FNV MOOI zijn een aantal randvoorwaarden genoemd. Deze randvoorwaarden zijn voornamelijk gericht op de ontwikkeling van de website. Denk hierbij aan beheerbehoud, CRM systeem, automatisering van processen, cookie- en privacywetgeving en dat de opdrachtgever geen flash willen binnen de website. Dit zijn randvoorwaarden waar de student in kwestie niet kan uitwerken maar wel in het ontwerpproces kan meenemen. Een andere voorwaarde is de look en feel van de website, deze moet aansluiten bij FNV MOOI en dezelfde kleuren en lettertypes gebruiken.

De afstudeerder zal werken in het bedrijf Tovision. Zij heeft daar een eigen werkplek met een werkende computer bestaande uit 2 beeldschermen. Op de computer staan de nodige visuele programma's als Photoshop, Illustrator en Indesign. Programma's die gebruikt moeten worden zullen via een trial of license aangekocht worden voor de student. Wanneer een programma alleen door student gebruikt zal worden, zal er gekeken worden naar een alternatief programma.

Er zal dagelijks tot wekelijks contact zijn met de opdrachtgever vanuit Tovision en de developer die werkzaam is binnen Tovision. Er zal dagelijks tot wekelijks contact zijn met de opdrachtgever vanuit FNV MOOI. Dit contact zal gaan vanuit de opdrachtgever vanuit Tovision, Kitty van Gent.

De belangrijkste voorwaarde is dat het project uitgewerkt zal worden tot een hi-fi prototype en in samenwerking met de developer van Tovision uitgewerkt zal worden tot een live website. Dit zal gebeuren vanuit het onderzoek van de student.

Kwaliteitsaspecten

Er zal tijdens de opdracht genoeg momenten zijn om feedback te vragen aan de professionals van Tovision en de medewerkers van FNV MOOI. Ook zal er om voldoende feedback gevraagd worden aan medestudenten van de opleiding.

Het onderzoek zal vanuit een hoofdvraag en een aantal deelvragen opgesteld worden. Bij de deskresearch zal er goed gekeken worden naar de bronnen van informatie en of deze betrouwbaar zijn.





Elke week zal de student kort evalueren in de documentatie: wat ging er goed deze week? Wat kan er beter? Waar is de student tegenaan gelopen?

Ook zal er elke dag een halfuur ingepland worden om te reflecteren op wat er die dag gebeurd is tijdens de opdracht. Dit zal telkens voor de lunch en voor het einde van de dag zijn. Zodat er op een werkdag van 8 uur, telkens na 4 uur geëvalueerd worden.

Risico's

Bij afwezigheid, ziekte of ongeval van de student of familie zal er contact opgenomen worden met de begeleider vanuit school. De einddatum van het afstuderen kan worden verlengd of het afstudeertraject wordt dan stopgezet. Ook kan er in het bedrijf mensen uitvallen waardoor het contact stug kan verlopen. Ook hier zal de student contact opnemen met de begeleider.

Omdat de student in kwestie voor het afstuderen op de rand van een burnout zat, is het belangrijk om de tijd te nemen voor de afstudeeropdracht. Wanneer de druk toch te groot wordt zal de student in overleg met het bedrijf een aantal extra vrije dagen opnemen. Mocht dit op de lange termijn nodig zijn dan zal de student contact opnemen met een arts en de begeleider.

Een ander risico is de planning die te strak gepland is. Er zullen per week een aantal lege momenten opgenomen worden zodat geplande activiteiten altijd afkomen en niet in de week erna of buiten bedrijfsuren afgemaakt moeten worden.

Ook kan de opdrachtgever vanuit FNV MOOI bepaalde onderdelen niet laten onderzoeken bijvoorbeeld het interviewen van leden van FNV MOOI. In dat geval zal de student zelf met een vervangend onderzoek moeten komen om toch de resultaten te behalen die zij voor ogen had.

Er is een mogelijkheid dat documenten per ongeluk verwijderd worden of verloren raken. Het is belangrijk om de documenten en producten op meerdere plekken opgeslagen staan. Zo zal er een Google Drive map geopend worden met als naam 1. Afstuderen, zodat alle bestanden zowel online als op de computer in het bedrijf staan.

► Bijlage B: Screenshots Website

Wat doen we?

FNV mooi.nl **FNV** mooi Geregeld.nl **FNV** mooi Samen.nl **FNV** mooi Voordeel.nl **FNV** mooi Dag.nl

Laatste nieuws

FNV MOOI Dag 2018
1 OKTOBER 2018

Kies een onderwerp

- FNV MOOI, wie zijn we?
- FNV MOOI heeft een heldere mening!
- Activiteiten
- De MOOI Academie
- Lidmaatschap FNV MOOI
- Nieuws
- Boekhoudpakket
- Columns van de voorzitter

De werknemer in actie
eindbod cao kappers

Klik hier voor meer informatie

FNV MOOI
Nachttegaalstraat 37
3581 AC Utrecht
info@fnvmooi.nl

030 – 23 14 221
Wij zijn maandag t/m vrijdag telefonisch bereikbaar van 9.00 tot 12.30 uur en van 13.00 tot 17.00 uur.

f t

Deze website gebruikt cookies, wanneer je verder gaat ga je akkoord met het gebruik van cookies . [cookies](#) [privacyverklaring](#)

Wat doen we?

FNV mooi.nl **FNV** mooi Geregeld.nl **FNV** mooi Samen.nl **FNV** mooi Voordeel.nl **FNV** mooi Dag.nl

Plugin ontbreekt

Zo'n 10.000 werknemers en ZZP'ers zijn al lid van FNV MOOI. Waarom? Omdat FNV MOOI de grootste vakbond is voor Kappers & Visagisten & Nagelstylisten & Pedicures & Schoonheidsspecialisten & Wellness. FNV MOOI bestaat al ruim 80 jaar en weet als geen ander wat het vak inhoudt, hoe je instroomt in het vak, wat je nodig hebt om gezond je werk te kunnen blijven doen en welke risico's je kan lopen. Daarnaast is FNV MOOI lid van de FNV Vakcentrale, waar bij al die bonden samen, maar liefst 1,3 miljoen mensen in Nederland bij zijn aangesloten.

Wat doet FNV MOOI? FNV MOOI is adviseur, voor als je vragen hebt over je werk en inkomen, bijvoorbeeld over scholing, je loon, vakantiegeld, het starten van een eigen bedrijf, de verplichte zorgverzekering en zwangerschapsverlof.

FNV MOOI is belangenbehartiger, voert overleg met de overheid, brancheorganisaties en met de FNV over de positie, het inkomen en de hernieuwings- en we maken afspraken over gezond werken

Kies een onderwerp

- FNV MOOI, wie zijn we?
- FNV MOOI heeft een heldere mening!
- Activiteiten
- De MOOI Academie
- Lidmaatschap FNV MOOI
- Nieuws
- Boekhoudpakket
- Columns van de voorzitter

De werknemer in actie
eindbod cao kappers

Klik hier voor het laatste nieuws

FNV MOOI
Nachttegaalstraat 37
3581 AC Utrecht
info@fnvmooi.nl

030 – 23 14 221
Wij zijn maandag t/m vrijdag telefonisch bereikbaar van 9.00 tot 12.30 uur en van 13.00 tot 17.00 uur.

f t

Deze website gebruikt cookies, wanneer je verder gaat ga je akkoord met het gebruik van cookies . [cookies](#) [privacyverklaring](#)

Wat doen we?

[FNV mooi.nl](#) [FNV mooiGeregeld.nl](#) [FNV mooiSamen.nl](#) [FNV mooiVoordeel.nl](#) [FNV mooiDag.nl](#)

Plugin ontbreekt →

Als kapper houd je je bezig met het wassen, knippen, föhnen, in model brengen, kleuren en/of permanenten van het haar van je klanten. Maar ook voor advies over haarverzorging kunnen mensen bij je terecht. Verder regel je de betaling bij de kassa en maak je de gebruikte materialen schoon.

Je kunt als kapper in een kapsalon gaan werken of voor jezelf beginnen. Maar waar je ook voor kiest: het is belangrijk dat je goed met mensen kunt omgaan, je klanten moeten het gevoel hebben dat ze helemaal op je kunnen vertrouwen.

Kies een onderwerp

- Geknipt voor het kappersvak!
- Welke CAO geldt voor jou?
- Wat voor opleidingen zijn er?
- Zit je arbeidscontract wel goed?
- Terug naar hoofdmenu

FNV MOOI & Kappers

Wellness Pedicures Visagisten Kappers Schoonheids-specialisten Nagel-stylisten moo!

Hoe werkt deze site?

f t Disclaimer

Je digitale helpdesk

[FNV mooi.nl](#) [FNV mooiGeregeld.nl](#) [FNV mooiSamen.nl](#) [FNV mooiVoordeel.nl](#) [FNV mooiDag.nl](#)

Kappers Wellness Schoonheids-specialisten

Artikelen uit CAO-nieuws

21 dec 2012
CAO kappers in 2012. Hier vind je meer informatie:

21 dec 2012
FNV MOOI ook in 2013 in de FNV

13 dec 2012
Persbericht: ZZP'ers tot stoppen gedwongen?

18 jun 2012
Persbericht 18 juni 2012: FNV MOOI niet mee met

13 mrt 2012
2012 wordt Jaar van het Inkomen

Nieuwsoverzicht

- CAO-nieuws
- Nieuws Kappers
- Nieuws Wellness
- Nieuws Schoonheidsspecialisten
- Nieuws Pedicures
- Nieuws Nagelstylisten
- Nieuws Visagisten
- Nieuws ZZP'ers

FNV MOOI in beeld

FNV MOOI op schrift

Opleidingen

Doorzoek de website

Zoeken

FNV MOOI
Nachtegaalstraat 37
3581 AC Utrecht
info@fnvmooi.nl

030 – 23 14 221
Wij zijn maandag t/m vrijdag telefonisch bereikbaar van 9.00 tot 12.30 uur en van 13.00 tot 17.00 uur.

f t

Deze website gebruikt cookies, wanneer je verder gaat ga je akkoord met het gebruik van cookies . [cookies privacyverklaring](#)

Wat doen we?

FNV mooi.nl

FNV mooi *Geregeld.nl*

FNV mooi *Samen.nl*

FNV mooi *Voordeel.nl*

FNV mooi *Dag.nl*

Deze pagina is onder constructie



Je digitale helpdesk

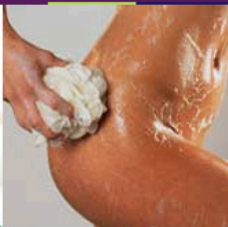
FNV mooi.nl

FNV mooi *Geregeld.nl*

FNV mooi *Samen.nl*

FNV mooi *Voordeel.nl*

FNV mooi *Dag.nl*



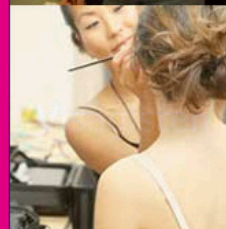
Plugin ontbreekt

[Wat is een levensloopregeling?](#)

[Wat is een spaarloonregeling?](#)

[Wat is een arbeidsongeschiktheidspensioen?](#)

[Wanneer krijg ik een maaltijdvergoeding?](#)



FNV MOOI
in beeld

FNV MOOI
op schrift

Opleidingen

Doorzoek de website

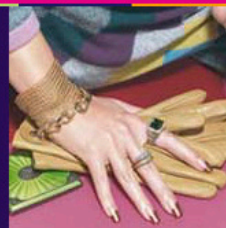
Zoeken

Kies een onderwerp

- Regelingen en vergoedingen
- Ontslag
- Vakantie
- ZZP'ers
- Scholing
- Solliciteren
- Werk & Inkomen
- Gezond werken
- CAO

FNV MOOI
Nachtegalstraat 37
3581 AC Utrecht
info@fnvmooi.nl

030 – 23 14 221
Wij zijn maandag t/m vrijdag telefonisch
bereikbaar van 9.00 tot 12.30 uur en van
13.00 tot 17.00 uur.



FNV mooi
Geregeld.nl



Deze website gebruikt cookies, wanneer je verder gaat ga je akkoord met het gebruik van cookies . [cookies](#) [privacyverklaring](#)



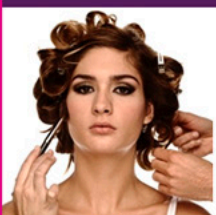
DNA
Dutch Nail Artist

de administratie

Groothandel
Verpakkingen • Give aways • BH-koffers



FNV *mooi.nl*
FNV *mooiGeregeld.nl*
FNV *mooiSamen.nl*
FNV *mooiVoordeel.nl*
FNV *mooiDag.nl*



FNV mooiDag

MOOI als je blijft ontwikkelen

Plugin ontbreekt

Blijf je ontwikkelen



Wat was er te zien op het kennis- en beleevingsplein?



Voor wie?

Voor werknemers en ZZP'ers die zich willen blijven ontwikkelen

Kies een onderwerp

- FNV MOOIDAG 2016
- Foto's FNV MOOIDag 2016
- FNV MOOIDAG 2015

De FNV MOOIDag 2016 is helaas al weer voorbij. FNV MOOI bedankt een ieder die aan het succes van de FNV MOOIDag 2016 heeft bijgedragen. Het was een fantastische dag waar we je met vele professionals uit de Uiterlijke Verzorgingsbranche hebben bijgepraat over de nieuwste trends, ontwikkelingen en technieken uit jouw vakgebied.

Heb jij tijdens de FNV MOOIDag 2016 Look & Learns gevolgd waar je uitgebreidere trainingen en cursussen van wilt volgen? Kijk dan naar ons aanbod van de MOOI Academie. Je kunt [hier](#) klikken voor meer informatie en om je in te schrijven.

Foto-impressie FNV MOOIDag 2017



Neuwsverzicht





FNV MOOI
Nachtegaalstraat 37
3581 AC Utrecht
info@fnvmooi.nl

030 – 23 14 221
Wij zijn maandag t/m vrijdag telefonisch bereikbaar van 9.00 tot 12.30 uur en van 13.00 tot 17.00 uur.

Deze website gebruikt cookies, wanneer je verder gaat ga je akkoord met het gebruik van cookies . [cookies](#) [privacyverklaring](#)

FNV MOOIDag 2017



► Bijlage C: Handouts Heuristic Evaluation

► Heuristic Evaluation

Goedendag en alvast bedankt dat je mee wilt helpen aan de afstudeeropdracht van de student Minte Does. De student werkt momenteel aan een opdracht voor de website van FNV MOOI. FNV MOOI is met zo'n 7 á 10 duizend leden aan werknemers en zzp'ers de grootste vakbond voor kappers, wellness, visagisten en schoonheidsspecialisten. De huidige website stamt uit 2012 en de student zal tijdens haar afstudeerperiode werken aan een herontwerp van deze website. Om achter de problemen in de huidige website te komen zal er een Heuristic Evaluation uitgevoerd.

Wat is een Heuristic Evaluation?

Gebruiksvriendelijkheid van een website is een belangrijk onderdeel. Een heuristic evaluation is een informele en individuele techniek waarbij één of een aantal evaluatoren (daar ben jij er dus 1 van) een website toetsen aan vooraf vastgestelde usability principes. Usability betekent gebruiksvriendelijkheid. Deze principes worden heuristics genoemd. De heuristic evaluation die uitgevoerd zal worden, is opgesteld vanuit de 10 heuristics van Jakob Nielsen. Deze zijn op de hand-out "*Uitleg Heuristics*" te lezen.

In onderstaande stappenplan staat uitgelegd wat je precies moet doen tijdens deze evaluatie. De evaluatie is individueel. Voor vragen kun je terecht bij de student Minte Does.

Dankjewel voor je medewerking!

Stappenplan	Toelichting
1. Heuristics Doorlezen	Lees de heuristics rustig door. Deze zijn uitgelegd op de hand-out " <i>Uitleg Heuristics</i> "
2. Heuristics Begrijpen	Begrijp de heuristics. Kom je er toch niet uit? Vraag dit dan aan de student die je hiervoor gevraagd heeft.
3. Bekend raken met de website	Bekijk de website, zonder nog precieze problemen op te zoeken. Klik door de website heen en bekijk de pagina's.
4. De website inspecteren	Inspecteer de website. Klik op elk knopje wat je tegenkomt en probeer de problemen op de website op te zoeken.
5. Gevonden problemen koppelen aan heuristics	Schrijf de problemen die je tijdens deze inspectie gevonden hebt op bij een passende heuristic. Doe dit onder het kopje <i>Minpunten</i> op het formulier "<i>Heuristic Evaluation FNVMOOI.nl</i>" Probeer nu juist de pluspunten van de website op te schrijven. Dit doe je onder het kopje <i>Pluspunten</i> op het formulier "<i>Heuristic Evaluation FNVMOOI.nl</i>" Lukt het niet om een passend heuristic te vinden dan kan je het gevonden probleem of pluspunt op de achterkant schrijven. Probeer zoveel mogelijk op te schrijven.
6. Score per heuristic toewijzen	Probeer aan de hand van het aantal min- en pluspunten per heuristic een score toe te wijzen. De toelichting van de score staat hieronder beschreven.

Score	Toelichting
1 - Zeer onvoldoende	De heuristic is nergens toegepast op de website
2 - Onvoldoende	De heuristic is weinig tot nergens toegepast op de website
3 - Voldoende	De heuristic is deels toegepast op de website
4 - Ruim Voldoende	De heuristic is grotendeels toegepast op de website
5 - Goed	De heuristic is overal toegepast op de website

Richtlijn	Uitleg.	Onderdelen van Website:
1. Visibility of System Status 	Bezoekers hebben vaak geen hekel aan het wachten, mits zij weten waarop zij moeten wachten. Geef aan wat er in het systeem gebeurt. Het is belangrijk om de bezoeker duidelijk te maken waarop deze staat te wachten. Denk bijvoorbeeld aan het aantal stappen dat de bezoeker nog moet doorlopen. Of als er iets geladen moet worden, toon een loader. Zo is het voor de bezoeker direct duidelijk hoelang het nog gaat duren.	- Status van het systeem - Inschrijfformulier - Feedback
2. Match between real world 	Communiceren in eigen taal werkt altijd beter. Hetzelfde geldt dus als er gecommuniceerd moet worden met de bezoeker op een website. Een bezoeker voelt zich comfortabeler, beter aangesproken en meer vertrouwd op uw website. Daarom is het erg belangrijk om de taal van de bezoekers te spreken, dit is een belangrijk punt voor de beleving van de bezoeker.	- Content - Voor iedereen begrijpbaar - Weet wie de doelgroep is - Iconen
3. User control and freedom 	Bezoekers willen graag het gevoel dat ze de "touwtjes" in handen hebben. Als voorbeeld: wanneer een bezoeker een product te vaak toevoegt tijdens het online shoppen, dan moet het mogelijk zijn om het aantal te wijzigen. Deze controle geeft de bezoeker namelijk een beter vertrouwen en meer zekerheid.	- Geen fouten door gebruiker - Nooduitgang - Wijzigingen maken
4. Consistency and standards 	Bezoekers houden van consistentie, dit geeft namelijk een vertrouwd gevoel. Bepaalde onderdelen worden altijd terugverwacht bij bezoekers, denk aan een logo van het bedrijf, een zoekfunctie of het taalgebruik waarmee de bezoeker wordt aangesproken. Het maakt dat bezoekers zich goed voelen met de huidige standaarden. Het klinkt vanzelfsprekend allemaal, maar dat is het niet. Veel mensen gaan hier de fout in bij een nieuwe website. Je zou ook kunnen zeggen "If it ain't broke, don't fix it!"	- Vaste layout - Woordkeuze / Taalgebruik - Standaard Website
5. Error prevention 	Voorkom fouten, het klinkt simpel en is het eigenlijk ook. Fouten zijn belangrijk om te voorkomen. Wanneer een bezoeker iets ziet wat niet kan kloppen, is er een grote kans dat hij de website verlaat. Denk bijvoorbeeld aan een formulier waar een geboortedatum geselecteerd moet worden en 2020 geselecteerd kan worden.	- Zaken selecteren - Formulier controleren
6. Recognition rather than recall 	Fouten bestaan altijd, iedereen maakt ze. En niet alleen in het dagelijkse leven is het belangrijk om fouten toe te geven, ook op het internet. Een duidelijke 404-pagina is een voorbeeld hiervan. Zo kan een pagina opgehouden zijn te bestaan of kan een bezoeker een URL verkeerd hebben ingetypt. Geef hierbij altijd een oplossing voor de bezoeker en leg de schuld nooit bij de gebruiker. Een 404-pagina kan onder andere goed geoptimaliseerd worden met een zoekbalk, zodat bezoekers zo weer verder kunnen zoeken op uw website zonder dat ze afhaken.	- Opties zichtbaar - Iconen herkenbaar - Inzicht in proces - Kruimelpad
7. Flexibility and efficiency of use 	Flexibiliteit, een erg belangrijk onderdeel tegenwoordig. Bezoekers hebben haast en alles moet snel gebeuren, zorg dus ook dat uw website hierop is afgesteld. Stem de website dus goed af op de bezoeker, zo registreren bezoekers vaak graag zonder een hele lange registratie omdat zij hier geen behoefte of tijd voor hebben. Bied deze optie dus bijvoorbeeld aan.	- Toegang - Info uit meerdere startpunten - Personificatie
8. Aesthetic and minimalist design 	Bied alleen de informatie die belangrijk is, overbodige informatie kan beter worden geschrapt. Dit zorgt vaak voor meer verwarring waardoor bezoekers eerder afhaken. 'Schrijven is schrappen', wordt er ook vaak gezegd.	- Onnodige informatie - Rustig - Afleiding
9. Help users recognize, diagnose, and recover from errors 	Herkennen van zaken is vaak handiger dan ze te onthouden. Zodat het voor jou bezoekers net zo makkelijk wordt. Heeft een bezoeker geklikt op een link? Zorg dan dat dit duidelijk is door bijvoorbeeld een andere kleur. Zo hoeft de bezoeker niet te onthouden dat hier al op geklikt is. Een website moet dus altijd de belangrijke zaken moeten onthouden en anders aangeven waar nodig.	- 404 error - Probleem oplossen
10. Help and Documentation 	Niks is fijner dan hulp voor een bezoeker wanneer dit nodig is. Een website moet ten eerste al duidelijk zijn zonder hulp, maar soms is dit niet altijd even goed mogelijk en kunnen bezoekers hulp gebruiken. Biedt hierbij dan een helpende hand om de bezoeker verder te helpen. Denk hierbij aan een chatfunctie aan de zijkant, waar bezoekers gemakkelijk een vraag kunnen stellen waar binnen korte tijd antwoord op wordt gegeven.	- FAQ's - Contactgegevens - Handleiding

Heuristic Evaluation FNVMOOI.nl			25 juni 2018
Richtlijn	Score	Minpunten	Pluspunten
1. Visibility of System Status <i>Weet de gebruiker wat er gaande is?</i>	1 2 3 4 5		
2. Match between real world <i>Is er een match tussen systeem en werkelijkheid?</i>	1 2 3 4 5		
3. User control and freedom <i>Hoe moeilijk kan een gebruiker iets fout doen?</i>	1 2 3 4 5		
4. Consistency and standards <i>Is de website consistent?</i>	1 2 3 4 5		
5. Error prevention <i>Kunnen fouten voorkomen worden?</i>	1 2 3 4 5		
6. Recognition rather than recall <i>Kan de gebruiker herkennen in plaats van zelf onthouden?</i>	1 2 3 4 5		
7. Flexibility and efficiency of use <i>Is de website duidelijk in gebruik?</i>	1 2 3 4 5		
8. Aesthetic and minimalist design <i>Is alle informatie en content nodig?</i>	1 2 3 4 5		
9. Help users recognize, diagnose, and recover from errors <i>Kan de gebruiker terugschakelen?</i>	1 2 3 4 5		
10. Help and Documentation <i>Is er een helpfunctie aanwezig?</i>	1 2 3 4 5		

► Bijlage D: Uitkomst Gebruikers Heuristic Evaluation

Heuristic Evaluation met gebruiker 1			21 juni 2018
Richtlijn	Score	Minpunten	Pluspunten
1. Visibility of System Status <i>Weet de gebruiker wat er gaande is?</i>	1 2 3 4 5	- Heel druk	
2. Match between real world <i>Is er een match tussen systeem en werkelijkheid?</i>	1 2 3 4 5	- Foto's leiden erg af, net als bewegende beelden	- Je kan contact zoeken met FNV MOOI, dat staat overal duidelijk aangegeven
3. User control and freedom <i>Hoe moeilijk kan een gebruiker iets fout doen?</i>	1 2 3 4 5	- Bij bepaalde pagina's veranderen bepaalde knoppen terug komt naar deze pagina	- Linkjes werken goed
4. Consistency and standards <i>Is de website consistent?</i>	1 2 3 4 5	- Ik weet niet wat het doel van de website is	
5. Error prevention <i>Kunnen fouten voorkomen worden?</i>	1 2 3 4 5	- Zoekopdracht klopt niet - Forum is onder constructie	
6. Recognition rather than recall <i>Kan de gebruiker herkennen in plaats van zelf onthouden?</i>	1 2 3 4 5	- Geen inzicht in wat ik heb gedaan op de website	
7. Flexibility and efficiency of use <i>Is de website duidelijk in gebruik?</i>	1 2 3 4 5	- Vervelend dat tekst in klein stukje blijft staan	Duidelijke layout
8. Aesthetic and minimalist design <i>Is alle informatie en content nodig?</i>	1 2 3 4 5	- Geven te veel onduidelijke informatie	- Er staat veel informatie op
9. Help users recognize, diagnose, and recover from errors <i>Kan de gebruiker terugschakelen?</i>	1 2 3 4 5	- Cookie niet mogelijk om in te stellen op aangegeven plaats - Pagina afgesloten	
10. Help and Documentation <i>Is er een helpfunctie aanwezig?</i>	1 2 3 4 5	- Niet duidelijke uitleg over gebruik van website	

Heuristic Evaluation met gebruiker 2			22 juni 2018
Richtlijn	Score	Minpunten	Pluspunten
1. Visibility of System Status. <i>Weet de gebruiker wat er gaande is?</i>	1 2 3 4 5	- Geen zoekfunctie - Door bewegende beelden lijkt het alsof er heel veel gebeurt op de pagina maar volgens mij is dat niet zo	
2. Match between real world <i>Is er een match tussen systeem en werkelijkheid?</i>	1 2 3 4 5	- Flash downloaden (komt uit 2002) - Video's downloaden ipv dat ze in 1 keer afspelen - Logo's bij FNV MOOI Voordeel zijn geen linkjes, dit lijkt wel zo - FNV moet er voor iedereen zijn, FNV MOOI straalt alleen vrouw uit - Kleurencontrast is slecht, linkjes of tekst niet leesbaar - Er is pas na 3 keer klikken op de website een aanmeldingsformulier	
3. User control and freedom <i>Hoe moeilijk kan een gebruiker iets fout doen?</i>	1 2 3 4 5	- Video pagina is onduidelijk - Linkjes bij FNV MOOI Geregeld werken niet terwijl ze er wel uitzien als linkjes	
4. Consistency and standards <i>Is de website consistent?</i>	1 2 3 4 5	- Website is omslachtig - Wat je qua informatie wilt zoeken kunnen je op een omslachtige manier vinden	- Wel een vaste layout
5. Error prevention <i>Kunnen fouten voorkomen worden?</i>	1 2 3 4 5	- Geen duidelijk inlogfunctie aanwezig - Link FNV MOOIdag werkt niet - Het is niet direct duidelijk waar je naar moet kijken bij het kiezen van een 'onderwerp'	
6. Recognition rather than recall <i>Kan de gebruiker herkennen in plaats van zelf onthouden?</i>	1 2 3 4 5	- Geen inzicht in wat er gebeurt of wat er belangrijk is op de website	
7. Flexibility and efficiency of use <i>Is de website duidelijk in gebruik?</i>	1 2 3 4 5	- Menu is klein - Als FNV wil je juist leden werven, pas bij FNV MOOI Voordeel duidelijk lid worden - Vloekende kleuren	
8. Aesthetic and minimalist design <i>Is alle informatie en content nodig?</i>	1 2 3 4 5	- Tekst is heel kinderlijk geschreven - Onnodige bewegende plaatjes en tekstjes - Te veel tekst - Veel onderdelen leiden af: bewegende afbeeldingen, balkje met kleuren - Kijkt over menu van vertegenwoordigde branches heen	
9. Help users recognize, diagnose, and recover from errors <i>Kan de gebruiker terugschakelen?</i>	1 2 3 4 5	- Op de pagina van FNV MOOI Dag staan heel veel foto's. Sommige foto's zijn kennelijk linkjes	
10. Help and Documentation <i>Is er een helpfunctie aanwezig?</i>	1 2 3 4 5	- Er wordt geen duidelijke hulp geboden - Geen manier om snel iets op te zoeken	
Overige Opmerkingen			
Het roze is erg 'In your Face'. Het maakt de website wellicht iets te zoetsappig, terwijl FNV MOOI een vakbond is die ook professionaliteit uit moet stralen, gezien het ook over gevoelige personeelszaken gaat.			
Lettertype bij de subpagina-opties is achterhaald, lijkt wel 2006			
FNV MOOI Voordeel geeft aan: Wordt lid want dan krijg je korting ipv Wordt lid want dan staan we sterker			
De student moet uitleg geven over de website, ik als gebruiker begrijp de website niet			
Een vakbond is neutraal en dat moet een website ook uitstralen			

Heuristic Evaluation met gebruiker 3			26 juni 2018
Richtlijn	Score	Minpunten	Pluspunten
1. Visibility of System Status <i>Weet de gebruiker wat er gaande is?</i>	1 2 3 4 5	- NVT	
2. Match between real world <i>Is er een match tussen systeem en werkelijkheid?</i>	1 2 3 4 5	- Onduidelijk voor wie de site bedoeld is - Wat de website wilt bereiken	
3. User control and freedom <i>Hoe moeilijk kan een gebruiker iets fout doen?</i>	1 2 3 4 5	- NVT	
4. Consistency and standards <i>Is de website consistent?</i>	1 2 3 4 5	- Zoekbalk overlapt - Zoekbalk per site - Je kan alleen via google de website doorzoeken	
5. Error prevention <i>Kunnen fouten voorkomen worden?</i>	1 2 3 4 5	- Veel spelfouten op de website	
6. Recognition rather than recall <i>Kan de gebruiker herkennen in plaats van zelf onthouden?</i>	1 2 3 4 5	- NVT	
7. Flexibility and efficiency of use <i>Is de website duidelijk in gebruik?</i>	1 2 3 4 5	- Navigeren is lastig en onduidelijk	
8. Aesthetic and minimalist design <i>Is alle informatie en content nodig?</i>	1 2 3 4 5	- Te veel informatie - Je moet onnodig scrollen terwijl de tekst makkelijk had door kunnen lopen	
9. Help users recognize, diagnose, and recover from errors <i>Kan de gebruiker terugschakelen?</i>	1 2 3 4 5	- NVT	
10. Help and Documentation <i>Is er een helpfunctie aanwezig?</i>	1 2 3 4 5	- Er is geen hulpfunctie te vinden	
Overige Opmerkingen			
Op de website staan erg veel onnodige dingen, linkjes of afbeeldingen die bewegen. Dit is compleet onnodig			
De website is overal erg onoverzichtelijk en ik weet niet goed waar ik moet kijken			

Heuristic Evaluation met gebruiker 4		27 juni 2018
Richtlijn	Score	
1. Visibility of System Status <i>Weet de gebruiker wat er gaande is?</i>	1 2 3 4 5	Het systeem laat aan de gebruiker zien welke velden er nog ingevuld moeten worden/of zijn vergeten. Wel is de vormgeving hiervan inconsistent, daar waar bij het ene formulier de tekst en de invoervelden rood gekleurd worden, komt er bij een ander formulier een pop up van de browser die een melding geeft waarin staat welke er niet ingevuld zijn. Dit laat het systeem niet rood kleuren op de website.
2. Match between real world <i>Is er een match tussen systeem en werkelijkheid?</i>	1 2 3 4 5	De content die op de website staat is goed toepasbaar voor de bezoekers van de website. Ook de verschillende subsecties in de website staan mooi boven op de website aangegeven n twee verschillende lettertypes die de gebruikers goed aanspreken. Er wordt duidelijke taal gesproken en ze hebben het over dingen die voor de doelgroep ook van belang is om te weten.
3. User control and freedom <i>Hoe moeilijk kan een gebruiker iets fout doen?</i>	1 2 3 4 5	De gebruiker wordt er door het systeem op geattendeerd als deze iets fout doet.
4. Consistency and standards <i>Is de website consistent?</i>	1 2 3 4 5	Het systeem geeft niet voor ieder onderdeel van de website de zelfde lay-out weer. Zo heeft de academie van deze website een totaal andere lay-out, al is de kleur wel hetzelfde gebleven. De vormgeving van de andere elementen is steeds consistent.
5. Error prevention <i>Kunnen fouten voorkomen worden?</i>	1 2 3 4 5	Er zijn niet zoveel plekken waar gebruikers dingen kunnen doen wat fout kan gaan. Bij formulieren word het aangegeven als de gebruiker iets is vergeten in te vullen. Zie 1
6. Recognition rather than recall <i>Kan de gebruiker herkennen in plaats van zelf onthouden?</i>	1 2 3 4 5	De website is overzichtelijk gedeeld in vijf "flapjes" waardoor het overzicht wordt behouden voor de gebruiker. Feit is wel dat iedere pagina er ongeveer hetzelfde uit ziet en er hier bijna geen verschil in zit, ondanks de content op de pagina's. Dit maakt het moeilijk voor de gebruiker om te onthouden op welke pagina welke informatie staat
7. Flexibility and efficiency of use <i>Is de website duidelijk in gebruik?</i>	1 2 3 4 5	Het aanmeldformulier staat voor beide aanmeldingen op één scherm. Het formulier om aan te melden als lid bij de FNV is het formulier goed zoals het nu is. Als de gebruiker zich aan wilt melden voor een cursus of bij de academie dan is dit ene grote puinhoop en is het niet overzichtelijk voor de gebruiken waar hij/zij nu is in het proces.
8. Aesthetic and minimalist design <i>Is alle informatie en content nodig?</i>	1 2 3 4 5	De informatie die op de website wordt weergegeven is van belang van de gebruiker om te weten. Al is de vormgeving van de website wel heel erg druk, ten eerste door het kleurgebruik en ten tweede omdat er zoveel kleine afbeeldingen met allemaal kleine vakjes er weer omheen op de website staan.
9. Help users recognize, diagnose, and recover from errors <i>Kan de gebruiker terugschakelen?</i>	1 2 3 4 5	Niet aanwezig
10. Help and Documentation <i>Is er een helpfunctie aanwezig?</i>	1 2 3 4 5	Er is contactinformatie aanwezig van het bedrijf en de social media kanalen. Verder zijn er geen helpfuncties beschikbaar behalve de zoekfunctie, voor zover deze meetelt.
Overige Opmerkingen		
Het is gewoon echt een verschrikkelijke website		

