



Qabana

bureau voor webdevelopment

wordpress | html5 | php | javascript | jquery | bootstrap

Vragen beantwoorden we graag met de beste oplossingen. Daarom leveren wij **maatwerk** met open vizier.



Qabana

bureau voor webdevelopment

Afstudeerverslag

Een gebruiksvriendelijk en visueel ontwerp voor de website van
Qabana

Afstudeerverslag

Afstudeerverslag

Document

Afstudeerverslag

Afstudeerperiode

2015-1.1

Inleverdatum

5 juni 2015

Organisatie

Qabana

Opdrachtgever

P. ter Berg

Bedrijfsmentor

P. ter Berg

Onderwijsinstelling

De Haagse Hogeschool

Opleiding

Communicatie and Multimedia Design

Auteur

M.T. van Urk

Studentennummer

11103760

Afstudeerbegeleiders

-J.W. Logtenberg

-J.J. Beumer

Versie

1.0

Referaat

Descriptoren:

Usability

Conversie

Afstuderen

De Haagse Hogeschool

CMD

Interaction design

Voorwoord

Mijn afstudeerstage is alweer voorbij. Bij de start op 9 februari had ik niet gedacht dat ik zoveel zou gaan leren dan dat ik uiteindelijk heb gedaan. Zowel de kennis van HTML is gegroeid, als de omgang met mensen binnen een project.

Pieter ter Berg was mijn stagebegeleider en opdrachtgever binnen mijn afstudeertijd. Voor hem was het de eerste keer dat hij begeleidend persoon was binnen een stagetraject, maar naar mijn mening heeft hij het goed doorstaan. Na een roerige periode tijdens mijn stage zijn we om de tafel gaan zitten en hebben we samen problemen kunnen oplossen. Ik ben hem hier erg dankbaar voor. Ook wil ik Sjoerd Baarda bedanken voor zijn steun tijdens mijn stage. In het begin was hij niet heel aanwezig maar halverwege heeft hij een sleutelrol gespeeld in mijn keuze om mijn stage door te zetten.

Verder wil ik Qabana's werknemers: Simon de Vlieger, Lotte Herstel, Jan van Eck en Saskia Verschelling bedanken, dat zijn mijn tijd binnen het bedrijf leuker hebben gemaakt. Deze mensen waren niet allemaal direct betrokken bij het project, maar waren wel de reden dat ik met zin naar Scheveningen ben gereisd elke dag.

Buiten personen van het stagebedrijf zelf wil ik dit moment ook gebruiken om mijn begeleidend docent van school te bedanken: Jolanda Logtenberg. Jolanda was tijdens mijn stage altijd te bereiken en bereid om een stapje extra te doen om mij te helpen met de problemen die zich voordeden. Kritisch op de juiste momenten, maar de feedback werd altijd op een duidelijke manier gebracht.

Tot slot wil ik Carlijn Clemens bedanken. Zelf ben ik dyslectisch en zij heeft er voor gezorgd dat mijn geschreven teksten leesbaar zijn.

Alphen aan den Rijn
4 juni 2015
Max van Urk

Inhoudsopgaven

1. Inleiding	9
2. Het afstudeerbedrijf	11
§2.1 Qabana	11
§2.2 Mijn plaats binnen Qabana	11
§2.3 De Betrokken personen	12
3. De opdrachtomschrijving	14
§3.1 De situatie bij binnenkomst	14
§3.2 De opgestelde probleemstelling	14
§3.3 De opgestelde doelstelling	15
§3.4 De uiteenzetting van stellingen	15
§3.5 De gekozen methode	16
§3.5.1 De gemaakte keuze voor een projectmethode	16
§3.5.2 De gemaakte keuze voor een ontwikkelmethode.	17
§3.5.3 Methodes combineren	19
§3.6 De gekozen aanpak	19
4. Beschrijving van proces sprint 1	23
§4.1 De opgestelde doelstelling van sprint 1	23
§4.2 De gedemonstreerde beroepstaken tijdens sprint 1	24
§4.3 Keuze verantwoording van sprint 1	24
§4.4 Oplevering van het eerste prototype	32
5. Beschrijving van proces sprint 2	33
§5.1 De opgestelde doelstelling van sprint 2	33
§5.2 De gedemonstreerde beroepstaken tijdens sprint 2	33
§5.3 Keuze verantwoording van sprint 2	34
§5.4 Oplevering van het tweede prototype	43
6. Beschrijving van proces sprint 3	45
§6.1 De opgestelde doelstelling van sprint 3	45
§6.2 De gedemonstreerde beroepstaken tijdens sprint 3	45
§6.3 Keuze verantwoording van sprint 3	46
§6.4 Oplevering van het derde prototype	54
7. Beschrijving van proces sprint 4	56
§7.1 De opgestelde doelstelling van sprint 4	56
§7.2 De gedemonstreerde beroepstaken tijdens sprint 4	56
§7.3 Keuze verantwoording van sprint 4	57
§7.4 Oplevering van het vierde prototype	70
8. Beschrijving van proces sprint 5	72
§8.1 De opgestelde doelstelling van sprint 5	72
§8.2 De gedemonstreerde beroepstaken tijdens sprint 5	72
§8.3 Keuze verantwoording van sprint 5	73
§8.4 Oplevering van het vijfde prototype	78

9. Beschrijving van proces sprint 6	80
§9.1 De opgestelde doelstelling van sprint 6	80
§9.2 De gedemonstreerde beroepstaken tijdens sprint 6	80
§9.3 Keuze verantwoording van sprint 6	81
§9.4 Oplevering van het zesde prototype	87
10. De evaluatie van het project	91
§10.1 De evaluatie van de keuze voor een iteratie proces	91
§10.2 De evaluatie van sprint 1	92
§10.2.1 De evaluatie van de gebruikte aanpak tijdens sprint 1	92
§10.2.2 De evaluatie van de producten uit sprint 1	92
§10.3 De evaluatie van sprint 2	93
§10.3.1 De evaluatie van de gebruikte aanpak tijdens sprint 2	93
§10.3.2 De evaluatie van de producten uit sprint 2	94
§10.4 De evaluatie van sprint 3	94
§10.4.1 De evaluatie van de gebruikte aanpak tijdens sprint 3	94
§10.4.2 De evaluatie van de producten uit sprint 3	95
§10.5 De evaluatie van sprint 4	96
§10.5.1 De evaluatie van de gebruikte aanpak tijdens sprint 4	96
§10.5.2 De evaluatie van de producten uit sprint 4	96
§10.6 De evaluatie van sprint 5	97
§10.6.1 De evaluatie van de gebruikte aanpak tijdens sprint 5	97
§10.6.2 De evaluatie van de producten uit sprint 5	98
§10.7 De evaluatie van sprint 6	98
§10.7.1 De evaluatie van de gebruikte aanpak tijdens sprint 6	98
§10.7.2 De evaluatie van de producten uit sprint 6	99
Bibliografie	101
Afkortingenlijst	104
Bijlagen	105
Bijlage I. Het goedgekeurde afstudeerplan	107
Bijlage II. De ter beschikbaar gestelde informatie	113
Bijlage III. Het uitgewerkte interview	117
Bijlage IV. Het evaluatieformulier	121

1. Inleiding

Dit rapport is opgesteld naar aanleiding van de gelopen stage. Omdat ik in het vierde jaar van mijn opleiding zit, heb ik mijn laatste 2 periodes intern bij een bedrijf gespendeerd. Binnen Qabana, het afstudeerbedrijf, heb ik 14 weken gewerkt aan een opdracht. Doordat Qabana de laatste jaren druk is geweest met het uitvoeren van opdrachten voor opdrachtgevers, is hun bedrijfswebsite niet bijgehouden.

Mij is gevraagd of ik voor Qabana een prototype van een bedrijfswebsite wilde opleveren. Dit prototype wilden zij dan eventueel als vervanger van de huidige website gebruiken.

Bij het uitvoeren van de opdracht heb ik verschillende beslissingen gemaakt en stappen genomen om tot een eindproduct te komen. Bij elk besluit hebben verschillende overwegingen mee gespeeld, welke allemaal binnen dit document terug zijn te lezen.

Allereerst is er een beschrijving van het afstudeerbedrijf te lezen. Bij welk bedrijf heb ik stage gelopen, wat was mijn plek en wie waren mijn collega's? Dit zijn allemaal vragen die in het eerstvolgende hoofdstuk beantwoord worden. Vervolgens staat de opdracht beschreven. De probleemstelling, doelstelling en de verantwoording voor methodekeuze zijn in te zien. Binnen de verantwoording van de methode is te lezen dat er gewerkt is in een iteratie proces. De opeenvolgende hoofdstukken zijn geschreven aan de hand van dit proces. Binnen elk hoofdstuk is één sprint beschreven met daarin de procesbeschrijving van die sprint.

Tot slot is er een evaluatie van de opgeleverde tussenproducten en de gebruikte aanpak tijdens de afstudeerperiode.

2. Het afstudeerbedrijf

In dit hoofdstuk staat beschreven binnen welk bedrijf ik een afstudeeropdracht uitgevoerd heb. Ten eerste wordt het bedrijf zelf beschreven. Vervolgens is in te zien wie mijn collega's waren en wat mijn plek binnen het bedrijf was. Tot slot staat beschreven met wie ik heb samengewerkt bij het uitvoeren van de opdracht.

Om de informatie te achterhalen die in de volgende paragrafen staat beschreven, ben ik in gesprek gegaan met de opdrachtgever. Bij mijn sollicitatie voor de stage plek, had ik ook al naar achtergronden van het bedrijf gevraagd. Om te controleren of ik alles goed begrepen had, ben ik nogmaals met de opdrachtgever in gesprek gegaan bij het opstellen van mijn afstudeerplan. Door dit te doen kon ik deze 'gecontroleerde' informatie in zowel het afstudeerplan, als het plan van aanpak en het afstudeerverslag gebruiken.

§2.1 Qabana

Qabana is een bureau voor web-ontwikkeling, gevestigd in stadsdeel Scheveningen van Den Haag. Qabana is een bedrijf dat websites en web-applicaties maakt en onderhoudt. Qabana werkt aan uitdagende vraagstukken en lost deze pragmatisch, functioneel en gebruiksvriendelijk op.

Qabana is sinds 2015 een Vennootschap Onder Firma (VOF) met twee partners en vier man personeel.

§2.2 Mijn plaats binnen Qabana

Ik ben 14 weken afgereisd naar Scheveningen om in het kantoor van Qabana te werken aan mijn opdracht. Binnen dit kantoor zaten vijf andere collega's en één collega zat in de Filipijnen.

Pieter ter Berg en Sjoerd Baarda vormden samen de directie. Ieder ander binnen Qabana werkte onder hen, zoals in 'Organogram 1' is te zien.



Organogram 1 Mijn plek binnen Qabana

§2.3 De Betrokken personen

Tijdens het de uitvoering van het project heb ik met verschillende mensen samengewerkt. De personen die betrokken waren binnen het project hadden veelal een begeleidende functie. Hoe deze begeleidende rollen zijn ingevuld zal naar voren komen binnen de hoofdstukken waar het proces beschreven is.

Pieter ter berg

Pieter is een directielid van Qabana, mijn opdrachtgever en bedrijfsmentor. Binnen het project heeft hij mij begeleid met het toepassen van HTML en PHP.

Sjoerd Baarda

Sjoerd is ook lid van de directie van Qabana en daardoor direct betrokken binnen het project.

Saskia Verschelling

Saskia werkt op freelance basis binnen Qabana en is één dag per week actief binnen het bedrijf. Omdat Saskia goed is in het schrijven van teksten heb ik haar bij het project betrokken. In samenwerking met Saskia is de content opgesteld die binnen de latere versies van het prototype is uitgewerkt.

3. De opdrachtschrijving

In de afgelopen jaren is Qabana gegroeid en ondertussen is er een nieuwe huisstijl in ontwikkeling. De oorspronkelijke website, zoals die in afbeelding 1 is afgebeeld, is echter niet onderhouden en daardoor niet meer van deze tijd. Omdat de website als visitekaartje wordt beschouwd door de directie, is het van belang dat deze wordt aangepast. Door de groei en daardoor drukte binnen Qabana is het aanpassen nooit gebeurd, maar daar moet nu verandering in komen.



Afbeelding 1 Website bij begin van project

Binnen dit hoofdstuk zal de opdracht uiteengezet worden. Wat is het probleem, wat is het doel en welke methodes zijn er door mij gekozen om als handvatten te gebruiken binnen dit project? De probleem- en doelstelling die binnen dit hoofdstuk te lezen zijn, zijn gelijk aan die van het goedgekeurde afstudeerplan. Het afstudeerplan is in te zien in 'Bijlage I. Het goedgekeurde afstudeerplan'.

Binnen de paragrafen 3.2 en 3.3 is de uitgeschreven probleemstelling en opgestelde doelstelling te lezen. Binnen deze stellingen worden termen gebruikt die eventueel niet duidelijk zijn. In §3.4 wordt extra informatie gegeven over deze termen en wat ze voor Qabana betekenen. Door de nadere informatie in §3.4 is er een duidelijker beeld van wat er bereikt moet zijn bij het afronden van het project.

§3.1 De situatie bij binnenkomst

Bij de start van de afstudeerperiode had Qabana een bedrijfswebsite online staan die niet meer aan hun wensen voldeed. De website bestond uit een homepagina waarop de contactgegevens te zien waren en een portfolio met daarin de in het verleden uitgevoerde projecten. Van elk uitgevoerd project was er een aparte pagina waar meer informatie te vinden was over die specifieke opdracht. De website paste volgens de directie van Qabana niet meer bij de nieuwe huisstijl die in ontwikkeling was. Ook was de content op de website oud. De projecten die in te zien waren dateerden uit het jaar 2013.

Uit gegevens van Google Analytics blijkt dat het gemiddelde aantal bezoekers per dag 4,5 waren die ongeveer een minuut per bezoek op de website bleven. Enige vorm van conversie was er niet, omdat Qabana niet kon achterhalen of een klant via de website met hen in contact is gekomen.

§3.2 De opgestelde probleemstelling

Binnen deze paragraaf is de opgestelde probleemstelling te lezen zoals hij ook staat geformuleerd binnen het afstudeerplan.

“Op dit moment heeft Qabana een website in de lucht die niet voldoende professionaliteit uitstraalt en gebruiksonvriendelijk in de omgang is. Hierdoor loopt het bedrijf klanten, opdrachten en ook inkomsten mis.” (Urk, 2015)

§3.3 De opgestelde doelstelling

Binnen deze paragraaf is de doelstelling te lezen zoals hij ook in het afstudeerplan geformuleerd staat:

“Binnen de afstudeertijd van 70 werkdagen levert de student een getest prototype van Qabana’s website op die past bij wat het bedrijf wil uitstralen, gebruiksvriendelijk is en de conversie verhoogt ten opzichte van de oude website.”
(Urk, 2015)

§3.4 De uiteenzetting van stellingen

Binnen deze paragraaf wordt er extra uitleg gegeven over de begrippen die binnen de probleemstelling en doelstelling staan vermeld. De toelichting bij de begrippen is geschreven vanuit het perspectief van Qabana.

Professionaliteit

Voor Qabana betekent professionaliteit:

- Het prototype moet binnen de huisstijl passen;
- Het prototype moet de vakkundigheid van Qabana tonen;
- Het prototype moet aansluiten bij de verwachting van de doelgroep;
- Het prototype geeft de bezoeker op elke device dezelfde ervaring.

Getest prototype

Een “getest prototype” houdt in dat het eindproduct een prototype is, dat getest is op gebruiksvriendelijkheid, inhoud en werking. Het zal de bedoeling zijn dat het prototype één op één over genomen kan worden als vervanging voor de huidige bedrijfswebsite van Qabana.

Uitstraling van Qabana

Qabana ziet graag dat hun ‘stijl’ van werken terug te zien is in het prototype. Qabana is een klein en persoonlijk internetbureau, dat graag met een klant werkt maar ook een kopje koffie met ze drinkt. Ze zien graag dat bezoekers Qabana ‘herkennen’ binnen de website. Dit moet echter wel worden gepresenteerd in een prototype dat een professionele uitstraling heeft.

Gebruiksvriendelijkheid

Om te bepalen of de opgeleverde prototypen gebruiksvriendelijk waren, werd er vastgehouden aan de tien heuristieken van Jakob Nielsen (Nielsen, 1995). De theorie van Nielsen is binnen het vak van een interaction designer een bekende werkwijze en wordt over de hele wereld gebruikt.

Conversie

Door middel van de nieuwe website wil Qabana haar klant verleiden om over te gaan tot het maken van een afspraak. Het maken van een afspraak betekent voor Qabana dat de bezoeker van de website een afspraak maakt om met het bedrijf te komen praten om te kijken wat zij voor elkaar kunnen betekenen.

§3.5 De gekozen methode

Om tot het beste resultaat te komen is het belangrijk dat er methodisch wordt gewerkt. Door methodisch te werken is de kans op het maken van fouten verkleind, kunnen handelingen beter geëvalueerd worden en krijgt zowel de uitvoerder als de opdrachtgever beter inzicht in wat er verwacht wordt. Binnen dit hoofdstuk zullen de gekozen methodes genoteerd staan met daarbij de uitleg waarom deze zijn gekozen.

Er is gekozen voor zowel een projectmethode als een ontwikkelmethode. Deze twee methodes zijn nog ruim voor het project van start was bepaald. Dit in verband met het verplicht kiezen van een methode voor de goedkeuring van het afstudeerplan door de “KAS commissie”. In dit document valt ook te lezen wat het resultaat zal zijn na 14 weken intern aan de opdracht te hebben gewerkt. Samengevat zal het resultaat een werkend prototype zijn, die één op één overgenomen kan worden als nieuwe bedrijfswebsite van Qabana. Bij het opstellen van het afstudeerplan en dus ook het bepalen van de methoden was de verwachting dat de toekomstige website niet heel groot (omvangrijk) zou worden.

§3.5.1 De gemaakte keuze voor een projectmethode

Qabana is een groeiend, maar nog een redelijk klein bedrijf. Tijdens gesprekken met de eigenaren werd duidelijk dat er op de website zelf geen artikelen of iets dergelijks verkocht zouden worden. Qabana maakt websites en web-applicaties en levert die op. De bedrijfswebsite zal ingericht worden op een manier dat dit voor een bezoeker duidelijk wordt. Op deze manier zal de conversie van de website verhoogd worden, wat ook de doelstelling van de opdracht is.

Omdat de website naar verwachting niet zo groot zou gaan worden, is er gekeken naar methodes van werken met een iteratie proces. Door het project in ‘sprints’ onder te verdelen, zou er verschillende keren naar een onderdeel gekeken kunnen worden, maar dan met een ander doel. Denk bij “een ander doel” aan bijvoorbeeld met het oog op gebruiksgemak, conversie of uitstraling. Op deze manier zou er een product opgeleverd kunnen worden dat echt aan de wensen van de opdrachtgever zou voldoen.

Een doorslaggevende reden van de keuze voor project met een iteratie proces, was dat de directie nog niet goed wist wat ze precies wilden. Een website was duidelijk, maar de inhoud nog niet helemaal. Door een iteratie proces komen verschillende mogelijke onderdelen langs voor de website met de keuze om er wat mee te doen. Als bijvoorbeeld een contact pagina op de website niks blijkt te zijn, kan er tijdens het volgende iteratie proces onderzoek worden gedaan naar wat dan wel goed is.

Er zijn verscheidende projectmethodes, die vanuit een iteratie proces zijn ontworpen en aan zouden kunnen sluiten bij een project als deze. Omdat de opdracht van Qabana een ICT project is, is er voor gekozen om met een systeemontwikkelingsmethode te werken.

Nadat de knoop was doorgehakt voor het kiezen van een systeemontwikkelingsmethode met een iteratie proces is er begonnen met

zoeken naar mogelijke methodes. Bij het zoeken is er vooral gekeken of de methode aansluit bij een project voor een kleine website. De website zal naar verwachting voornamelijk ingericht zijn op het voorzien van informatie en zal weinig interactie bevatten. Een methode die vooral ingericht is om een systeem als bijvoorbeeld een 'CMS' in te richten, is voor dit project niet de beste oplossing.

Ook was het een eis om geen methode te gebruiken die voor zowel voor mij als de opdrachtgever onbekend was. De periode waarin het product opgeleverd zou moeten worden was 14 weken. Deze 14 weken zijn hard nodig om aan het project te werken en een onbekende methode zou naar verwachting het traject alleen maar vertragen.

Met deze eisen kwam de SCRUM naar voren. De SCRUM methode is bekend bij zowel de student als de opdrachtgever, waardoor duidelijk was hoe deze methode in elkaar zat en hoe er mee gewerkt kon worden. SCRUM is een methode die geschikt is voor kleine teams, wat het geval is bij mijn project. Ook passen de sprints die binnen SCRUM zitten bij het project, omdat dit korte periodes zijn. Het project is 'maar' 14 weken, dus korte sprints zijn ideaal. Ook staat SCRUM bekend, zoals veel agile processen, als een handige methode bij nog onduidelijke behoeftes en wensen.

§3.5.2 De gemaakte keuze voor een ontwikkelmethode.

De SCRUM methode geeft handvatten binnen een project, maar levert deze handvatten niet voor ontwikkeling. Althans, niet op de manier die Qabana en ik graag zien.

Uit gesprekken is gebleken dat Qabana graag ziet dat de website ontwikkeld wordt vanuit de behoefte van de gebruiker. Daarom is er voor gekozen om een ontwikkelmethode te kiezen waarmee gewerkt kan worden tijdens het doorlopen van de sprints.

In dit hoofdstuk is te lezen welke ontwikkelmethode er is gekozen en waarom deze het is geworden.

Om te bepalen welke methode er gebruikt zou worden is er gekeken welke methodes de student kent en welke methodes er naar voren kwamen bij het zoeken via Google. De zoektermen die gebruikt werden bij het zoeken via Google waren:

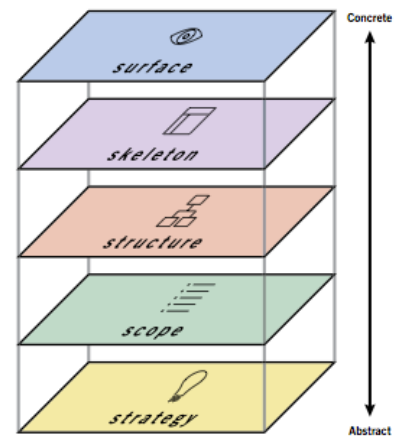
- "Ontwikkelen vanuit de gebruikersbehoefte"
- "Methode voor ontwikkelen vanuit gebruiker"
- "Eindgebruiker ontwikkelmethode"

Bij het bekijken van de zoekresultaten is er gekeken of er tussen de resultaten duidelijke methodes zaten. Met 'duidelijk' wordt bedoeld dat het methodes zijn met concrete stappen, waarvan goed wordt uitgelegd hoe deze doorlopen moeten worden.

De resultaten die naar voren kwamen waren echter niet voldoende uitgelegd, waardoor de gevonden methodes niet bruikbaar waren voor mijn project. Daarom heb ik me gewend naar de methode waarmee ik bekend was en waarvan ik wist dat er duidelijke literatuur was.

Bij de methode van Jesse James Garrett (JJG) wordt er ontwikkeld vanuit de behoefte van de gebruiker en is er geschikte literatuur (Garrett, THE ELEMENTS OF USER EXPERIENCE: User-Centered Design for the Web and Beyond, 2011) beschikbaar, namelijk The Elements of User Experience (Garrett, 2011). Dit boek biedt goede handvatten bij het doorlopen van mijn project.

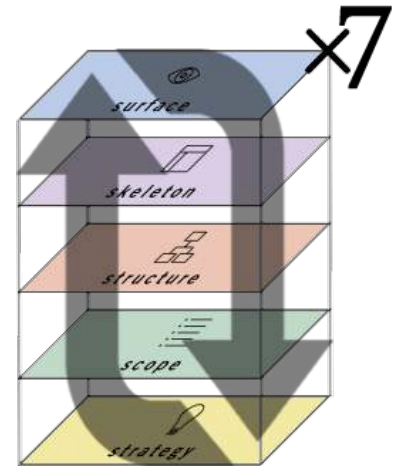
Binnen de methode van JJG wordt er ontwikkeld aan de hand van planes, zoals deze in afbeelding 2 te zien zijn. Door deze planes te doorlopen zoals deze beschreven zijn in bovengenoemd boek wordt het eindproduct ontwikkeld vanuit de gebruiker.



Afbeelding 2 De planes van Jesse James Garrett

§3.5.3 Methodes combineren

Zoals in §3.5.2 beschreven staat, is er gekozen voor de ontwikkelmethode van JJG. Er is voor gekozen om het doorlopen van de planes parallel te laten lopen aan een sprint zoals in afbeelding 3 is gevisualiseerd. Elke sprint wordt dus begonnen met het doorlopen van het strategy plan en er wordt naarmate de sprint vordert doorgewerkt naar de laatste plane. Door dit op deze manier te doen kan er bij een sprint telkens opnieuw gekeken worden naar bijvoorbeeld een onderzoek dat tijdens de voorgaande sprint is uitgevoerd. Omdat er binnen een agile methode ruimte is voor verandering is het ook mogelijk om meerdere keren te kijken naar bijvoorbeeld het design van de website.