Heuristic Evaluation met gebruiker 5			29 juni 2018
Richtlijn	Score	Minpunten	Pluspunten
1. Visibility of System Status <i>Weet de gebruiker wat er gaande is?</i>	1 2 3 4 5	- De status van het systeem is nergens zichtbaar	De pagina's laden echter snel waardoor de misschien niet van toepassing is
2. Match between real world <i>Is er een match tussen systeem en werkelijkheid?</i>	1 2 3 4 5	- Er wordt geen gebruik gemaakt van iconen. Bijvoorbeeld zoek icoon ontbreekt	- Afbeeldingen maken meestal duidelijk wat het onderwerp van de webpagina is
3. User control and freedom <i>Hoe moeilijk kan een gebruiker iets fout doen?</i>	1 2 3 4 5	- Het is niet duidelijk waar je je in de website bevindt. Hierdoor kun je moeilijk een stap terug gaan. Geen logo waarmee je terug kan naar de homepage die er tevens ook niet is.	
4. Consistency and standards <i>Is de website consistent?</i>	1 2 3 4 5	- Lettertype en kleuren zijn niet consistent over de hele website	
5. Error prevention <i>Kunnen fouten voorkomen worden?</i>	1 2 3 4 5	- Controleert nergens of de gegevens juist zijn ingevoerd	
6. Recognition rather than recall <i>Kan de gebruiker herkennen in plaats van zelf onthouden?</i>	1 2 3 4 5	- Er worden geen alternatieve opties gegevens (Zoals een zoekbalk) wanneer een pagina onder constructie is	
7. Flexibility and efficiency of use <i>Is de website duidelijk in gebruik?</i>	1 2 3 4 5	- Aanmeldformulieren zijn erg lang en geeft niet aan hoelang het duurt voordat ingevuld is (bijv. in stappen)	
8. Aesthetic and minimalist design <i>Is alle informatie en content nodig?</i>	1 2 3 4 5	- Veel onnodige tekst op de website. Wanneer je bepaalde tekst of blokken leest wordt je niets wijzer	-
9. Help users recognize, diagnose, and recover from errors <i>Kan de gebruiker terugschakelen?</i>	1 2 3 4 5	- Geen duidelijke structuur - Je weet als gebruiker niet waar je op de website bevindt - De website houdt niet bij waar je op geklikt hebt	
10. Help and Documentation <i>Is er een helpfunctie aanwezig?</i>	1 2 3 4 5	- Geen helpfunctie aanwezig	

Heuristic Evaluation met gebruiker 6			5 juli 2018
Richtlijn	Score	Minpunten	Pluspunten
1. Visibility of System Status <i>Weet de gebruiker wat er gaande is?</i>	1 2 3 4 5	- De status van het systeem is niet zichtbaar	
2. Match between real world <i>Is er een match tussen systeem en werkelijkheid?</i>	1 2 3 4 5	- Vind niet geheel duidelijk voor wie de website bedoeld is - De website oogt geen vakbond - Lettertypen zijn niet leesbaar of te klein - Truttig en hoog snoezig gehalte - Geen jaartallen zichtbaar - Wanneer wel zichtbaar = verouderd	
3. User control and freedom <i>Hoe moeilijk kan een gebruiker iets fout doen?</i>	1 2 3 4 5	- Tabbladen zijn niet duidelijk dat deze aangeklikt kunnen worden (Hoofdmenu)	
4. Consistency and standards <i>Is de website consistent?</i>	1 2 3 4 5	- Er zijn heel veel losse onderwerpen - Er is geen verband tussen de onderwerpen - Website is erg verouderd - De tekst loopt door foto's heen	
5. Error prevention <i>Kunnen fouten voorkomen worden?</i>	1 2 3 4 5	- De linkjes werken niet - Bij Voordeel staan logo's je verwacht dat dit linkjes zijn	
6. Recognition rather than recall <i>Kan de gebruiker herkennen in plaats van zelf onthouden?</i>	1 2 3 4 5	- Ik strand direct op de website - Website lijkt gericht op kappers	
7. Flexibility and efficiency of use <i>Is de website duidelijk in gebruik?</i>	1 2 3 4 5	- De website ziet er uit als iets voor jonge meisjes met al dat roze en paars - Geen zoek- of inlogfunctie aanwezig - Bij een zoekfunctie pakt hij het kernwoord niet en krijg ik totaal andere informatie dan wat ik zocht	
8. Aesthetic and minimalist design <i>Is alle informatie en content nodig?</i>	1 2 3 4 5	- Verouderde teksten - Oud nieuws en niet up to date - Tekst is in kleine vakken gepropt - Veel niet te vinden, er staat veel op maar links ernaar toe werken bijvoorbeeld niet - Er staat te veel in, maar niet genoeg bij elkaar	
9. Help users recognize, diagnose, and recover from errors <i>Kan de gebruiker terugschakelen?</i>	1 2 3 4 5	- Ik strand op de website en zie niet wat ik heb bezocht - Heel onrustige site, ik wil eigenlijk meteen weer weg	
10. Help and Documentation <i>Is er een helpfunctie aanwezig?</i>	1 2 3 4 5	- Hulpfunctie slecht te vinden	
Overige Opmerkingen			
Waar is e website op gericht? Ik zie bijvoorbeeld niks voor mannen			

Heuristic Evaluation met gebruiker 7			5 juli 2018
Richtlijn	Score	Minpunten	Pluspunten
1. Visibility of System Status <i>Weet de gebruiker wat er gaande is?</i>	1 2 3 4 5	- De status van het systeem is niet zichtbaar	
2. Match between real world <i>Is er een match tussen systeem en werkelijkheid?</i>	1 2 3 4 5	- Erg oud nieuws - Slecht lettertype - Heel veel stockfoto's – Geeft geen werkelijkheid / komt nep over - Niet te zien dat dit een vakbond is	
3. User control and freedom <i>Hoe moeilijk kan een gebruiker iets fout doen?</i>	1 2 3 4 5	- Gebruiker ziet niet wat er gebeurd op de website en welke fouten hij of zij kan maken	
4. Consistency and standards <i>Is de website consistent?</i>	1 2 3 4 5	- Inlogfunctie is bijvoorbeeld niet te vinden	
5. Error prevention <i>Kunnen fouten voorkomen worden?</i>	1 2 3 4 5	- De layout blijft ongeveer hetzelfde op de hele website	
6. Recognition rather than recall <i>Kan de gebruiker herkennen in plaats van zelf onthouden?</i>	1 2 3 4 5	- Bij elke pagina moet er apart cookies worden geaccepteerd - Gebruiker ziet niet dat dit een scrollbar is	
7. Flexibility and efficiency of use <i>Is de website duidelijk in gebruik?</i>	1 2 3 4 5	- Onduidelijk voor wie de website bedoeld is - Gebruiker wordt moe van de website, het is niet mooi en te druk - Kennelijk moet er gescrold worden door een foto	
8. Aesthetic and minimalist design <i>Is alle informatie en content nodig?</i>	1 2 3 4 5	- Er staan wel veel blanke, blonde vrouwen op de website - Veel onnodig bewegende beelden	
9. Help users recognize, diagnose, and recover from errors <i>Kan de gebruiker terugschakelen?</i>	1 2 3 4 5	- Bij pagina foto's van FNV MOOI Dag 2017 kan de gebruiker niet terugschakelen	
10. Help and Documentation <i>Is er een helpfunctie aanwezig?</i>	1 2 3 4 5	- Geen helpfunctie aanwezig - Zoekfunctie op 1 pagina aanwezig en nergens anders te vinden	
Overige Opmerkingen			
Wat een drukke website, 302 foto's bijvoorbeeld? De website is onduidelijk en verouderd			
Focus als vakbond op ledenwerving ipv heel veel informatie bieden			

► Bijlage E: Resultaten Google Analytics

Acquisitie-overzicht

27 jun. 2017 - 27 jun. 2018

 **Alle gebruikers**
 100,00% Gebruikers

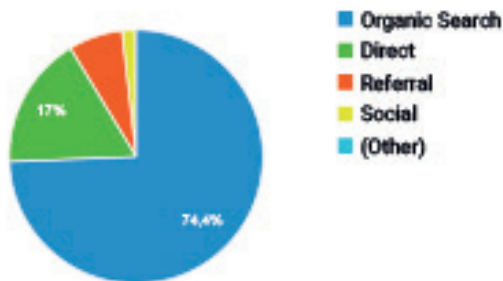
Primaire dimensie:

Conversie:

Topkanalen

Alle doelen

Topkanalen



Gebruikers



Conversies



Acquisitie

Gedrag

Conversies

	Gebruikers	Nieuwe gebruikers	Sessies	Bounceper...	Pagina's/s...	Gem. sessieduur
	18.649	18.439	24.885	45,40%	3,03	00:01:50
1 Organic Search	14.277			44,40%		
2 Direct	3.258			49,69%		
3 Referral	1.317			41,12%		
4 Social	343			66,12%		
5 (Other)	4			90,91%		



Een doel instellen.

Als u statistieken voor uitkomsten wilt bekijken, moet u een of meer doelen definiëren.

[AAN DE SLAG](#)

Klik [hier](#) als u alle 5 Kanalen wilt bekijken.

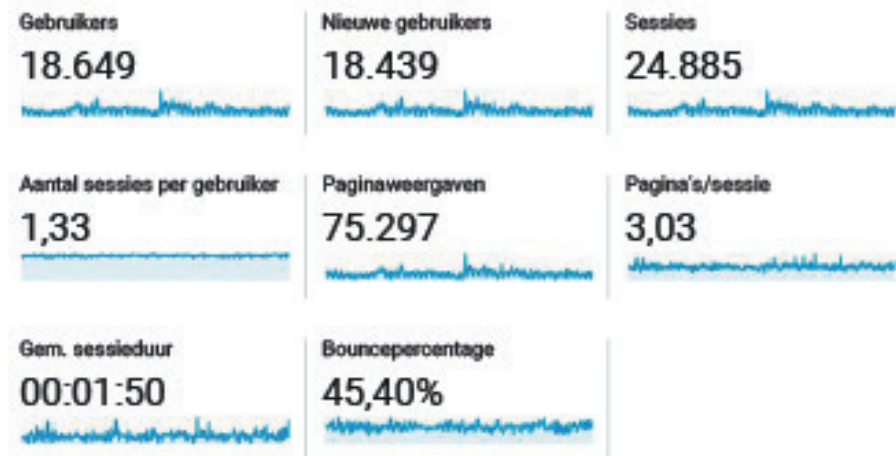
Doelgroepoverzicht

Alle gebruikers
100,00% Gebruikers

27 jun. 2017 - 27 jun. 2018

Overzicht

Gebruikers



New Visitor Returning Visitor



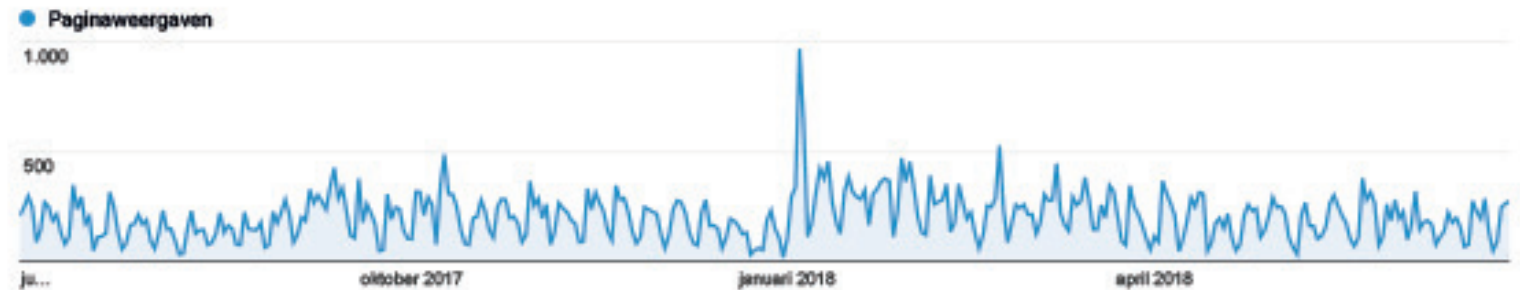
Taal	Gebruikers	% Gebruikers
1. nl-nl	10.288	54,95%
2. nl	6.978	37,27%
3. en-us	948	5,06%
4. en-gb	142	0,76%
5. fr	107	0,57%
6. nl-be	76	0,41%
7. (not set)	30	0,16%
8. fi-fi	17	0,09%
9. c	15	0,08%
10. zh-cn	15	0,08%

Overzicht

Alle gebruikers
100,00% Paginaweergaven

27 jun. 2017 - 27 jun. 2018

Overzicht



Paginaweergaven	Unieke paginaweergaves	Gem. tijd op pagina	Bouncepercentage	Uitstapppercentage
75.297	58.014	00:00:54	45,40%	33,05%

Pagina	Paginaweergaven	% Paginaweergaven
1. /	14.650	19,46%
2. /lidmaatschap-fnv-mooi/	4.455	5,92%
3. /schoonheidsspecialisten/welke-cao-geldt-voor-jou/	4.041	5,37%
4. /kappers/	3.582	4,76%
5. /lidmaatschap-fnv-mooi/uitleg-contributies/	3.454	4,59%
6. /kappers/welke-cao-geldt-voor-jou/	3.211	4,26%
7. /wie-zijn-wa/	2.576	3,42%
8. /start/	2.324	3,09%
9. /contactgegevens/	2.023	2,69%
10. /vacatures/	1.778	2,36%



Acquisitie-overzicht



Alle gebruikers
100,00% Gebruikers

27 jun. 2017 - 27 jun. 2018

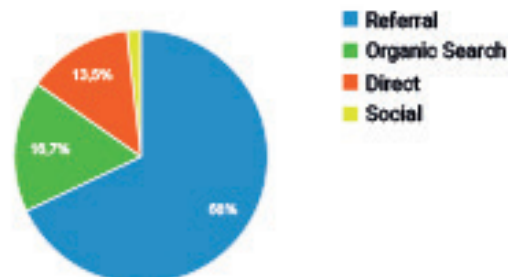
Primaire dimensie:

Conversie:

Topkanalen

Alle doelen

Topkanalen



Gebruikers

Gebruikers



Conversies

Doelconversieratio



Acquisitie

Gebruikers

Nieuwe gebruikers

Sessies

Gedrag

Bounceper...

Pagina's/a...

Gem. sessieduur

1.555

1.539

1.901

33,25%

2,96

00:01:57

1

Referral

1.084

2

Organic Search

267

3

Direct

215

4

Social

29



25,76%



52,22%

48,25%

48,39%

Conversies



Een doel instellen.

Als u statistieken voor uitkomsten wilt bekijken, moet u een of meer doelen definiëren.

AAN DE SLAG

Klik [hier](#) als u alle 4 Kanalen wilt bekijken.



Doelgroepoverzicht



Alle gebruikers
100,00% Gebruikers

27 jun. 2017 - 27 jun. 2018

Overzicht

Gebruikers



Gebruikers

1.555



Nieuwe gebruikers

1.539



Sessies

1.901



Aantal sessies per gebruiker

1,22



Paginaweergaven

5.622



Pagina's/sessie

2,96



Gem. sessieduur

00:01:57

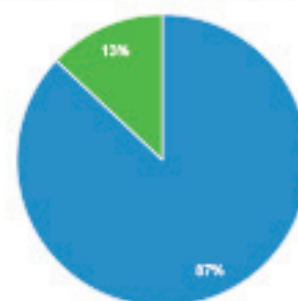


Bouncepercentage

33,25%



■ New Visitor ■ Returning Visitor



Taal	Gebruikers	% Gebruikers
1. nl-nl	824	52,69%
2. nl	642	41,05%
3. en-us	68	4,35%
4. en-gb	15	0,96%
5. c	5	0,32%
6. nl-be	2	0,13%
7. (not set)	1	0,06%
8. de	1	0,06%
9. el	1	0,06%
10. es	1	0,06%



Overzicht

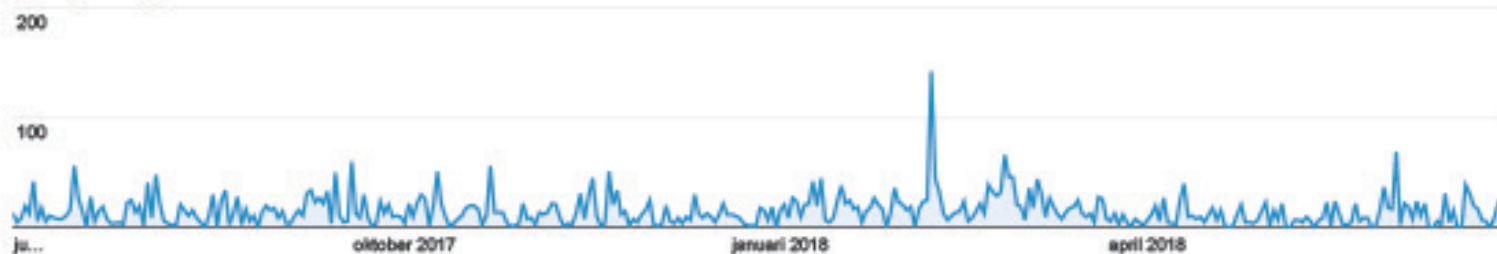


Alle gebruikers
100,00% Paginaweergaven

27 jun. 2017 - 27 jun. 2018

Overzicht

Paginaweergaven



Paginaweergaven

5.622

Unieke paginaweergaves

4.025

Gem. tijd op pagina

00:01:00

Bouncepercentage

33,25%

Uitstapppercentage

33,81%

Pagina	Paginaweergaven	% Paginaweergaven
1. /	2.673	47,55%
2. /voordelen-voor-alle-leden/	844	15,01%
3. /voordelen-voor-zzpers/	538	9,57%
4. /voordelen-voor-leerlingen-werknemers/	496	8,82%
5. /voordelen-voor-alle-leden	122	2,17%
6. /outgoing/www.fnmvmooidag.nl/?referrer=	60	1,07%
7. /outgoing/www.fnmvmoi.nl/start/?referrer=http://www.fnmvoordeel.nl/	45	0,80%
8. /outgoing/www.fnmvmoi.nl/start/?referrer=	39	0,69%
9. /outgoing/www.fnmvmooidag.nl/?referrer=http://www.fnmmoisamen.nl/home/	39	0,69%
10. /outgoing/deadministratie.nl/fmv-moi-administratie/?referrer=http://www.fnmvoordeel.nl/	38	0,68%

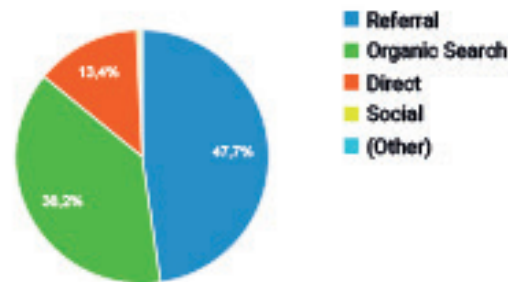
Acquisitie-overzicht

27 jun. 2017 - 27 jun. 2018

Alle gebruikers
100,00% Gebruikers

Primaire dimensie: **Topkanalen**
Conversie: **Alle doelen**

Topkanalen



Gebruikers



Conversies



Acquisitie

	Gebruikers	Nieuwe gebruikers	Sessies
	1.604	1.589	1.944
1 Referral	783		
2 Organic Search	627		
3 Direct	220		
4 Social	7		
5 (Other)	5		

Gedrag

	Bounceper...	Pagina's/s...	Gem. sessieduur
	55,20%	1,88	00:01:02
1 Referral	50,28%		
2 Organic Search	51,63%		
3 Direct	76,39%		
4 Social	100,00%		
5 (Other)	100,00%		

Conversies



Een doel instellen.

Als u statistieken voor uitkomsten wilt bekijken, moet u een of meer doelen definiëren.

AAN DE SLAG

Klik [hier](#) als u alle 5 Kanalen wilt bekijken.

Doelgroepoverzicht

Alle gebruikers
100,00% Gebruikers

27 jun. 2017 - 27 jun. 2018

Overzicht



■ New Visitor ■ Returning Visitor



Taal	Gebruikers	% Gebruikers
1. nl-nl	789	49,07%
2. nl	643	39,99%
3. en-us	110	6,84%
4. en-gb	28	1,74%
5. pt-br	9	0,56%
6. c	8	0,50%
7. (not set)	7	0,44%
8. es-es	4	0,25%
9. de-de	2	0,12%
10. de	1	0,06%

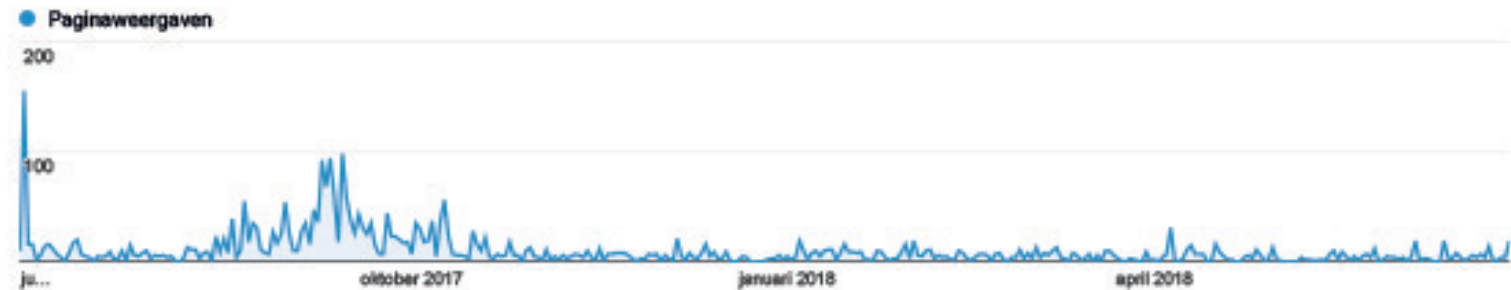
Overzicht



Alle gebruikers
 100,00% Paginaweergaven

27 jun. 2017 - 27 jun. 2018

Overzicht



Paginaweergaven
3.654

Unieke paginaweergaves
3.019

Gem. tijd op pagina
00:01:10

Bouncepercentage
55,20%

Uitstapppercentage
53,20%

Pagina	Paginaweergaven	% Paginaweergaven
1. /	1.710	46,80%
2. /fvm-moodag-2014-2/programma/	473	12,94%
3. /fvm-mooi-boekhoudpakket-en-klein-boekhouden/	167	4,57%
4. /fvm-moodag-2014-2/fvm-mooi-academie/	143	3,91%
5. /outgoing/www.fvmoodag2017.nl/?referrer=https://www.google.nl/	86	2,35%
6. /fvm-moodag-2016/fotos-fvm-moodag-2016/	73	2,00%
7. /fvm-moodag-2016-1/fotos-fvm-moodag-2017/	49	1,34%
8. /outgoing/www.fvmooi.nl/start/?referrer=http://www.fvmooivoordeel.nl/	44	1,20%
9. /fvm-moodag-2015/	36	0,99%
10. /mooi-app/	31	0,85%

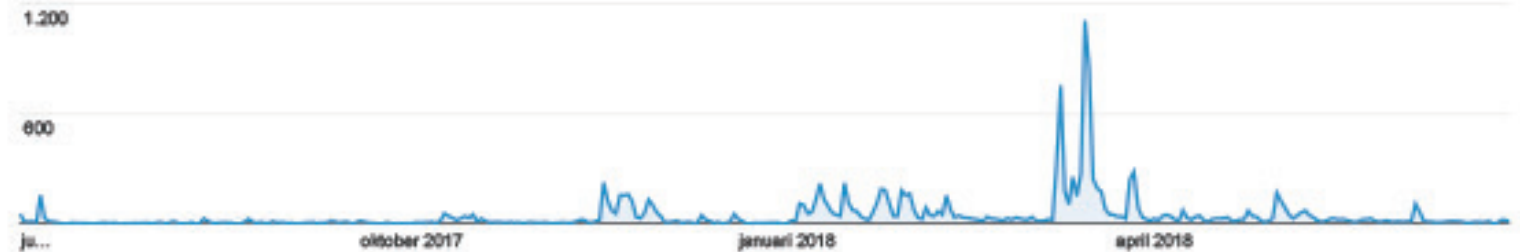
Doelgroepoverzicht

Alle gebruikers
100,00% Gebruikers

27 jun. 2017 - 27 jun. 2018

Overzicht

Gebruikers



Gebruikers

12.589



Nieuwe gebruikers

12.391



Sessies

16.702



Aantal sessies per gebruiker

1,33



Paginaweergaven

23.846



Pagina's/sessie

1,43



Gem. sessieduur

00:00:54



Bouncepercentage

77,80%



New Visitor Returning Visitor



Taal	Gebruikers	% Gebruikers
1. nl-nl	9.429	74,64%
2. nl	2.716	21,50%
3. en-us	299	2,37%
4. nl-be	88	0,70%
5. en-gb	40	0,32%
6. c	11	0,09%
7. tr	7	0,06%
8. de	6	0,05%
9. de-de	5	0,04%
10. es-es	4	0,03%

Overzicht

Alle gebruikers
100,00% Paginaweergaven

27 jun. 2017 - 27 jun. 2018

Overzicht



Paginaweergaven

23.846

Unieke paginaweergaves

20.618

Gem. tijd op pagina

00:02:05

Bouncepercentage

77,80%

Uitstapppercentage

70,03%

Pagina	Paginaweergaven	% Paginaweergaven
1. /werknemer/situatie-schettering-hair-beauty/	5.817	24,39%
2. /werknemer/update-situatie-yes-salons/	2.442	10,24%
3. /	2.341	9,82%
4. /zfp/	1.144	4,80%
5. /werknemer/	1.112	4,66%
6. /actieonderbetaling	840	3,52%
7. /werknemer/update-situatie-schettering-hair-beauty/	793	3,33%
8. /werknemer/actie-onderbetaling-kappers-klopt-jouw-loon-wel/	691	2,90%
9. /actieonderbetaling/	604	2,53%
10. /werknemer/nieuw-kappers-cao-voorlichtingsbijeenkomsten-alleen-voor-werknemers-kapper/	589	2,47%

► Bijlage F: Checklist Literatuur

IT'S ALWAYS GOOGLE AND WIKIPEDIA... HOW DO YOU QUICKLY ASSESS THE INFORMATION SOURCES USED?

The internet is very popular with students. That's not a bad thing because it offers a lot of opportunities. You can find a lot of information on the internet. But not all information is equally reliable. This is because anyone can publish what they want on the World Wide Web. It is important that you treat this information critically and use the best sources. This checklist is intended as a handy guide.

CHECKLIST ASK YOURSELF THE FOLLOWING QUESTIONS:



RELIABLE

- Is the author a current expert?
- Can the author be contacted?
- Is the site manager, organization or publisher well-known?
- Are there other ways, besides e-mail, to contact the organization?

HINT!

The extension after the full stop (.) may reveal a great deal:

- .com = commercial
- .edu = education
- .gov = government
- .xs4all.nl = personal



TRUE

- What is the aim of the information source (advertising, propaganda, etc.)?
- Does the source contain facts or opinions?
- Are the opinions supported by evidence?
- Is the source suitable?



COMPLETE

- Has an overview been provided of the sources used?
- Are relevant sources or information missing?



UP-TO-DATE

- Is the date mentioned?
- Has the site been updated recently?



VERIFIABLE

- Did you find the information via a library, government agency or university?
- Generally, the information made available by these organizations has been evaluated.
- Has the source provided references or a bibliography?

Criteria voor bronnen van internet		
	Ja	Nee
Autoriteit		
Wie is verantwoordelijk voor de site?		
Wie is de auteur van de informatie?		
Is dit een deskundige?		
Wie kan er nog meer informatie aanpassen?		
Van welk organisatie of instelling is de site		
Kun je contact opnemen met de verantwoordelijke van de website?		
Zijn de logo's officieel?		
Kloppen de beelden van de site met het beeld van zo'n organisatie?		
Welke soort site is het? (.com – commercieel, .xs4all – persoonlijk, .gov, .mil .us – overheidssite, .edu – academisch		
Inhoud		
Voor welke doelgroep is het materiaal samengesteld?		
Met welke intentie is het materiaal samengesteld?		
Is de informatie geredigeerd?		
Bevat de bron vooral feiten of meningen?		
Is de informatie volledig?		
Zijn er verwijzingen naar gebruikte bronnen?		
Kun je deze bronnen terugvinden?		
Tijd		
Is de informatie (nog) juist?		
Komt het overeen met andere bronnen?		
Wanneer is de pagina voor het laatst bijgewerkt?		
Ontwerp		
Is de site goed opgezet? (Belangrijkste info, eenvoudige vindbaarheid)		
Bevat de site fouten? (spelfouten, taalfouten, niet werkende links)		
Waarde		
Wordt er door andere website verwezen naar de site?		
Wordt er door betrouwbare organisatie verwezen naar deze site?		

► Bijlage G: Debriefing FNV MOOI

Plan van aanpak:

Strategie & concept:

We moeten de basis structuur bepalen. En welke inhoud van de huidige website moet behouden blijven.
We moeten inzichtelijk krijgen wat er met de website bereikt moet worden? Wie de doelgroep is (alleen leden?) en wat zij op de website zoeken.
De antwoorden op deze vragen vormen de basis van online strategie, net als het sorteren van de huidige content en het opstellen van de sitemap.

We moeten doelen stellen:
Meer leads genereren? Prioriteit informatie verstrekken?

In kaart brengen wat de doelgroep van jullie website verwacht.
Komt men binnen als leerling, werknemer of ZZP'er of komt men binnen als kapper, schoonheidsspecialist, visagist etc. Die keuze moet worden gemaakt.

En in de eerste fase moeten jullie aan de slag met het sorteren van de huidige content.
Bedenken waar welke content op welke pagina moet komen.

Planning:

Rekening houdend met een gemiddelde doorlooptijd van +/- 10 weken moet er een deadline bepaald worden en het project in te nemen stappen worden verdeeld.
Wat valt er onder de 'basis' website die als eerste opgeleverd moet worden.

Design:

Als de strategie bepaald is dan gaan we aan de slag met het visualiseren van het design.
Een look & feel die aansluit bij jullie verwachtingen en die van de doelgroep. Vooralsnog enkel een grove schets van de homepagina. Rekening houdend met responsive design.
Deze schetsen leggen we aan jullie voor en hier kan feedback op worden gegeven.
De voorstellen zijn in pdf.

Bouwen van de site:

Als er een keuze in ontwerp is gemaakt dan werken we deze verder uit in pdf voor de diverse pagina's.
Na akkoord op de pdf staren we met het bouwen van de basis die eerder is bepaald. Dit zijn nog pagina's zonder koppelingen en wordt in een Wordpress demo omgeving gedaan.
Deze pagina's bevatten een aantal basis modules als:

- Laatste nieuws
- Lid worden
- Contributie
- Agenda
- FNV MOOI voordeel
- Contactgegevens
- Branches

look & feel
→ huisstijl onderzoek
→ foto's → iels bij ienad

Wanneer de basis gereed is kan dit gevuld worden met de oude en/of nieuwe content.