Afbeelding 3 Het iteratie proces

§3.6 De gekozen aanpak

Zoals in §3.5.1 beschreven staat, is er gekozen voor een iteratie proces. Elke sprint zou twee weken duren en elke sprint had moeten eindigen met de oplevering van een prototype. Na zeven sprints zou het project afgelopen zijn en had er een werkend prototype opgeleverd moeten worden. Dit was het plan aan het begin van het project. Door omstandigheden is dit plan echter aangepast naarmate ik verder kwam in het project. Wat de aanpassingen waren en welke impact deze hadden voor het project, zal worden toegelicht in de hoofdstukken van de desbetreffende sprints.

Naast de keuze voor een project- en ontwerp methode, is er ook gekozen om een plan van aanpak (PvA) te maken. De gekozen methodes bieden handvatten tijdens het project, maar binnen een PvA kan er een werkwijze worden genoteerd en wordt het project bij voorhand inzichtelijker.

Het PvA is geschreven met behulp van het boek Projectmanagement (Grit, 2008) en is te lezen in de externe bijlagen; 'Bijlage A, Het opgestelde plan van aanpak'. De keuze om het plan te schrijven aan de hand van de stappen uit dit boek is genomen omdat de uitleg bij de geadviseerde hoofdstukken voor een PvA erg uitgebreid zijn. Door de hoofdstukken te gebruiken zoals ze in Projectmanagement staan beschreven, wordt je gedwongen om goed vooruit te denken en daardoor een goede basis te zetten voor het project.

Binnen Projectmanagement worden tien hoofdstukken geadviseerd om te gebruiken binnen een PvA. Binnen het PvA wat ik heb opgesteld heb ik negen hoofdstukken gebruikt. Het geadviseerde hoofdstuk "projectactiviteiten" heb ik weggelaten. Binnen dit hoofdstuk zou je de activiteiten moeten beschrijven die je binnen het project gaat uitvoeren. Omdat het product wat ik heb opgesteld tot stand is gekomen door een iteratie proces, is het moeilijk van te voren te bepalen welke activiteiten ik ging uitvoeren. Deze activiteiten zou ik per sprint bepalen. Wat ik wel heb gedaan is voor elke sprint, in hoofdstuk 9; "De planning", is het bepalen van een thema. Op deze manier wist ik en mijn opdrachtgever waar de focus op zou liggen per sprint. Aan het begin van elke sprint zouden de concrete activiteiten bepaald worden, in de vorm van een planningsmeeting.

Onderstaande hoofdstukken wel heb uitgewerkt zijn:

Achtergronden

Omdat het goed is om te weten wat voor bedrijf Qabana is en wat de achtergronden zijn van het bedrijf heb ik gekozen om dit hoofdstuk op te stellen. Door 'onderzoek' te doen naar Qabana leerde ik het bedrijf sneller kennen waardoor ik voor mijn gevoel eerder in de gaten had hoe Qabana te werk gaat, wat plezierig is, omdat ik ook met personeelsleden zou gaan samenwerken.

Projectopdracht

In het afstudeerplan stond de opdracht reeds beschreven. Echter het is prettiger om alle informatie die van belang is bij de start van een project, in één document te kunnen terug lezen.

Projectgrenzen

Omdat mijn project redelijk uitgebreid zou worden, vond ik het belangrijk om grenzen op te stellen. Op deze manier zouden geen zaken onderhanden genomen worden die niks zouden toevoegen voor mijn verantwoording naar school. Zo is bepaald dat ik geen content zou gaan schrijven. Naast dat ik dyslectisch ben, hoort dit ook niet bij de opleiding CMD.

Producten

Dit hoofdstuk heb ik geschreven met de zelfde rede als het hoofdstuk 'projectopdracht'. De informatie stond al in het afstudeerplan, maar voor het overzicht koos ik er voor om het ook in het PvA te plaatsen.

Kwaliteit

Ik heb er voor gekozen om dit hoofdstuk te schrijven omdat ik mijzelf op deze manier dwong om over de kwaliteit te na te denken. Een afstudeeropdracht is belangrijk voor mij, om CMD af te ronden. Daarom moet de kwaliteit van de opdracht worden gewaarborgd en hoe dat gedaan kon worden heb ik in dit hoofdstuk beschreven.

Projectorganisatie

Door dit hoofdstuk op te stellen kon ik de collega's waarmee ik zou samenwerken beter leren kennen. Door dit hoofdstuk kreeg ik inzicht in hun kennen en kunnen waardoor i wist waar ik heen moest voor hulp

Planning

Omdat ik werk aan de hand van een iteratie proces is de planning niet opgesteld zoals grit instrueert binnen zijn boek. Zoals eerder beschreven zo ik de planning per sprint bepalen, bij de start van elke sprint.

Wel heb ik genoteerd welke onderdelen(onderzoek, ontwerpen, bouwen en testen) behoorde te zijn. Zo kon dit hoofdstuk erbij worden gepakt bij het opstellen van elke sprint planning

Kosten en baten

Dit hoofdstuk was niet per direct van belang maar door het schrijven er van werd ik wel gedwongen om over de kosten. In het bedrijfsleven spelen kosten altijd mee en daardoor naar mijn mening ook interessant om mee te nemen binnen een afstudeeropdracht.

Risico's

Omdat ik graag wilde dat mijn opdracht goed werd uitgevoerd heb ik gekeken naar welke risico's er waren. Door de risico's te bekijken gaf dit mij ook de mogelijkheid om deze te ontwijken bij het uitvoeren van de opdracht.

Op dag één van elke sprint is er een doelstelling bepaald. Deze zou behaald moeten worden tijdens het doorlopen van de sprint. Op de eerste dag van de opeenvolgende sprint werd dan gekeken of het doel behaald was. Aan de hand daarvan werd dan een nieuw doel bepaald. Dit werd gedaan tijdens een planningsmeeting met mijn opdrachtgever die een rol als SCRUM master had. Er is voor gekozen om een SCRUM master aan te stellen zodat ik met een persoon kon overleggen die wat verder van het proces af stond. Omdat de opdrachtgever wist waar het project over ging en wat er moest gebeuren was hij de ideale persoon voor deze rol.

Naast het bepalen van doelen wordt de planningsmeeting ook gebruikt om de planning van de sprint vast te stellen. Binnen het PvA is een planning aanwezig, maar deze is niet per dag, los van de eerste sprint, ingevuld. Op deze manier is er de planning erg flexibel. In een situatie waarbij het doel van de eerste sprint niet wordt gehaald, hoeft niet een gehele planning worden aangepast voor de rest van het project.

Omdat er tijdens het project getest gaat worden met gebruikers, was ik erg afhankelijk van derde. Ik kon er niet vanuit gaan dat iedereen die ik zou benaderen voor een test, klaar zou staan voor me. Door een concrete planning voor de gehele periode vast te stellen, kon er bij voorbaat al worden aangenomen dat het niet mogelijk was op hieraan vast te houden. Zoals eerder vermeld staat, is er wel een globale planning opgesteld. Deze planning is te lezen in het PvA, maar tabel 1 geeft ook een beeld van de opgestelde planning. Ook is in deze tabel te zien hoe een sprint in elkaar zit en wat de rode lijn per sprint behoorde te zijn.

Week	Sprint 1		Sprint 2		Sprint 3		Sprint 4		Sprint 5		Sprint 6		Sprint 7	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Opstellen plan van aanpak	x													
Uitvoeren Onderzoek	x		x		x		x		x		x		x	
Behoeftes bepalen	x		x		x		x		x		x		x	
Designen	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Opstellen prototype		x		x		x		x		x		x		x
Uitvoeren Testen		x		x		x		x		x		x		

Tabel 1 Vooraf opgestelde planning

4. Beschrijving van proces sprint 1

Binnen dit hoofdstuk staat beschreven wat voor activiteiten zijn uitgevoerd binnen sprint 1 en worden de keuzes die zijn gemaakt verantwoord. Als eerst is de doelstelling in te zien en vervolgens de beroepstaken waar aan gewerkt zou gaan worden in de loop van de eerste sprint. Tot slot staan de gemaakte keuzes verantwoord.

Aan het begin van sprint 1 is er een PvA gemaakt zoals in §3.6 beschreven staat. Er is gekozen om dit document aan de start van dit project op te stellen, zodat het voor mij inzichtelijk werd hoe ik het project ging uitvoeren en wat ik wilde gaan bereiken. Het PvA diende dan als een houvast tijdens het project.

§4.1 De opgestelde doelstelling van sprint 1

Tijdens het schrijven van het PvA is vastgesteld om per sprint een thema vast te stellen. Op deze manier ligt de focus per sprint op andere onderdelen van het prototype. Het voordeel hiervan is dat alle onderdelen in minstens één sprint zijn meegenomen en daardoor geoptimaliseerd zijn.

Om het project te starten is er gekozen om eerst de product objectives vast te stellen. De wensen en behoeften zijn, zoals in §3.5.1 beschreven, nog niet helemaal duidelijk bij de opdrachtgever. Dit had mede te maken met dat er nog niet goed over nagedacht was door de directie, waardoor het voor hen niet duidelijk was wat er mogelijk was.

Door het eerste prototype te ontwerpen en te bouwen vanuit de behoefte van het bedrijf komt er meer gevoel bij welke kant het prototype wel of niet op zou moeten. Van hieruit kan het prototype bijgesteld worden naar de wensen van de gebruikers die naar voren kwamen tijdens sprint 2.

In de paragrafen hieronder wordt er op sommige momenten toegelicht dat bepaalde keuzes later worden gecontroleerd bij de doelgroep, maar dat geldt eigenlijk voor alles. In de eerste instantie is het prototype, zoals hij in deze sprint is opgeleverd, naar de wensen en behoeftes van de opdrachtgever.

De doelstelling van deze sprint;

Binnen 10 werkdagen een klikbaar prototype opleveren dat ontwikkeld is vanuit de wensen en behoeftes van de opdrachtgever.

§4.2 De gedemonstreerde beroepstaken tijdens sprint 1

De beroepstaken die binnen deze sprint worden gedemonstreerd zijn:

Opstellen doelgroepanalyse.	✗
(Usability)-tests uitvoeren.	✗
Vormgeving toepassen.	✓
Ontwikkelen prototype.	✓

Zoals hierboven is te zien vallen twee beroepstaken binnen deze sprint. Binnen sprint 1 is er vormgeving van het prototype gemaakt en is deze ook gebouwd. De overige vooraf vastgestelde beroepstaken komen niet terug binnen deze sprint. Een volledige doelgroepenanalyse zit niet in sprint 1 (deze komt bij de volgende sprint aan de orde) en omdat er nog geen prototype was, kon deze nog niet getest worden.

§4.3 Keuze verantwoording van sprint 1

Zoals eerder beschreven ben ik begonnen met het opstellen van het PvA. Tijdens de planningsmeeting is dit met Pieter besproken. Naast de keuze voor het maken van een PvA, is de verdere planning van sprint 1 ook opgesteld. Hoe deze planning er uit zag is te zien in onderstaande planningstabel sprint 1.

Week 1 Sprint 1	Maandag: Sprint planning Plan van aanpak Schetsen voor mobiel Dinsdag: Opstellen product <u>objectives</u> Schetsen voor mobiel Woensdag: Schetsen voor mobiel Donderdag: Schetsen voor mobiel Opstellen benchmark Vrijdag: Schetsen voor mobiel Schetsen voor desktop	Week 2 Sprint 1	Maandag: Opstellen ontwerprapport Bouwen prototypen Dinsdag: Bouwen prototypen Woensdag: Bouwen prototypen Donderdag: Bouwen prototypen Vrijdag: Bouwen prototypen
----------------------------------	---	----------------------------------	---

Planningstabel print 1

Tijdens de planningsmeeting is ook bepaald dat er tijdens de eerste sprint ontworpen zal worden aan de hand van 'mobile first'. Dit is een methode waarmee er eerst voor een mobile device wordt ontworpen. Het grote voordeel van deze methode is dat er bij het ontwerpen

gedacht wordt vanuit de beschikbare ruimte die beschikbaar is op een mobile device. Op deze manier werd ik gedwongen om alleen de essentiële dingen te plaatsen op een website (Johnson, 2013).

Een ander bijkomend voordeel van deze methode is dat het heel goed samen gaat met de gekozen ontwerpmethode van JJG. Er verandert eigenlijk niks, behalve dan het formaat van het scherm waar in eerste instantie voor ontworpen wordt.

Ik heb wel bij mijn bedrijfsmentor aangegeven dat ik hier geen ervaring mee had, maar hij gaf aan dat ik met vragen bij hem terecht zou kunnen.