Na goedkeuring op demo wordt deze overgezet naar de live omgeving.

mo2ivot

PROGRAMMA VAN EISEN

Randvoorwaarden

- ☒ **Beheer.** De website en het CMS is dusdanig overzichtelijk en gebruiksvriendelijk dat het beheer uitgevoerd kan worden zonder speciaal daarvoor opgeleide mensen. Het beheer kan uitgevoerd worden door mensen die de gebruikelijke office programma's beheersen en die geen kennis hebben van programmeertalen.
- ☒ **Koppeling CRM Systeem.** De nieuwe website dient gekoppeld te kunnen worden aan het (nieuwe) CRM Systeem van FNV MOOI. Dit om gegevens te kunnen verifiëren zoals lidnummer voor een gesloten deel van de website en voor betaalopdrachten voor bijvoorbeeld de MOOI Academie en de FNV MOOIDag. Hierover moet op een later moment in dit traject afgestemd worden met de ontwikkelaar van het CRM Systeem in het kader van veiligheid, gebruiksmogelijkheden en de juiste volgorde daarvan.
- ☒ **Automatisering van processen.** Automatisering van processen en de beschikbaarheid van verschillende gestandaardiseerde templates is een absolute voorwaarde. Naast een koppeling met het CRM Systeem (waardoor gegevens kunnen worden ingeladen en gecontroleerd) zullen geautomatiseerde processen als o.a. het opmaken en versturen van facturen, het uitzenden van nieuwsbrieven of het downloaden van een FNV MOOIDag deelnemerslijst in Excel, in de nieuwe website aanwezig moeten zijn.
- ☒ **Data analyse.** Het is een must om te kunnen sturen op de cijfers die uit de data analyse naar boven komen, o.a. bezoekers- en gebruikersgegevens moeten vanuit de nieuwe website kunnen worden verzameld en geanalyseerd. Met de verzamelde gegevens moet de website kunnen worden geoptimaliseerd, maar ook inzichtelijk worden waar FNV MOOI verder op kan inspelen.
- ☒ **Cookie- en privacywetgeving.** De website voldoet aan de geldende cookie- en privacywetgeving.
- ☒ **Mobile first.** De mobiele versie moet het uitgangspunt zijn van het ontwerp. Overige versies volgen hierna. *RESPONSIVE*
- ☒ **Eigendom.** FNV MOOI moet, indien nodig of gewenst, de website en het daarbij horende CMS bij derden in beheer kunnen brengen. Met andere woorden; in geval van faillissement, overlijden of simpelweg stoppen van het bureau, moet de website (cq. CMS) door een derde partij kunnen worden overgenomen, bijgehouden of zelfs worden doorontwikkeld.
- ☐ **Prijs.**

Operationeel/technisch

- ☐ App-koppeling
- ☐ CMS oplossing
- ☐ CRM Systeem koppeling
- ☐ Data analyse
- ☐ Dead link tool
- ☐ Eén URL
- ☐ Geen flash
- ☐ Geoptimaliseerd voor alle browsers
- ☐ Hosting provider
- ☐ Mobile first
- ☐ Optimale performance
- ☐ Rechten-/statusbeheer in handen van FNV MOOI
- ☐ Server
- ☐ Responsive design
- ☐ Top link

Functionaliteiten

- ☐ Agenda/kalender

- ☐ Autoresponder
- ☐ ~~Banner carousel~~
- ☐ Brochures toevoegen -- achter inlog
- ☐ Betaalmodule -- 1001dag 17001 academie
- ☐ Catalogus/webshop 1 →
- ☐ Contactgegevens FNV MOOI (op iedere pagina aanwezig)
- ☐ Content beheer in handen van FNV MOOI a.d.h.v. verschillende templates
- ☐ Facturen ontwikkelen en inladen 2 1001 BV aanpassen data/jaartal/aanpassen
- ☐ FAQ
- ☐ Foto- en videoalbums -- kost veel ruimte
- ☐ Geen meertaligheid
- ☐ Handleiding (intern gebruik)
- ☐ Inbraakbestendig; aantoonbaar beveiligd en bestand tegen inbraakpogingen
- ☐ Inlog leden
- ☐ Inschrijfformulieren ontwikkelen en plaatsen (in eigen beheer)
- ☐ Integratie social media (YouTube, Facebook en Twitter, meerdere kanalen mogelijk)
- ☐ Mini website tool
- ☐ Navigatie- en menu-items eenduidig, eenvoudig en overzichtelijk (intuïtief)
- ☐ Nieuwsoverzicht homepage
- ☐ Aanmelden nieuwsbrief
- ☐ Nieuwsbrieven en e-mailings (in eigen beheer genereren en versturen) --
- ☐ Online versie vakblad FNV MOOI -- apart op wp magazines
- ☐ Poll tool
- ☐ PowerPoint tool
- ☐ Printvriendelijk -- ?? BY Bericht printicoon
- ☐ RSS feed
- ☐ SEO
- ☐ Siteoverzicht
- ☐ Visitekaartje tool
- ☐ Zoekfunctie

Mogelijke andere functionaliteiten (nader te bepalen):

- Vacaturebeheer
- Gastenboek/gebruikersreacties
- Afbeeldingen bewerken
- Enquête tool

BASIS

De nieuwe website moet zijn:

- ! Up to date, nieuwste technologie, snel
- ! Makkelijk te onderhouden en (door)ontwikkelen
- ! Voldoen aan huidige wet- en regelgeving, privacy
- ! Makkelijk zelf te bewerken/gebruiken
- ! Overzichtelijk, gebruikersvriendelijk (customer journey)
- ! Responsive
- ! Volledig
- ! Social links
- ! SEO/SEA en data analyse

- ? Flat/material design
- ? Duimvriendelijke navigatie
- ? Splitscreen →

- developer
 - content
 - home
 - footer/header

→ doelgroep onderzoek
 • enquête
~~interview~~

► Bijlage H: Resultaten Interview Opdrachtgever

Interview FNV MOOI – Juli 2018

Goedendag en alvast bedankt dat u mee wilt helpen aan de afstudeeropdracht van de student Minte Does. De student werkt momenteel aan een opdracht voor een herontwerp van de website van FNV MOOI. Onderstaande vragen zijn opgesteld voor een medewerker van FNV MOOI. Het doel van dit interview is inzicht krijgen in FNV MOOI en haar doelen. Dit interview zal gebruikt worden als onderdeel van een onderzoek die gebruikt en toegepast zal worden aan het herontwerp van de website van FNV MOOI.

Bedankt voor uw medewerking.

1. Wie bent u en wat is uw functie binnen FNV MOOI?

Mijn naam is Lieke en ik ben momenteel de persoon die alle communicatie van FNV MOOI regelt o.a. via de website en social media. Ik weet wat FNV MOOI moet uitstralen naar haar leden en de buitenwereld toe.

2. Wat is FNV MOOI?

FNV MOOI is een vakbond voor kappers, visagisten, nagelstylisten, schoonheidsspecialisten en werknemers in de wellness en pedicures. Omdat de vakbond al aardig lang bestaat (80 jaar), weten we goed waar onze sterke punten liggen. We bestaan uit adviseurs en juristen en behartigen het belang van de werkenden in deze branches.

3. Wat doet FNV MOOI?

FNV MOOI bestaat uit o.a. juristen en adviseert bij allerlei vragen met betrekking tot werk en inkomen. We vertegenwoordigen alle werknemers, leerlingen en ZZP'ers in de uiterlijke verzorgingsbranche.

*Naast deze zaken organiseert FNV MOOI 1 keer per jaar de FNV MOOIDag, meestal op de eerste maandag van oktober. Op deze dag komen er gastsprekers langs, is er een kennis- en belevingsplein en kunnen er allerlei korte workshops gevolgd worden. Deze workshops worden in het jaar na de MOOIDag gegeven bij ons op locatie. Deze workshops worden in de MOOI Academie gegeven. .
Ook is FNV MOOI werkzaam als onderhandelaar. Zo regelen we kortingen o.a. producten en evenementen zoals het evenement de presentatie van de Nederlandse Haarlijn voor kappers.*

4. Wat zijn de doelen van FNV MOOI?

Een achterliggend doel van FNV MOOI is natuurlijk meer leden werven. Met meer leden kunnen we meer bereiken met betrekking tot bijvoorbeeld de CAO. Onze andere doelen zijn stabiliteit voor werknemers en leerlingen. Gezond en eerlijk werk is ook een belangrijk doel. Het professionaliseren van de branche is ook een doel waar we naar toe werken.

1 van onze slogans is 'MOOI als je je blijft ontwikkelen'. We maken ons hard ervoor dat werknemers, ZZP'ers en leerlingen doorleren en ontwikkelen. Dit doen we door cursussen en workshops aan te bieden in de MOOI Academie. Ook staan we voor een duidelijke wet- en regelgeving. Maar dit alles kunnen we alleen bereiken als we meer leden krijgen.

5. Wat is de doelgroep van FNV MOOI?

De doelgroep van FNV MOOI zijn alle leden van FNV MOOI en alle personen die in onze vertegenwoordigde branches vallen en eventueel lid kunnen worden van de vakbond.

6. Wie zijn de leden van FNV MOOI? (Denk hierbij aan beroepen, geslacht, leeftijd, sociale klasse,

Onze leden zijn vooral werknemers, leerlingen of ZZP'ers in de uiterlijke verzorgingsbranche: kappers, schoonheidsspecialisten, nagelstylisten, visagisten en werkenden in de pedicure en wellness. We zien wel dat een groot deel van onze leden werkt als kapper.

7. Wat biedt FNV MOOI aan haar leden?

FNV MOOI biedt advies aan haar leden over alle onderwerpen die met het werk en het inkomen te maken hebben. Zo komen leden naar ons toe voor vragen over de CAO, vakantie, vrije dagen, zwangerschap, ziekte, verzekering, contracten, leveranciers, producten, eigen bedrijf en scholing. Ook bieden we hulp aan bij bijvoorbeeld problemen met een werkgever of leverancier. Daarbij bieden we juridische bijstand en kunnen we advocaten inzetten bij rechtsproblemen binnen een bedrijf. We bieden kortingen aan voor evenementen en producten die te maken hebben met het vak. We bieden de MOOI Academie aan. Leden en niet-leden kunnen zich inschrijven en meedoen aan een cursus of workshop die valt binnen hun werk. Op deze manier stimuleren wij onze leden aan om zichzelf door te ontwikkelen. De cursussen en workshops worden door ons georganiseerd.

8. Wie zijn de potentiële leden van FNV MOOI?

Onze potentiële leden zijn alle werknemers, ZZP'ers en leerlingen die werken in de eerder genoemde branches en niet al lid zijn van een andere vakbond.

9. Hoe communiceert FNV MOOI met haar leden?

FNV MOOI brengt eens in de 3 weken een nieuwsbrief uit naar haar leden. De nieuwsbrieven gaan over belangrijke zaken zoals faillissementen en het overleg over de CAO. Deze wordt meestal door ongeveer de helft van al onze leden gelezen. We sturen ook nieuwsbrieven over de MOOIdag, de MOOI Academie en het nieuwe online vakblad.

Ook plaatsen we berichten op onze Facebook, Twitter en Instagram. Deze berichten variëren van serieuze nieuwsberichten over faillissementen tot berichten over het nieuwe vakblad.

Leden kunnen ons altijd mailen of bellen. We zijn bereikbaar op doordeweekse dagen van 9:00 tot 12:30 en van 13:00 tot 17:00.

10. Wat zijn de belangrijkste onderwerpen waar leden van FNV MOOI naar vragen? (Denk hierbij aan om welke redenen/ onderwerpen ze contact zoeken met FNV MOOI ledenservice)

Dit verschilt heel erg. Zoals ik al eerder zei bellen ze ons vaak als ze er zelf niet uitkomen bij bijvoorbeeld problemen met leveranciers, werkgevers, inkomen en verlof.

11. Wie zijn de concurrenten van FNV MOOI?

Concurrenten zou ik het niet noemen. Eerder vakbonden die ongeveer dezelfde doelen hebben als ons. Omdat wij ons richten op ZZP'ers, werknemers en leerlingen vallen de ondernemers in de branches af. Deze worden onder andere door de ANKO vertegenwoordigd. Een andere 'concurrent' is CNV Vakmensen. Met deze 2 organisaties hebben wij overleg gehad over o.a. de CAO voor kappers.

12. Wat wilt FNV MOOI bereiken met de website?

FNV MOOI wilt door een nieuwe website meer leden werven, op een juiste manier informatie bieden en oproepen tot contact opnemen.

De website moet zo gemaakt zijn dat we niet alle informatie al plaatsen. We willen juist content plaatsen die aanzet tot lid worden en contact opnemen.

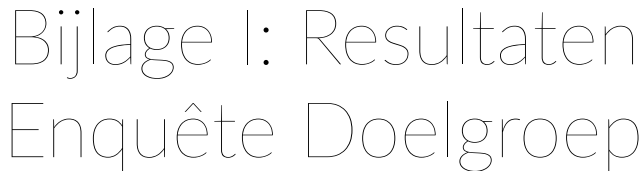
13. Wat is vanuit FNV MOOI belangrijk dat op de website te vinden is?

Ik vind het erg belangrijk dat het voor een bezoeker meteen duidelijk is wie we zijn en dat hij of zij meteen contact met ons op kan nemen. Het moet voor de gebruiker in 1 keer duidelijk zijn wat er allemaal op de website te vinden is. Dat is nu namelijk niet het geval.

14. Wat is vanuit FNV MOOI belangrijk dat op de website te zien is?

De belangrijkste zaken als contactgegevens, over wie we zijn en wat we doen, wat onze diensten zijn, wat kunnen bieden aan mensen. De website moet de nodige informatie bevatten. Ook moet de website up to date zijn. Qua uitstraling zou ik gaan voor neutraliteit en modern. Dat we een vakbond zijn voor de uiterlijke verzorgingsbranche moet door middel van beelden ook duidelijk zijn.

Daarbij moet er ook veel gebruik gemaakt worden van de juiste beelden en moet de website overeenkomen met de nieuwe MOOI Lijfstijl en onze uitingen op social media. Ik zie graag een rustige website in vergelijking met wat we nu hebben.

63

► Bijlage J: Resultaten Interview Doelgroep

Interview 1: Agnita

1. **Wat is uw naam?** Agnita Cheung
2. **Hou oud bent u?** 54
3. **Wat is uw beroep?** Nagelstyliste
4. **Wat houdt uw beroep in?** Verzorgen van nagels en handen
5. **Wat opleiding(en) heeft u gedaan?** Nagelstyling en manicure
6. **Bent u lid van een vakbond?** Nee
7. **Wat is nodig om u over te halen om aan te sluiten bij een vakbond?**
Voordelen die aanspreken of zij kunnen mij duidelijkheid geven over een eventuele CAO
8. **Waarom bent u niet lid van een vakbond?**
Ik doe een vrij beroep en heb daarom geen behoefte aan een vakbond.
9. **Waar moet een vakbond volgen u mee bezig houden?**
Hulp bieden bij problemen binnen de branches
10. **Wat moet een vakbond volgens u bieden op hun website?**
Mogelijkheden om contact te zoeken met de vakbond, informatie bieden en delen en een mogelijkheid om hulp en advies te bieden bij bepaalde situaties.
11. **Over welke onderwerpen moet een vakbond u over informeren?**
Onderwerpen en nieuws met betrekking tot de branches
12. **Welke kennis moet een vakbond volgens u delen met haar leden?**
Branche georiënteerde kennis
13. **Welk advies moet een vakbond volgens u geven aan haar leden?**
Branche georiënteerd advies, zowel persoonlijk als algemeen.
14. **Wanneer moet een vakbond te hulp staan volgens u?**
Bij issues met de werkgever of met de wet
15. **Heeft u nog op- en aanmerkingen met betrekking tot websites van vakbonden in uw branche?**
Nee, dat heb ik niet

Interview 2: Miriam

1. **Wat is uw naam?** Miriam
2. **Hou oud bent u?** 29
3. **Wat is uw beroep?** Well-Being Specialist
4. **Wat houdt uw beroep in?**
Als Well-Being specialist help ik mijn klanten de balans in het lichaam te herstellen en de huid in goede conditie terug te brengen. Dit doe ik met diverse massage technieken, invloeden vanuit de TCM, lymfedrainage, cupping, essentiële olie en hoogwaardige huidverzorging.
5. **Wat opleiding(en) heeft u gedaan?**
ROC UV (schoonheidsverzorging, pedicure en ondernemersdiploma), Stivas B, diverse cursussen en workshop op gebied van huid, massage etc. ondernemers trainingen, kostprijs berekenen, diverse marketing trainingen en nog veel meer
6. **Bent u lid van een vakbond?** Ik ben lid van een branchevereniging, de ANBOS
7. **Wat is nodig om u over te halen om aan te sluiten bij een vakbond?**
Het verschil tussen de vakbond en een branchevereniging is mij niet duidelijk, omdat de ANBOS meer bekendheid heeft ben ik daar uiteindelijk lid van geworden omdat ik daar voordelen in zag.
8. **Waar moet een vakbond volgen u mee bezig houden?**
Daar zou ik geen antwoord op kunnen geven aangezien ik mij nog nooit in de bestaansrechten van een vakbond heb verdiept

9. Wat moet een vakbond volgens u bieden op hun website?

Duidelijk aangeven wat ze voor een branche kunnen betekenen en volgens mij zijn ze er meer voor werknemers dan voor de werkgever.

10. Over welke onderwerpen moet een vakbond u over informeren?

Relevantie en actuele onderwerpen over de branche

11. Welke kennis moet een vakbond volgens u delen met haar leden?

Kennis bieden over branche gerelateerde onderwerpen

12. Welk advies moet een vakbond volgens u geven aan haar leden?

Advies op maat voor een situatie die gegeven is.

13. Wanneer moet een vakbond te hulp staan volgens u?

Bij geschillen maar ook advies over het groeien van een bedrijf.

14. Heeft u nog op- en aanmerkingen met betrekking tot websites van vakbonden in uw branche?

Ik vind de huidige website van ANBOS erg druk. In mijn ogen wordt over de vergoeding van stagiaires 1 heel belangrijk element vergeten en dat is dat de stagiair bij een goede stage plaats een schat aan kennis krijgt en de schoonheidsspecialist hier veel tijd (en dus geld) in steekt. een stagiair krijgt in kennis uitbetaald. Bij mij is bijvoorbeeld minimaal 1 uur in de week 1:1 tijd gepland met de stagiaire en een model zodat de stagiair privé training kan krijgen en daaromheen wordt ook nog veel gedaan om de kennis te vergroten. Ik denk dat het raadzamer is een soort protocol op te zetten zodat de kwaliteit van stage-begeleiding omhoog gaat en daarmee ook de professionaliteit van het vak. Ik hoop dat je iets met mijn informatie kan en wens je veel succes met het onderzoek.

Interview 3: Desiree

1. Wat is uw naam?

Desiree

2. Hou oud bent u?

33

3. Wat is uw beroep?

Manager van een kapsalon

4. Wat houdt uw beroep in?

Ik ben een kapster met leidinggevende taken

5. Wat opleiding(en) heeft u gedaan?

Ik heb de allround kappersopleiding gedaan

6. Bent u lid van een vakbond?

Ik ben lid van een vakbond, CNV Vakmensen, dit is een prima vakbond.

7. Wat is nodig om u over te halen om aan te sluiten bij een vakbond?

Ik was op een beurs en daar stond een stand van CNV Vakmensen. De ledenvoordelen spraken mij erg aan en toen ben ik daarvan lid geworden. Ook omdat zij ondersteunen wanneer het nodig is.

8. Waar moet een vakbond volgen u mee bezig houden?

Met het ondersteunen en het helpen van werknemers en ondernemers in problemen.

9. Wat moet een vakbond volgens u bieden op hun website?

Informatie over de vakbond, wat zij bieden aan hun leden.

10. Over welke onderwerpen moet een vakbond u over informeren?

Loon, CAO, Nieuws en veranderingen binnen de branches.

11. Welke kennis moet een vakbond volgens u delen met haar leden?

Relevant nieuws voor leden

12. Welk advies moet een vakbond volgens u geven aan haar leden?

Bij ontslag, hulp bij problemen op de werkvloer, algemene situaties waarbij hulp nodig is.

13. Wanneer moet een vakbond te hulp staan volgens u?

Vooraf bij dreigend ontslag of problemen

Interview 4: Stephanie

1. Wat is uw naam?

Stephanie

2. Hou oud bent u?

34

3. Wat is uw beroep?

Dames- en herenkapper

4. Wat houdt uw beroep in?

Alles op het gebied van uiterlijke verzorging voor dames

5. Wat opleiding(en) heeft u gedaan?

MBO Uiterlijke verzorging, maar voornamelijk intern opgeleid door een leermeester

6. Bent u lid van een vakbond?

Nee

7. Wat is nodig om u over te halen om aan te sluiten bij een vakbond?

Kort en krachtige info over de voordelen van lid zijn.

8. Waarom bent u niet lid van een vakbond?

Omdat ik tevreden ben over alles in mijn werkomgeving.

9. Waar moet een vakbond volgen u mee bezig houden?

Duidelijk geven voor werknemers en inzitten voor eerlijke CAO's

10. Wat moet een vakbond volgens u bieden op hun website?

Overzichtelijke informatie

11. Over welke onderwerpen moet een vakbond u over informeren?

Laatste nieuws omtrent CAO's, speciale bijeenkomsten, ontwikkelingen etc.

12. Welk advies moet een vakbond volgens u geven aan haar leden?

Bij ontslag, hulp bij problemen op de werkvloer, algemene situaties waarbij hulp nodig is.

13. Wanneer moet een vakbond te hulp staan volgens u?

Onzekerheid over salaris, conflicten met collega's/werkgever, eigenlijk omtrent CAO.

► Bijlage K: Persona's

Amanda de Jong

Nagelspecialist & Pedicures
ZZP'er



Status Verloofd + 1 kind

Leeftijd 34

Woonplaats Lisse

Hobby's Koken en visagie

Vakbond Geen

"Als ZZP'er ben ik baas over mijn eigen werk en loon, heerlijk"

Motivatie

Tevredenheid klanten
Waardering voor werk
Groeit klantenbestand

Doel

Genoeg geld verdienen
Mooi kunnen wonen
Praktijk/Salon aan huis behouden

Frustraties

Klanten die niet op komen dagen
Slecht te vinden informatie op websites
Lage kwaliteit producten

Biografie

Amanda werkt als ZZP'er aan huis als nagelstyliste en doet pedicures. Ze heeft een aantal vaste klanten en doet met veel plezier en gezelligheid haar werk.

Omdat Amanda's beroep een vrij beroep is, is ze niet lid van een vakbond. Van een vakbond in haar branche heeft ze niet echt van gehoord. Ook heeft ze de behoefte er niet aan en ziet ze de voordelen er niet van in. Ze verdient als ZZP'er aardig wat bij en hoeft er niet ver van huis voor.

Interesses

- Nieuws en ontwikkelingen uit de branche
- Voordelen voor leden
- Wat de vakbond allemaal doet voor de leden

Verwachtingen Vakbond

- Dat de branche waarin ze werkt erkend wordt
- Meer druk op overheid zodat elke werkende nagelstylist een diploma of certificaat bezit

Technologie



Energiek
Sociaal
Zelfstandig

Chantal Beijster

Kapster & haarstylist
Werknemer



Status Samenwonend

Leeftijd 23

Woonplaats Utrecht

Hobby's Mode & Stedentrips

Vakbond Geen

"Ik wil mijn eigen salon beginnen maar ik weet niet hoe"

Motivatie

Groei
Prestatie
Bedrijfsresultaat
Tevredenheid

Doel

Een eigen salon beginnen
Goed salaris
Geschoolde werknemers
Salon met aanzien

Frustraties

Laag loon
Geen uitdaging
Geen kennis
Geen hulp

Biografie

Chantal is een hardwerkende kapster met de droom om een eigen salon te beginnen. Ze heeft al veel geleerd en een aantal workshops en cursussen gedaan. Met haar ondernemerschap is ze op zoek naar een pand voor haar eigen salon.

Ze heeft alleen geen idee welke juridische en economische zaken er bij komen kijken. Chantal heeft advies en hulp nodig maar kan dat in haar directe omgeving niet vinden.

Van een vakbond in haar branche heeft ze nog wel van gehoord maar als werknemer denkt ze dat het geen extra waarde heeft.

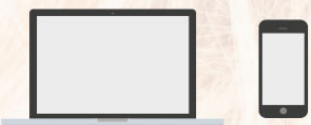
Interesses

- Nieuws uit de branche
- Voordelen voor leden
- CAO
- Workshops en Trainingen

Verwachtingen Vakbond

- Goede CAO voor de kappersbranche
- Op de hoogte van laatste nieuws en ontwikkelingen
- Hulp bieden en advies geven bij opstarten eigen bedrijf
- Opkomen voor de rechten van de werknemers in de branche

Technologie



Passie
Kwaliteit
Ondernemend
Doelgericht

Natasja van den Berg

Schoonheidsspecialiste

Ondernemer



Status: Getrouwd & 2 kinderen
 Leeftijd: 42
 Woonplaats: Zaandam
 Hobby's: Koken en films
 Vakbond: FNV MOOI

"Als ondernemer komen er veel narigheden op je pad die je graag wilt bespreken met iemand"

Motivatie
 Geluk
 Vast Inkomen

Doel
 Kwaliteit salon
 Opgebouw pensioen
 Goed geschoold personeel

Frustraties
 Slecht geschoolde of lui werknemers

Biografie



Natasja heeft een eigen schoonheidssalon waar schoonheidsspecialisten en kapsters werken. Zelf is Natasja opgeleid tot schoonheidsspecialiste en heeft diverse diploma's en certificaten behaald.



Als ondernemer zijn er een aantal struikelblokken waar Natasja tegenaan loopt. Al 10 jaar is ze lid van FNV MOOI. Tijdens haar zwangerschap kreeg ze last van klachten waardoor ze haar werk bij een salon minder goed kon doen. FNV MOOI hielp haar tijdens haar zwangerschap om toch haar loon binnen te krijgen. Na haar zwangerschap is ze begonnen als ondernemer.

Interesses

- Nieuws en ontwikkelingen uit branche
- Voordelen voor leden
- Wat de vakbond allemaal doet voor de leden

Technologie



Verwachtingen Vakbond

- Oplossen van problemen met bijvoorbeeld leveranciers
- Advies geven bij teruglopen van klanten
- Informatie en kennis delen met leden van de vakbond
- Onderhandelen over CAO

Gezellig

Harde werker

Succesvol

Danique de Ridder

Leerling Kapper

Leerling



Status: Uitwonend
 Leeftijd: 18
 Woonplaats: Rotterdam
 Hobby's: Muziek en Uiterlijk
 Vakbond: Geen

"Ik wil graag weten wat mijn toekomst te bieden heeft"

Motivatie
 Diploma
 Werken

Doel
 Diploma behalen

Frustraties
 Laag loon

Biografie



Danique zit in haar 2e jaar van de kappersopleiding aan het ROC in Rotterdam. Na de MAVO heeft een jaar de opleiding uiterlijke verzorging gedaan maar het kappersvak vond ze toch leuker.



Graag had Danique wat meer informatie over de branche en de CAO willen weten voordat ze aan de studie begon. Dit heeft ze helaas niet kunnen vinden.

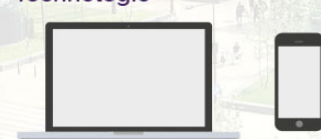


Danique heeft geen idee wat een vakbond in haar branche kan betekenen voor haar. Het is dus onduidelijk wat een vakbond in haar branche doet en vertegenwoordigt.

Interesses

- Toekomstbeeld branche

Technologie



Verwachtingen Vakbond

- Geen verwachtingen

Sociaal

Vlotte werker

Nauwkeurig

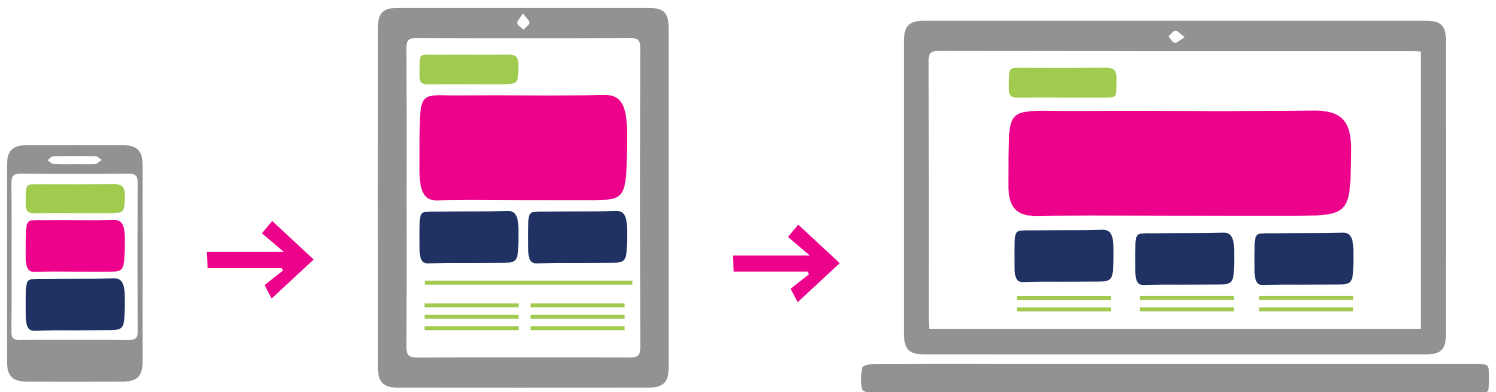
Leergierig

► Bijlage L: Analyse trends

Mobile First

Uit de data analyse is gekomen dat zo'n 47% de website bekijkt via een mobiele telefoon. Daarbij bleek uit de enquête dat een groot deel van de doelgroep, zo'n 68%, websites voornamelijk op een mobiele telefoon bekijkt. Het is dus belangrijk dat het herontwerp zich zowel focust op mobiele apparaten als op desktops.

De gedachte hierachter is, dat de schermgrootte en performance van een smartphone ervoor zorgen, dat je als ontwerper gedwongen wordt om beter na te denken over de strategie van een website. Het wordt dus nog belangrijker om een gebruiksvriendelijke en een mobielvriendelijke website te hebben. (Dekker, 2018)



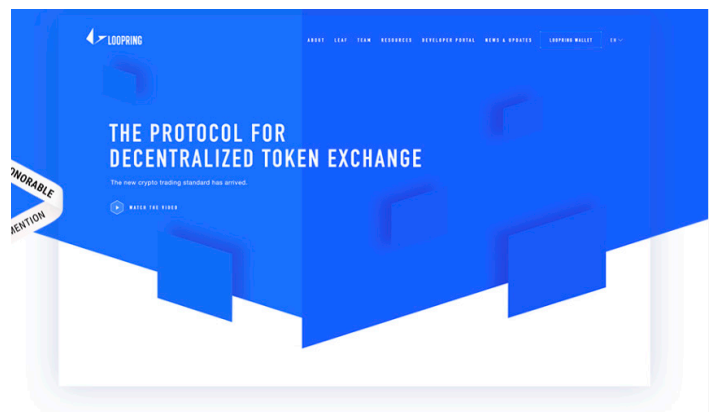
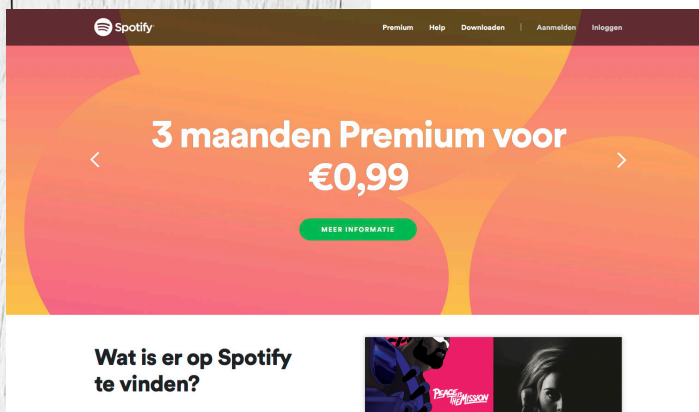
Afbeelding 9.3 Mobile First

Door de moeilijkste vragen (wat is de kern van mijn boodschap, wat is de call to action etc.) eerst te beantwoorden is later het ontwerp voor andere schermgroottes makkelijker. Op grotere schermen heb je dus geleidelijk meer ruimte voor de verbeteringen die een aanvulling zijn op de standaard (mobile-first) ervaring. ("Mobile-first website ontwerp, hoe belangrijk is dat?", 2017).

Een voordeel van mobile first is dat de ontwerper gedwongen wordt om beter na te denken over hoe de content het beste onder elkaar getoond kan worden op de website. Een nadeel is dat de pagina's eventueel te lang kunnen worden op een mobiele weergave. Hier moet dan tijdens het ontwerpen goed over nagedacht worden. Deze trend kan toegepast worden door tijdens het ontwerpen eerst de focus te leggen op de mobiele versie. Vanuit deze versie zal dan een desktopversie ontworpen worden.

Felle kleuren en sterke contrasten

In hoofdstuk 5 werd de huidige website van FNV MOOI geanalyseerd. Hieruit kwam naar voren dat de website qua kleurgebruik erg overdreven is en sterk gericht is op vrouwen. Deze trend focust zich op felle kleuren en sterke contrasten. Het wordt steeds populairder voor bedrijven om zichzelf te onderscheiden met een eigen huisstijl toegepast op de website. Daarbij wordt steeds vaker gekozen voor fellere kleurvlakken met sterke contrasten. Door een goede balans te vinden tussen contrastrijke kleuren, lettertype grootte en voldoende ruimte wordt de content prettiger leesbaar. (Dekker, 2018, De Ridder, 2017)



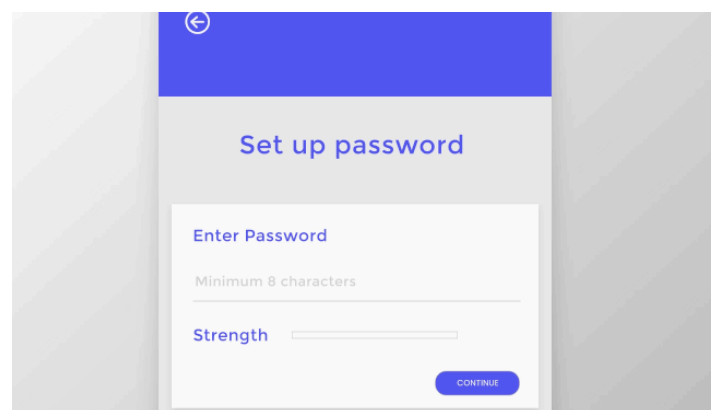
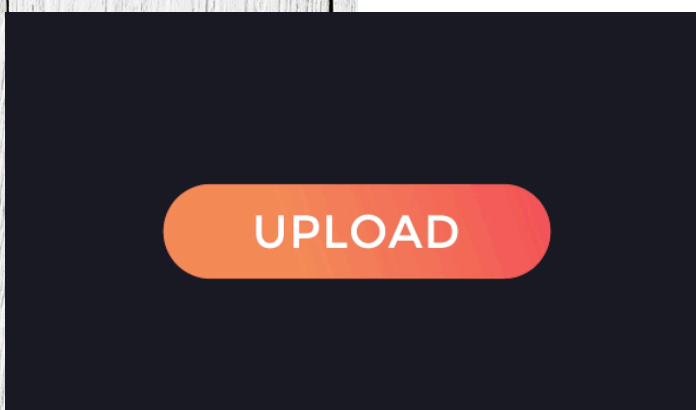
Afbeelding 9.4 Voorbeelden Felle kleuren en sterke contrasten

Deze trend zorgt ervoor dat de kleuren en contrasten de gebruiker aantrekken en nieuwsgierig maken om de rest van de pagina te gaan bekijken. Een nadeel van deze trend is dat de website opnieuw een regenboog aan kleuren wordt. Om dit te voorkomen zullen er een aantal kleuren gekozen worden die voor de hele website gebruikt zullen worden. De trend kan toegepast worden bij het ontwerpen van de styleguide.

Micro Interaction

Om de website modern en professionaliteit uit te stralen is er onderzoek gedaan naar micro interactions. Micro interactions zijn kleine, functionele toepassingen of acties die aangeven dat een gebruiker een specifieke actie heeft uitgevoerd of die de gebruiker een richting opstuurt. Zo krijgt de gebruiker direct feedback tijdens een actie. (Stuurlui Fullservice WordPress Bureau, 2017)

Een voorbeeld hiervan is wanneer een gebruiker met zijn muis hooft over een knop en deze verandert van kleur. Hiermee wordt de gebruiker getriggerd om op de knop te klikken. Een ander voorbeeld is het maken van een wachtwoord waarbij door een balkje die van kleur verandert aangeeft hoe sterk het wachtwoord is. (Batchu, 2018)



Afbeelding 9.5 Voorbeelden micro interactions.

Een voordeel van deze trend is dat de gebruiker meer getriggerd gaat worden om actie te ondernemen op de website.

Waar wel op gelet moet worden tijdens het ontwerpen, is dat er niet te veel micro interactions gebruikt worden, anders zal de gebruiker overspoeld worden met te veel bewegende beelden.

De trend is toe te passen door in het ontwerp en het prototype gebruik te maken van toepassingen als animaties, swipen, invullen van data, de status van het systeem te laten zien, een stappenplan, call to action en knoppen.



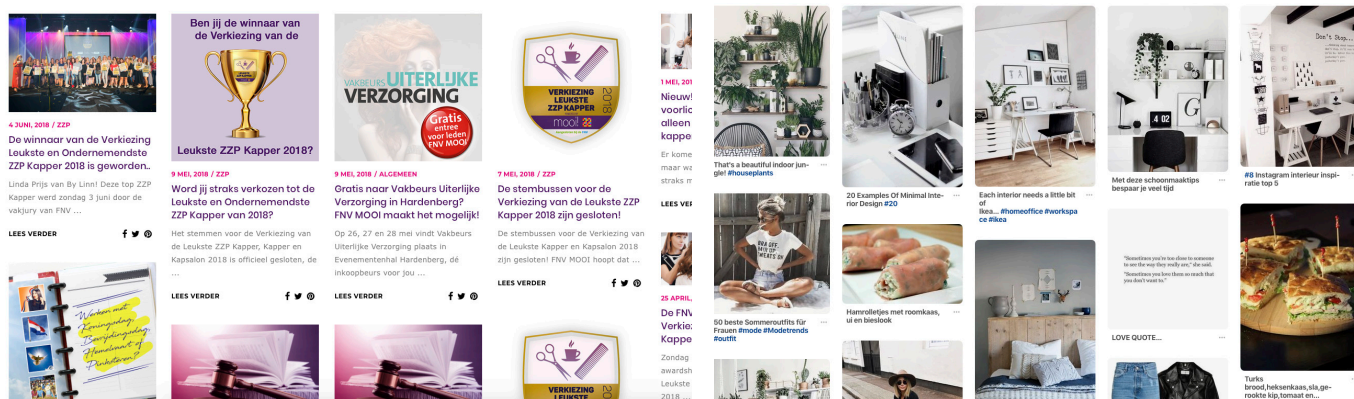
Veiligheid

Sinds dit jaar zijn er veel vragen ontstaan rond veiligheid op websites en staan er grote veranderingen te wachten rondom het privacy beleid. Om professioneel over te komen als organisatie of vakbond is het belangrijk dat de website veilig is. De veranderingen rond privacy zijn dan ook van invloed op websites, denk hierbij aan extra teksten en informatie, invulvelden in formulieren en knoppen. (Social Lane, 2017)

Een voorbeeld hiervan is de pagina privacy-beleid toe passen op de website, zodat gebruikers inzicht hebben in de veiligheid van de website. Een ander voorbeeld is simpelweg gebruik te maken van wachtwoorden voor een aparte omgeving voor leden.

Cards Layout

Deze layout vorm wordt op dit moment veel gebruikt door bekende namen zoals Facebook, Twitter en Netflix. Door cards te bundelen, maken ze een verzameling van informatie over één specifiek onderwerp tot een kaart. Deze kaarten zijn vaak omkaderd, staan vaak in een lijst of een grid en hebben een duidelijke structuur. (Dekker, 2018)



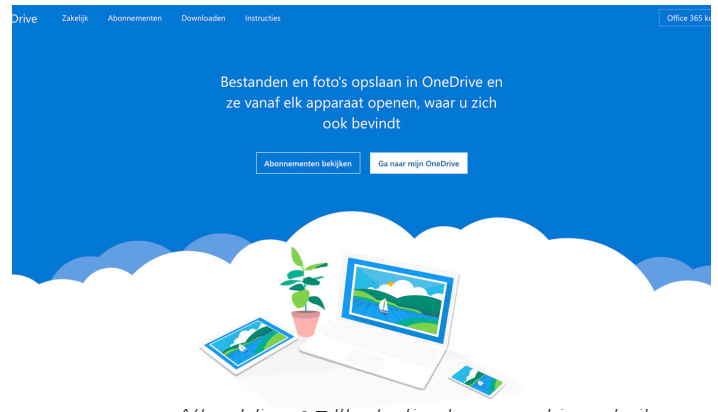
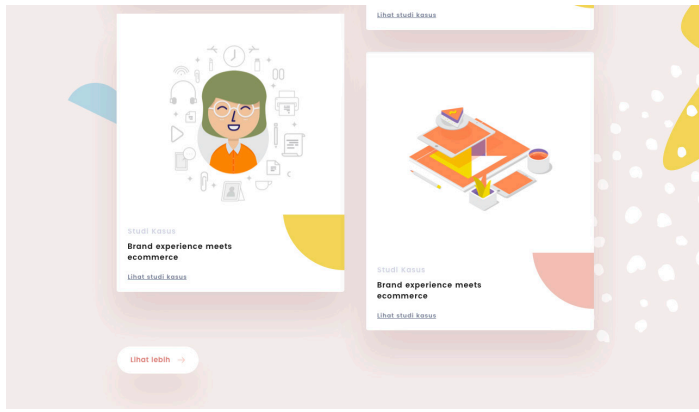
Afbeelding 9.6 Voorbeelden van Cards Layout

De voordelen van deze trend zijn de snelle scanbaarheid van de content, de functionaliteit, werkt goed met responsive design, eenvoudig aan te kaarten en delen via social media en simpel in gebruik waardoor iedereen begrijpt hoe ze werken. Deze trend is toe te passen in bepaalde onderdelen van de website. Zo is het voorbeeld links de nieuwspagina van FNV MOOI. Deze zou in dezelfde visuele structuur geplaatst kunnen worden op de homepage van het herontwerp.

Minder foto's, meer illustraties

Zoals geanalyseerd in hoofdstuk 4 staat de website van FNV MOOI vol met foto's en stockafbeeldingen. Illustraties zijn een manier om ervoor te zorgen dat bezoekers in één opslag zien waar een tekst over gaat. Ook kan een illustratie teksten versterken, extra informatie geven (bv. in de vorm van een grafiek) en de website extra onderscheiden. Belangrijk is wel dat de illustraties goed aansluiten bij de huisstijl van de website en niet overkomen als een onpersoonlijk stockbeeld, zoals op de huidige website. Een goede illustratie zegt meer dan 1.000 woorden en wanneer deze gedeeld wordt zorgt dit ook weer voor een stukje branding. (Dekker, 2017)

Een andere trend is het einde van stockfoto's. Ze geven een onrealistische weergave en dus een niet betrouwbaar beeld van een organisatie. Illustraties kunnen hier een oplossing voor bieden.



Afbeelding 9.7 Illustraties toegepast in websites

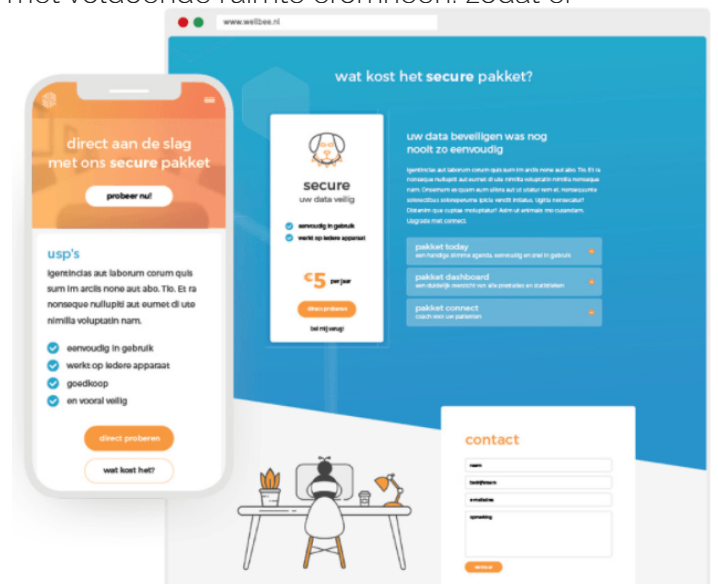
Illustraties zijn toe te passen in bijvoorbeeld nieuwsberichten of om informatie extra uit te beelden. Een voordeel is dat illustraties de moderne en professionele uitstraling bevorderen. Een nadeel van deze trend kan zijn dat FNV MOOI de stockfoto's wilt houden en geen gebruik wilt maken van illustraties. Dit zou opgelost kunnen worden door sterke illustraties te presenteren om ze over te halen.

Compacte teksten & grotere buttons

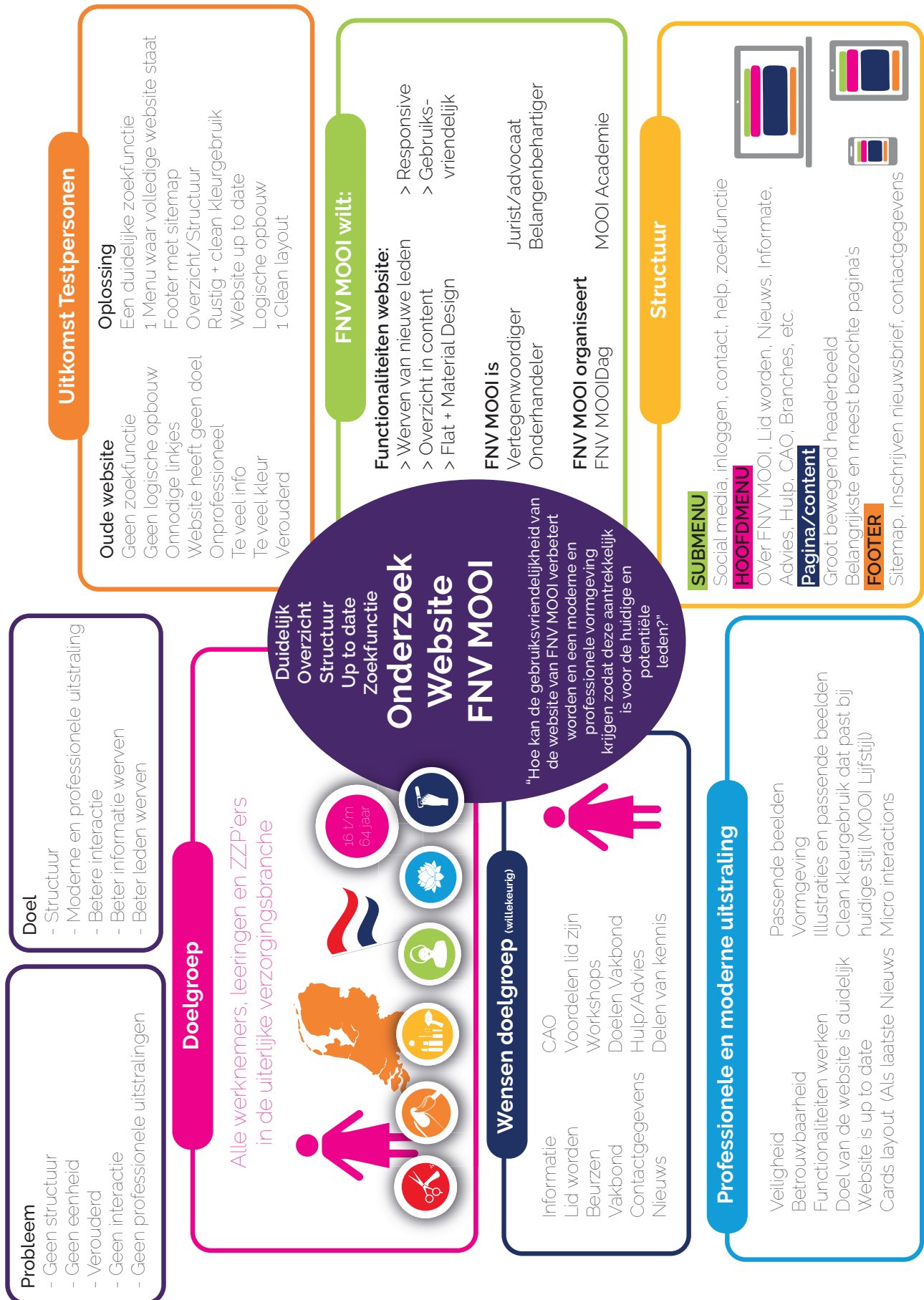
FNV MOOI heeft momenteel erg veel tekst op de website staan. Er is steeds meer onderzoek over hoe bezoekers een website beleven. Lange, onafgebroken teksten worden over het algemeen slecht gelezen. Daarom is een van de webdesign trends van 2018 compactere blokken tekst met een heldere boodschap, dit zegt overigens meer over de verdeling van de tekst dan over de hoeveelheid tekst. Door compactere teksten wordt het plaatsen van buttons en call to actions eenvoudiger en vallen ze meer op. Qua design worden buttons groter en opvallender om bezoekers nog eerder te laten klikken. (Stuurlui Fullservice WordPress Bureau, 2017)

Deel de teksten dus slim in, in compacte alinea's met voldoende ruimte eromheen, zodat er behapbare blokken van informatie krijgt zonder te veel afleiding. Zo worden de teksten op de website gebruiksvriendelijk, wat er voor zal zorgen dat bezoekers meer tijd op de pagina spenderen. Dit is meteen weer een goede win voor SEO.

De trend kan toegepast worden tijdens het ontwerpen van pagina's met veel tekst. Er moet gelet worden op de presentatie van een bepaalde hoeveelheid tekst.



► Bijlage M: Samenvatting Onderzoek





Bijlage N: TUTS wk 4

Systeemeisen - handout

Onderstaande tekst is gebaseerd op 'Elements of user experience' van JJ Garrett, 2011

Formuleren van systeemeisen

- Be positive - Dus niet 'the system will not allow the user to purchase a kite without kite string', maar 'the system will direct the user to the kite string page if the user tries to buy a kite without string'
- Be specific - 'The site will be accessible to disabled people' is niet helder genoeg. 'The site will comply with section 508 of the rehabilitation act' is beter. 'The act' zelf geeft duidelijkheid door alle regels die erin vernoemd staan
- Avoid subjective language - 'The site will have a hip, flashy style' is vaag. 'The look of the site will conform to the company branding guidelines document' is een verwijzing naar iets dat al bestaat, en is dus minder subjectief.

Indeling van systeemeisen

A: Functionele systeemeisen

Een functionele eis beschrijft een (door de gebruiker/opdrachtgever) gewenste functie van het systeem. (user needs/site objectives). Dus: WAT kan een systeem allemaal?

- Basissysteemeisen

Deze eisen gaan over de functionaliteiten van het systeem. Wat moet het systeem allemaal kunnen?

"Het systeem maakt het mogelijk te zoeken in studenten op achternaam en studentnr."

B: Niet functionele eisen

Het gaat hier meer over de kwaliteit van het te bereiken doel. Deze eisen gaan bijvoorbeeld over hoe goed de applicatie presteert.

- Interface-eisen
 - Gebruiksvriendelijkheid

"Het systeem toont bij elk invoerveld in het systeem of een invoerveld verplicht ingevuld moet worden."

- Vormgeving

"De interface van het systeem toont op elk hoofdscherm het logo van de Haagse Hogeschool."

- Integriteitseisen
 - Eisen die ervoor zorgen dat het systeem effectief blijft functioneren

"Het systeem moet 5 gebruikers tegelijkertijd in staat stellen de database aan te passen."

- Eisen die ervoor zorgen dat het systeem correct blijft functioneren
 - "Het systeem laat alleen ingelogde personen toe gegevens te wijzigen."*

- Performance eisen

- Eisen die ervoor zorgen dat het systeem efficiënt blijft functioneren
 - "Het systeem moet een zoekopdracht binnen 5 seconden uitvoeren."*

- Operationele eisen

- Welke eisen worden er gesteld aan de organisatie-verandering die het systeem met zich mee brengt

- Welke eisen worden gesteld aan het onderhoud van het systeem?

"Het systeem wordt onderhouden door een beheerder die hiervoor de cursus Netwerk+ heeft afgerond."

- Technische eisen

- Welke technische eisen worden gesteld aan het systeem?

"Het systeem moet gebouwd worden op basis van een open source CMS."

Onderstaande tekst is gebaseerd op 'Designing interactive systems' van D Benyon, 2010

Prioriteren met behulp van MoSCoW

- Must have > zonder is het systeem onwerkbaar en nutteloos
- Should have > essentieel als voldoende tijd beschikbaar is
- Could have > minder belangrijk, kan eventueel weggelaten worden
- Want to/Won't have > kan wachten tot een latere ontwikkelronde

2.USERSTORIES

tHMA

	AS A...	I WANT...	BENEFIT	REQUIRED
01	user	to know where I can charge my OV chip card	Recharging my chip doesn't take too much time and energy	Map with chip card charging locations
02	user	to know where I can take public transportation right now	I don't have to wait too long at the tram stop	Map with real time bus/tram stop information
03	user	to know when the public transport is crowded	I can avoid standing down in a overcrowded bus or tram	Real time crowd information
04	user	to know where I can find HNW locations	I know locations where I can work, other than my office	Map with HNW locations
05	user	to connect trips with my agenda	I can save trips and easily get updates and reminders	Route planner, calendar plug-in, notifications
06	user	to know where I can find Wifi-spots	I know where I can sit down with my laptop to do some work	Map with wifi locations
07	user	to know where I can walk my dog	I can look for new areas to walk the dog	Map with dog walk locations
08	user	to know where I can get my lunch	I can eat different type of food	Map with restaurant locations

Een andere manier om systeemeisen en user needs in 1 diagram te noteren:

Voordelen:

User needs en systeemeisen zijn nu makkelijk met elkaar te vergelijken: Kloppen user needs en systeemeisen met elkaar?

Benefiets worden nu ook meteen genoemd

Wanneer je weinig tijd hebt en snel een ontwerp moet maken is dit een zeer doelgerichte en snelle manier om te requirements te verzamelen.

► Bijlage O: Systeemeisen

Functioneel / niet-functioneel

Nr.	Systeemeis	
1	Het systeem heeft een werkende zoekmachine	F
2	Het systeem heeft een duidelijke navigatie en menu-items	F
3	Het systeem is up to date	F
4	Het systeem werkt optimaal	F
5	Het systeem maakt gebruik van een consistent kleurgebruik	F
6	Het systeem maakt het mogelijk om snel informatie op te zoeken	NF
7	Het systeem maakt het mogelijk om elke pagina via het hoofdmenu te bezoeken	F
8	Het systeem heeft een vaste layout en websitestructuur	F
9	Het systeem geeft inzicht in het afgelegde pad op de website	NF
10	Het systeem maakt het moeilijk om foto's en video's te bekijken en direct af te spelen	F
11	Het systeem geeft inzicht in de status het systeem	F
Nr.	Systeemeis	
1	Het systeem maakt het mogelijk om lid te worden van FNV MOOI via een duidelijk inschrijfformulier	NF
2	Het systeem maakt het mogelijk dat de meest bezochte pagina's op de homepage of hoog in het menu staan	F
3	Het systeem heeft op elke pagina de contactgegevens staan	F
4	Het systeem maakt het mogelijk om als lid de CAO te bekijken	F
5	Het systeem maakt het mogelijk om alle voordelen van lid zijn te bekijken	F
6	Het systeem heeft een online agenda waarbij evenementen, actuele informatie, workshops en cursussen staan	F
7	Het systeem maakt het mogelijk om informatie over FNV MOOI te geven	F
Nr.	Systeemeis	
1	Het systeem is veilig en heeft een geldige privacyverklaring	F
2	Het systeem zorgt ervoor dat deze gemakkelijk te vinden is binnen zoekmachines (SEO)	F
3	Het systeem maakt het mogelijk om het online vakblad MOOI Lijfstijl te bekijken	F
4	Het systeem geeft de diensten van FNV MOOI weer	F
5	Het systeem heeft een hoofdmenu, submenu en footer met een volledige sitemap	F
6	Het systeem maakt gebruik van de juiste beelden om de vakbond uit te stralen	F
7	Het systeem straalt FNV MOOI uit	F
Nr.	Systeemeis	
1	Het systeem is responsive	F
2	Het systeem heeft een FAQ's pagina waar de meest gestelde vragen op staan	F
3	Het systeem heeft een online agenda waarbij evenementen, actuele info, workshops en cursussen staan	F
4	Het systeem maakt het mogelijk om informatie gemakkelijk te printen.	NF
5	Het systeem maakt het mogelijk om vacatures te beheren	NF
6	Het systeem heeft een gastenboek waar gebruikers hun ervaringen delen	F
7	Het systeem heeft een hulpfunctie waar een handleiding van de website te vinden is	NF
8	Het systeem maakt het mogelijk om polls en enquêtes in te vullen	NF
9	Het systeem heeft een aparte ledenomgeving waar leden o.a. brochures kunnen downloaden en het vakblad kunnen bekijken	NF
10	Het systeem maakt het mogelijk om informatie over FNV MOOI te verkrijgen	F
11	Het systeem maakt het mogelijk om alle voordelen van lid zijn te bekijken	F
12	Het systeem geeft informatie	F
13	Het systeem biedt hulp en advies	F
14	Het systeem heeft een Laatste Nieuws-pagina waar al het laatste nieuws en wijzigingen staan	F
Nr.	Systeemeis	
1	Het systeem heeft een headermenu met contact, inloggen, zoeken en hulp-functie.	F
2	Het systeem heeft de social media geïntegreerd in de website	NF
3	Het systeem maakt gebruik van een grote banner om bezoekers aan te sturen tot een call to action	NF
4	Het systeem maakt gebruik van algemene termen en tekst die door de doelgroep te begrijpen zijn	NF
Nr.	Systeemeis	
1	Het systeem maakt het mogelijk om het nieuws op een gestructureerde manier te bekijken (Cards layout)	NF
2	Het systeem is vanuit een klein scherm ontworpen (Mobile First)	NF
3	Het systeem maakt gebruik van juiste realistische (stock)foto's en illustraties	F
4	Het systeem maakt gebruik van felle kleuren en sterke contrasten	F
5	Het systeem maakt gebruik van micro interactions	NF
6	Het systeem is veilig en heeft een geldige privacyverklaring	F
7	Het systeem maakt gebruik van compacte teksten en grotere buttons	F
8	Het systeem maakt gebruik van een splitscreen	F

► Bijlage P: Systeemeisen volgens MoSCoW

Must Have
1. Het systeem heeft een duidelijke navigatie en menu-items
2. Het systeem heeft op elke pagina de contactgegevens staan
3. Het systeem heeft een werkende zoekmachine
4. Het systeem is up to date
5. Het systeem werkt optimaal
6. Het systeem is veilig en heeft een geldige privacy verklaring
7. Het systeem maakt gebruik van een consistent kleurgebruik
8. Het systeem straalt FNV MOOI uit
9. Het systeem maakt het mogelijk om snel informatie op te zoeken
10. Het systeem geeft informatie
11. Het systeem biedt hulp en advies
12. Het systeem maakt het mogelijk om elke pagina via het hoofdmenu te bezoeken
Should Have
13. Het systeem heeft een headermenu met contact, inloggen, zoeken en help-functie
14. Het systeem zorgt ervoor dat deze gemakkelijk te vinden is binnen zoekmachines (SEO)
15. Het systeem heeft een online agenda waarbij evenementen, actuele info, workshops en cursussen staan
16. Het systeem geeft de diensten van FNV MOOI weer
17. Het systeem heeft een vaste layout en website-structuur
18. Het systeem heeft een hoofdmenu, submenu en een footer met een volledige sitemap
19. Het systeem maakt het mogelijk dat de meeste bezochte pagina's op de homepage of hoog in het menu staan
20. Het systeem geeft inzicht in het afgelegde pad op de website
21. Het systeem heeft een FAQ's pagina waar de meest gestelde vragen staan
22. Het systeem maakt het mogelijk om informatie over FNV MOOI te verkrijgen
23. Het systeem maakt gebruik van de juiste realistische beelden om de vakbond uit te stralen
24. Het systeem zet aan tot contact opnemen
25. Het systeem zet aan tot lid worden
26. Het systeem heeft een Laatste Nieuws-pagina waar al het laatste nieuws en wijzigingen op staan
27. Het systeem maakt gebruik van algemene termen die door de doelgroep te begrijpen zijn
Could Have
28. Het systeem maakt het mogelijk om het nieuws op een gestructureerde manier te bekijken (Cards layout)
29. Het systeem maakt het mogelijk om informatie gemakkelijk te printen
30. Het systeem maakt het mogelijk om het online vakblad MOOI Lijfstijl te bekijken
31. Het systeem is vanuit een klein scherm ontworpen (Mobile first)
32. Het systeem maakt het mogelijk om vacatures te beheren
33. Het systeem maakt het mogelijk om foto's en video's te bekijken en direct af te spelen
34. Het systeem heeft een gastenboek waar gebruikers hun ervaringen kunnen delen
35. Het systeem heeft een hulp-functie waar een handleiding van de website te vinden is
36. Het systeem maakt het mogelijk om lid te worden van FNV MOOI via een duidelijk inschrijfformulier
37. Het systeem maakt gebruik van een splitscreen
38. Het systeem maakt het mogelijk om polls en enquêtes in te vullen
39. Het systeem geeft inzicht in de status van het systeem
40. Het systeem heeft een aparte ledenomgeving waar leden o.a. brochures kunnen downloaden en het vakblad kunnen bekijken.
41. Het systeem maakt gebruik van micro interaction
42. Het systeem heeft de social media geïntegreerd in de website
43. Het systeem maakt gebruik van felle kleuren en sterke contrasten
44. Het systeem maakt het mogelijk om als lid de CAO te bekijken
45. Het systeem maakt het mogelijk om alle voordelen van lid zijn te bekijken
46. Het systeem maakt het mogelijk om informatie over FNV MOOI te geven
47. Het systeem is responsive
48. Het systeem maakt gebruik van een grote banner om bezoekers aan te sturen tot een call to action.
49. Het systeem maakt gebruik van compacte teksten en grotere buttons

► Bijlage Q: Ontwerprichtingen

Ontwerprichting 1: Vanuit FNV MOOI

Website van een vakbond die op een gestructureerde wijze informatie en contact biedt aan bezoekers

Het eerst ontwerp is gebaseerd op de wensen en eisen die vanuit FNV MOOI gesteld zijn, zoals in de systeemeisen en het interview zijn beschreven.

Doel

Informatie en overzicht bieden aan potentiële en huidige leden van FNV MOOI waarbij de focus ligt op het overhalen om lid te worden.

Toepassing Website

De onderdelen die het herontwerp moeten bevatten zijn: Laatste Nieuws, Lid worden, Contributie, Agenda, FNV MOOI Voordeel, Contactgegevens en Branches. Daarbij moeten de verschillende branches terugkomen in de website en moet er keuze gemaakt worden of de persoon die binnenkomt een werknemer, ZZP'er of leerling is.

Conceptueel Scenario

Amanda (34) is nog geen lid van een vakbond en is op zoek naar cursussen en workshops in haar vakgebied. Als nagelstylist pedicure heeft ze haar eigen nagelstudio aan huis en werkt ze als ZZP'er. Ze is erg benieuwd wat er in de branche verandert en welke cursussen of workshops ze kan volgen. Via Google zoekt ze op "Workshops Pedicure of Nagelstylist". Op deze manier komt ze op een nieuwsbericht van FNV MOOI over de FNV MOOIdag, waar meerdere korte workshops gegeven worden die hierna via de MOOI Academie aangeboden worden.

Op de website is het voor Amanda in 1 keer duidelijk wat er op de website staat. Er staat kort wat FNV MOOI is, welke branches ze vertegenwoordigen, het laatste nieuws, een agenda met evenementen, informatie over de MOOI Academie, MOOI Voordeel en er is een optie om in te schrijven voor de nieuwsbrief. Bovenin de pagina staat een duidelijke optie om contact op te nemen met FNV MOOI en is er een duidelijke zoekmachine. Ook is er een optie om in te loggen voor een persoonlijke FNV MOOI-omgeving. Deze is alleen te vinden voor leden.

De website geeft vooral veel informatie en opties tot inschrijven als lid, workshops en beurzen. De website straalt neutraliteit, vrouwelijk en overzicht uit. Het is niet door de afbeeldingen en foto's duidelijk dat het om een website voor branches in de uiterlijke verzorging gaat.



Afbeelding 3.1 Content vanuit FNV MOOI

Ontwerprichting 2: Vanuit Doelgroep

Website van een vakbond die hulp en advies geeft en waarbij bezoekers weten wat FNV MOOI is en doet.

Het tweede ontwerp is gebaseerd op de wensen en eisen die vanuit de doelgroep gegeven zijn, zoals in de persona's en user needs zijn beschreven.

Doel

Informatie, hulp en advies bieden aan potentiële en huidige leden van FNV MOOI waarbij de focus ligt op contact opnemen en lid worden.

Toepassing Website

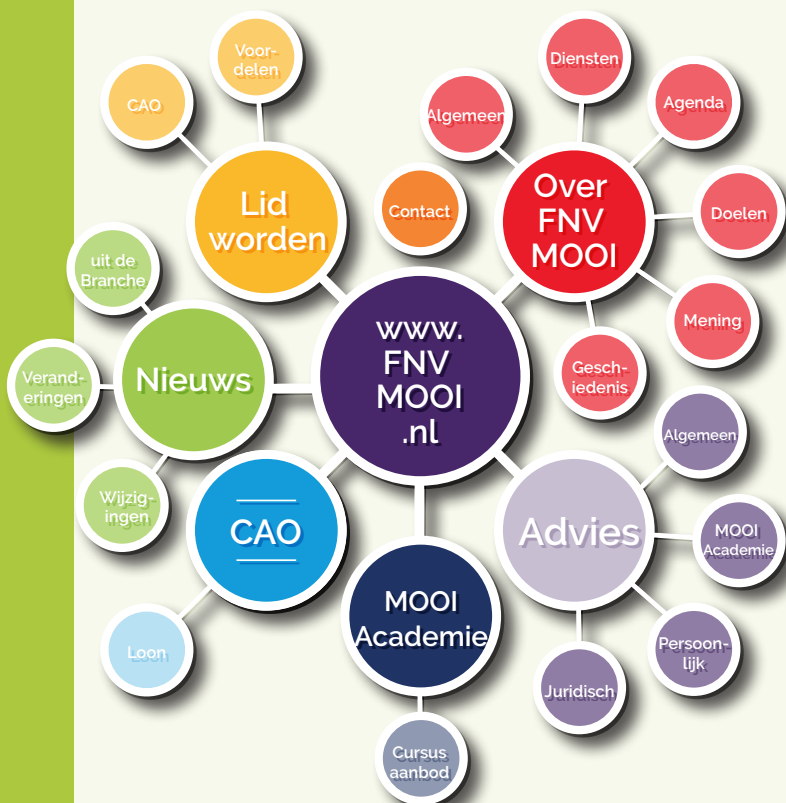
De onderdelen die het herontwerp moeten bevatten zijn: Laatste Nieuws, CAO, Lid worden, Over FNV MOOI (diensten, doelen, agenda, mening en geschiedenis), Contactgegevens, MOOI Academie en Voordelen lid zijn. Daarbij moet de website overzichtelijk zijn en duidelijk maken wat een vakbond doet en welke branches zij vertegenwoordigen.

Conceptueel Scenario

Chantal (23) is geen lid van een vakbond maar wel benieuwd naar de CAO die in haar branche geldt. Als kapster en haarstylist werkt ze bij een leuk bedrijf in hartje Utrecht. Naast het nieuws en de verandering is ze erg benieuwd hoe haar CAO eruit ziet en wat de veranderingen zijn met de CAO van 2 jaar geleden. Daarbij heeft ze geen idee welke extra waarde een vakbond in haar branche kan betekenen. Ook heeft ze advies en hulp nodig bij het opstarten van haar onderneming die ze in de komende jaren wilt opstarten.

Op de website is het voor Chantal duidelijk wat FNV MOOI doet en waar ze voor staan. Er is een optie om lid te worden en het laatste nieuws en veranderingen in de branche zijn genoemd. Ook de branches worden genoemd die FNV MOOI vertegenwoordigt. Daarbij worden ook MOOI Academie, CAO en de onderwerpen genoemd waar FNV MOOI bij kan helpen of advies kan geven.

De website geeft vooral de informatie weer die de doelgroep wilt zien en opties om in te schrijven of contact op te nemen met FNV MOOI. De website straalt neutraliteit en vakbond uit. Door gebruik te maken van rustige en onderwerp-gerelateerde beelden kan een gebruiker in 1 opslag zien waar de website over gaat.



Afbeelding 3.4 Content website vanuit de doelgroep

Ontwerprichting 3: Vanuit trends & concurrentie

Website van een vakbond die overzicht geeft in wat FNV MOOI biedt en waar bezoekers snel informatie kunnen opzoeken

Het derde ontwerp is gebaseerd op het uitgevoerde onderzoek, vooral de uitkomsten van de concurrentie, trend en data analyse zijn in het concept toegepast.