Bij het bepalen van de thema's voor de sprint in het PvA, is er zoals eerder vermeld gekozen om de product objecties als eerst vast te stellen. Er is voor gekozen om dit voor het doelgroep onderzoek te doen, om het beeld van de eigenaren niet te veranderen. Het is belangrijk dat de behoeftes van beide partijen worden genoteerd, zonder dat deze elkaar beïnvloeden.

Binnen de eerste plane van JJG is hier een paragraaf aan gewijd die gebruikt kan worden als handvat (Garrett, Defining the Strategy, 2011, pp. 36-42). Tijdens een overleg met de directie, werd aangegeven dat er in oktober 2014 een kort document met wensen en behoeftes voor de website was opgesteld. Deze was toentertijd opgesteld voor de persoon die de nieuwe huisstijl ging ontwikkelen voor Qabana. Tijdens deze periode heeft Qabana deze informatie genoteerd, omdat er sprake van was dat de persoon die de huisstijl aan het maken was, ook de website onder handen zou nemen. Dit is echter niet gebeurd, waarna er niks meer met de genoteerde informatie is gedaan. Door mijn komst is dit document weer tevoorschijn gehaald, zodat ik deze in kon zien. Dit document is te lezen in 'Bijlage II. De ter beschikbaar gestelde informatie'.

Mijn opdrachtgever gaf aan dat hij graag zou willen zien wat mijn eerste ideeën waren bij het inzien van de ontvangen documentatie. Door gelijk bezig te gaan met het ontwerpen van de website aan de hand van de ontvangen informatie zou ik een beter beeld krijgen bij wat de wensen zijn van de directie. Om te beginnen heb ik een schets gemaakt voor de mobiel aan de hand van de beschikbare informatie. Er zit hier voor de rest, naast mobile first, geen methode achter.



Afbeelding 4 Eerste schetsen

Naarmate ik langer aan het schetsen was, des te meer vragen er opkwamen. De beschikbare informatie was redelijk oppervlakkig. Er was bijvoorbeeld gekozen voor een doelgroep, maar een beargumentering ontbrak en wensen omtrent de inhoud waren niet aanwezig. Om die reden heb ik aan de directie voorgesteld om een interview met de volledige directie te houden. Tijdens het interview wilde ik vragen stellen waarvan de antwoorden er voor zorgden dat ik beter wist wat zij voor een beeld hadden bij de website. Ook vond ik het

belangrijk om te weten of zij nog steeds stonden achter wat er in de documentatie vermeld stond. De documenten waren opgesteld in het vierde kwartaal van 2014, maar wensen kunnen ondertussen zijn veranderd.

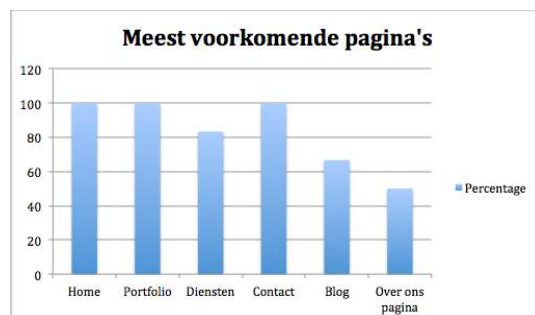
De vragen zijn opgesteld met de hulp van JJG. Binnen het hoofdstuk 'The Strategy Plane' worden handvatten geleverd om te achterhalen wat er uit een product gehaald moet/wil worden vanuit de ogen van de directie (Garrett, 2011). Het was naar mijn mening van belang dat het gesprek (interview) met de gehele directie gevoerd werd. Zij konden eventueel andere ideeën hebben bij het product. Door met elkaar in gesprek te gaan konden we op één lijn komen. Om het interview voor te bereiden heb ik interviewvragen opgesteld die terug zijn te lezen in 'Bijlage III. Het uitgewerkte interview'. Binnen deze bijlage zijn ook de gegeven antwoorden verwerkt. Ik koos er voor om vragen op te stellen, omdat bij het schetsen, wat ik reeds had gedaan, specifieke vragen op waren gekomen. Een open interview zou geen optie zijn, omdat ik gericht de beargumentering wilde weten voor de keuzes die zij hebben gemaakt in oktober en of zij hier nog achter stonden.

Ik heb gekozen voor de vragen, zoals die in bijlage III te zien zijn, omdat ik dan een goede basis zou hebben bij het opnieuw opzoeken van de tekentafel. Tijdens het interview ben ik vooral wat dieper ingegaan op het 'waarom' van de antwoorden. Op deze manier ontstonden er kleine discussies waardoor de antwoorden veel meer onderbouwd waren. Door deze meer onderbouwde antwoorden zou de doelstelling ook beter behaald kunnen worden. Zo kwam ter sprake dat een bedrijf zijn vakbekwaamheid pas goed kan tonen, als er een portfolioachtige pagina aanwezig is.

De directie heeft aangegeven dat ze graag een 'home'-, 'contact'-, 'portfolio'-, 'wie is Qabana?'-, en 'diensten' pagina binnen het prototype zien terug komen. Als beargumentering werd gezegd dat deze pagina's gebruikelijk zijn op een website van een bedrijf die binnen deze branche actief is. In deze uitspraak kon ik me vinden, maar wilde dit toch controleren en koos er voor om een concurrentieanalyse uit te voeren. De resultaten van de analyse zijn terug te lezen in de externe bijlagen; 'Bijlage B. De uitgevoerde onderzoeken: Concurrentieanalyse'.

Binnen de opgestelde planning was geen tijd gereserveerd voor een concurrentieanalyse. Toch heb ik er voor gekozen om dit wel te doen. Ik heb niet eerder gewerkt voor een bedrijf uit de branche waarin Qabana actief is en weet hier ook niet heel veel van. Door andere websites te bekijken krijg ik een duidelijker beeld bij wat deze bedrijfstak doet en kan ik gelijk informatie verzamelen die van belang is voor mijn project. Achteraf heeft het onderzoek ook weinig tijd gekost waardoor er geen vertraging was ontstaan.

Mijn onderzoek ben ik begonnen met het opstellen van een probleemstelling en doelstelling. Op deze manier is vooraf duidelijk waar naartoe gewerkt moet worden en wanneer het doel bereikt is. Voor het onderzoek heb ik zes websites van concurrenten bezocht. Vooraf heb ik de aanpak bepaald en opgeschreven. Op deze manier benaderde ik elke website op dezelfde manier. Er is uiteindelijk voor gekozen om naar zes partijen te kijken, omdat snel duidelijk was dat de uitspraken van de directie waar waren. Vrijwel iedere bedrijfswebsite bevat de door de directie genoemde pagina's, zoals in tabel 2 ook is te zien.



Tabel 2 Uitslagen concurrentie analyse

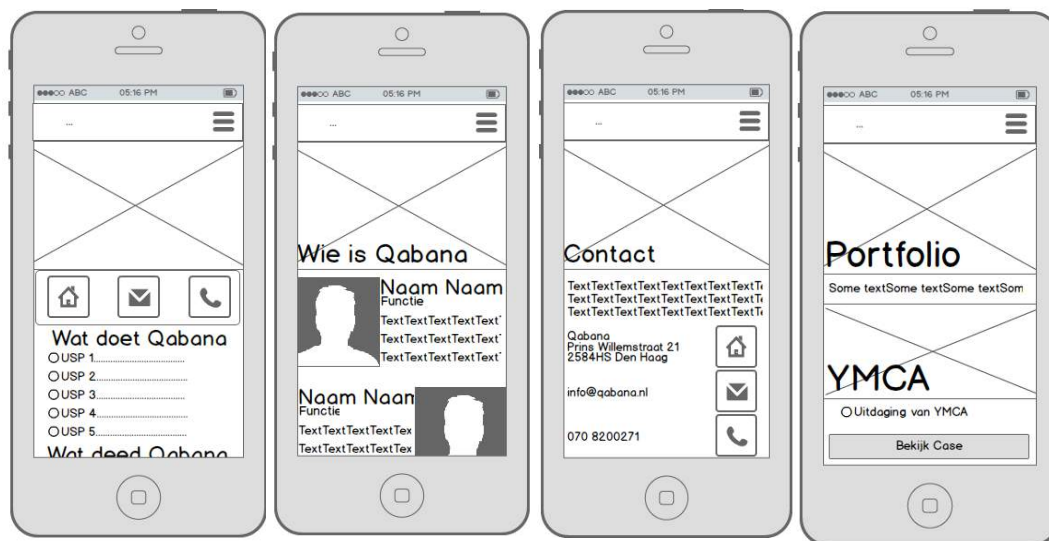
Naast de genoemde pagina's kwam ook een 'blog pagina' naar voren als veel voorkomend. Na dit met de directie besproken te hebben werd geconcludeerd deze pagina niet mee te nemen in het schetsen. De directie had op dat moment geen duidelijk beeld bij wat zij dan zouden moeten schrijven en of dat überhaupt zou gaan gebeuren. Een blog moet bijgehouden worden en ook daar hadden ze weinig vertrouwen in.

Uit de analyse heb ik kunnen concluderen dat de pagina's die de directie voor ogen had inderdaad gebruikelijk zijn. Met deze informatie ben ik verder gaan schetsen na het doorlopen van de scope en structure plane, met als doel om binnen één dag een schets op te leveren waarbij de vijf pagina's zijn gevisualiseerd.

Door het bepalen van de pagina's was de scope van het eerste prototype bepaald, zoals dat in binnen de tweede plane van JJG wordt geadviseerd. Zo uitgebreid als JJG adviseert binnen de scope plane (Garrett, Defining the Scope, 2011) heb ik niet gedaan. Tijdens de volgende sprint zouden de doelgroep ook in beeld komen en kan er een duidelijk beeld worden gevormd bij wat er op de website moet komen en hoe de werking zal zijn.

Na gekozen te hebben om de scope plane beperkt te behandelen deze sprint, is er gekeken naar wat de structuur van de website moet zijn. Binnen de structure plane heb ik voor gekozen om de informatie een top-down structuur te gebruiken, zoals hij binnen de derde plane staat beschreven (Garrett, Defining the Structure, 2011). Gebruikers komen binnen op de home pagina en kunnen via een hoofdnavigatie naar informatie zoeken op diepere pagina's navigeren. De structuur zal dan ook hiërarchisch worden. Bij een gemaakte fout kan de gebruiker dan altijd een stap terug doen binnen de website om zo verder te navigeren. Op deze manier kunnen ook fouten worden afgehandeld.

In afbeelding 5 zijn de gemaakte schetsen te zien. Het doel was om er 5 te maken, maar na 4 schetsen hadden zowel ik als de opdrachtgever een duidelijk beeld bij wat het ging worden. Het maken van schetsen is gedaan met als handvat the skeleton plane. Binnen deze plane staat geadviseerd hoe wireframes opgesteld dient te worden (Garrett, Defining the Skeleton, 2011).



Afbeelding 5 Van links naar rechts; Home, Wie is Qabana, contact en portfolio

Tijdens het maken van deze schetsen is er zoals in de afbeeldingen te zien is, gekozen voor een "hamburger" menu icoon. Deze presentatie van een menu komt vaker voor op websites. Toch is er voor gekozen nadat deze schetsen uitgewerkt waren om een onderzoek te doen omtrent welk menu in volgende schetsen van de website geplaatst zou worden.