Doel

Gestructureerde informatie, overzicht en hulp bieden aan potentiële en huidige leden van FNV MOOI waarbij de focus ligt op het zoeken van de juiste informatie, lid worden en structuur

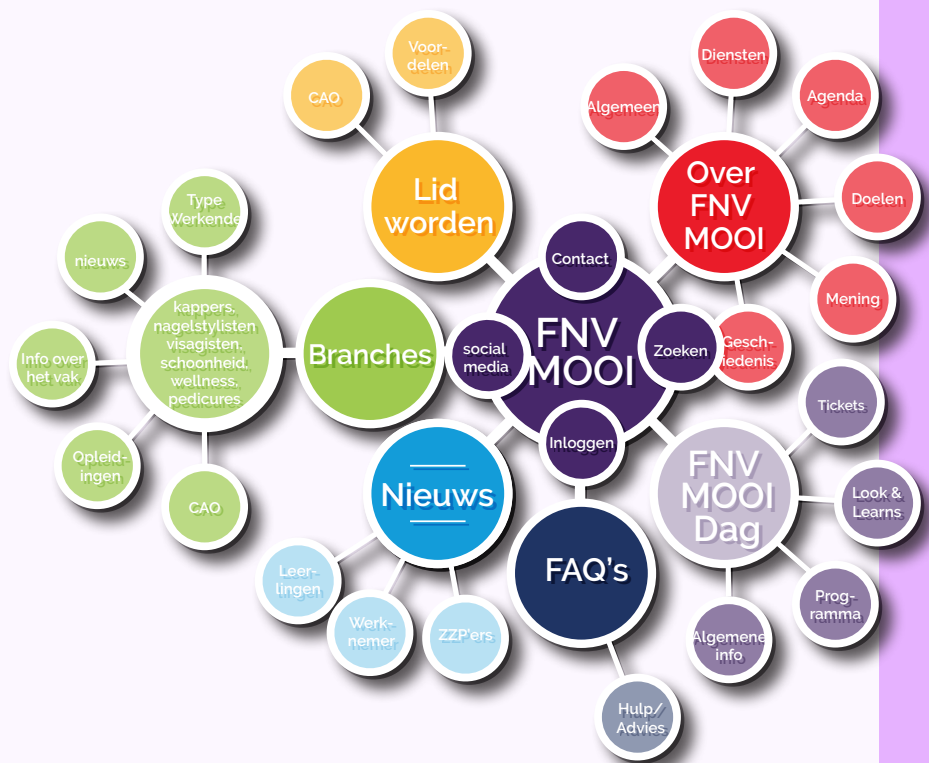
Toepassing Website

De onderdelen die het herontwerp moeten bevatten zijn: Over FNV MOOI (diensten, doelen, agenda, mening en geschiedenis), Branches, Laatste Nieuws, Lid worden, agenda en de contactgegevens. Daarbij moet de website overzichtelijk zijn en duidelijk maken wat FNV MOOI doet en welke branches zij vertegenwoordigen.

Conceptueel Scenario

Natasja (42) is al een aantal jaar lid van FNV MOOI. Ze is erg tevreden over de vakbond en bezoekt af en toe de website van de vakbond. Ze volgt het laatste nieuws en ontwikkelingen binnen de branche. Soms is het voor Natasja onduidelijk wat FNV MOOI allemaal te bieden heeft aan haar leden. Hiervoor bezoekt ze de website. Via de handige zoekfunctie kan ze gemakkelijk de informatie die ze zoekt, vinden. Ook is ze erg benieuwd naar de CAO die wellicht in haar branche kan gelden.

Op de website is het voor Natasja duidelijk waar ze bepaalde informatie kan vinden. Er is overzicht en structuur aanwezig. Door de optie CAO bovenin te plaatsen kan Natasja snel de CAO vinden.



Afbeelding 3.7 Content vanuit onderzoek

Wanneer ze inlogt krijgt ze een aparte ledenomgeving te zien waar ze naast brochures ook het vakblad kan lezen.

De website geeft vooral de informatie weer die de doelgroep wilt zien en opties om in te schrijven of contact op te nemen met FNV MOOI. De website straalt neutraliteit en de vakbond FNV uit. Door gebruik te maken van rustige en onderwerp-gerelateerde beelden kan een gebruiker in 1 opslag zien waar de website over gaat en zal de gebruiker ook langer op de website willen blijven

Ontwerprichting 4: Na de feedback op 3 ontwerprichtingen



FAQ's · Mijn FNV MOOI · Contact



Search

HOME · OVER FNV MOOI · BRANCHES · THEMA'S · LAATSTE NIEUWS · LIDMAATSCHAP

Welkom op FNVMOOI.nl

FNV MOOI is de vakbond voor alle werkenden in de uiterlijke verzorgingsbranche

[Inschrijven >](#)



Over FNV MOOI

FNV MOOI bestaat al ruim 80 jaar en weet als geen ander wat het vak inhoudt, hoe je instroomt in het vak, wat je nodig hebt om gezond je werk te kunnen blijven doen en welke risico's je kan lopen. Daarnaast is FNV MOOI lid van de FNV Vakcentrale, waar bij al die bonden samen, maar liefst 1,3 miljoen mensen in Nederland bij zijn aangesloten.

Lees meer over [wie wij zijn](#), [onze diensten](#), [onze agenda en evenementen](#), [onze visie](#), [onze mening](#) en [onze geschiedenis](#).

[lees meer >](#)

Hulp of advies nodig? FNV MOOI is er voor jou

[Vertegenwoordiger](#)[Hulp](#)[Advies](#)

[Vertrouwenspersoon](#)[Onderhandelaar](#)[Juridische hulp](#)

FNV MOOI Vertegenwoordigt

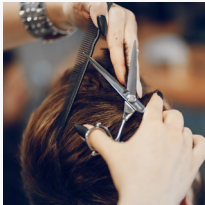




9 MEI, 2018 · ZZP
Word jij straks verkozen tot de Leukste en Ondernemendste ZZP Kapper van 2018?

Het stemmen voor de Verkiezing van de Leukste ZZP Kapper, Kapper en Kapsalon 2018 is officieel gesloten, de winnaars ...

[Lees verder](#)



9 MEI, 2018 · ZZP
Word jij straks verkozen tot de Leukste en Ondernemendste ZZP Kapper van 2018?

Het stemmen voor de Verkiezing van de Leukste ZZP Kapper, Kapper en Kapsalon 2018 is officieel gesloten, de winnaars ...

[Lees verder](#)



9 MEI, 2018 · ZZP
Word jij straks verkozen tot de Leukste en Ondernemendste ZZP Kapper van 2018?

Het stemmen voor de Verkiezing van de Leukste ZZP Kapper, Kapper en Kapsalon 2018 is officieel gesloten, de winnaars ...

[Lees verder](#)

Laatste Nieuws

Wijzigingen en veranderingen binnen de branches

De stembussen voor de Verkiezing van de Leukste ZZP Kapper 2018 zijn gesloten!
7 mei, 2018 / ZZP

Nieuw! Kappers-cao
voorzichtingsbijeenkomsten alleen voor werknemers kapper
1 mei, 2018 / Leerling, Werknemer

De FNV MOOI vakjury van de Verkiezing van de Leukste ZZP Kapper 2018
25 april, 2018 / ZZP

Werken tijdens feestdagen
24 april, 2018 / Algemeen

Laatste tussenstand van de Verkiezing van de Leukste ZZP Kapper, Kapper & Kapsalon
19 april, 2018 / ZZP

[Meer nieuws](#)

Agenda

June

SUN

MON

TUE

WED

THU

FRI

SAT

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

29

30

3 en 4 juni – The Hair X-perience
Locatie: Evenementenhal Gorinchem
[www.hair-xperience.nl](#)

3 juni – Awardshow Verkiezing van de Leukste Kapper & Kapsalon 2018 Locatie: Evenementenhal Gorinchem
[www.kapsalon.nl](#)

3 en 4 juni – The Hair X-perience
Locatie: Evenementenhal Gorinchem
[www.hair-xperience.nl](#)

[lees meer >](#)[lees meer >](#)[lees meer >](#)

Thema's



Werk & Inkomen

Lees meer over [Ontslag](#), [Loon](#), [Verlofregio](#), [Vakantie & verlof](#), [Arbeidsomstandigheden](#), [Dienstverband](#) en [Diensttijden](#)



(Even) geen werk

Lees meer over [Schorsing](#), [Verlof](#), [Ziekte](#), [Ziekteverzuim](#), [Zwangerschap](#) en [Eenmalig](#)



Werknemers

Lees meer over [CAO](#), [Ontslag](#), [Eenmalig](#), [Verlofregio](#) en [Vakantie](#)



Bijbscholing & Leerlingen

Lees meer over [Bijbscholing](#), [Eenmalig](#), [Verlofregio](#), [Onderwijs](#) en [Stages](#)



ZZP'ers

Lees meer over [Administratie](#), [Lidmaatschap](#), [Stages](#), [Stages als ZZP'ers](#), [Financiën](#) en [Verzekeringen](#)

[Meer thema's >](#)

Word lid van FNV MOOI! Zom 10.000 werknemers, ZZP'ers en leerlingen gingen je voor!

Word lid van FNV MOOI



Niet gevonden wat je zocht?
Zoek hier verder!

[Antwoorden op al je vragen over werk en inkomen](#)[Uitleg & contributie](#)[Kortingen op producten](#)

[En nog veel meer!](#)[Bekijk voordelen >](#)

Geef je Mening!

Een digitale of papieren versie van MOOI Lijfijf?

[Digitaal](#)[Papieren](#)

[Maak mij niet uit](#)

[Stem](#)

OVER FNV MOOI
ALGEMEEN
DIENSTEN
AGENDA
MOOI ACADEMIE

BRANCHES
KAPPERS
NAGELSTYLISTEN
VISAGISTEN
SCHOONHEIDSSPECIALISTEN
WELLNESS
PEDICURES

THEMA'S
WERK & INKOMEN
(EVEN) GEEN WERK
WERKNEMERS
SCHOLING & LEERLINGEN
ZZP'ERS
MEER THEMA'S

NIEUWS
LAATSTE NIEUWS
LAATSTE ZZP NIEUWS
LAATSTE WERKNEMER NIEUWS
LID WORDEN
NIEUWS UIT DE BRANCHE

LIDMAATSCHAP
VOORDELEN
UITLEG & CONTRIBUTIE
LID WORDEN

Op de hoogte blijven van al het nieuws?
Schrijf je in voor onze nieuwsbrief!

CONTACT
INFO@FNVMOOI.NL
NACHTGALSTRAAT 37
3581 AC UTRECHT

030 – 23 14 221
WIJ ZIJN MAANDAG T/M VRIJDAG
TELEFONISCH BEREIKBAAR VAN 9.00 TOT
12.30 UUR EN VAN 13.00 TOT 17.00 UUR



2018 FNV MOOI · FAQ's · Mijn FNV MOOI · Contact

Privacy · Cookies · Disclaimer · Copyright · Openbaar · Mobile site





Bijlage R: TUTS wk 5

Informatiestructuur Handout

Informatie architectuur gaat over het classificeren, categoriseren en organiseren van de inhoud (informatie) van een website.

De structuur van informatie

Elke collectie van informatie heeft een inherente structuur, de uitdaging is om die structuur (of structuren) op een logische manier aan user needs te koppelen. Denk goed na over wat de meest logische manier is voor een gebruiker. De structuur van een organisatie klakkeloos overnemen in de informatie architectuur is bijna altijd verkeerd.

Het hoogste niveau van de structuur van de informatie(informatie architectuur) van een site is sterk verbonden met de site objectives en user needs. Bij een nieuwssite zal bijvoorbeeld op het hoogste niveau het nieuws chronologisch gepresenteerd worden. Wat het meest actueel is staat boven aan. Op een lager niveau wordt de content meer op onderwerp gecategoriseerd.

Op een consumentensite voor auto's zal een bezoeker geïnteresseerd zijn in type van een auto. Als een site wordt bezocht door een professional die zich bezig houdt met het verschepen van auto's zal hij meer geïnteresseerd zijn in het gewicht van auto's.

Zelfs wanneer de structuur van een site uitstekend aansluit bij de wensen van de gebruiker zal hij de weg kwijt raken wanneer de "nomenclatuur" onduidelijk is. Omschrijvingen, labels, linkteksten en navigatiemenu's moeten in begrijpelijke taal zijn geschreven. Gebruik taal die aansluit bij je doelgroep. En wees consistent en consequent in je taalgebruik.

Structuur brengen in de content van een website, kan op basis van:

- onderwerpen in de content
- taken die moeten worden uitgevoerd
- groepen van gebruikers

Sitemap

Kenmerken van een sitemap

- Geeft een overzicht van de inhoud van de site.
- Meestal hiërarchisch geordend.
- Groepeert zaken die bij elkaar horen.
- Is de aanzet tot een navigatie model, maar is nog geen navigatie model

Card sorting methode om een sitemap te maken

- Onderwerpen op kaarten/post-its
- Proefpersonen sorteren: groepen van onderwerpen die bij elkaar horen
- Gebruik de groeperingen als basis van de informatie architectuur

Aangevuld met bijv. een enquête over het belang (frequentie van gebruik) van de onderwerpen

Navigatie Model

Navigatie model (≠ Site map!)

- Navigatie is het sturen van de gebruiker naar de benodigde informatie.
- Navigatie moet de relatie tussen de verschillende onderdelen van content duidelijk maken.

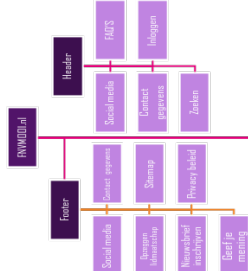
Drie eigenschappen van een goed navigatie-ontwerp voor websites

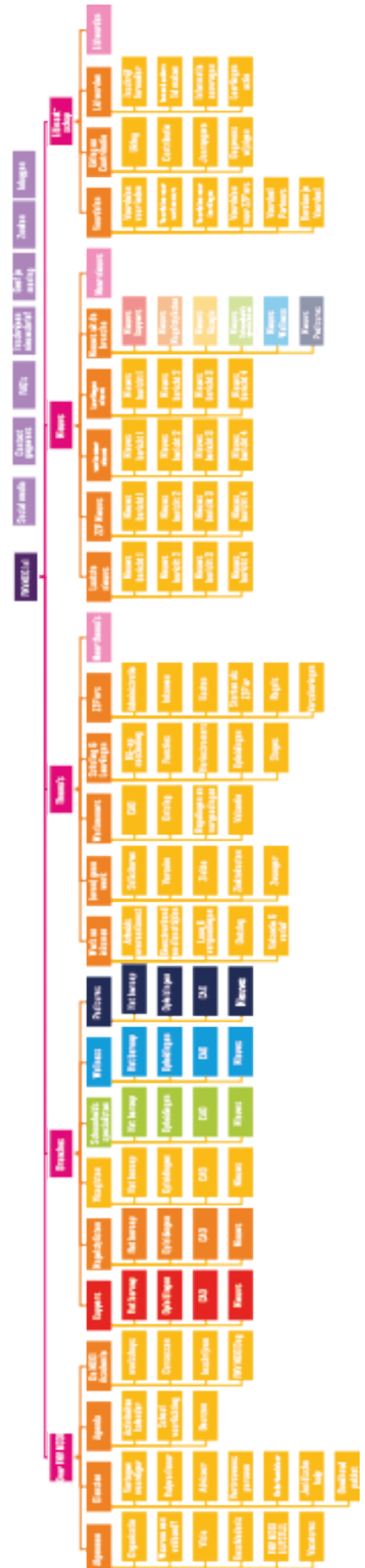
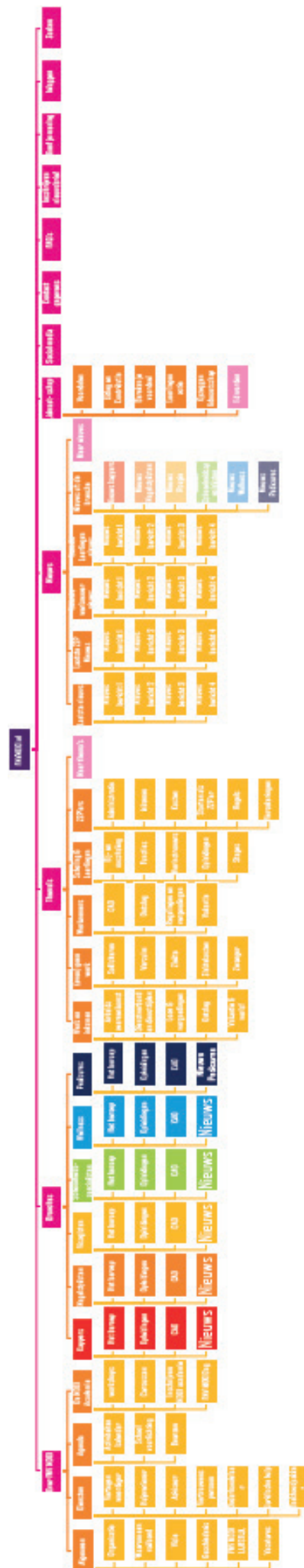
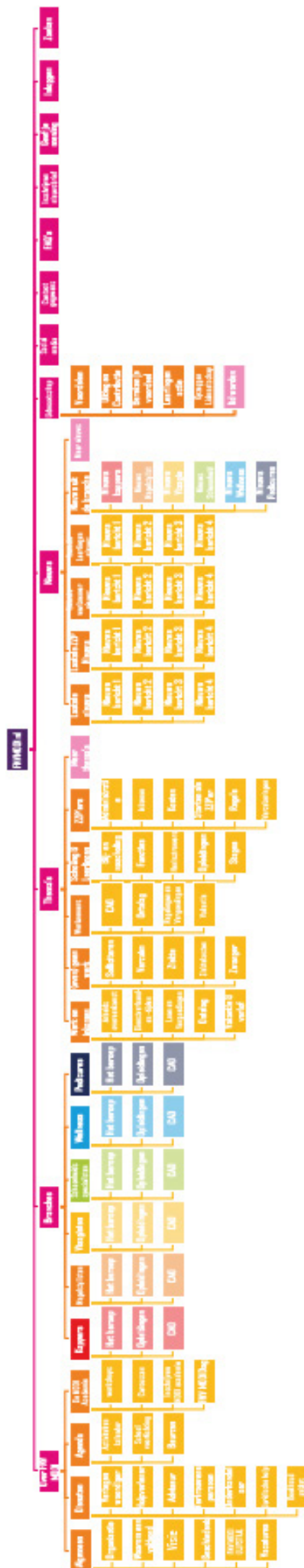
- Labels (links, headings, titels, etc)
- Navigatie support (plaatsing van elementen)
- Zoekmechanismes

Bron: The elements of user experience, JJ Garrett, 2011

Hoe maak je een navigatie model?

- Neem de site map die je hebt gemaakt als uitgangspunt.
- Zoek naar groepen en verbanden, onderscheid primaire en secundaire items.
- Benoem de items op basis van de vijf soorten navigatie.
- Zet de items in één of meer schema's voor global, local, supplementary, en courtesy navigation.
- Geef vervolgens (bijvoorbeeld in aparte figuren en beschrijvingen) aandacht aan labels, navigatiesupport en zoekmechanismen

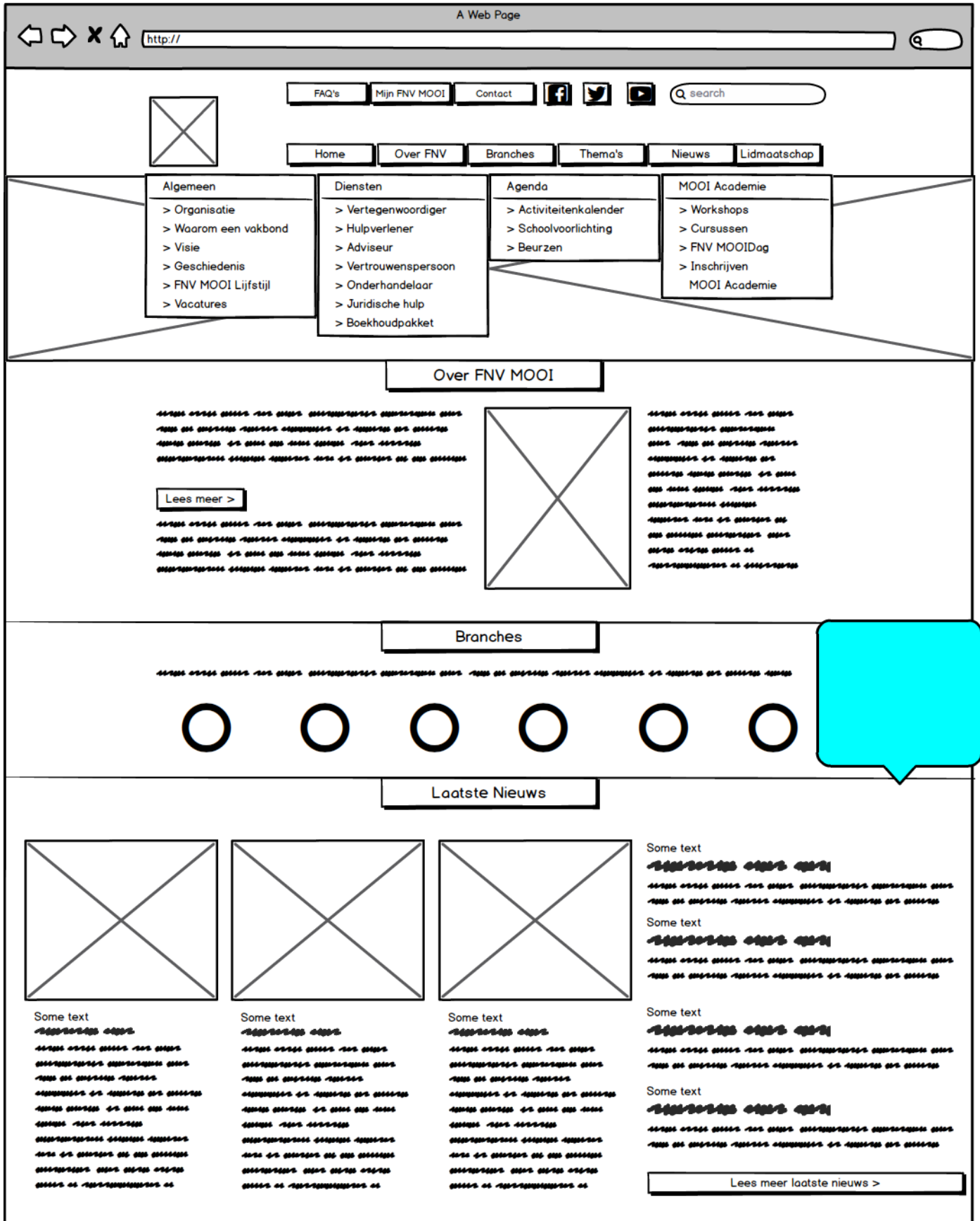


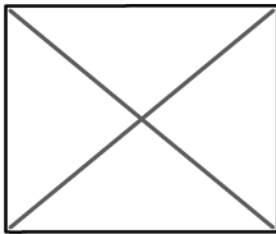
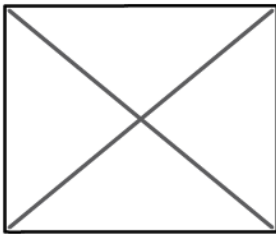
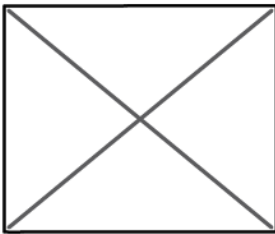






Bijlage U: Wireframes





Some text

Some text

Some text

Some text

Some text

Some text

Some text

Some text

Some text

Some text

Some text

Some text

Lees meer >

Lees meer >

Lees meer >

Lees meer laatste nieuws >

Agenda

SEPTEMBER 2018						
S	M	T	W	T	F	S
26	27	28	29	30	31	1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	1	2	3	4	5	6

Some text

Some text

Lees meer >

Some text

Some text

Lees meer >

Some text

Some text

Lees meer >

Thema's



Lid worden

Some text

Lid worden >

Contactgegevens

Some text

Geef je mening

Over FNV MOOI

> Algemeen
> Diensten
> Agenda
> De MOOI Academie

Branches

> Koppers
> Nagelstylisten
> Visagisten
> Schoonheidsspecialisten
> Wellness
> Pedicures

Thema's

> Werk en Inkomen
> (even) geen werk
> Werknemers
> Scholing & Leerlingen
> ZZP'ers
> Meer thema's

Nieuws

> Laatste nieuws
> Laatste ZZP Nieuws
> Laatste Werknemer Nieuws
> Laatste Leerlingen Nieuws
> Nieuws uit de branche
> Meer laatste Nieuws

Lidmaatschap

> Voordelen
> Uitleg en Contributie
> Bereken je Voordeel
> Leerlingnaactie
> Lid worden



Some text

OVER FNV MOOI

[FAQ's](#)
[Hij FNV MOOI](#)
[Contact](#)
[f](#)
[t](#)
[v](#)
[w](#)

[Home](#)
[Over FNV](#)
[Branches](#)
[Thema's](#)
[Nieuws](#)
[Lidmaatschap](#)

[Home](#) > [Over FNV MOOI](#) > [Algemeen](#)

[Algemeen](#)

- > Organisatie
- > Waarom een vakbond
- > Visie
- > Geschiedenis
- > FNV MOOI Lijstijl
- > Vacatures

Algemeen

Organisatie

Waarom een vakbond?

Visie

Geschiedenis

FNV MOOI Lijstijl

Vacatures

Lid worden >

Contactgegevens

Neem nu contact op >

Contactgegevens

Geef je mening!

[Over FNV MOOI](#)

- > Algemeen
- > Diensten
- > Agenda
- > De MOOI Academie

[Branches](#)

- > Kappers
- > Nagelstijlen
- > Visagisten
- > Schoonheidspecialisten
- > Wellness
- > Pedicures

[Thema's](#)

- > Werk en Inzinnen
- > (over) geen werk
- > Scholing & Leerlingen
- > ZZP'ers
- > Meer thema's

[Nieuws](#)

- > Lokaal nieuws
- > Lokaal ZZZP Nieuws
- > Lokaal Werknemer Nieuws
- > Lokaal Leerlingen Nieuws
- > Nieuws uit de branche
- > Meer lokale Nieuws

[Lidmaatschap](#)

- > Voordeel
- > Uitlag en Contributie
- > Betalen je Voordeel
- > Leertingenuite
- > Lid worden

[FAQ's](#)
[Hij FNV MOOI](#)
[Contact](#)
[f](#)
[t](#)
[v](#)
[w](#)

[Home](#)
[Over FNV](#)
[Branches](#)
[Thema's](#)
[Nieuws](#)
[Lidmaatschap](#)

[Home](#) > [Over FNV MOOI](#) > [Algemeen](#) > [Organisatie](#)

[Algemeen](#)

- > Organisatie
- > Waarom een vakbond
- > Visie
- > Geschiedenis
- > FNV MOOI Lijstijl
- > Vacatures

Algemeen

Organisatie

Waarom een vakbond?

Visie

Geschiedenis

FNV MOOI Lijstijl

Vacatures

Lid worden >

Contactgegevens

Neem nu contact op >

Contactgegevens

Geef je mening!

[Over FNV MOOI](#)

- > Algemeen
- > Diensten
- > Agenda
- > De MOOI Academie

[Branches](#)

- > Kappers
- > Nagelstijlen
- > Visagisten
- > Schoonheidspecialisten
- > Wellness
- > Pedicures

[Thema's](#)

- > Werk en Inzinnen
- > (over) geen werk
- > Scholing & Leerlingen
- > ZZP'ers
- > Meer thema's

[Nieuws](#)

- > Lokaal nieuws
- > Lokaal ZZZP Nieuws
- > Lokaal Werknemer Nieuws
- > Lokaal Leerlingen Nieuws
- > Nieuws uit de branche
- > Meer lokale Nieuws

[Lidmaatschap](#)

- > Voordeel
- > Uitlag en Contributie
- > Betalen je Voordeel
- > Leertingenuite
- > Lid worden

[FAQ's](#)
[Hij FNV MOOI](#)
[Contact](#)
[f](#)
[t](#)
[v](#)
[w](#)

[Home](#)
[Over FNV](#)
[Branches](#)
[Thema's](#)
[Nieuws](#)
[Lidmaatschap](#)

[Home](#) > [Over FNV MOOI](#) > [de MOOI Academie](#)

[MOOI Academie](#)

- > Workshops
- > Cursussen
- > FNV MOOIdag
- > Inschrijven
- > MOOI Academie

MOOI Academie

Workshops

Cursussen

FNV MOOIdag

Inschrijven

Lid worden >

Contactgegevens

Neem nu contact op >

Contactgegevens

Geef je mening!

[Over FNV MOOI](#)

- > Algemeen
- > Diensten
- > Agenda
- > De MOOI Academie

[Branches](#)

- > Kappers
- > Nagelstijlen
- > Visagisten
- > Schoonheidspecialisten
- > Wellness
- > Pedicures

[Thema's](#)

- > Werk en Inzinnen
- > (over) geen werk
- > Scholing & Leerlingen
- > ZZP'ers
- > Meer thema's

[Nieuws](#)

- > Lokaal nieuws
- > Lokaal ZZZP Nieuws
- > Lokaal Werknemer Nieuws
- > Lokaal Leerlingen Nieuws
- > Nieuws uit de branche
- > Meer lokale Nieuws

[Lidmaatschap](#)

- > Voordeel
- > Uitlag en Contributie
- > Betalen je Voordeel
- > Leertingenuite
- > Lid worden

[FAQ's](#)
[Hij FNV MOOI](#)
[Contact](#)
[f](#)
[t](#)
[v](#)
[w](#)

[Home](#)
[Over FNV](#)
[Branches](#)
[Thema's](#)
[Nieuws](#)
[Lidmaatschap](#)

[Home](#) > [Over FNV MOOI](#) > [Diensten](#)

[Diensten](#)

- > Vertegenwoordiger
- > Hulpverlener
- > Adviseur
- > Vertrowenspersoon
- > Onderhandelaar
- > Juridische hulp
- > Boekhoudpakket

Diensten

Vertegenwoordiger

Hulpverlener

Adviseur

Onderhandelaar

Onderhandelaar

Juridische hulp

Boekhoudpakket

Lid worden >

Contactgegevens

Neem nu contact op >

Contactgegevens

Geef je mening!

[Over FNV MOOI](#)

- > Algemeen
- > Diensten
- > Agenda
- > De MOOI Academie

[Branches](#)

- > Kappers
- > Nagelstijlen
- > Visagisten
- > Schoonheidspecialisten
- > Wellness
- > Pedicures

[Thema's](#)

- > Werk en Inzinnen
- > (over) geen werk
- > Scholing & Leerlingen
- > ZZP'ers
- > Meer thema's

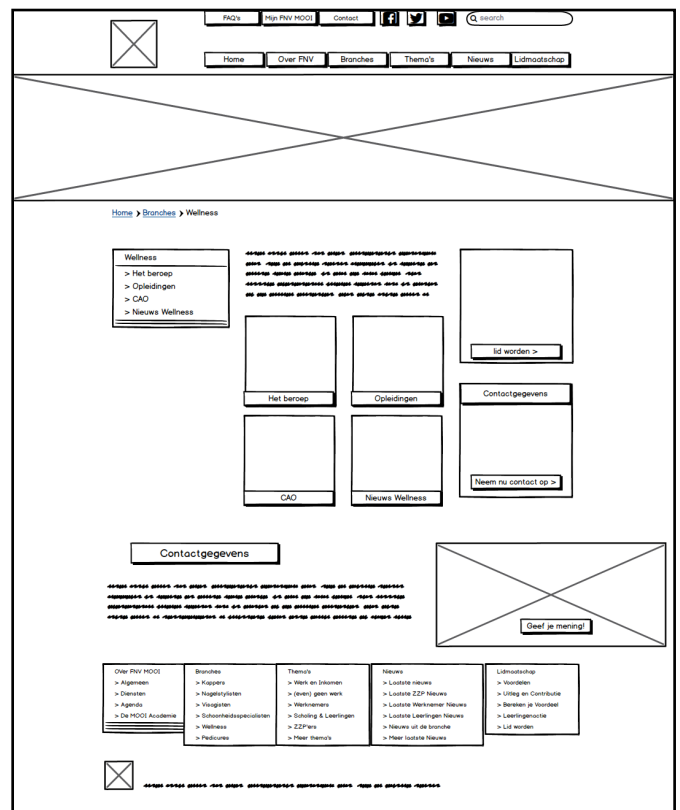
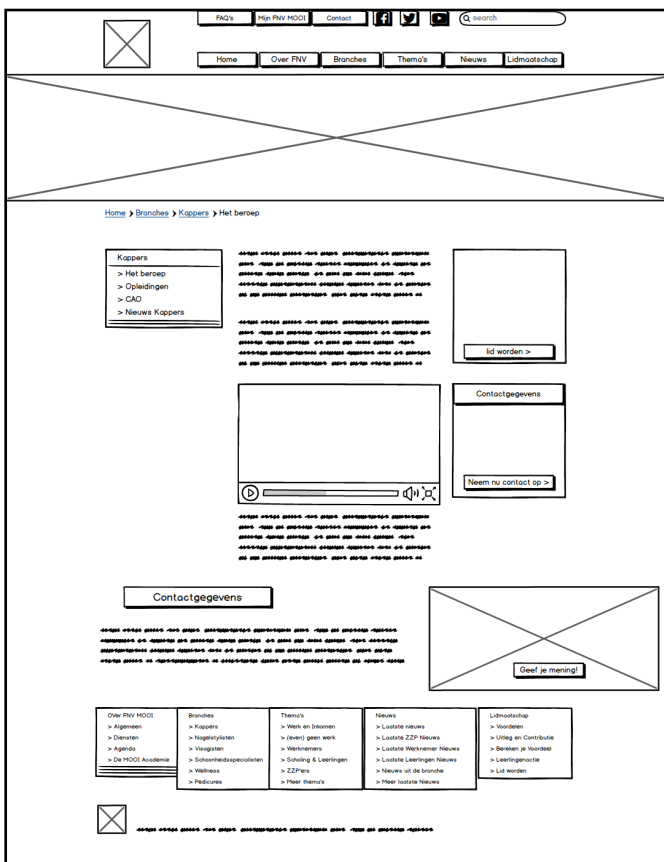
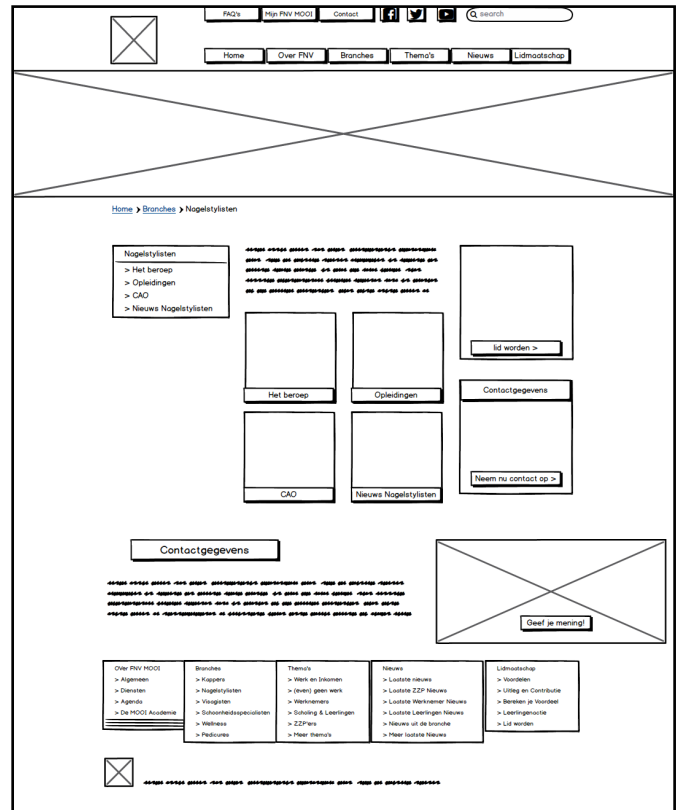
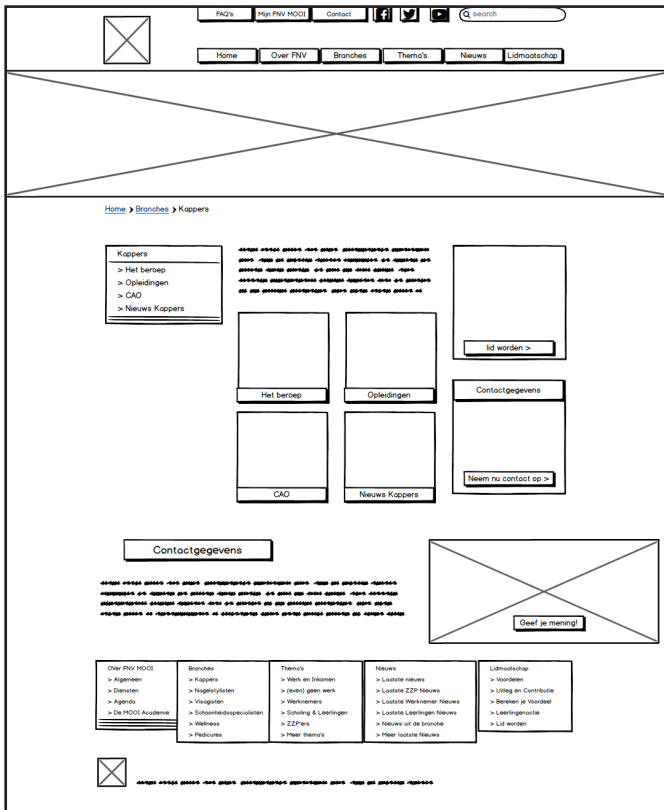
[Nieuws](#)

- > Lokaal nieuws
- > Lokaal ZZZP Nieuws
- > Lokaal Werknemer Nieuws
- > Lokaal Leerlingen Nieuws
- > Nieuws uit de branche
- > Meer lokale Nieuws

[Lidmaatschap](#)

- > Voordeel
- > Uitlag en Contributie
- > Betalen je Voordeel
- > Leertingenuite
- > Lid worden

BRANCHES



THEMA'S

De MOOI Academie

Home Over RVV Branches Thema's Nieuws Lidmaatschap

Home > Thema's > Werk & Inkomen

(even) geen werk

- > Solliciteren
- > Verzuim
- > Ziekte
- > Ziektekosten
- > Zwanger
- > Eczeem

Solliciteren Verzuim Ziekte Ziektekosten Zwanger Eczeem

Lid worden >

Contactgegevens

Neem nu contact op >

Contactgegevens

Over je mening!