Tijdens het maken van de planning is rekening gehouden met een benchmark. Omdat ik ook bezig ben geweest met de pagina's en daardoor ook met de navigatie (bestemmingen), is gekozen om een benchmark omtrent de navigatie

uit te voeren. Dit onderzoek is terug te vinden in de externe bijlagen; 'Bijlage B. De uitgevoerde onderzoeken: Benchmark navigatie menu'

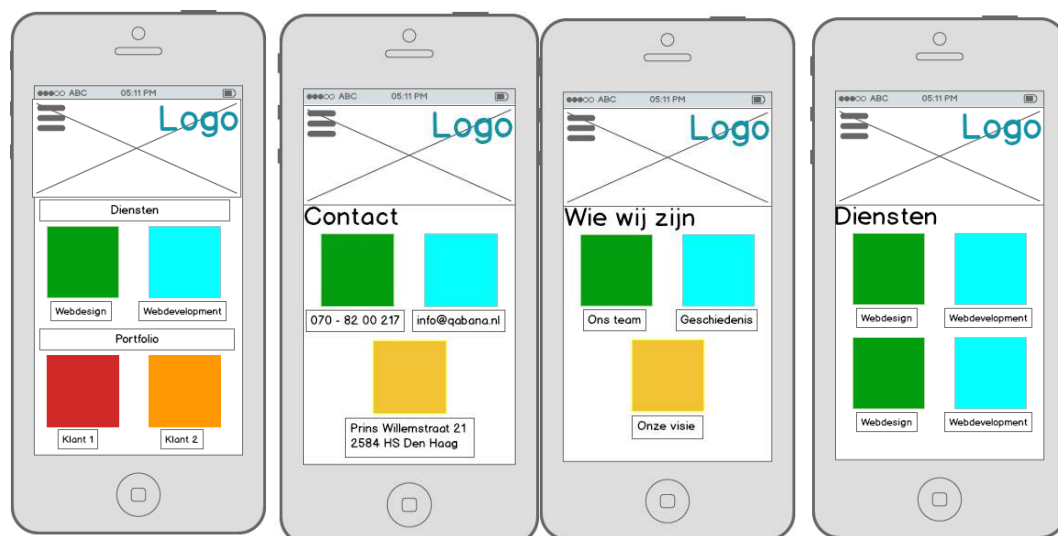
Om het onderzoek te starten is er als eerst bepaald naar welke punten gekeken ging worden tijdens het bekijken van andere websites en applicaties: de locatie van het menu op het scherm, het soort menu, de consistentie, icoongebruik en de interactie. Er is gekozen voor deze punten omdat er met deze lijst rekening gehouden moet worden bij het plaatsen van een menu op een website. Er werd in totaal naar de online platformen van acht partijen gekeken. Naast reguliere websites is er ook gekeken naar gratis applicaties die populair zijn (nu.nl, 2015) en naar designs op een platform waar originele designs worden uitgewisseld. Op deze manier konden er zo veel mogelijk verschillende menu's 'ontdekt' en geanalyseerd worden. Zo kon het beste menu voor Qabana's website worden bepaald.

De conclusie die getrokken is na het analyseren van de acht partijen is dat in Qabana's mobiele site een drawer menu het beste past. Dit menu wordt geopend door op een 'hamburger icoon' (zie afbeelding 6) te drukken, waarna vanaf buiten het scherm een menu naar binnen komt. Bij het binnenschuiven duwt het menu de inhoud van een pagina weg, of valt er overheen.



Na het onderzoek heb ik wireframes opgesteld, om ze vervolgens te kunnen presenteren aan de directie. Binnen deze wireframes zijn de pagina's geplaatst die gekozen waren naar aanleiding van de gesprekken met de opdrachtgever en de concurrentieanalyse. Ook is de stijl van het menu toegepast, die gekozen is naar aanleiding van een concurrentieanalyse.

In afbeelding 7 zijn de wireframes afgebeeld binnen een mobiel apparaat. Bovenaan, op elke pagina, behoren foto's te komen waarover het menu en het logo geplaatst is. Mijn advies was om sfeerbeelden van Scheveningen bovenaan elke pagina te plaatsen. Qabana is gevestigd in Scheveningen en ik verwachtte dat dit mensen zou aanspreken.



Afbeelding 7 Van links naar rechts; Home, Contact, wie wij zijn en diensten

Vervolgens heb ik voorgesteld om alle informatie die getoond wordt te versterken met iconen. Alle gekleurde vlakken behoorden iconen te worden.

Met dit voorstel ben ik naar mijn opdrachtgever gegaan, om zijn mening te vragen. Het sfeer foto idee vond hij leuk, maar het plaatsen van veel iconen zag hij niet zitten. Passende iconen vinden of maken zou veel tijd kosten en hij verwachtte dat de uitkomst rommelig zou zijn.

Ook heeft hij toch voorgesteld om geen 'diensten' pagina op de site te plaatsen. Hij zag niet direct voor zich wat hier op zou moeten komen. Ik heb voorgesteld om een ruimte op de home pagina te reserveren voor 'diensten'. Zo kunnen bezoekers toch in het kort zien wat Qabana doet; websites maken.

Door deze verandering in indeling van de website is er voor gekozen om eerst een sitemap te maken, die te zien is in de externe bijlagen; 'Bijlage C. De opgestelde sitemaps: Sitemap sprint 1'.

Tijdens het opstellen van de sitemap kwam ik er achter dat een portfolio pagina niet een onderdeel van de website is waar de bezoeker dood moet lopen. ← deze zin loopt een beetje gek. In een portfolio behoort je door te kunnen klikken op een project als je hier meer informatie over wilt hebben. Na het doorklikken kom je dan op een projectpagina terecht, waar verdere uitleg staat over bijvoorbeeld een opdrachtgever en de afgeleverde diensten aan hem. Deze pagina is dan een nieuwe laag in de hiërarchische structuur waar binnen de

Met deze bevindingen ben ik naar de opdrachtgever gegaan. Er werd aangegeven dat er inderdaad projectpagina's gekoppeld moesten worden aan het portfolio. De opdrachten van Qabana zijn omvangrijk en kunnen naar verwachting alleen duidelijk worden gemaakt op een aparte pagina. Omdat dit als logisch werd bevonden, werd dit niet eerder door de opdrachtgever genoemd.

Na het opstellen van de sitemap is er gekozen om verder te 'schetsen' in Photoshop. Er is gekozen om in Photoshop verder te ontwerpen, zodat er voor zowel mijzelf als de opdrachtgever een duidelijker beeld kwam welke kant de website opging. Ook aanpassingen kunnen makkelijker doorgevoerd worden en gedachten over kleurgebruik kunnen ook geplaatst worden. Qua kleurgebruik stond vooraf vast welke kleuren er gebruikt zouden worden. De persoon die de huisstijl voor Qabana heeft ontwikkeld heeft ook de kleuren vastgesteld. De opdrachtgever en ik wilden graag dat deze kleuren ook doorgetrokken werden binnen de website. Om professionaliteit uit te stralen is het belangrijk dat alle communicatie naar de klant in dezelfde stijl gebeurt, zo dus ook op de website. Binnen Photoshop zou alleen de homepagina worden gevisualiseerd. Deze stijl kan dan worden doorgetrokken worden op de andere pagina's bij het bouwen in HTML.

Voordat ik met Photoshop begon en hierdoor met de volgende plane ging werken; The surface plane, werd het volgende vastgesteld wat betreft de pagina's:

Algemeen

- Elke pagina opent met aan de bovenkant van het scherm een grote sfeerfoto, met daarop een korte tekst die informeert over de bezochte pagina.
- Elke pagina wordt afgesloten met een footer, waarin een contactformulier staat.

Er is gekozen voor een contactformulier in de footer omdat bezoekers dan op een redelijk makkelijke manier in contact kunnen komen. Ik was me er van bewust dat hier meer onderzoek naar gedaan moest worden, maar toch koos ik er voor om hem te plaatsen. Op deze manier zou ik, mocht er in sprint 2 getest worden, dit kunnen meenemen.

Home

Op de homepagina staan projecten, diensten die Qabana levert.

Portfolio

Op de portfoliopagina zouden screenshots komen van projecten met daaronder inleidende teksten. Vervolgens kon er hier worden doorgeklikt naar een project zelf. Een project zelf is niet te vinden op de home pagina, maar zoals ook in de sitemap is te zien, alleen maar te bereiken via het portfolio.

Project

Op de projectpagina is een screenshot te zien met daaronder nog nader te bepalen informatie over de opdracht die Qabana voor de opdrachtgever heeft uitgevoerd.

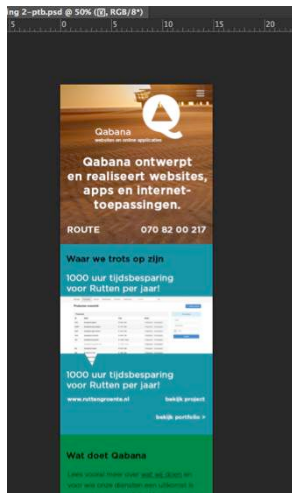
Over ons

Op de over ons pagina moeten foto's van medewerkers komen, zodat Qabana een gezicht krijgt. Ook zullen er sfeerfoto's van het kantoor zelf moeten komen. Omdat het kantoor van Qabana in een oud pand is, heb ik geadviseerd dit te doen.

Contact

Op de contactpagina moeten de contactgegevens van Qabana geplaatst zijn: adres, e-mail en telefoon.

Tijdens het interview met de directie kwam ook naar voren dat er openingstijden op deze pagina zouden moeten komen, maar daar zijn ze toch op terug gekomen. Ik heb daardoor besloten om de openingstijden niet te plaatsen, maar in een verder stadium van het project te onderzoeken of er hier behoefte naar is vanuit de doelgroep.



Afbeelding 8 Home pagina gevisualiseerd in Photoshop.

In afbeelding 8 is het ontwerp van de homepagina te zien. Er is voor gekozen om een greep uit het portfolio; “waar we trots op zijn” direct op de home pagina te tonen. De opdrachtgever heeft gevraagd om dit te doen, omdat zijn ervaring is dat klanten vooral een keuze maken op basis van het portfolio van een partij. Als er naast een aparte portfoliopagina direct projecten worden getoond op de homepagina, hoeft de klant niet te zoeken. Ik heb er voor gekozen om naar de opdrachtgever te luisteren, maar in een ander stadium van het project dit bij de doelgroep terug te koppelen.

Vervolgens wilden we de diensten onder het portfolio plaatsen. De inhoud was nog niet bekend, maar dat het hier zou komen is wel gevisualiseerd.

Onder aan de home, en onder elke andere pagina, is een footer met daarin een formulier en een call to action (CTA). Boven de CTA behoorde een overtuigende tekst te komen om mensen over te halen om hun gegevens achter te laten.

De werking van de hoofdnavigatie, het menu, is ook in het ontwerp verwerkt, zoals in figuur 9 is te zien. Uit onderzoek is gebleken dat dit een drawer menu moet zijn. Er is voor gekozen om het menu uit te laten schuiven vanuit de bovenkant en niet vanuit de zijkant, de website is klein en het aantal navigatiedoelen is beperkt. Als het menu van de zijkant zou komen is er veel witruimte, wat zonde zou zijn. Bij het schuiven vanuit boven wordt alle ruimte optimaal benut. Deze conclusie werd getrokken nadat beide manieren gevisualiseerd zijn. Zie afbeelding 10 voor de vergelijking.



Afbeelding 9 Visualisatie van het menu



Afbeelding 10 vergelijking van menu

Met de ontwerpen gemaakt met Photoshop ben ik naar mijn opdrachtgever gegaan met de vraag of ik kon gaan bouwen. Dit deed ik redelijk vroeg in de sprint, omdat ik de verwachting had dat dit veel tijd zou gaan kosten. Ik kreeg een 'go' om te gaan bouwen.

Voordat ik begon met bouwen heb ik een ontwerprapport opgesteld dat te lezen is in de externe bijlagen; 'Bijlage E De opgeleverde ontwerprapporten:

Ontwerprapport sprint 1'.

Binnen dit rapport, wat ik voor mijzelf had geschreven, stond beschreven wat er gebouwd moest worden en hoe het er uit moest komen te zien. Op deze manier kon ik bij het bouwen altijd terug vallen op dit document, als er twijfel was over hoe de site er uit moest komen te zien.

Omdat ik het rapport voor mijzelf heb geschreven koos ik er voor niet elke pagina volledig te visualiseren in Photoshop en toe te lichten. Achtergrond kleuren, lettertype, letter grote en indeling waren elke pagina gelijk. Hierdoor kon ik met één volledig gevisualiseerde pagina het hele prototype bouwen.

§4.4 Oplevering van het eerste prototype

Op de laatste dag van sprint 1 is een prototype opgeleverd, dat volledig klikbaar was. Deze is te zien in de externe bijlagen; 'Bijlage F De screenshots van opgeleverde prototypen: Prototype sprint 1'.

De geplaatste content kwam nog niet overeen met wat de opdrachtgever wil, maar daar lag deze sprint ook niet de focus op. Het onderzoek naar wie de doelgroep is, is in de sprint 2 uitgevoerd. Als er een duidelijk beeld is van de doelgroep kon er begonnen worden met nadenken over de content.

De opgestelde doelstelling bij de start van de sprint is dan ook gehaald. Het prototype was volledig doorklik baar, en naar de wensen en behoefte zoals van de opdrachtgever zoals hij ze die deze twee weken had.

5. Beschrijving van proces sprint 2

Binnen dit hoofdstuk staat beschreven wat voor activiteiten zijn uitgevoerd binnen sprint 2 en worden de keuzes die zijn gemaakt verantwoord. Om te beginnen is de doelstelling van deze sprint te lezen die samen met de SCRUM master is opgesteld. Vervolgens is verantwoord aan welke beroepstaken is gewerkt binnen sprint 2. Na de verantwoording van de beroepstaken is te lezen welke keuzes ik heb gemaakt binnen deze sprint. Tot slot is te lezen welk eindproduct ik eind sprint 2 heb opgeleverd.