Over RVV MOOI

- > Algemeen
- > Diensten
- > Agenda
- > De MOOI Academie

Branches

- > Kappers
- > Nagelstudio's
- > Visagisten
- > Schoonheidsspecialisten
- > Wellness
- > Pedicures

Thema's

- > Werk en Inkomen
- > (even) geen werk
- > Werknemers
- > Scholing & Leerlingen
- > ZZP'ers
- > Hulp Thema's

Nieuws

- > Laatste nieuws
- > Laatste ZZP nieuws
- > Laatste Werknemer Nieuws
- > Laatste Leerlingen Nieuws
- > Nieuws uit de branche
- > Hulp laatste Nieuws

Lidmaatschap

- > Voorstellen
- > Uitleg en Contributie
- > Beelden je Voordeel
- > Leerlingsovername
- > Lid worden

Zoeken

[Home](#) |
 [Over FNV](#) |
 [Branches](#) |
 [Thema's](#) |
 [Nieuws](#) |
 [Lidmaatschap](#)

[Home](#) > [Thema's](#) > Werk & Inkomen

Meer thema's

Thema 1

Thema 2

Thema 3

Thema 4

Thema 5

Thema 6

Thema 7

Id worden >

Neem nu contact op >

Contactgegevens

Geef je mening!

Over FNV MOOI
 > Agenden
 > Diensten
 > Agenda
 De MOOI Assistentie

Branches
 > Kappers
 > Nagelstylisten
 > Visagisten
 > Schoonheidsspecialisten
 > Wellness
 > Pedicures

Thema's
 > Werk en Inkomens
 > (jezelf) geen werk
 > Winklenames
 > Sollicitatie & Leertijden
 > ZZP'ers
 > Meer thema's

Nieuws
 > Lokale nieuws
 > Lokale ZZZ Nieuws
 > Lokale Werknemers Nieuws
 > Lokale Leertijds Nieuws
 > Nieuws uit de branche
 > Meer lokale Nieuws

Lidmaatschap
 > Voorstellen
 > Liding en Contributie
 > Bereken je Voordeel
 > Leertijdgenote
 > Lid worden

[illegible]

	FAQ's Nieuw PNV MOOI Contact  search
Home Over PNV Branches Thema's Nieuws Lidmaatschap	

[Home](#) > [Thema's](#) > Werk & Inkommen

Werknemers

- > CAO
- > Ontslag
- > Regelingen
- > Vergoedingen
- > Vakantie

CAO

Ontslag

Regelingen

Vergoedingen

Vakantie

Lid worden >

Contactgegevens

Nemen nu contact op >

Contactgegevens

Contactgegevens

Geeft je mening!

Over PNV MOOI

- > Algemeen
- > Diensten
- > Agents
- > De MOOI Academie

Branches

- > Kappers
- > Nagelsteden
- > Schoonheidsspecialisten
- > Wellness
- > Pedicures

Thema's

- > Werk en Inkomen
- > (Zelf) geven werk
- > Werknemers
- > Scholing & Leertijds
- > ZZP'ers
- > Pleier Thema's

Nieuws

- > Luchste Nieuws
- > Luchste ZZP Nieuws
- > Luchste Werknemers Nieuws
- > Luchste Leerlingen Nieuws
- > Nieuws uit de branche
- > Pleier laatste Nieuws

Lidmaatschap

- > Voorleden
- > Uitleg en Contributie
- > Benutten je Voordeel
- > Leesregio's
- > Lid worden

NIEUWS

FAQ's

Mijn FNV MOOI

Contact

Home

Over FNV

Branches

Thema's

Nieuws

Lidmaatschap

[Home](#) > [Nieuws](#) > Laatste Nieuws

Al het laatste nieuws

ZZP'ers

Werknemer

Leerlingen

Branches

Some text

De FNV heeft een nieuw rapport uitgebracht over de arbeidsomstandigheden in de bouwsector. Het rapport toont aan dat de werkdruk in de bouwsector de laatste jaren is toegenomen. Dit heeft tot een verslechtering van de arbeidsomstandigheden geleid. De FNV roept op tot actie van de overheid en de werkgevers om de werkdruk te verminderen en de arbeidsomstandigheden te verbeteren.

Lees meer >

Some text

De FNV heeft een nieuw rapport uitgebracht over de arbeidsomstandigheden in de bouwsector. Het rapport toont aan dat de werkdruk in de bouwsector de laatste jaren is toegenomen. Dit heeft tot een verslechtering van de arbeidsomstandigheden geleid. De FNV roept op tot actie van de overheid en de werkgevers om de werkdruk te verminderen en de arbeidsomstandigheden te verbeteren.

Lees meer >

Some text

De FNV heeft een nieuw rapport uitgebracht over de arbeidsomstandigheden in de bouwsector. Het rapport toont aan dat de werkdruk in de bouwsector de laatste jaren is toegenomen. Dit heeft tot een verslechtering van de arbeidsomstandigheden geleid. De FNV roept op tot actie van de overheid en de werkgevers om de werkdruk te verminderen en de arbeidsomstandigheden te verbeteren.

Lees meer >

Some text

De FNV heeft een nieuw rapport uitgebracht over de arbeidsomstandigheden in de bouwsector. Het rapport toont aan dat de werkdruk in de bouwsector de laatste jaren is toegenomen. Dit heeft tot een verslechtering van de arbeidsomstandigheden geleid. De FNV roept op tot actie van de overheid en de werkgevers om de werkdruk te verminderen en de arbeidsomstandigheden te verbeteren.

Lees meer >

Some text

De FNV heeft een nieuw rapport uitgebracht over de arbeidsomstandigheden in de bouwsector. Het rapport toont aan dat de werkdruk in de bouwsector de laatste jaren is toegenomen. Dit heeft tot een verslechtering van de arbeidsomstandigheden geleid. De FNV roept op tot actie van de overheid en de werkgevers om de werkdruk te verminderen en de arbeidsomstandigheden te verbeteren.

Lees meer >

Some text

De FNV heeft een nieuw rapport uitgebracht over de arbeidsomstandigheden in de bouwsector. Het rapport toont aan dat de werkdruk in de bouwsector de laatste jaren is toegenomen. Dit heeft tot een verslechtering van de arbeidsomstandigheden geleid. De FNV roept op tot actie van de overheid en de werkgevers om de werkdruk te verminderen en de arbeidsomstandigheden te verbeteren.

Lees meer >

Some text

De FNV heeft een nieuw rapport uitgebracht over de arbeidsomstandigheden in de bouwsector. Het rapport toont aan dat de werkdruk in de bouwsector de laatste jaren is toegenomen. Dit heeft tot een verslechtering van de arbeidsomstandigheden geleid. De FNV roept op tot actie van de overheid en de werkgevers om de werkdruk te verminderen en de arbeidsomstandigheden te verbeteren.

Lees meer >

Some text

De FNV heeft een nieuw rapport uitgebracht over de arbeidsomstandigheden in de bouwsector. Het rapport toont aan dat de werkdruk in de bouwsector de laatste jaren is toegenomen. Dit heeft tot een verslechtering van de arbeidsomstandigheden geleid. De FNV roept op tot actie van de overheid en de werkgevers om de werkdruk te verminderen en de arbeidsomstandigheden te verbeteren.

Lees meer >

Some text

De FNV heeft een nieuw rapport uitgebracht over de arbeidsomstandigheden in de bouwsector. Het rapport toont aan dat de werkdruk in de bouwsector de laatste jaren is toegenomen. Dit heeft tot een verslechtering van de arbeidsomstandigheden geleid. De FNV roept op tot actie van de overheid en de werkgevers om de werkdruk te verminderen en de arbeidsomstandigheden te verbeteren.

Lees meer >

Some text

De FNV heeft een nieuw rapport uitgebracht over de arbeidsomstandigheden in de bouwsector. Het rapport toont aan dat de werkdruk in de bouwsector de laatste jaren is toegenomen. Dit heeft tot een verslechtering van de arbeidsomstandigheden geleid. De FNV roept op tot actie van de overheid en de werkgevers om de werkdruk te verminderen en de arbeidsomstandigheden te verbeteren.

Lees meer >

Laad meer laatste nieuws

Contactgegevens

De FNV heeft een nieuw rapport uitgebracht over de arbeidsomstandigheden in de bouwsector. Het rapport toont aan dat de werkdruk in de bouwsector de laatste jaren is toegenomen. Dit heeft tot een verslechtering van de arbeidsomstandigheden geleid. De FNV roept op tot actie van de overheid en de werkgevers om de werkdruk te verminderen en de arbeidsomstandigheden te verbeteren.

Geef je mening!

Over FNV MOOI

> Algemeen

> Diensten

> Agenda

> De MOOI Academie

Branches

> Kappers

> Nagelstylisten

> Visagisten

> Schoonheidsspecialisten

> Wellness

> Pedicures

Thema's

> Werk en Inkomen

> (even) geen werk

> Werknemers

> Scholing & Leerlingen

> ZZP'ers

> Meer thema's

Nieuws

> Laatste nieuws

> Laatste ZZP Nieuws

> Laatste Werknemer Nieuws

> Laatste Leerlingen Nieuws

> Nieuws uit de branche

> Meer laatste Nieuws

Lidmaatschap

> Voordelen

> Uitleg en Contributie

> Bereken je Voordeel

> Leerlingenactie

> Lid worden

De FNV heeft een nieuw rapport uitgebracht over de arbeidsomstandigheden in de bouwsector. Het rapport toont aan dat de werkdruk in de bouwsector de laatste jaren is toegenomen. Dit heeft tot een verslechtering van de arbeidsomstandigheden geleid. De FNV roept op tot actie van de overheid en de werkgevers om de werkdruk te verminderen en de arbeidsomstandigheden te verbeteren.

96

LIDMAATSCHAP

[illegible][illegible]

	FAQ's Hoe RIV MDO? Contact Zoeken		
Home Over RVV Branches Thema's Nieuws Lidmaatschap			
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%; vertical-align: top; padding: 5px;"> Lidmaatschap Lidtag Gegevens wijzigen Jaaropgave Contributie </td> <td style="width: 50%; vertical-align: top; padding: 5px;"> Lid worden Inschrijfformulier Iemand anders lid maken Informatie aanvragen Leertingenoctie </td> </tr> </table>		Lidmaatschap Lidtag Gegevens wijzigen Jaaropgave Contributie	Lid worden Inschrijfformulier Iemand anders lid maken Informatie aanvragen Leertingenoctie
Lidmaatschap Lidtag Gegevens wijzigen Jaaropgave Contributie	Lid worden Inschrijfformulier Iemand anders lid maken Informatie aanvragen Leertingenoctie		

[Home](#) > [Lidmaatschap](#) > Voordelen

Voordelen
 Voordelen voor leden
 Voordelen voor werknemers
 Voordelen voor leerlingen
 Voordelen voor ZZP'ers
 Voordeelpartners
 Bereken je voordeel

voordeel wordt berekend naar aantal deelnemende deelnemers aan een of meerdere activiteiten en afhankelijk van de activiteit kan verschillen hoe groot dat voordeel zal zijn.

Voordelen voor leden	Voordelen voor werknemers
Voordelen voor leerlingen	Voordelen voor ZZP'ers
Voordeelpartners	Bereken je voordeel

Lid worden >

Contactgegevens

Neem nu contact op >

Contactgegevens

voordeel wordt berekend naar aantal deelnemende deelnemers aan een of meerdere activiteiten en afhankelijk van de activiteit kan verschillen hoe groot dat voordeel zal zijn.

Over RVV MDO
 > Agents
 > Diensten
 > Agents
 > De MDO Academie

Branches
 > Kappers
 > Nagelschijfveren
 > Visagisten
 > Schoonheidspecialisten
 > Wellness
 > Pedicures

Thema's
 > Werk en Inzetten
 > Gevolg gaat werk
 > Werknemers
 > Sollicitatie & Leerlingen
 > ZZP'ers
 > Meer thema's

Nieuws
 > Lustrale nieuws
 > Lustrale ZZP Nieuws
 > Lustrale Werknemers Nieuws
 > Lustrale Leerlingen Nieuws
 > Nieuws uit de branche
 > Meer lustrale Nieuws

Lidmaatschap
 > Voordelen
 > Lidtag en Contributie
 > Bereken je Voordeel
 > Leertingenoctie
 > Lid worden

Geef je mening!



[FAQ's](#)
[Mijn RIV MOOI](#)
[Contact](#)





[Home](#)
[Over RIV](#)
[Branches](#)
[Thema's](#)
[Nieuws](#)
[Lidmaatschap](#)

1e keer inloggen

Voordat u kunt inloggen, moet u eerst een lidmaatschap aanmaken. Klik op de knop 'Nieuw lidmaatschap aanmaken' om dit te doen. Het is gratis en duurt slechts enkele minuten.

Lidmaatschapsnummer

E-mailadres

Wachtwoord

Herhaal Wachtwoord

[Aanmelden >](#)

Inloggen

Voordat u kunt inloggen, moet u eerst een lidmaatschap aanmaken. Klik op de knop 'Nieuw lidmaatschap aanmaken' om dit te doen. Het is gratis en duurt slechts enkele minuten.

E-mailadres

Wachtwoord

[Inloggen >](#)

Nog geen lid?

[lid worden >](#)

Contactgegevens

Voordat u kunt inloggen, moet u eerst een lidmaatschap aanmaken. Klik op de knop 'Nieuw lidmaatschap aanmaken' om dit te doen. Het is gratis en duurt slechts enkele minuten.

Over RIV MOOI

- Algemeen
- Elizen
- Agenda
- De MOOI Academie

Branches

- Kappers
- Huysdierartsen
- Vaagvragen
- Subspecialisaties
- Het MOOI Academie
- Pedagogie

Thema's

- Werk en Inkomen
- Werkloosheid
- Werkloosheid
- Scholing & Leerlingen
- ZZP'ers
- Meer thema's

Nieuws

- Laatste nieuws
- Laatste ZEP Nieuws
- Laatste Werkloosheid Nieuws
- Laatste Leerlingen Nieuws
- Nieuws uit de branche
- Meer laatste Nieuws

Lidmaatschap

- Worden
- Stap in Contributie
- Bereken je Voordeel
- Leerlingenservice
- Lid worden



Voordat u kunt inloggen, moet u eerst een lidmaatschap aanmaken. Klik op de knop 'Nieuw lidmaatschap aanmaken' om dit te doen. Het is gratis en duurt slechts enkele minuten.

► Bijlage V: Styleguides

Styleguide 1.0 FNV MOOI 2.0



Feestje
Kleurrijk

Creatief
Kinderlijk

Aangesloten bij de FNV

Voorbeelden afbeeldingen




Kleuren



Voorbeeld van een grote titel

Font: Helvetica Neue Bold #e2007a

Voorbeeld van een kleine titel

Font: Helvetica Neue Bold #4b1966

Eoerfererum enis sunt odis mo ipsa con num imet et odit, nullut voloreperunt officium rectae et que plicisqui consenis dolorep edipien itatur sapit moluptatis volorro occuptis accum quamusam dis aciatem aut ut estern rerepta tectecto omnis escia veria nam ad era erspelest volenienda numeniantur sitaspere sa voluptate natem. Nam, sequo dit volest, quassun temque porro que elicit rem sum reici conectiam, que ipiciatempor a nonemque vitataturest pos magni ut voluptatem am venietur rest veliquae porrum acimperem ersperuptat rehentiati.

Cestiuntur? Quia dolorerum quasimaio totatquam aut voluptibus antius, ut dus vel ide perspel ectur? Ugitatum hil etur ma et veratem quidus, esere, ute preptat urerum senita si vollanda sam ut mos aut laborpore voluptae ipiendandis as que et, corro incipsum quiasi- ma plaut fugia velecta sperchicid que iitatis molorit atature aut iundere reiciti autem sam velibus non parchic tet adi reptis es et, ad et,

Voorbeeld van een tekst in een box

Je bent:

- Leerling
- Werknemer
- ZZP' er

Voorbeeld titel nieuwsbericht

9 MEI, 2018 ZZP Datum + Type Nieuws

Voorbeeld tekst nieuwsbericht
atem. Nam, sequo dit volest, quassun temque porro que elicit rem sum reici conectiam, que ipiciatempor a nonemque vitataturest pos magni ut voluptatem am venietur rest veliquae porrum acimperem ersperuptat rehentiati.

Voorbeeld van een link in een tekst

Voorbeeld knop
voor meer informatie

Voorbeeld knop
voor meer informatie

Styleguide 2.0 Modern en Algemeen



Netjes
Professioneel
Universeel
Website

Modern
Rustig
Betrouwbaar
Creatief

Aangesloten bij de FNV

Voorbeelden afbeeldingen




Kleuren



Voorbeeld van een grote titel

Font: Helvetica Neue Bold #e2007a

Voorbeeld van een kleine titel

Font: Helvetica Neue Bold #4b1966

Eoerfererum enis sunt odis mo ipsa con num imet et odit, nullut voloreperunt officium rectae et que plicisqui consenis dolorep edipien itatur sapit moluptatis volorro occuptis accum quamusam dis aciatem aut ut estern rerepta tectecto omnis escia veria nam ad era erspelest volenienda numeniantur sitaspere sa voluptate natem. Nam, sequo dit volest, quassun temque porro que elicit rem sum reici conectiam, que ipiciatempor a nonemque vitataturest pos magni ut voluptatem am venietur rest veliquae porrum acimperem ersperuptat rehentiati.

Cestiuntur? Quia dolorerum quasimaio totatquam aut voluptibus antius, ut dus vel ide perspel ectur? Ugitatum hil etur ma et veratem quidus, esere, ute preptat urerum senita si vollanda sam ut mos aut laborpore voluptae ipiendandis as que et, corro incipsum quiasi- ma plaut fugia velecta sperchicid que iitatis molorit atature aut iundere reiciti autem sam velibus non parchic tet adi reptis es et, ad et,

Voorbeeld van een tekst in een box

Je bent:

- Leerling
- Werknemer
- ZZP' er

Voorbeeld titel nieuwsbericht

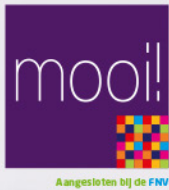
9 MEI, 2018 ZZP Datum + Type Nieuws

Voorbeeld tekst nieuwsbericht
atem. Nam, sequo dit volest, quassun temque porro que elicit rem sum reici conectiam, que ipiciatempor a nonemque vitataturest pos magni ut voluptatem am venietur rest veliquae porrum acimperem ersperuptat rehentiati.

Voorbeeld van een link in een tekst

Voorbeeld knop
voor meer informatie

Voorbeeld knop
voor meer informatie



Netjes
Professioneel
Vrouwelijk
Vrouwenblad

Mooi
Uiterlijk
Commercieel
Creatief

Voorbeeld van een grote titel

Font: Helvetica Neue Bold

#e2007a

Voorbeeld van een kleine titel

Font: Helvetica Neue Bold

#4b1966

Voorbeelden afbeeldingen



Eoerferperum enis sunt odis mo ipsa con num imet et odit, nullut voloreperunt officium rectae et que pliciisqui consenis dolorep edipien itatur sapit moluptatis volorro occuptis accum quamusam dis aciatem aut ut estem rerepta tectecto omnis escia veria nam ad era erspelest volenienda numeniantur sitaspere sa voluptate natem. Nam, sequo dit volest, quassun temque porro que elicit rem sum reici conectiam, que ipiciatempor a nonemque vitataturest pos magni ut voluptatem am venietur rest veliquae porrum acimperem ersperuptat rehentiati.

Cestiuntur? Quia dolorem quasimaio totatquam aut voluptibus antius, ut dus vel ide perspeltur? Ugitatium hil etur ma et veratem quidus, esere, ute preptat urerum senita si vollanda sam ut mos aut laborpore voluptae ipeindandis as que et, corro incipsum quiasima plaut fugia velecta sperchicid que iitatis molorit atature aut iundere reiciit autem sam velibus non parchic tet adi reptis es et, ad et,

Voorbeeld van een tekst in een box

Je bent:

Leerling

Werknemer

ZZP'er

9 MEI, 2019 ZZP Datum + Type Nieuws

Voorbeeld titel nieuwsbericht

Voorbeeld tekst nieuwsbericht
atem. Nam, sequo dit volest, quassun temque porro que elicit rem sum reici conectiam, que ipiciatempor a nonemque vitataturest pos magni ut voluptatem am venietur rest veliquae porrum acimperem ersperuptat rehentiati.

Kleuren



Voorbeeld van een link in een tekst

Voorbeeld knop
voor meer informatie

Voorbeeld knop
voor meer informatie



Neutraal
Professioneel
Vrouwelijk
Website

Modern
Verzorging
Betrouwbaar
Creatief

Voorbeeld van een grote titel

Font: Helvetica Neue Bold

#e2007a

Voorbeeld van een kleine titel

Font: Helvetica Neue Bold

#4b1966

Voorbeelden afbeeldingen



Eoerferperum enis sunt odis mo ipsa con num imet et odit, nullut voloreperunt officium rectae et que pliciisqui consenis dolorep edipien itatur sapit moluptatis volorro occuptis accum quamusam dis aciatem aut ut estem rerepta tectecto omnis escia veria nam ad era erspelest volenienda numeniantur sitaspere sa voluptate natem. Nam, sequo dit volest, quassun temque porro que elicit rem sum reici conectiam, que ipiciatempor a nonemque vitataturest pos magni ut voluptatem am venietur rest veliquae porrum acimperem ersperuptat rehentiati.

Cestiuntur? Quia dolorem quasimaio totatquam aut voluptibus antius, ut dus vel ide perspeltur? Ugitatium hil etur ma et veratem quidus, esere, ute preptat urerum senita si vollanda sam ut mos aut laborpore voluptae ipeindandis as que et, corro incipsum quiasima plaut fugia velecta sperchicid que iitatis molorit atature aut iundere reiciit autem sam velibus non parchic tet adi reptis es et, ad et,

Voorbeeld van een tekst in een box

Je bent:

Leerling

Werknemer

ZZP'er

9 MEI, 2019 ZZP Datum + Type Nieuws

Voorbeeld titel nieuwsbericht

Voorbeeld tekst nieuwsbericht
atem. Nam, sequo dit volest, quassun temque porro que elicit rem sum reici conectiam, que ipiciatempor a nonemque vitataturest pos magni ut voluptatem am venietur rest veliquae porrum acimperem ersperuptat rehentiati.

Kleuren

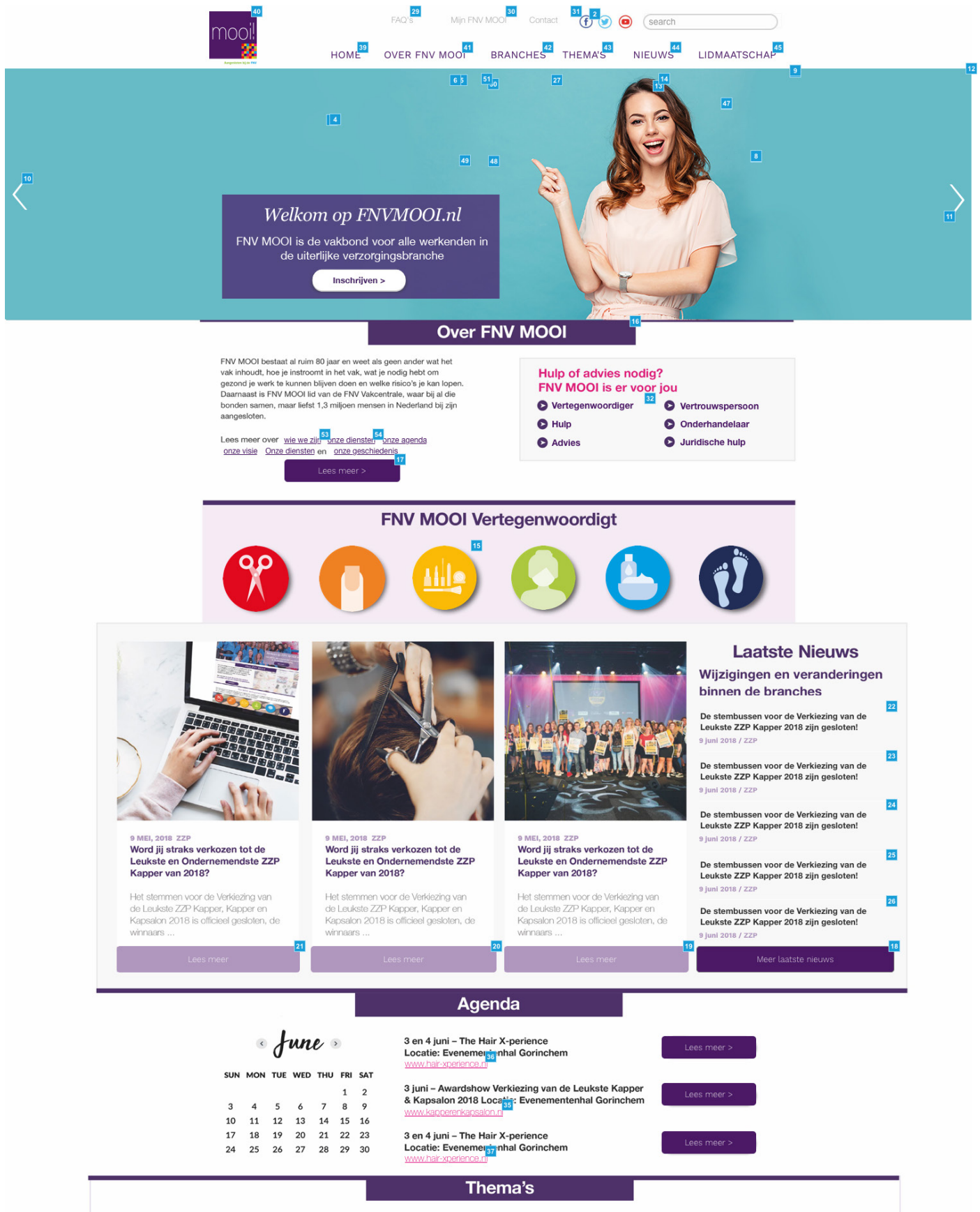


Voorbeeld van een link in een tekst

Voorbeeld knop
voor meer informatie

Voorbeeld knop
voor meer informatie

► Bijlage W: Schermontwerpen V1



9 MEI, 2018 ZPP

Word jij straks verkozen tot de Leukste en Ondernemendste ZPP Kapper van 2018?

Het stemmen voor de Verkiezing van de Leukste ZPP Kapper, Kapper en Kapsalon 2018 is officieel gesloten, de winnaars ...

Lees meer

9 MEI, 2018 ZPP

Word jij straks verkozen tot de Leukste en Ondernemendste ZPP Kapper van 2018?

Het stemmen voor de Verkiezing van de Leukste ZPP Kapper, Kapper en Kapsalon 2018 is officieel gesloten, de winnaars ...

Lees meer

9 MEI, 2018 ZPP

Word jij straks verkozen tot de Leukste en Ondernemendste ZPP Kapper van 2018?

Het stemmen voor de Verkiezing van de Leukste ZPP Kapper, Kapper en Kapsalon 2018 is officieel gesloten, de winnaars ...

Lees meer

9 MEI, 2018 ZPP

De stembussen voor de Verkiezing van de Leukste ZPP Kapper 2018 zijn gesloten!

9 juni 2018 / ZPP

24

9 MEI, 2018 ZPP

De stembussen voor de Verkiezing van de Leukste ZPP Kapper 2018 zijn gesloten!

9 juni 2018 / ZPP

25

9 MEI, 2018 ZPP

De stembussen voor de Verkiezing van de Leukste ZPP Kapper 2018 zijn gesloten!

9 juni 2018 / ZPP

26

9 MEI, 2018 ZPP

De stembussen voor de Verkiezing van de Leukste ZPP Kapper 2018 zijn gesloten!

9 juni 2018 / ZPP

18

Agenda

< June >

SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

3 en 4 juni – The Hair X-perience
Locatie: Evenementenhal Gorinchem
www.hair-xperience.nl

Lees meer >

3 juni – Awardshow Verkiezing van de Leukste Kapper & Kapsalon 2018
Locatie: Evenementenhal Gorinchem
www.kapperenkapsalon.nl

Lees meer >

3 en 4 juni – The Hair X-perience
Locatie: Evenementenhal Gorinchem
www.hair-xperience.nl

Lees meer >

Thema's



Werk & Inkomen

Lees meer over [Ontslag](#), [Loon](#), [Verpogingen](#), [Vakantie](#) & [Verlof](#), [Arbeidsovereenkomsten](#), [Dienstverbanden](#) en [Diensttijden](#)



(Even) geen werk

Lees meer over [Solliciteren](#), [Verzuim](#), [Ziekte](#), [Ziektekosten](#), [Zwanger](#) en [Ectroom](#)



Werknemers

Lees meer over [CAO](#), [Ontslag](#), [Regelingen](#), [Verpogingen](#) en [Vakantie](#)



Bijscholing & Leerlingen

Lees meer over [Bi- & Nascholing](#), [Functies](#), [Herinstromen](#), [Opleidingen](#) en [Stages](#)



ZPP'er

Lees meer over [Administratie](#), [Inkomen](#), [Kosten](#), [Starten als ZPP'er](#), [Regels](#), en [Verzekeringen](#)

Meer thema's >

Word lid van FNV MOOI! Zo'n 10.000 werknemers, ZPP'ers en leerlingen gingen je voor!

Wordt Lid van FNV MOOI! >

Antwoorden op al je vragen over werk en inkomen

Advies en hulp bij o.a. werk, stages en starten als ZPP'er

Kortingen op producten

En nog veel meer!

Bekijk Voordelen >

Geef je Mening!

Een digitale of papieren versie van MOOI Lijstijl?

Digitaal Papieren Maakt mij niet uit

Stem >

Niet gevonden wat je zocht? Zoek hier verder!

search

OVER FNV MOOI

ALGEMEEN
DIENSTEN
AGENDA
MOOI ACADEMIE

BRANCHES

KAPPERS
NAGELSTYLISTEN
VISAGISTEN
SCHOONHEIDSSPECIALISTEN
WELLNESS
PEDICURES

THEMA'S

WERK & INKOMEN
(EVEN) GEEN WERK
WERKNEMERS
SCHOLING & LEERLINGEN
ZPP'ERS
MEER THEMA'S

NIEUWS

LAATSTE NIEUWS
LAATSTE ZPP NIEUWS
LAATSTE WERKNEMER NIEUWS
LAATSTE LEERLINGEN NIEUWS
NIEUWS UIT DE BRANCHE

LIDMAATSCHAP

VOORDELEN
UITLEG & CONTRIBUTIE
LID WORDEN

Op de hoogte blijven van al het nieuws?
Schrijf je in voor onze nieuwsbrief!

Hover Input Field

CONTACT

INFO@FNVMOOI.NL
 NACHTGAAALSTRAAT 37
 3581 AC UTRECHT

030 – 23 14 221

WIJ ZIJN MAANDAG T/M VRIJDAG
 TELEFONISCH BEREIKBAAR VAN 9.00 TOT
 12.30 UUR EN VAN 13.00 TOT 17.00 UUR



2018 FNV MOOI FAQ's - Mijn FNV MOOI - Contact

Privacy - Cookies - Disclaimer - Copyright - Opzeggen - Mobile site



OVER FNV MOOI

[HOME](#)
[OVER FNV MOOI](#)
[BRANCHES](#)
[THEMA'S](#)
[NIEUWS](#)
[LIDMAATSCHAP](#)

OVER FNV MOOI

[Algemeen](#)
[Diensten](#)
[Agenda](#)

De MOOI Academie

FNV MOOI bestaat al ruim 10 jaar en wordt als geen ander wel heel vaak gevraagd, hoe is het ontstaan? Het was een vraag die ons persoonlijk aanpak te kennen lieten door een unieke mix van en met leden. Daarnaast is FNV MOOI nu van de FNV Vervolgform, maar de 4 de belangrijkste zaken, waarachter 1,3 miljoen mensen in Nederland al zijn aangesloten.

Algemeen

Diensten

Agenda

De MOOI Academie

Word lid van FNV MOOI

[Word lid nu!](#)

- Hier & Nu**
- Kritikken op praktijken**
- Aansluitend op al je vragen**

Vraag over FNV MOOI?

+ 061 500 - 10 14 221
 + Mail je vraag op Facebook
 + Voor instanties stuur je vraag
 online in Mijn FNV MOOI

OVER FNV MOOI

[BRANCHES](#)
[THEMA'S](#)
[NIEUWS](#)
[LIDMAATSCHAP](#)

[ALGEMEEN](#)
[DIENSTEN](#)
[AGENDA](#)

[DE MOOI ACADEMIE](#)

OVER FNV MOOI

[BRANCHES](#)
[THEMA'S](#)
[NIEUWS](#)
[LIDMAATSCHAP](#)

[ALGEMEEN](#)
[DIENSTEN](#)
[AGENDA](#)

[DE MOOI ACADEMIE](#)

Op de beoogde bijlagen zie je het thema's?

Schrijf je in voor onze nieuwsbrief!

CONTACT

[info@fnvmooi.nl](#)
[nieuws@fnvmooi.nl](#)
 3981 AC UTRECHT

030 - 12 34 56 78 901

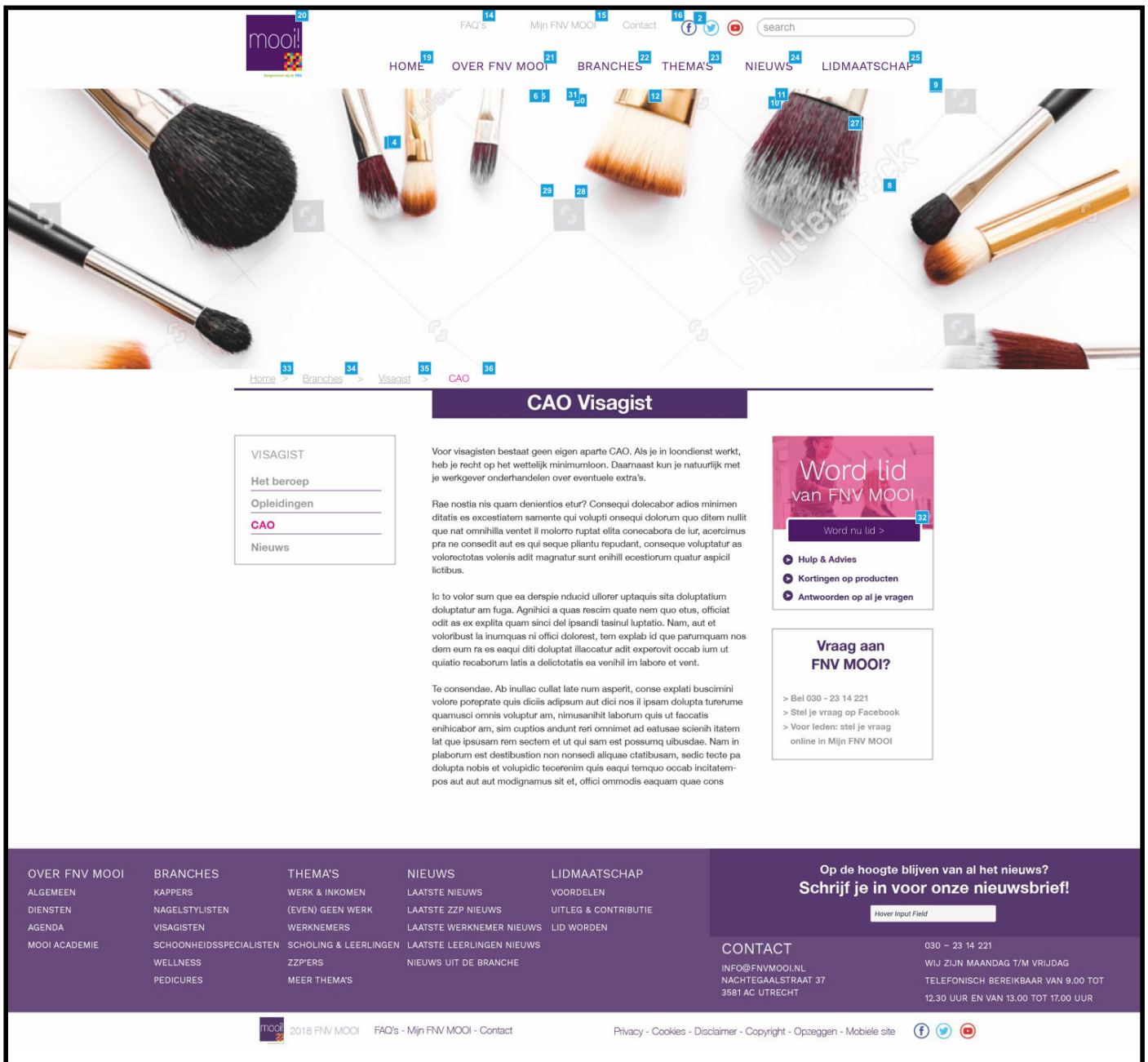
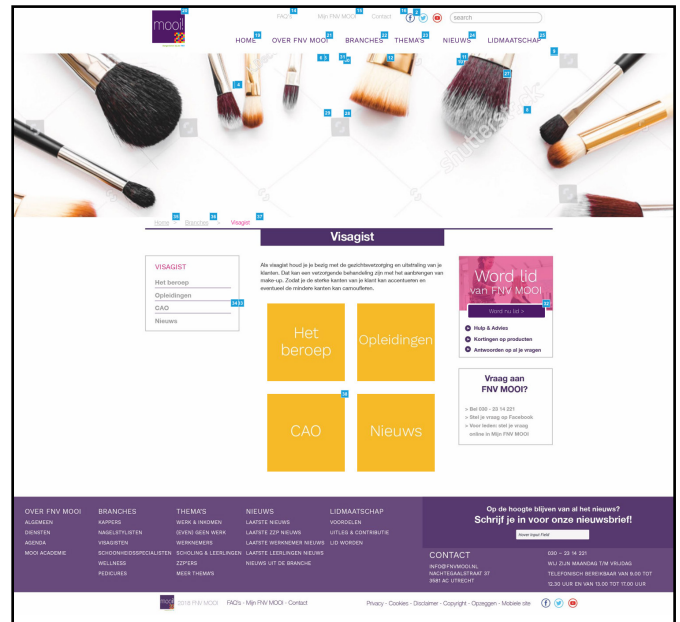
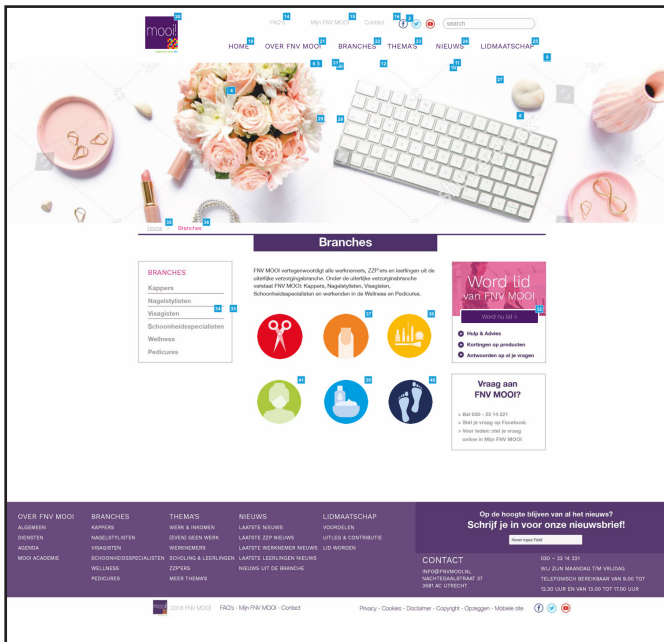
MIJ ZIJN MAANKEN NIEUWZIG
 TELEFONISCH REAGEREND VAN 9.00 TOT
 12.30 'AVR EN VAN 12.00 TOT 17.00 'AVR

[Facebook](#)
[Twitter](#)
[LinkedIn](#)

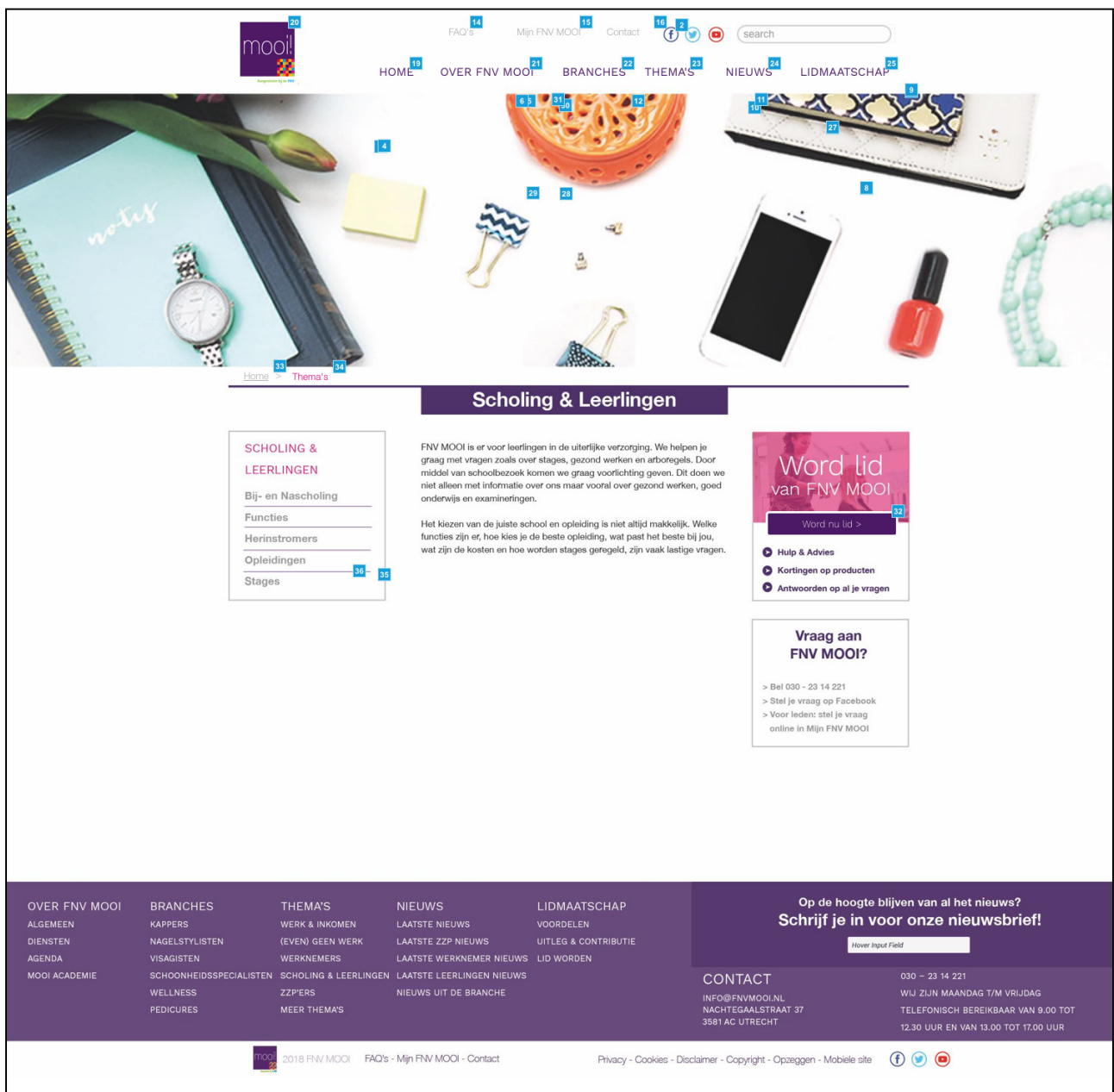
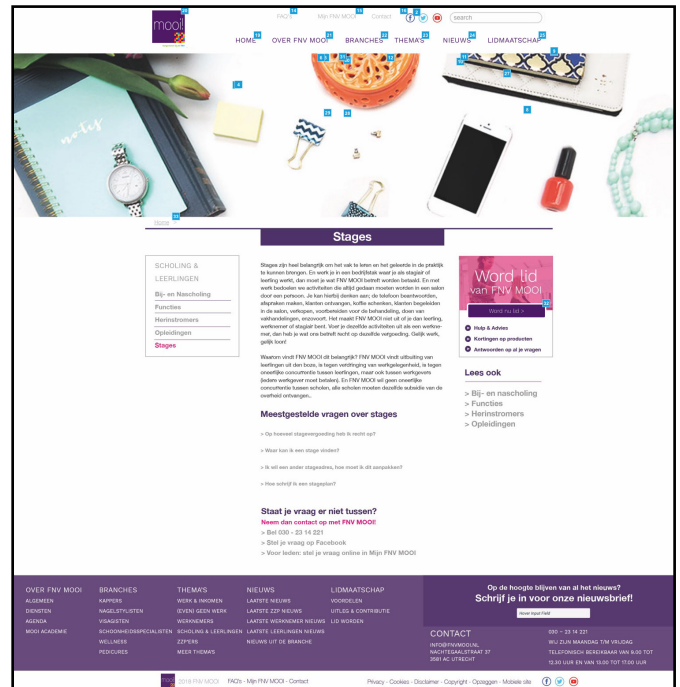
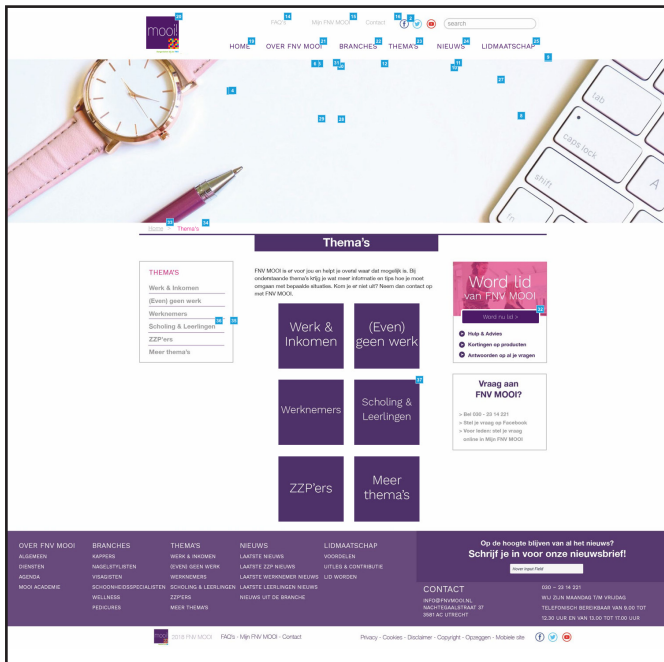
[Privacy](#)
[Contact](#)
[Disclaimer](#)
[Copyright](#)
[Overname site](#)

[illegible][illegible][illegible]

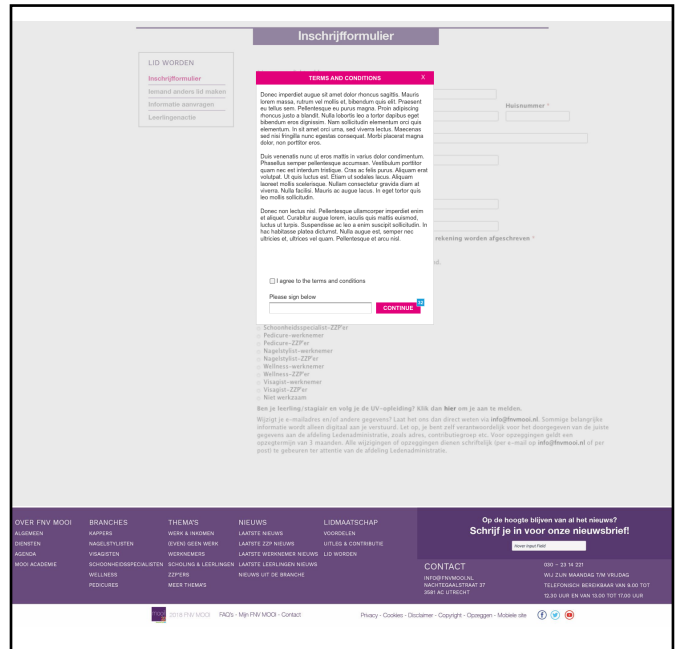
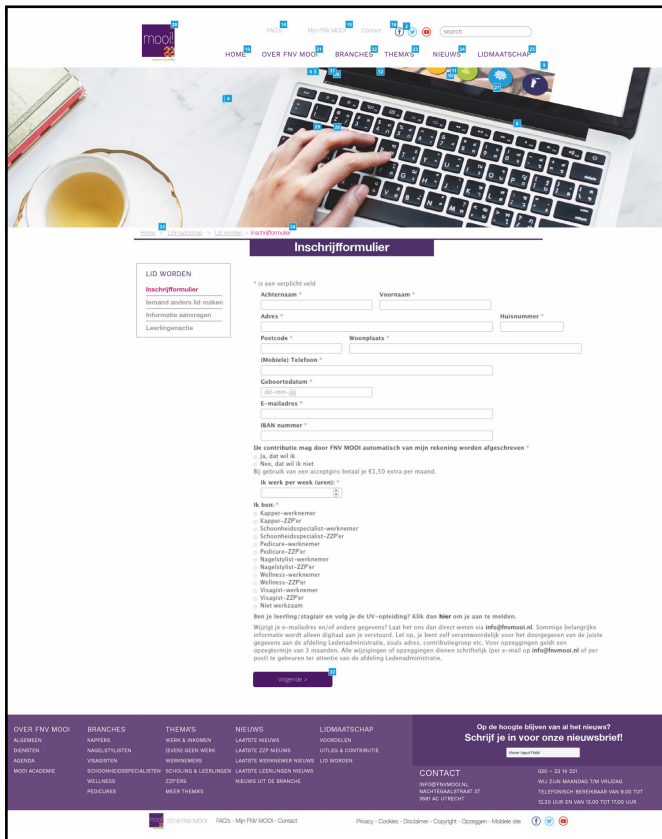
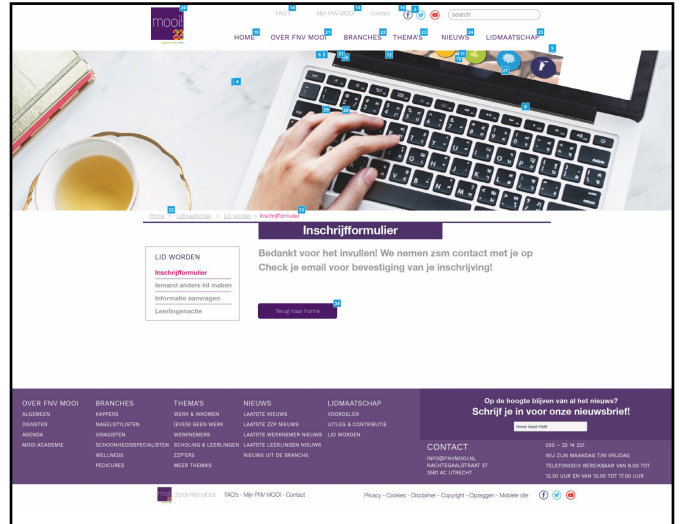
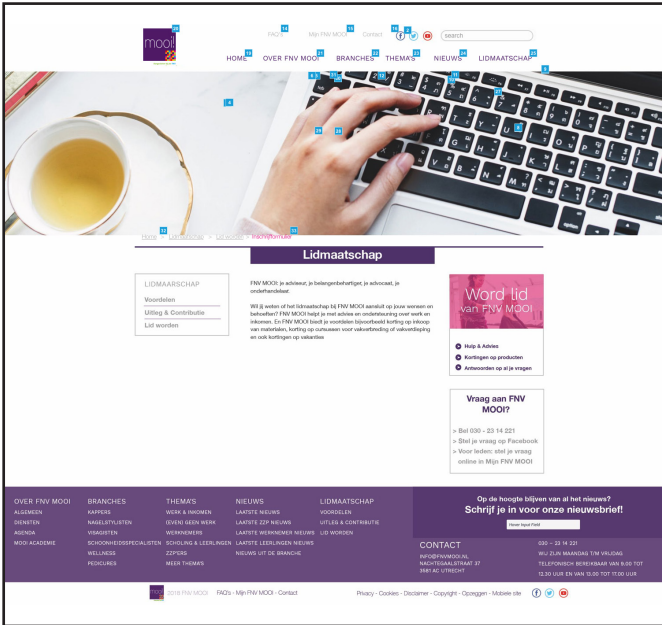
BRANCHES



THEMA'S



LIDMAATSCHAP



► Bijlage X: Schermontwerpen V2





9 MEI, 2018 ALGEMEEN
Nieuwe website van FNV MOOI online! Alles vernieuwd voor onze trouwe leden!

Het stemmen voor de Verkiezing van de Leukste ZZP Kapper, Kapper en Kapsalon 2018 is officieel gesloten, de winnaars ...

[Lees meer](#)



9 MEI, 2018 ZZP
Word jij straks verkozen tot de Leukste en Ondernemendste ZZP Kapper van 2018?

Het stemmen voor de Verkiezing van de Leukste ZZP Kapper, Kapper en Kapsalon 2018 is officieel gesloten, de winnaars ...

[Lees meer](#)

De stembussen voor de Verkiezing van de Leukste ZZP Kapper 2018 zijn gesloten!

9 juni 2018 / ZZP

De stembussen voor de Verkiezing van de Leukste ZZP Kapper 2018 zijn gesloten!

9 juni 2018 / ZZP

De stembussen voor de Verkiezing van de Leukste ZZP Kapper 2018 zijn gesloten!

9 juni 2018 / ZZP

[Meer laatste nieuws](#)

Agenda



3 en 4 juni – The Hair X-perience
Locatie: Evenementenhal Gorinchem

[Lees meer >](#)

3 juni – Awardshow Verkiezing van de Leukste Kapper & Kapsalon 2018 Locatie: Evenementenhal Gorinchem

[Lees meer >](#)

3 en 4 juni – The Hair X-perience
Locatie: Evenementenhal Gorinchem

[Lees meer >](#)

Thema's

Onder thema's staan alle informatie, tips en advies die FNV MOOI aan haar leden kan geven. Wil je toch meer informatie of zoek je hulp? Neem dan contact op met FNV MOOI.



Werk & Inkomen

Ontslag
Loon
Verooedingen
Vakantie & Verlof
Arbeidsvereenkomsten
Dienstverbanden
Diensttijden



(Even) geen werk

Soliciteren
Verzuim
Ziekte
Ziektekosten
Zwanger
Eerste



Werknemers

CAO
Regelingen
Verooedingen
Ontslag
Vakantie



Scholing & Leerlingen

Bij- & Nascholing
Functies
Hernieuwings
Opleidingen
Stages



ZZP'er

Administratie
Inkomen
Kosten
Starten als ZZP'er
Rechts
Verzekeringen

[Meer thema's >](#)

Word lid van FNV MOOI! Zo'n 10.000 werknemers, ZZP'ers en leerlingen gingen je voor!

Word Lid van FNV MOOI! >

- Antwoorden op al je vragen over werk en inkomen
- Advies en hulp bij o.a. werk, stages en starten als ZZP'er
- Kortingen op producten

En nog veel meer!

[Bekijk Voordelen >](#)

Geef je Mening!

Een digitale of papieren versie van MOOI Lijfstijl?

- [Digitaal](#)
[Papieren](#)
[Maakt mij niet uit](#)

[Stem >](#)

Niet gevonden wat je zoekt?
Zoek hier verder!

CONTACT

INFO@FNVMOOI.NL

NACHTEGAALSTRAAT 37

3581 AC UTRECHT

030 – 23 14 221

WIJ ZIJN MAANDAG T/M VRIJDAG

TELEFONISCH BEREIKBAAR

VAN 9.00 TOT 12.30 UUR EN

VAN 13.00 TOT 17.00 UUR

OVER FNV MOOI

ALGEMEEN

DIENTEN

AGENDA

MOOI ACADEMIE

BRANCHES

KAPPERS

NAGELSTYLISTEN

VISAGISTEN

SCHOONHEIDSSPECIALISTEN

WELLNESS

PEDICURES

THEMA'S

WERK & INKOMEN

(EVEN) GEEN WERK

WERKNEMERS

SCHOLING & LEERLINGEN

ZZP'ERS

MEER THEMA'S

NIEUWS

LAATSTE NIEUWS

LAATSTE ZZP NIEUWS

LAATSTE WERKNEMER NIEUWS

LAATSTE LEERLINGEN NIEUWS

NIEUWS UIT DE BRANCHE

LIDMAATSCHAP

VOORDELEN

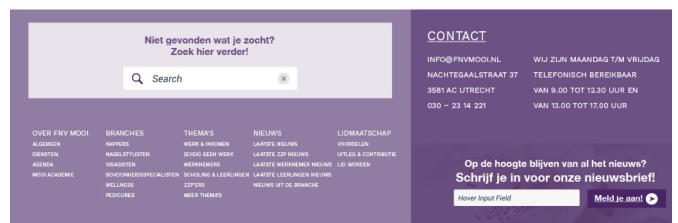
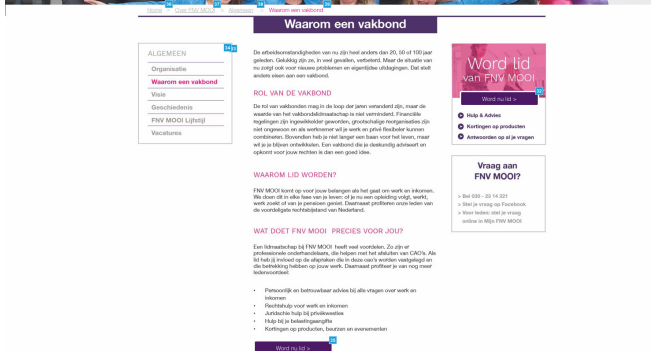
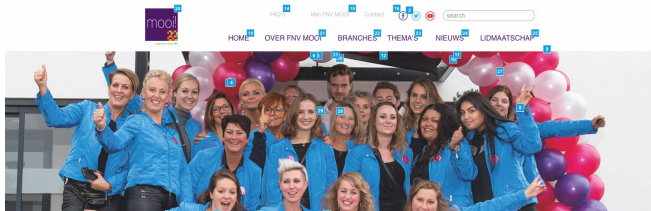
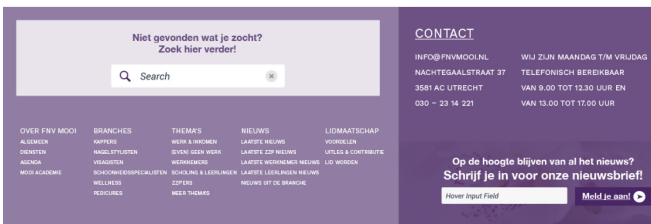
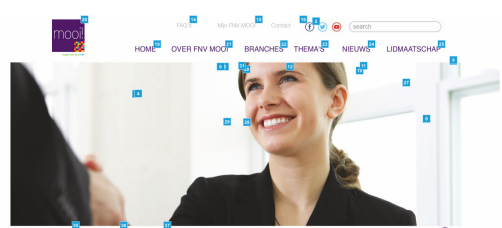
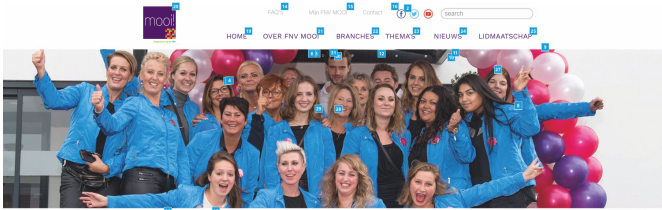
UITLEG & CONTRIBUTIE

LID WORDEN

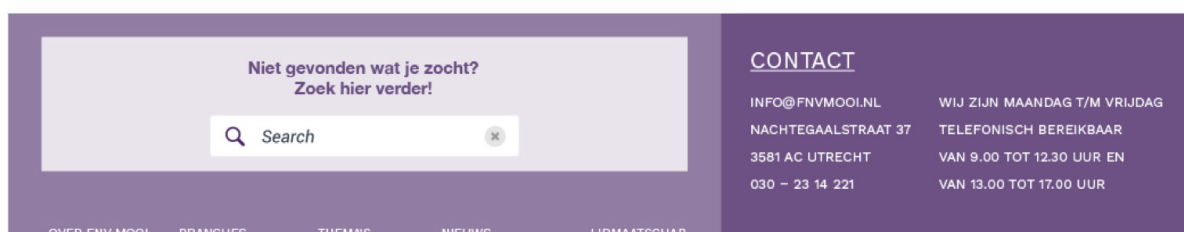
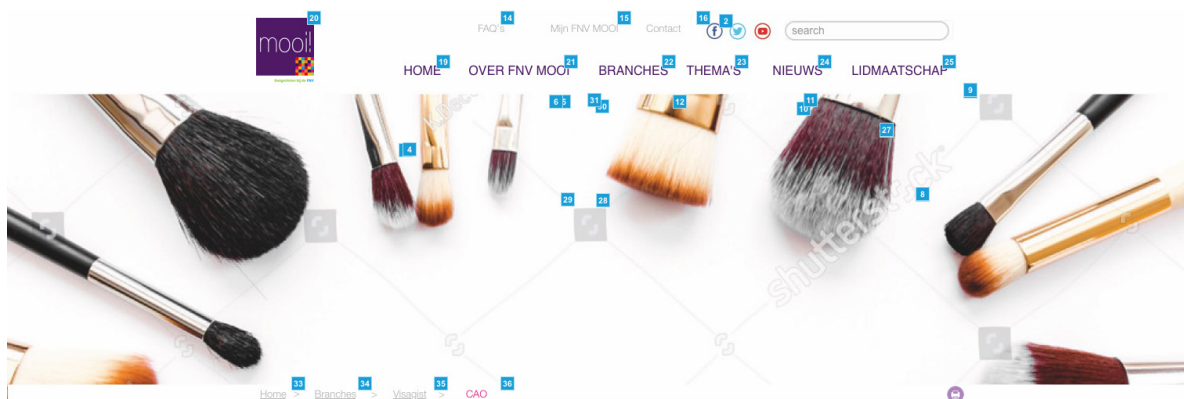
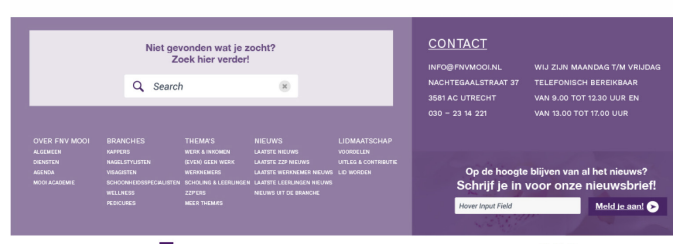
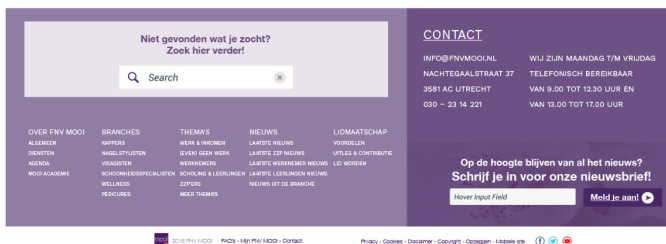
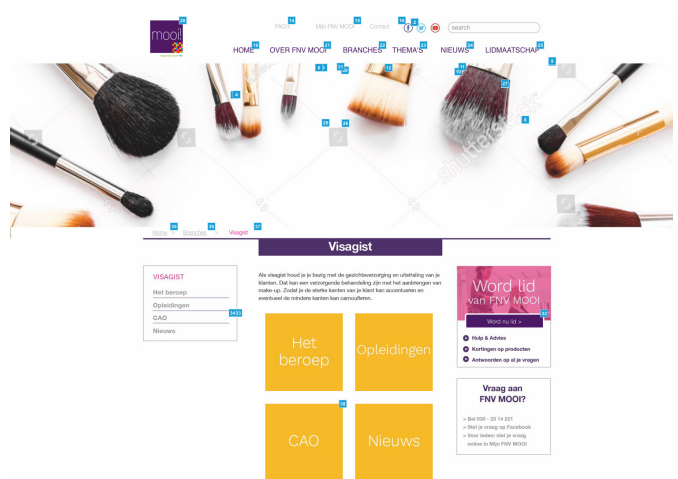
**Op de hoogte blijven van al het nieuws?
Schrijf je in voor onze nieuwsbrief!**

[Meld je aan!](#)