§5.1 De opgestelde doelstelling van sprint 2

Tijdens het schrijven van het PvA is vastgesteld om per sprint een thema vast te stellen. Het thema van deze sprint was de 'User Needs'.

Bij het opstellen van het PvA had ik de verwachting dat bij de start van sprint 2 de behoefte van Qabana duidelijk zou zijn, en ik mij nu kon gaan concentreren op de doelgroep. Vragen als: 'Wie is de doelgroep?' en 'Wat zijn de wensen van de doelgroep?' wilde ik beantwoorden binnen deze sprint.

Zoals is te lezen in §4.4, is er aan het eind van sprint 1 een prototype opgeleverd. Dit prototype was volledig klikbaar en ontworpen voor de mobiel. Tijdens de planningsmeeting is er besloten om binnen sprint 2 te gaan ontwerpen en bouwen voor de desktop. Door de mobile-first methode is er gedacht vanuit een beperkte ruimte, wat goed werkt als er alleen rekening wordt gehouden met de behoeftes van de opdrachtgever. Bij het ontwerpen voor de doelgroep zouden er onderdelen gevisualiseerd en gebouwd worden naar wat de doelgroep graag wil. Ik wilde met al de wensen rekening houden en deze verwerken in een prototype. Een volgende stap was dan weer af te stemmen met de opdrachtgever wat er in volgende versies van prototypes zou komen.

De doelstelling van deze sprint;

Binnen 10 werkdagen een doelgroepenanalyse opleveren en aan de hand van de wensen en behoeftes een prototype opleveren dat hierop is ingericht.

§5.2 De gedemonstreerde beroepstaken tijdens sprint 2

De beroepstaken die binnen deze sprint worden gedemonstreerd zijn:

Opstellen doelgroepenanalyse.	✓
(Usability)-tests uitvoeren.	✗
Vormgeving toepassen.	✓
Ontwikkelen prototype.	✓

Zoals hiernaast is te zien is er binnen deze sprint gewerkt aan 3 beroepstaken. Voorafgaand aan de sprint was het de bedoeling dat er ook gewerkt zou worden aan de beroepstaak "(Usability)-tests uitvoeren." Binnen de planning die

in planningstabel sprint 2 is te zien, was er ook tijd ingepland om bezig te zijn met tests. Echter is er door omstandigheden die in §5.3 beschreven staan, niet getest en dus ook niet gewerkt aan deze beroepstaak.

Wel is er een doelgroepenanalyse opgesteld, ben ik bezig geweest om het prototype vorm te geven en heb ik een prototype ontwikkeld binnen deze sprint. Hoe dit tot stand is gekomen is te lezen in de volgende paragraaf.

§5.3 Keuze verantwoording van sprint 2

De eerste stap binnen deze sprint was om samen met de SCRUM master een planning op te stellen voor de aankomende dagen. Hoe deze planning er uit zag is te zien in 'Planningstabel sprint 2'.

Week 3 Sprint 2	<u>Maandag:</u> Sprint planning Vaststellen doelgroep Opstellen persona's Opstellen scenario's <u>Dinsdag:</u> Opstellen testplan <u>Woensdag:</u> Testen Opstellen testrapport <u>Donderdag:</u> Doorlopen scope plane Doorlopen structure plane Uitvoeren benchmark Schetsen voor desktop <u>Vrijdag:</u> Opstellen sitemap Schetsen voor desktop	Week 4 Sprint 2	<u>Maandag:</u> Schetsen voor desktop <u>Dinsdag:</u> Opstellen ontwerprapport Bouwen prototype <u>Woensdag:</u> Bouwen prototype <u>Donderdag:</u> Bouwen prototype <u>Vrijdag:</u> Bouwen prototype
---------------------------	--	---------------------------	---

Planningstabel sprint 2

Er is besloten om te beginnen om een onderzoek te starten naar wie de doelgroep is van het prototype. De eerste stap voor mij was om direct na de planningsmeeting met de opdrachtgever in gesprek te gaan. Ik had tijdens sprint 1 reeds aangegeven dat ik graag een gesprek wilde over de

doelgroep, dus hier had hij tijd voor vrijgemaakt.

Tijdens het gesprek werd aangegeven dat zij nog dezelfde doelgroep voor ogen hadden, zoals die in het document dat mij was overhandigd tijdens sprint 1 stond vermeld.

Binnen deze documentatie stond beschreven dat de doelgroep voor 90% uit klanten/potentiële klanten bestond. Onder "klanten" verstaat de opdrachtgever zzp'ers en grote organisaties. Deze grote organisaties mogen binnen elke branche actief zijn. De overige 10% bestaat uit potentiële werknemers en vakgenoten.

Het prototype behoort er zo uit te zien dat bovenstaande doelgroep wordt aangesproken. De reden dat bestaande en potentiële klanten binnen één groep vallen komt voort uit ervaringen uit het verleden. De opdrachtgever gaf aan dat in het verleden bestaande klanten geen verdere diensten bij Qabana hebben afgenomen, omdat zij niet wisten dat Qabana meer deed dan alleen maar (als voorbeeld) de opgeleverde website voor die klant. Naderhand wilde de klant ook een webapplicatie, maar heeft die laten ontwikkelen bij een andere partij. De bedrijfswebsite van Qabana gaf niet duidelijk aan wat ze deden, dus liep het een tweede opdracht van een bestaande klant mis.

Tijdens het gesprek met de opdrachtgever werd duidelijk dat de beschreven 90% bij voorkeur uit de regio Den Haag komt. Qabana gaat graag persoonlijk met zijn klanten om en dat wordt lastiger op het moment dat een klant uit bijvoorbeeld Friesland komt. Daarom is er voor gekozen om de toekomstige site te richten op opdrachtgevers uit de regio Den Haag.



Afbeelding 11 Regio Den Haag

Ook is duidelijk geworden dat er een manier moet worden gevonden om zzp'ers niet af te schrikken en dat grote bedrijven Qabana wel als een serieuze partij zien. Grotere bedrijven zijn vaak langer actief en weten meer hoe het werkt als je een opdracht geeft aan derden. Zzp'ers beginnen misschien net, en laten voor het eerst in hun leven en website (één van Qabana's diensten) maken. Deze 2 groepen zijn dus verschillend, maar belangrijk is dat ze beide worden aangesproken.

Omdat ik graag meer wilde weten over hoe de beoogde doelgroep er uit zag, koos ik er voor om na het gesprek een analyse op te stellen. Binnen de methode van JJG wordt dit ook geadviseerd en worden er in het hoofdstuk "The Strategy Plane" handvatten gegeven om een dergelijk onderzoek te starten.

Uiteindelijk heb ik drie doelgroepenanalyses opgesteld. Binnen de eerste versie had ik gekozen om de groep zzp'ers en bedrijven te analyseren. Ik heb onderzocht wat de zzp'ers leveren, van hun leeftijd is, hun geslacht, opleidingsniveau en hoeveel zzp'ers actief zijn binnen de regio Den Haag. Door deze punten te onderzoeken heb ik kunnen vaststellen wat voor projecten er getoond moeten worden binnen de portfolio pagina en wat de woordkeuze moet zijn op de toekomstige website.

Uit het onderzoek is gebleken dat het opleidingsniveau van de groep zzp'ers voor 'slechts' 17% (Statistiek, 2015) bestaat uit laag opgeleiden. Hierdoor hoeft er minder gelet te worden op de woordkeuze. Echter moet jargon wel ontweken worden, omdat er niet vanuit kan worden gegaan dat zij begaan zijn met de stof van een webontwikkelaar.

Omdat bij gesprekken met Qabana en tijdens de concurrentieanalyse in sprint 1 naar voren is gekomen dat er een portfolio op de pagina gemaakt moet worden, wilde ik weten wat de zzp'ers leverden. Uit onderzoek kwam naar voren dat 77% (Statistiek, 2015) van de zzp'ers diensten leveren en geen producten. Hieruit heb ik kunnen concluderen dat het verstandiger is om binnen het portfolio geen projecten te tonen die laten zien hoe Qabana een webshop maakt.

Jan-Pieter de Bakker


"Offline groei in niet, omdat ik online tekort schiet"

Leeftijd: 39
Beroep: Personeelsadviseur

Jan-pieter is gespecialiseerd in het opstellen van een personeel- en organisatiebeleid. En adviseert bedrijven graag bij beslissingen omtrent personeel. Dit doe Jan-Pieter al enige tijd, maar wil grotere klussen kunnen aan nemen dan dat hij doet. Hij heeft het idee dat hij niet goed door zijn website vertegenwoordigd wordt, waardoor grotere bedrijven hem niet als een serieuze partij zien.

Zelf heeft Jan-Pieter een smartphone en een laptop, maar is niet heel gedreven in het online verhaal. Hij heeft wel een redelijk idee wat er online zou moeten verschijnen, maar wil toch graag hulp van een professionele partij die ook zijn website kan ontwikkelen.

Afbeelding 12 Persona uit eerste versie van doelgroep analyse

Door geslacht, opleidingsniveau, leeftijd en omvang van de groep te onderzoeken, had ik voor mijzelf een goede basis gecreëerd om persona's op te stellen. Door persona's op te stellen maakte ik de doelgroep 'tastbaar'. Voor mijn gevoel was het prettiger om een 'menselijk' aspect te hebben binnen het ontwerpproces wat ging volgen. In afbeelding 12 is de eerste versie te zien van een door mij opgesteld persona.

Met de doelgroepenanalyse ben ik naar mijn opdrachtgever gegaan om hem te presenteren. De opdrachtgever gaf na het lezen aan dat ik de doelgroep niet goed beschreven had. Nadat ik direct met hem in gesprek was aangegaan om duidelijkheid te krijgen over wat hij dan voor ogen had, veranderde de doelgroep grotendeels. De opdrachtgever gaf aan dat de mensen die aangesproken moeten worden door de toekomstige website al een idee hebben bij Qabana. Qabana wil zich richten op mensen die al reeds van het bedrijf hebben gehoord. Qabana wil zich op deze groep richten, omdat er anders veel tijd moet worden gestoken in offertes opstellen, waaruit vervolgens geen opdracht komt.

De opdrachtgever gaf aan dat het in het verleden vaak is voorgekomen dat er offertes werden gemaakt voor onbekende mensen. Vervolgens kreeg Qabana de opdracht niet waardoor ze hebben besloten om voor 'bekenden' te werken. Bij de eerste gesprekken rondom de doelgroep is bovenstaande informatie niet verteld. Waarom de opdrachtgever dit mij later vertelde is mij niet duidelijk geworden, maar door deze verandering heb ik de doelgroepenanalyse aangepast.

De informatie zoals het in de eerste versie van de analyse stond was niet foutief, want Qabana wil nog steeds dezelfde groep aanspreken: zzp'ers en bedrijven. Echter was het nu wel van belang om meer informatie te verzamelen over de selecte groep die het prototype moeten gaan aanspreken.

Om dit te kunnen gaan doen heb ik er voor gekozen om de persona's aan te vullen met scenario's, ook wel "user stories" genoemd. Dit heb ik geplaatst in een 2^e versie van de doelgroepenanalyse en is te zien in afbeelding 13. Ik koos er

Jan-Pieter de Bakker
Jan-Pieter is nu al een tijdje opzoek naar een goed manier om zich online te 'verkopen'. Dit wil hij doen op een website. Vrienden van JP weten dat hij zich hier druk over maakt. Ron, één van zijn beter vrienden heeft hem gewezen op Qabana. Ron heeft ooit een website laten maken door Qabana voor zijn bedrijf nadat hij was getipt door een oud collega.

Afbeelding 13: Eén scenario uit de 2^e versie van de doelgroep analyse

voor om scenario's te schrijven om in de huid te kruipen van mijn doelgroep. Door het wie, wat en waarom te beantwoorden binnen de persona en scenario's kunnen er functionele eisen worden opgesteld. Van daaruit kan er vervolgens

ontworpen en gebouwd worden.

Met de tweede versie van de analyse ben ik naar de opdrachtgever gegaan, om te vragen of dit een duidelijk beeld gaf. Door de doelgroep in de analyse te beschrijven en scenario's aan deze groep te koppelen, had ik voor mijn gevoel een beeld bij hoe de groep er uit zag. De opdrachtgever gaf echter aan dat de scenario's wat hem betreft te bondig waren. In het verleden heeft mijn opdrachtgever ook scenario's gemaakt en hij wees mij op punten die verbeterd moesten worden. Hij ziet graag dat het scenario het complete verhaal vertelt van probleemherkenning, tot contact met Qabana. Op deze manier word je gedwongen om na te denken over alle contactmomenten tussen klant en bedrijf, waardoor je een idee krijgt bij hoe een klant Qabana's website ziet. Ook gaf hij mij een bron waarin duidelijk staat uitgelegd hoe een scenario gemaakt kon worden. Binnen deze bron werden 10 stappen getoond die doorlopen konden worden bij het opstellen van scenario's (Pichler, 2010). De opdrachtgever gaf aan dat als ik een scenario aan de hand van deze stappen opleverde dat het goed zou zijn. Omdat de opdrachtgever aangaf dat ik dit kon gebruiken ben ik er vanuit gegaan dat dit een betrouwbare bron was. Zelf ben ik later nog naar

alternatieven gaan zoeken, maar deze kwamen vaak in de buurt waardoor ik bevestiging kreeg over de betrouwbaarheid.