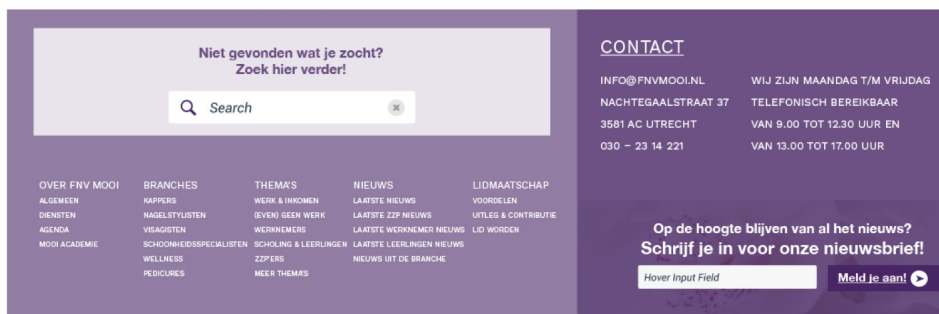
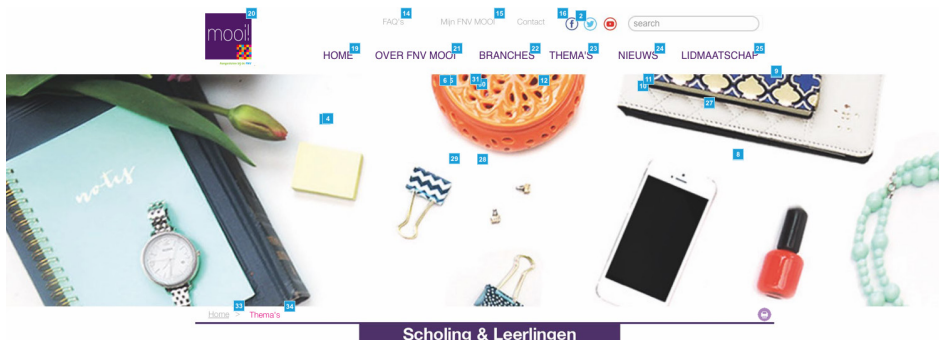
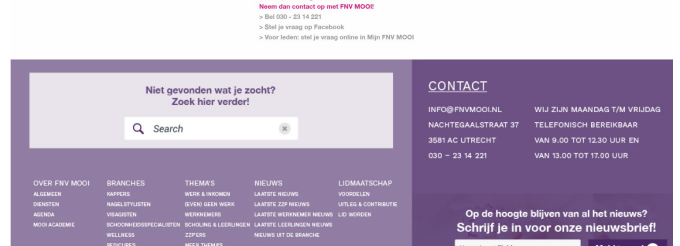
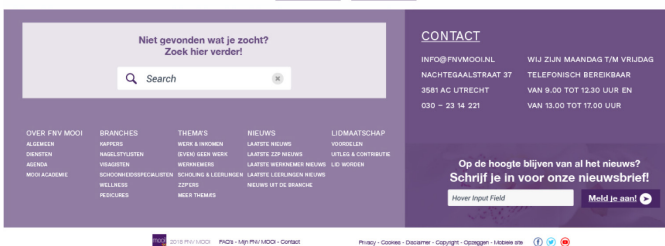
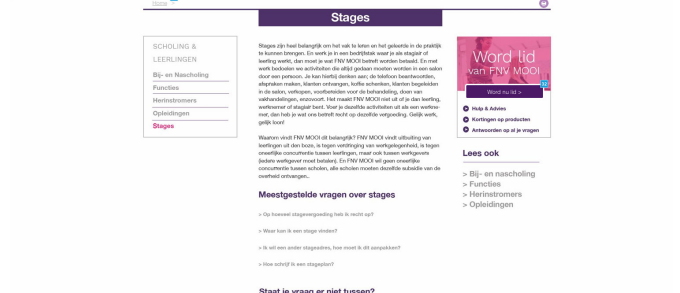
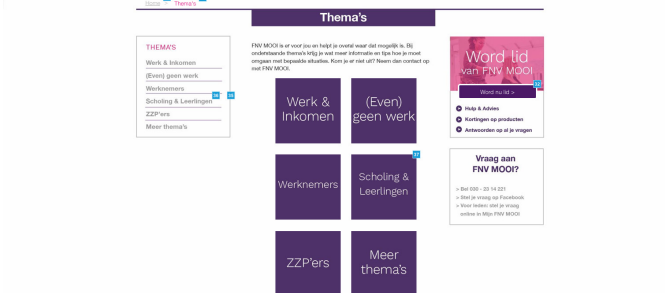
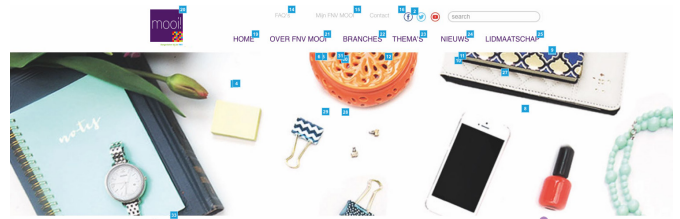
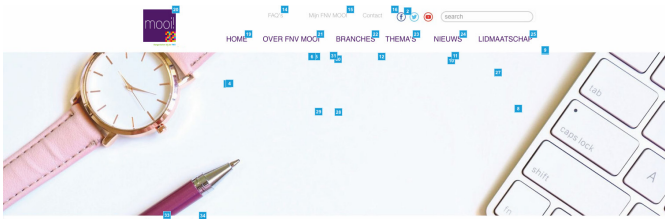
OVER FNV MOOI



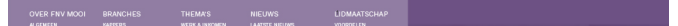
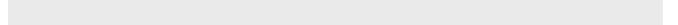
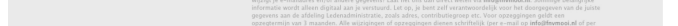
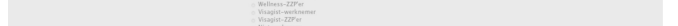
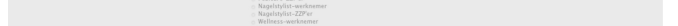
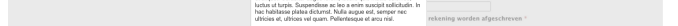
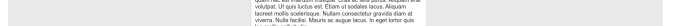
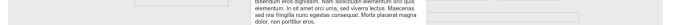
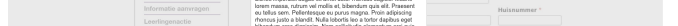
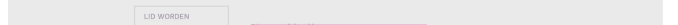
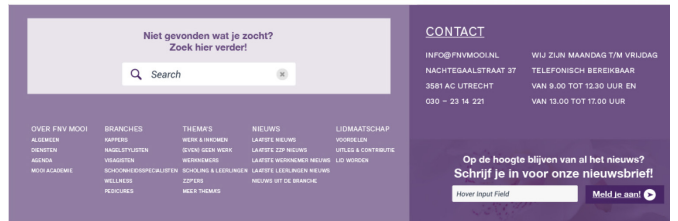
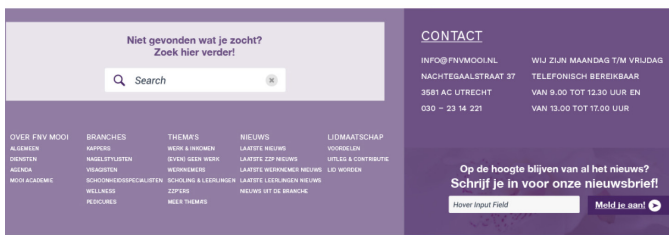
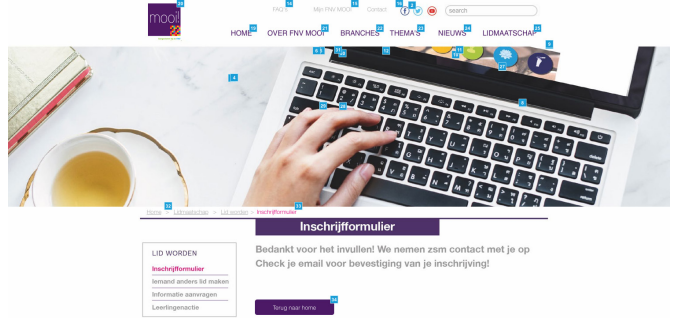
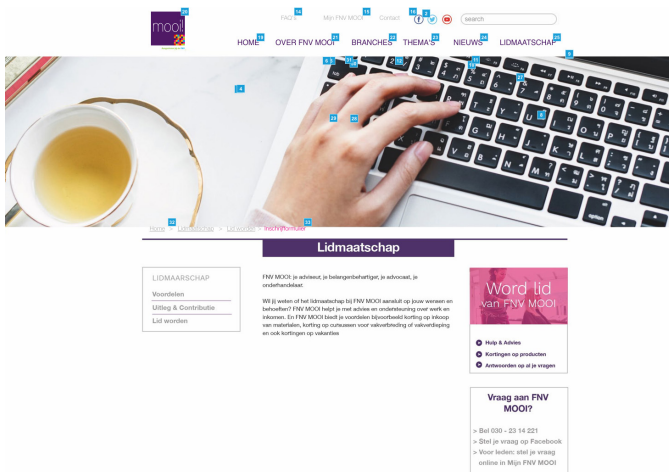
BRANCHES



THEMA'S



LIDMAATSCHAP



► Bijlage Y: Testformulier

► Test FNV MOOI.nl

Goedendag en alvast bedankt dat je mee wilt helpen aan de afstudeeropdracht van de student Minte Does. De student werkt momenteel aan een opdracht voor de website van FNV MOOI. FNV MOOI is met zo'n 7 á 10 duizend leden aan werknemers en zzp'ers de grootste vakbond voor kappers, wellness, visagisten en schoonheidsspecialisten. De huidige website stamt uit 2012 en de student zal tijdens haar afstudeerperiode werken aan een herontwerp van deze website. Om het doel van de website te realiseren is het van belang de website te testen met een aantal testpersonen. De link is <https://ysmucn.axshare.com/#c=2>

Uitleg Test

Gebruiksvriendelijkheid van een website is een belangrijk onderdeel. Door een website te testen kunnen we snel achter de problemen en minpunten van een website komen. Als eerste ga je het herontwerp vergelijken met de oude website. Vervolgens ga je aan de hand van een scenario de website testen. Een scenario is een kort verhaaltje waarbij je een taak moet uitvoeren. Na de scenario's mag je door de website heen klikken. Achteraf zullen er een aantal vragen gesteld worden aan de hand van de test.

Het testen van de website is individueel. Voor vragen kun je terecht bij de student Minte Does.

Dankjewel voor je medewerking!

Scenario: Er is een nieuwe website voor de vakbond voor werknemers in de uiterlijke verzorgingsbranche. Je bent lid van de vakbond en bekijkt de website voor het eerst.

TAAK: Vergelijk de oude website met het herontwerp. BEKIJK ALLEEN DE HOMEPAGE.

Wat valt je op?

Welke verbeterpunten zijn er in vergelijking met de oude website?

Welke minpunten zijn er in vergelijking met de oude website?

Scenario: Er is een nieuwe website voor de vakbond voor werknemers in de uiterlijke verzorgingsbranche. Je bent lid van de vakbond en bekijkt de website voor het eerst.

TAAK: Bekijk de website en klik er door heen. Eindig op de homepage

Wat is je mening over de structuur van de website?

Taak: Scenario + Taken	Welke stappen zet de gebruiker?	Welke verbetering zou het kunnen krijgen?
Je bent een visagiste en wilt weten of er een CAO beschikbaar is in jouw branche		
Je bent een leerling en wilt weten of je een stagevergoeding moet krijgen tijdens een stage		
Je wilt graag contact opnemen met FNV MOOI		
Je wilt graag lid worden van FNV MOOI		

► Interview Test FNV MOOI.nl

Je hebt nu een aantal testtaken uitgevoerd en de website beter leren kennen. Deze vragen mogen pas gesteld worden wanneer je de testtaken hebt uitgevoerd. De vragen gaan puur over hoe je de test en de website hebt ervaren.

Kan je als werknemer in de uiterlijke verzorgingsbranche de informatie vinden die zij of hij zouden moeten vinden op een website van een vakbond?

- Is de informatie gemakkelijk te vinden?

- Hoe vond je de test gaan?

- Wat is je mening over het herontwerp?

- Wat maakt het dat je de website nogmaals gaat bezoeken?



- Wat straalt de website uit?



- Wat is het doel van de website?



Vergelijk de systeemeisen/user needs die uit het onderzoek gekomen met de functionaliteiten van de website, komen ze overeen?



Noem een aantal pluspunten

Heb je nog extra feedback of verbeterpunten, vul deze dan hier in

Bedankt voor het invullen van deze test. Je antwoorden zullen alleen gebruikt worden voor het verbeteren van het herontwerp van fnvmooi.nl

Bedankt voor je medewerking! je hebt een koekje verdient :D

► Bijlage Z: Resultaten Test

3.1 Vraag 1

Wat vindt de doelgroep van het ontwerp van fnvmooi.nl in vergelijking met de huidige website?

Scenario: Er is een nieuwe website voor de vakbond voor werknemers in de uiterlijke verzorgingsbranche. **Taak:** Vergelijk de oude website met het herontwerp.

Bekijk alleen de homepage.

- **Wat valt je op?**
- **Welke verbeterpunten zijn er?**
- **Welke minpunten zijn er in vergelijking met de oude website?**

Debby: De website is rustiger, moderner en overzichtelijk. De kleuren zijn veel beter op elkaar afgestemd. De vorige website leek net een K3 fanclub website. De interactie op de website is ook veel beter. Ik vind alleen de banner aan de drukke kant, zeker omdat deze erg snel verandert waardoor je dus slecht de beelden kunt volgen. In principe kan er meer witruimte staan tussen de verschillende 'blokken', daardoor oogt het nog rommelig. Ik vind het gek dat de blokken niet dezelfde breedte hebben op de homepage. Er mag meer ruimte zijn in de onderkant van de website. Ook zou ik de footer aanpassen en de contactgegevens centraal neer zitten ipv rechts.

Martine: Er is meer rust en minder kleuren. Er zijn geen kleine iconen of plaatjes meer te vinden. Het menu en de website zijn beide overzichtelijk. Ik vind het alleen gek dat de branche niet meteen bovenaan staan, het lijkt me dat het hierom draait op deze website? Ook zijn niet alle onderdelen gelijk in de breedte, dit oogt rommelig. Ik zou elk onderdeel gelijk houden. Ook lijken de tussenbalken erg dik waardoor je dus je clean en minimalistische uitstraling kwijtraakt. Het onderste onderdeel lijkt 1 banner maar dit zijn er volgens mij 3.

Stephan: Het is een stuk overzichtelijker. De kleuren zijn een stuk rustiger. De website heeft een professionele uitstraling. De banner vind ik erg goed en geeft meteen extra informatie. Ik scrol alleen niet meteen door omdat ik denk dat dit de homepage is en er verder dus niks eronder is. De extra zoekfunctie is erg fijn.

Jochem: Wat mij het meest opvalt zijn de kleuren die niet meer zo overheersend zijn. In het nieuwe ontwerp is er meer overzicht. Het onderdeel thema's vind ik nog niet zo best. De linkjes maken het onoverzichtelijk en oogt daarom rommelig. Ik zou geen linkjes gebruiken. De titel (Even) geen werk zou ik veranderen naar een titel zonder tussen haakjes. Ik vind de zoekfunctie onderaan raar geplaatst. Ook klopt de breedte van de verschillende blokken niet helemaal. Ik zou ze allemaal even breed doen. Ik zou ook de plek van de nieuwsbrief verplaatsen. Het klopt niet helemaal. Ook lijken de knoppen van branches geen knoppen.

Bianca: De website is een stuk rustiger en duidelijker. Er is meer overzicht. Ook is het zoeken van informatie zo te zien erg makkelijk. De website is erg modern, meer van deze tijd dan de vorige website. Ik had misschien de agenda iets meer bovenaan gezet, maar de opbouw van de website is erg logisch. Ik weet precies waar ik moet zoeken naar informatie.

Anouk: Wat ik op merk is dat de website een stuk overzichtelijker is. Ik kan alles rustig aanklikken in plaats van dat alles in 1 keer op me afkomt zoals op de oude website. Ik zie wat knoppen zijn en wat niet. Alles is beter zichtbaar. Er lijkt meer informatie op te staan, maar wel op een overzichtelijkere manier dan op de oude website. Het is professioneler. Het lijkt een echte website. Het zijn nette en goed leesbare teksten. De website is gewoon veel mooier.

Susan: Het is een stuk minder chaos dan op de oude website. Het is heel erg duidelijk maar ik vind de lettertypes toch erg klein. Het is heel anders vormgeven en straalt rust uit. Het is duidelijk en er is overzicht. Er is ook meer rust. Ik zou alleen wel het lettertype vergroten. Het is nu erg klein. Ik zou grotere buttons of grotere teksten in de buttons doen. Ook is de banner iets te snel. Je hebt wel gebruik gemaakt van herkenbare punten uit de oude website, zoals de branche-kleuren.

Vraag 2. Hoe ervaart de doelgroep de structuur binnen de website?

Scenario: Er is een nieuwe website voor de vakbond voor werknemers in de uiterlijke verzorgingsbranche.

Taak: Bekijk de website en klik er door heen. Eindig op de homepage.

- **Wat is je mening over de structuur van het herontwerp?**

Debby: Ik vind de website overzichtelijk en gestructureerd. Kleine elementen zoals het roze balkje in het menu is erg handig en brengt je meteen waar je wilt zijn.

Martine: Ik begrijp niet helemaal waarom Over FNV MOOI bovenaan moet staan. Het lijkt me dat mensen die de website bezoeken al weten wat het is. De banner is erg groot, maar dat kan helpen met een call to action.

Stephan: De website is een stuk overzichtelijker qua structuur. Als vakbond moet je veel informatie bieden en dit is op de website op een goede manier verspreid. Er staat wel meer tekst op deze website maar er is een goed overzicht. Op de manier kan er beter informatie gegeven worden. Ik merk dat je in een paar klikken, max. 3 of 4, ben je waar je wilt zijn.

Jochem: De structuur van het herontwerp is goed en duidelijk. Ik mis geen bepaalde zaken. In vergelijking met oude website is de structuur op deze website veel beter.

Bianca: Het menu is duidelijk. Er zit een logische structuur op de site. De flow van de website is ook logisch. Zo wil ik eerst weten wat FNV MOOI is en wat ze doen. Er is overzicht en het is duidelijk.

Anouk: De structuur klopt gewoon. Het is overzichtelijk, dat zie je goed terug in het menu. Je ziet duidelijk wat er te bekijken is op de website. De belangrijkste dingen die je verwacht op een website van een vakbond staan op de juiste plek.

Susan: De structuur is goed. Het is duidelijk en staat in een logische volgorde. Ik heb het gevoel dat het onderdeel branches herhaald wordt bij het onderwerp thema's.

Vraag 3. Hoe ervaart de doelgroep de navigatie binnen de website?

- **Scenario 1: Je bent een visagiste en wilt weten of er een CAO beschikbaar is in jouw branche**
- **Taak: Navigeer naar CAO voor visagisten**
- o **Welke stappen zet de gebruiker?**
- o **Welke gedachten heeft de gebruiker?**
- o **Wat zou er verbeterd kunnen worden?**

Debby: Home – Branches – Visagist – CAO

Logisch dat een visagist onderdeel is van een branche. Ik kan alle onderdelen terugzien in het hoofdmenu. Dat is fijn als je bepaalde informatie zoekt. Anders had ik in de zoekbalk "Visagist CAO" ingevoerd of alleen "CAO".

Martine: Home – Branches – Visagist – CAO
Het is voor mij in 1 keer duidelijk hoe ik hier moet komen.

Stephan: Home – Branches – Visagist – CAO
Ik ging eerst verder op de homepage zoeken en was de visagist button niet heel duidelijk voor me.

Jochem: Home – Branches – Visagist – CAO
Ik weet welke branche ik werk en kan zo CAO vinden.

Bianca: Branches – Visagist – CAO
Het is duidelijk via het menu te vinden. Ik zou via branches zoeken, wat op de homepage staat. Het is voor mij duidelijk dat het knoppen zijn.

Anouk: Home – Branches – Visagist – CAO
Makkelijk te vinden, pictogrammen zijn duidelijk. Er staat meteen wat je wilt zoeken

Susan: Home – Branches – Visagist – CAO
Duidelijk aangegeven door middel van iconen en in het menu.

- **Scenario 2: Je bent een leerling en wilt weten of je een stagevergoeding moet krijgen tijdens een stage**
- **Taak: Navigeer naar Stage**
- o **Welke stappen zet de gebruiker?**
- o **Welke gedachten heeft de gebruiker?**
- o **Wat zou er verbeterd kunnen worden?**

Debby: Menu – Thema's – Stage
Ook deze is net als de vorige makkelijk te vinden. In principe kon ik ook via het hoofdmenu er komen maar ik vond het makkelijk op de homepage. Er wordt ook gebruik gemaakt van juiste header beelden.

Martine:
Bij deze taak had ik meer moeite. Ik vind de term thema's erg vaag als het gaat om het aanbieden van advies en informatie. Daarbij zijn de linkjes bij het onderdeel thema's ook slecht te lezen. Ik zou zelf een andere benaming gebruiken voor thema's, bijv. Meest gestelde vragen of Informatie Thema's. Hier moet je zelf over nadenken.

Stephan: Home – Thema's – Werk & Inkomen / Bijscholing & Leerlingen
Het was voor mij niet helemaal duidelijk dat stages onder bijscholing en leerlingen vallen, achteraf gezien wel. Anders had ik de zoekfunctie gebruikt

Jochem: Menu doorzoeken, kon het niet vinden
Ik vind de term Thema's erg vaag en zou het woord veranderen.

Bianca: Via CAO, Branches bij opleiding
Het gaat over stages, ik zou deze informatie zoeken bij branches. En anders met de zoekfunctie

Anouk: Kan het niet vinden
Ik keek bij branches maar blijkbaar was het bij Thema's te vinden. Volgende keer gebruik ik de zoekfunctie.

Susan: Thema's – Scholing – Stages

Je kunt het duidelijk zoeken en anders een zoekmachine gebruiken.

- **Scenario 3: Je wilt graag contact opnemen met FNV MOOI**
- o **Welke stappen zet de gebruiker?**
- o **Welke gedachten heeft de gebruiker?**
- o **Wat zou er verbeterd kunnen worden?**

Debby: Home – Footer – Contact

In de footer staat altijd standaard contact. Ik vind het fijn dat er 3 keer op een pagina de contactgegevens worden aangekaart. (Bovenaan, Footer + onderaan footer).

Martine: Home – Header – Contact

Deze was erg makkelijk te vinden. Deze staat zowel bovenaan als onderaan, waar je contactgegevens verwacht.

Stephan: home – Footer – Contact

Het lijkt me logisch dat de contactgegevens helemaal onderaan staan.

Jochem: Home – Contact

Het is meteen duidelijk waar dit te vinden is.

Bianca: bovenaan home – Contact

Dit is de standaard plek van contact en het is duidelijk te vinden omdat het altijd bovenaan staat.

Anouk: Onderaan Footer – Contact

Het logisch dat het onderaan staat.

Susan:

Ik verwachtte de contactgegevens onder Over FNV MOOI – Algemeen. Daar stonden ze niet dus keek ik in het menu boven het hoofdmenu en daar stond contact ook.

- **Scenario 4: Je wilt graag lid worden van FNV MOOI**
- o **Welke stappen zet de gebruiker?**
- o **Welke gedachten heeft de gebruiker?**
- o **Wat zou er verbeterd kunnen worden?**

Debby: Home – Lidmaatschap – Lid worden

Dit heb ik heel snel kunnen vinden. Het staat meerdere malen op de homepage en in het menu.

Martine: Home – Banner – Lid worden

Ik had deze op de banner al voorbij zien komen. Omdat ik het als eerste te zien kreeg, onthield ik het en kon ik deze zo weer vinden.

Stephan: Home – Banner – Lid worden

De banner schreeuwt om aandacht en daardoor kon ik snel lid worden.

Jochem: Home – Lidmaatschap – Lid worden

Dit staat in het menu onder lidmaatschap. Ik verwacht dat dit ook wel op homepage te vinden is.

Bianca: Lidmaatschap – Lid worden

Eerst zou ik de voordelen bekijken. Voor mij is de contributie de doorslaggevende factor om lid te

worden. Daarna zou ik me pas inschrijven.

Anouk: Lidmaatschap – Lid worden

Ik kijk wel eerst bij de voordelen van het lid worden.

Susan: Lidmaatschap – Lid worden – Inschrijfformulier

Deze staat op een logische plek.

- **Kan je als werknemer in de uiterlijke verzorgingsbranche de informatie vinden die zij of hij zouden moeten vinden op een website van een vakbond?**
- **Is de informatie gemakkelijk te vinden?**

Debby: Als CMD'er is het voor mij makkelijk om een website te gebruiken. Wel is het fijn dat de website meteen hulp en advies wilt bieden aan je. De chaos uit de oude website is erg goed verdeelt. De dingen die op de homepage moeten staan, staan er. Het is gelijk duidelijk wat FNV MOOI is en wat ze doen.

Martine: Ik vind dat er erg veel linkjes zijn op de homepage. Daarbij is de benaming thema's ook erg lastig.

Stephan: De informatie is erg snel te vinden. Binnen een paar klikken ben ik bij de informatie die ik zocht. Anders zou ik de zoekmachine gebruiken, die gelukkig 2 keer op de homepage staat.

Jochem: Ik kan informatie gemakkelijk vinden. Ik weet waar ik heen kan op de website en alles is prima te vinden. Alles is via 1 overzichtelijk menu te vinden. Binnen 1 minuut heb ik gevonden wat ik wil.

Bianca: Ja. De CAO is voor mij het belangrijkste dat ik de website nogmaals zal bezoeken. Ook het overzicht en de structuur maakt het dat ik de informatie snel kan vinden.

Anouk: Alle informatie is gemakkelijk te vinden. Het is overzichtelijk en alles staat er. Het staat of in het menu of het is via de homepage te vinden.

Susan: De meeste informatie die je verwacht te vinden op een website van een vakbond staat er. Het is belangrijk dat je wel zo veel mogelijk informatie erop plaatst op deze gestructureerde manier.

After Test vragen

Vraag 4. Wat vinden gebruikers van het herontwerp na het doen van de testtaken

- **Wat is je mening over het herontwerp?**
- **Wat maakt het dat je de website nogmaals gaat bezoeken?**

Debby: Ik vind de website erg mooi geworden, zeker in vergelijking met de oude website. Zeker afstudeerwaardig. Ik vind het ook een grote verbetering van de oude website. Al zou ik zelf in deze branche werken of leren dan zou ik er heen gaan voor informatie over werk en inkomen.

Martine: Wat mij het meest opvalt is dat de website in 1 keer voor mij duidelijk. Vooral bij de structuur en navigatie van de website. Het is voor mij duidelijk wat FNV MOOI is en wat zij doen en bieden. Het stuurt met aan om lid te worden. Ik mis alleen wel de call to action, dit kan je in de banner en in de box naast Over FNV MOOI plaatsen. Ik zou de website nogmaals bezoeken als ik meer informatie nodig heb als werknemer in deze branche.

Stephan: Ik vind de website erg professioneel en het is voor mij meteen duidelijk wat de website moet doen en wat de website biedt. Als werknemer in de kappersbranche zou ik deze website nogmaals

bezoeken om informatie op te zoeken over onderwerpen als werk en inkomen. Het was voor mij alleen niet duidelijk dat ik op de homepage door kon scrollen. Daarbij is de laatste banner in de website erg rommelig.

Jochem: Ik vind het herontwerp duidelijk, mooi en modern. Er zit alleen een spellingsfout op de website. Het is een makkelijke en gebruiksvriendelijke website. Ik weet waar ik aan toe ben op de website. Het is modern en professioneel. Het is belangrijk dat je let op spelfouten en de website up to date te houden. Ik zou deze website nogmaals bezoeken om extra informatie op te vragen als dat nodig is.

Bianca: De website is duidelijk en overzichtelijk. Het nodigt uit om iets op te zoeken omdat er meerdere functies en plekken zijn om content op te zoeken. Bij de oude website wilde ik meteen afsluiten. De website geeft overzicht en je ziet meteen waar je moet zoeken. Ik zou de website nogmaals bezoeken om de CAO te bekijken en om meer informatie te vinden die ik aan leerlingen kan geven over stages en scholing.

Anouk: Het is een erg mooie en overzichtelijke website. Het is geen rommeltje en het is erg professioneel. Als kapster zou ik deze website nogmaals bezoeken om informatie op te zoeken, het lijkt me dat ik hier alles kan vinden wat een vakbond te bieden heeft. Het is een simpele website en begrijpbaar voor me.

Susan: De website is een echte verbetering in vergelijking met de oude website. Het is netjes, alleen is het lettertype erg klein. Ik zal deze website bezoeken als ik meer informatie wil over de CAO en om het laatste nieuws te bekijken.

Vraag 5. Straalt de website een moderne en professionele vakbond in de uiterlijke verzorgingsbranche uit?

- **Wat straalt de website uit?**
- **Wat is je mening over de vormgeving?**

Debby: De website straalt zakelijk maar toch ook leuk voor de branche uit. Het is een vakbond voor kapsters en visagisten zo te zien. Het zijn vrouwelijke beroepen en de kleuren passen er goed bij. Ik ben blij dat niet alles roze is. Ook straalt de website rust uit.

Martine: De website is erg clean en netjes. Een witte achtergrond zorgt voor meer rust en straalt en neutraliteit uit, iets wat deze vakbond moet doen lijkt me. Wel heb ik een opmerking over de kopjes op de homepage: zorg dat deze allemaal hetzelfde zijn en in het midden staan. Ook vind ik de verschillende breedtes van de blokken niet netjes. De achtergronden van de blokken zijn een beetje vaag, ene deel heeft grijze achtergrond, ander deel wit of paars of een foto. Hou eenheid erin.

Stephan: De website straalt mooi uit. De vormgeving hoort echt bij de vakbond. De vakbond staat voor werknemers in de uiterlijke verzorgingsbranche, een branche met mensen die een creatief vak uitoefenen. Daar passen de kleuren paars en roze erg goed bij. Zeker omdat de branche voornamelijk vrouwen zijn. De website straalt FNV MOOI uit. Ook straalt de website neutraal, professioneel, creatief en modern uit.

Jochem: De vormgeving is een stuk rustiger dan op de oude website. Het straalt modern en vrouwelijk uit.

Bianca: De website straalt uiterlijke verzorging uit. Die zie je vooral in de beelden, illustraties en de kleuren die zijn gebruikt. De kleuren passen erbij maar stralen ook iets rustigs en professionaliteit uit.

Anouk: De website straalt werk en schoonheid uit, vooral door de beelden die worden gebruikt. Op de banner is het meteen duidelijk om welke branche het gaat.

Susan: De website straalt uiterlijke verzorging en vakbond uit. Het is neutraal en rustig en het kleurgebruik past er goed bij, ook omdat het voornamelijk vrouwen zijn die in deze branche werken.

Vraag 6. Is het doel van de website duidelijk? (informatie geven, lid worden + contact opnemen)?

- Wat is het doel van de website?

Debby: Het doel van de website is het aantrekken van leden, promotie middels de banner. Het werven van leden en het geven van informatie.

Martine: Het doel van de website is informeren van werknemers in de uiterlijke verzorgingsbranche. Wel mag het voor mij duidelijker zijn wat zij met de website willen bereiken en duidelijker wat zij bieden.

Stephan: Het doel van de website is het geven van informatie in de uiterlijke verzorgingsbranche.

Jochem: Mensen in de uiterlijke verzorgingsbranche informeren.

Bianca: Het doel van de website is werknemers in de branches informatie aanbieden over het vakgebied, CAO's, juridisch advies en over wat de vakbond biedt.

Anouk: Je helpen met het uitzoeken van een baan en het bieden van meer info.

Susan: Het doel van de website is werknemers in de uiterlijke verzorgingsbranche informeren.

Vraag 7. Komen de functionaliteiten van het prototype overeen met de systeemeisen/user needs

- **Vergelijk de systeemeisen/user needs die uit het onderzoek gekomen met de functionaliteiten van de website, komen ze overeen?**

Debby: Ik mis kleine dingen als een printfunctie en een gastenboek.

Vraag 8. Heb je nog extra feedback of verbeterpunten naar aanleiding van de test en de vragen?

- **Hoe vond je de test gaan?**
- **Wat zijn de minpunten?**
- **Wat zijn de pluspunten?**
- **Wat kan er anders?**

Debby: Ik vond de test erg goed gaan. Ik vind het erg mooi geworden en zeker na de afgrijpselijke website die ze eerst hadden. Je hebt echt de rust in chaos teruggevonden. Wel is het belangrijk dat FNV MOOI de website up to date houdt. Het enige onderdeel waar ik graag verbetering in zie is het kopje met branches. Het is nu allemaal erg gelijk zo met dezelfde menu-items. Als minpunt noem ik alleen de onderkant de website, die of erg rommelig is. Zeker de footer. Contactgegevens moeten centraal staan. Pluspunten zijn o.a. de branche-knoppen, erg mooi vormgegeven, de kalender oogt erg gaaf de handlettering en het is gelukkig geen regenboog aan kleuren meer.

Martine: Er zijn een aantal onderdelen op de website waar ik als interaction designer tegenaan loop. Zo vind ik dat de contactgegevens hoger in de footer te zien moeten zijn in plaats van de sitemap. De linkjes onder thema's zou ik in een rijtje zetten in plaats van een tekst. Ditzelfde geldt voor de linkjes bij Over FNV MOOI. Het moet in 1 keer duidelijk zijn wat FNV MOOI is. De banner zou als het ware een call to action moeten zijn en bezoekers stimuleren om lid te worden. Bij

Over FNV MOOI kan de box rechts duidelijker aangeven wat mensen nodig hebben, bijv. hulp, advies etc. in plaats van alle diensten te noemen. Dit komt vaak over. Verder ging de test erg goed, alleen het onderdeel thema's vind ik nog erg vaag.

Stephan: Ik vond de test erg goed gaan. Jammer dat het juiste lettertype niet werkte.

Jochem: De test ging goed.

Bianca: De test ging erg goed. Van mij mag de oude website de prullenbak in en het prototype gebruikt worden.

Anouk: Het ging erg goed. Wel zou ik meer schoonheid in afbeeldingen gebruiken op de banner. Zo is het in 1 keer duidelijk om welke branches het gaat.

Susan: De test ging gewoon goed en de website is gewoon netjes.