De opdrachtgever zag graag dat ik een derde versie van de analyse opleverde, met daarin volledige scenario's. Terwijl ik luisterde wat mijn opdrachtgever te zeggen had, moest ik hem gelijk geven. Bij de originele scenario's werden er stappen in het proces overgeslagen, waardoor de route van een (toekomstige) klant niet goed vast lag.

Na de feedback vroeg ik aan mijn opdrachtgever of ik in contact kon komen met bestaande klanten van Qabana. De bestaande klanten zijn ook ooit in aanraking gekomen met Qabana, omdat dat ze 'via via' van het bedrijf hadden gehoord. Ik had het idee dat als ik met hen in gesprek kon gaan over hun ideeën, dat ik dan de wensen en behoeftes direct bij de doelgroep kon achterhalen.

Ik stelde voor om eerst de klanten te benaderen met een enquête met als doel om een beeld te krijgen over de wensen en behoeftes die de doelgroep heeft. En als tweede doel om de doelgroep te informeren dat er een website in ontwikkeling is waarin hun ideeën mee kunnen worden genomen. Mijn plan was om een eventuele enquête af te sluiten met de vraag of ze bereid waren om deel te nemen aan een interview. Bij een interview zou ik namelijk dieper op antwoorden kunnen ingaan die zijn gegeven bij de enquête.

Mijn opdrachtgever gaf aan dat ik met bestaande klanten in contact mocht komen, mits ik met een goede enquête zou komen. De opdrachtgever zag liever niet dat zijn klanten werden lastiggevallen met niet goed uitgedachte vragen. Hierom besloot ik om eerst een derde versie van de doelgroepenanalyse te maken, en vervolgens de enquête. Op die manier maakte ik eerst hetgeen af waarmee ik begonnen was om vervolgens naar het volgende te gaan.

Jan-Pieter de Bakker

Jan-Pieter is nu al een tijdje op zoek naar een goede manier om zich online te 'verkopen'. Dit wil hij doen op een website. Vrienden van JP weten dat hij zich hier druk over maakt. Ron, één van zijn betere vrienden heeft hem gewezen op Qabana. Ron heeft ooit een website laten maken door Qabana voor zijn bedrijf nadat hij was getipt door een oud collega. Bij het horen van deze goede referentie bezocht JP de website van Qabana om te kijken wat hun diensten zijn. Naast Qabana's diensten heeft JP ook het portfolio het portfolio bekeken waardoor hij erg enthousiast werd. Het tijdstip dat JP de website bekend viel buiten de openingstijden dus contact opnemen zat er voor vandaag niet meer in. JP houdt niet van email contact, omdat het hem nog niet gelukt is om deze functie op zijn smartphone te laten werken, wil hij telefonisch contact. Om zo snel mogelijk in gesprek te kunnen gaan heeft JP zijn nummer op de website achter gelaten, zodat Qabana met hem contact op kan nemen.

- Gebruiker wil concrete diensten van het bedrijf in zien, zodat hij kan inzien of het bedrijf levert wat hij zoekt.
- Gebruiker wil online een offerte kunnen aanvragen, zodat er sneller afspraken tussen de klant en bedrijf gemaakt kunnen worden.
- Gebruiker wil een 'bel mij terug' functie op de website, zodat hij voor zijn gevoel zo snel mogelijk in contact komt met het bedrijf.
- Gebruiker wil openingstijden kunnen zien, zodat hij kan bepalen of contact opnemen voor die dag nog zin heeft.

Afbeelding 14 én scenario uit de derde versie van de doelgroep analyse

'Bijlage B. De uitgevoerde onderzoeken: doelgroepsanalyse sprint 2', een duidelijk beeld is bij hoe de doelgroep er uit zag. Door de persona's en scenario's was er ook een beeld bij de wensen en behoeftes van de doelgroep. Echter vond ik dat dit nog beter kon, waardoor ik zoals eerder vermeld, een enquête wilde opstellen.

Na het aanpassen van de scenario's, waarvan er één is te zien in afbeelding 14, kreeg ik groen licht om de enquête op te stellen. De scenario's hadden we namelijk gezamenlijk doorgenomen en we kwamen tot de conclusie dat er door de oplevering van de derde versie van de doelgroepenanalyse, die te zien is in de externe bijlage;

Op dit moment liep ik achter op mijn planning. Het was de bedoeling dat ik deze sprint een test zou inrichten, maar ik koos er voor om eerst de doelgroep duidelijk te krijgen. Om uit deze sprint toch nog een nieuwe versie van een prototype te kunnen opleveren heb ik een nieuwe planning opgesteld. Eerst zou ik een enquête opstellen. Vervolgens wilde ik tijdens het afwachten van de reacties de scope plane doorlopen. Ik wilde dan de websitespecificaties baseren op de gemaakte scenario's uit de doelgroepenanalyse.

Ik hoopte dat er vanuit de enquête reactie zou komen van respondenten die wilden deelnemen aan een interview. De gegevens van het interview wilde ik dan verwerken tijdens sprint 3. Eind sprint 3 zou ik een prototype opleveren die volledig gebaseerd zou zijn op de feedback van respondenten en de afgenomen enquêtes.

Mocht de opdrachtgever geen goedkeuring geven voor de door mij opgestelde enquêtes, zou ik een voorstel doen om ze samen te maken. De opdrachtgever had aangegeven dat hij wilde helpen als dit nodig zou zijn, dus ik verwachtte dat hij hiermee (het samen opstellen van enquêtes) akkoord zou gaan.

Voor ik startte met het opstellen, begon ik met het zoeken naar bronnen die konden helpen bij het opstellen van een enquête. Bij de zoektocht naar een methode had ik dezelfde eisen als bij de keuze voor een projectmethode. De stappen binnen methode moeten op een duidelijke en betrouwbare manier getoond worden.

Bij het volgen van het blok "C-7" gebruikten we het boek; 'Wat is onderzoek', dat in afbeelding 15 is afgebeeld. Binnen dit boek worden verschillende methodes uiteengezet voor het opstellen van een enquête. Ik heb er voor gekozen om dit boek ook bij dit project te gebruiken, omdat ik hier al reeds mee gewerkt had, en de stappen binnen de methodes duidelijk werden weergegeven.

Voor mij betekent 'duidelijk', dat de informatie die wordt getoond in een bron wordt uitgelegd. Ook is het in mijn ogen belangrijk dat er aan wordt toegevoegd hoe de gegeven informatie binnen de bron toegepast kan worden in de praktijk.



Afbeelding 15 Het gebruikte boek bij opstellen enquête (Verhoeven, Wat is onderzoek, 2014)

Om te beginnen heb ik een probleemstelling en doelstelling opgesteld. Vervolgens is de methode van de enquête beschreven en daarna heb ik de enquêtevragen opgesteld. Ik heb gekozen voor deze volgorde omdat elke vraag van de enquête zo kan ingericht worden, dat er bij elk antwoord de doelen dichterbij komen, zoals in afbeelding 16 is te zien.

4. Doelstelling van de enquête

De enquête heeft 2 doelstellingen.

1. Na het terug nemen en analyseren van de enquêtes een beeld hebben bij wat voor informatie van belang is op de Qabana website in de ogen van onze doelgroep.
2. Inventariseren in hoeverre de bestaande klant bereidt is om in een verder stadium van het project zichzelf beschikbaar te stellen voor een dieper gaand onderzoek.

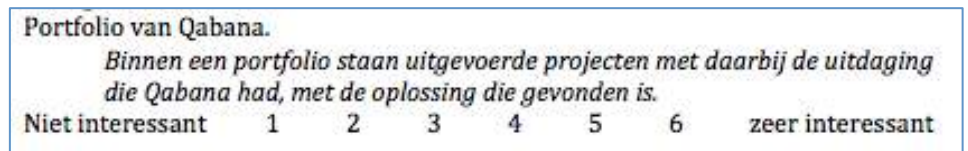
Afbeelding 16 de doelstelling van de enquête

Omdat ik de klanten van Qabana niet ken wilde ik graag met de eerste paar vragen een beeld krijgen bij de klant die de enquête invult. De eerste vraag heb ik ingericht om te controleren of de respondent Qabana wel echt kent. Als het antwoord nee zou zijn, paste de respondent niet in de doelgroep en kon ik de enquête niet gebruiken.

Vervolgens wilde ik graag weten of de respondent wist welke producten en/of diensten Qabana leverde. Door deze vraag te stellen kon ik bepalen hoe goed de respondent Qabana als bedrijf kende. Mocht het tot een interview komen kon ik terugkomen op deze vraag en achterhalen waar zij het antwoord op baseerden en of de diensten duidelijk moeten worden gemaakt binnen een nieuwe versie van het prototype.

Hierna had ik een vraag genoteerd die de insteek had om er achter te komen wat voor klant de respondent was. Viel hij/zij in de groep zzp'ers of in de groep bedrijven. Bij veel reactie zou ik dan kunnen bepalen of zzp'ers andere behoeftes hebben dan bedrijven.

Vanaf vraag 4 koos ik er voor om meerdere vragen te stellen waarvan het antwoord viel in een meerpuntsschaal, zoals hij in afbeelding 17 te zien is (Verhoeven, 2014). Ik had er voor gekozen om alle mogelijke pagina's op de website te vermelden. Bij elke pagina kon de respondent dan aangeven of hij/zij de pagina niet interessant vond of juist wel; op een schaal van 1 tot 6. Er is gekozen voor een schaal van 6, omdat er in het boek van Verhoeven (2014) wordt aangegeven dat hier onderzoek naar is gedaan. Het is gebleken als er een oneven schaal wordt gebruikt, dat respondenten het middelste punt (neutraal) beschouwen als 'weet ik niet'.



Portfolio van Qabana.							
<i>Binnen een portfolio staan uitgevoerde projecten met daarbij de uitdaging die Qabana had, met de oplossing die gevonden is.</i>							
Niet interessant	1	2	3	4	5	6	zeer interessant

Afbeelding 17 Een vraag met een meerpuntschaal

De pagina's die de respondenten bij vraag 4 voorgelegd krijgen, zijn alleen pagina's waar ik, samen met de opdrachtgever op ben gekomen. Deze zijn gebaseerd op de pagina's die ik tegen ben gekomen bij het concurrentieonderzoek en op basis van de gesprekken met de opdrachtgever in sprint 1.

Omdat ik ook graag wilde weten of de respondenten zelf nog een pagina, of onderdeel voor het prototype in gedachten hadden koos ik voor een open vraag; *"Wat zijn volgens u essentiële onderdelen binnen de website van een webdeveloper?"*

Om de enquête af te sluiten stelde ik de vraag of ik de respondent mocht benaderen in een verder stadium van een onderzoek.

Vervolgens had ik bepaald hoe ik de enquête bij de respondenten wilde laten komen;

Binnen het boek worden vier manieren om enquêtes te verspreiden uiteengezet (Verhoeven, 2014);

- Schriftelijke (post)enquêtes
- Telefonische enquêtes
- Face-to-face enquêtes
- Internet enquêtes

Schriftelijke (post)enquêtes

Schriftelijke enquêtes waren geen optie, omdat dit te lang zou duren. Ook vond ik dat het sturen van schriftelijke enquêtes niet paste bij een bedrijf dat gespecialiseerd is in 'online'.

Telefonische enquêtes

Telefonisch is naar mijn mening niet de beste manier voor dit onderzoek. Door mensen te bellen overval je ze en komt het misschien niet uit. Ook zou dit voor mij teveel tijd kosten waardoor de oplevering van de website specificaties in gevaar zou komen.

Face-to-face enquêtes

Omdat ik het face-to-face gedeelte van mijn onderzoek zou zijn na de enquête vond ik dit geen optie. Het idee was dat mensen de enquête invullen en tijdens het interview hun antwoorden besproken worden. Naar mijn mening kan er rustiger met mensen worden gepraat als zij van te voren op de hoogte zijn van de onderwerpen. Ze hebben er al over kunnen nadenken bij het maken van de enquête.

Internet enquêtes

Naar mijn mening is dit de beste optie, dus heb ik hier ook voor gekozen. De respondenten kunnen de enquête op hun eigen snelheid, en op het door hen zelf bepaalde moment maken. De tijd dat ik wachtte, kon ik dan gebruiken om de website specificaties te maken.

Na de keuze voor een internet enquête heb ik bepaald wat de duur van de enquête zou zijn en wat het budget was. Ook wilde ik graag bepalen wat mijn response verachting was. Op deze manier kon ik bepalen hoeveel enquêtes ik moest rondsturen voor een valide uitslag.

Ik koos er echter eerst voor om mijn werk aan de opdrachtgever te presenteren. Ik had een vermoeden dat ik geen toegang zou krijgen tot de gehele database van klanten. En hierdoor zou ik misschien te weinig contactgegevens krijgen van de opdrachtgever zelf. Een onderzoek naar de hoeveelheid benodigde respondenten wilde ik hierom uitstellen tot na mijn presentatie.

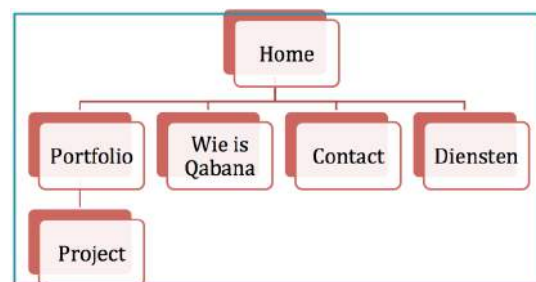
De opdrachtgever was positief over mijn gedane werk en stuurde 9 contactgegevens van klanten op. Omdat ik wist dat Qabana meer dan 100 klanten had, gaf ik aan dat dit niet voldoende was. Toch gaf mijn opdrachtgever

aan dat ik het hiermee moest doen. Ik probeerde hem nogmaals te overtuigen met het argument dat de respons niet 100% zal zijn en er een X aantal reacties moet zijn voordat het onderzoek valide is. De opdrachtgever gaf aan dat hij de verwachting had dat er veel (100%) reactie zou komen, omdat Qabana een goede band heeft met de klant. Er was geen ruimte voor discussie waarop ik besloot om mijn 'hoop' te richten op de volgende stap binnen het onderzoek; het interview. Pieter gaf aan dat hij reeds met klanten had gesproken en hun verteld had over het project waarmee ik bezig was. Hij gaf aan dat de mensen enthousiast waren en bereid waren om mee te doen aan een onderzoek.

Met deze informatie heb ik de paragrafen; "aantal enquêtes" en "response verwachting" geschreven. Deze zijn te lezen binnen in het de externe bijlagen; 'Bijlage B. De uitgevoerde onderzoeken: Enquête'.

Nadat ik de enquête verstuurd had via de mail naar 9 personen ben ik begonnen om de website specificaties op te stellen, die terug te lezen zijn in de externe bijlagen; 'Bijlage D. De opgeleverde website specificaties: website specificaties'. Zoals eerder vermeld heb ik dit gedaan aan de hand van de scope plane en zijn de content vereisten binnen het document gebaseerd op de scenario's uit de doelgroepenanalyse.

Door dit document op te stellen kon ik vanuit deze informatie beginnen met het opstellen van de sitemap, die is terug te vinden in de externe bijlagen; 'Bijlage C. De opgestelde sitemaps: Sitemap sprint 2'. Binnen deze sitemap, is ten opzichte van de eerste sitemap uit sprint 1, de pagina 'diensten' toegevoegd zoals in afbeelding 18 is te zien.



Afbeelding 18 De tweede versie van de sitemap.

Bij het opstellen van de scenario's kwam naar voren dat de klant er waarde aan hecht om te kunnen zien wat Qabana te bieden heeft. Zo kan een klant controleren of de diensten, waarnaar hij of zij op zoek is, inderdaad worden geleverd door Qabana.

Na het opstellen van de sitemap was de deadline voor de enquêtes daar. Voordat ik begon met ontwerpen koos ik er voor om eerst naar de ingevulde enquêtes te kijken.

De enquête was vier keer ingevuld en iedere respondent gaf ook aan om mee te willen werken met verder onderzoek. Van de opgestelde doelstellingen is er één niet gehaald, omdat de response te laag was. Het doel: *"Inventariseren in hoeverre de bestaande klant bereid is om in een verder stadium van het project zichzelf beschikbaar te stellen voor een diepergaand onderzoek."* was wel gehaald, namelijk vier.

Na de resultaten door te hebben genomen heb ik direct contact opgenomen om hen te bedanken en hen uit te nodigen voor een interview. Bij het mailen van de respondenten bleek dat één respondent de enquête twee keer had verstuurd. Dit betekende dat er 3 mensen de enquête hadden ingevuld.

Alle respondenten reageerden positief op mijn verzoek en gaven aan begin volgende week te kunnen afspreken. Voor mij zou dat dan week één van sprint 3 zijn. Omdat het toevallig zo uitkwam dat elke respondent begin sprint 3 beschikbaar was voor een interview, koos ik er voor om in sprint 3 een prototype op te leveren die ontwikkeld was aan de hand van de wensen van de doelgroep. Binnen deze sprint zou ik dan een prototype opleveren dat klikbaar was op zowel mobiel, als desktop en dat gebaseerd was op de informatie die ik toen had.

Met dit voorstel ben ik naar mijn opdrachtgever gegaan. Hij gaf aan dat dit een goed idee zou zijn. Door dit te doen zou er in sprint 3 een prototype opgeleverd kunnen worden dat volledig voldeed aan de wensen van de doelgroep. In overleg zijn we het eens geworden om deze sprint alleen de homepage na op te leveren die volledig klikbaar moest zijn. Het navigatiemenu behoorde wel te werken en alle pagina's moesten bij oplevering aan het eind van deze sprint 2 bestaan. Echter hoefden de pagina's, op de homepage na, geen inhoud te hebben.

Na dit overleg heb ik een ontwerp gemaakt voor de homepage. Omdat ik de designs nog in Photoshop had staan van de eerste sprint, en omdat het niet erg zou veranderen, koos ik er voor om het schetsen over te slaan. Door direct te werken in Photoshop bespaarde ik veel tijd. Ook de opdrachtgever gaf aan dat hij nieuwe schetsen niet nodig vond.

Ik heb er voor gekozen om binnen dit prototype 2 knoppen boven aan de pagina toe te voegen zoals op afbeelding 19 is te zien. Omdat de doelgroep bestaat uit mensen die de website gebruiken om contact te zoeken met Qabana, heb ik een contact- en adresbutton bovenin geplaatst. Door deze buttons over de foto te laten vallen, springen deze gelijk in het oog.



Afbeelding 19 De toegevoegde contact en adres button

Doordat de doelgroep redelijk goed weet wat Qabana is en wat ze doen, heb ik er voor gekozen om naast een algemeen verhaal over diensten, ook puntsgewijs te noteren wat het bedrijf doet. Op deze manier kan de bezoeker in één oogopslag

zien of ze inderdaad op de website zijn van het bedrijf dat hen was 'aangeraden'. Hoe dit er uit ziet is te zien op afbeelding 20.



Afbeelding 20 Diensten op de home pagina

Het idee van het portfolio gedeelte op de home pagina en de footer is onveranderd gebleven. Binnen het nieuwe prototype behoren deze alleen moeten worden weergegeven op het formaat van een desktop. Voordat ik begon met bouwen heb ik een ontwerprapport opgesteld. Dit heb ik gedaan om deze als handleiding te kunnen gebruiken bij het bouwen. Dit ontwerprapport is terug te lezen in de externe bijlagen; 'Bijlage E. De opgeleverde ontwerprapporten: ontwerprapport sprint 2'.

§5.4 Oplevering van het tweede prototype

Op de laatste dag van sprint 2 had ik het prototype opgeleverd op de manier zoals ik met de opdrachtgever had afgesproken. Alleen de homepagina was volledig gebouwd en doorklik baar op zowel de mobiel als desktop. De overige pagina's bleven op mobiel on aangepast en op de desktop waren wel aanwezig, maar niet naar behoren. In de externe bijlagen; 'Bijlage F. De screenshots van opgeleverde prototypen: Prototype sprint 2' is het screenshot te zien van het prototype zoals hij op de desktop weergegeven wordt.

De opgestelde doelstelling bij de start van de sprint was niet gehaald. Dit is wel in overleg in de opdrachtgever gegaan. Omdat er voor gekozen was om in de volgende sprint een prototype op te leveren naar de wensen van de doelgroep, is de doelstelling niet gehaald.

Binnen de volgende sprint (sprint 3) zou volgens het PvA de gebruiksvriendelijk centraal staan. Omdat dit heel goed te combineren is met het bouwen vanuit de wensen van de doelgroep, was de verwachting dat dit geen problemen zou opleveren. De afspraken waren al gemaakt met de klanten voor de afnamen van een interview. Hier zou dus geen tijd aan besteed hoeven worden en zou geen probleem vormen bij de planningsmeeting van sprint 3.

6. Beschrijving van proces sprint 3

Binnen dit hoofdstuk staat beschreven wat voor activiteiten zijn uitgevoerd binnen sprint 3 en wordt er verantwoording afgelegd voor de gemaakte keuzes. Om te beginnen is de doelstelling van deze sprint te lezen die samen met de SCRUM master is opgesteld tijdens de planningsmeeting. Vervolgens is verantwoord aan welke beroepstaken ik gewerkt heb sprint 3. Ten derde staan de gemaakte keuzes tijdens deze sprint verantwoord en tot slot staat beschreven wat voor prototype is opgeleverd.

§6.1 De opgestelde doelstelling van sprint 3

Tijdens de vorige sprint was het de bedoeling dat er een prototype opgeleverd zou zijn die naar de wensen en behoefte van de doelgroep ingericht was. Dit doel was echter niet gehaald. Omdat ik de kans kreeg om tijdens deze sprint (sprint 3) in gesprek te gaan met de doelgroep was er voor gekozen om de doelstelling van sprint 2 te verplaatsen naar deze sprint.

Tijdens de planningsmeeting is er besloten om een doelgroepsanalyse op te leveren en aan de hand daarvan een ontwerp te maken en vervolgens te gaan bouwen. Het ontwerp zou dan gebaseerd zijn op de uitkomsten van de analyse. Omdat er al een goede basis HTML geschreven was en het er naar uit zag dat we veel feedback zouden krijgen van de doelgroep, wilde ik toe werken naar een versie die live gezet kon worden. Als de website live zou staan konden er eventueel ook testen worden opgestart. Ik zat te denken A/B testen, of feedback te vragen aan de bezoeker.

Het thema van de volgende sprint was “vormgeving / usability expert”. Pieter had al aangegeven dat ik met iemand om de tafel kon gaan zitten om naar de vormgeving te kijken. Als de website live zou staan kon deze expert in vormgeving en usability alvast kijken wat het uiterlijk van de site zou zijn. Bij een eventuele afspraak konden we meteen aan de slag gaan.

De doelstelling van deze sprint;

Binnen 10 werkdagen een doelgroep analyse opleveren en aan de hand van de wensen en behoeftes een prototype opleveren en online te zetten die hierop is ingericht.

§6.2 De gedemonstreerde beroepstaken tijdens sprint 3

De beroepstaken die binnen deze sprint gedemonstreerd zijn:

Opstellen doelgroepanalyse.	✓
(Usability)-tests uitvoeren.	✗
Vormgeving toepassen.	✗
Ontwikkelen prototype.	✓

Zoals hiernaast is te zien is er tijdens sprint 3 gewerkt aan 2 beroepstaken. Door ontwikkelingen tijdens de sprint heb ik geen tests uitgevoerd, en heb ik geen

vormgeving toegepast die gebruikt zijn binnen het prototype die deze sprint is opgeleverd. Binnen §6.3 is te lezen hoe er aan de beroepstaken is gewerkt tijdens sprint 3.

§6.3 Keuze verantwoording van sprint 3

Tijdens de planningsmeeting is er een planning gemaakt zoals hij in de planningstabel hiernaast is te zien. Ik had er voor gekozen om de maandag te besteden aan het verwerken van de terug gekregen enquêtes. Mijn plan was om tijdens de interviews met de respondenten de gegeven antwoorden op de enquête door te nemen.

Week 5 Sprint 3	<u>Maandag:</u> Sprint planning Opstellen interview Verwerken enquête <u>Dinsdag:</u> Afnemen interview Verwerken interview <u>Woensdag:</u> Afnemen interview Verwerken interview <u>Donderdag:</u> Afnemen interview Verwerken interview <u>Vrijdag:</u> Verwerken interview Opstellen sitemap Schetsen voor desktop	Week 6 Sprint 3	<u>Maandag:</u> Bedrijfsbezoek docent Schetsen voor desktop <u>Dinsdag:</u> Opstellen ontwerprapport Bouwen prototype <u>Woensdag:</u> Bouwen prototype <u>Donderdag:</u> Analytics toevoegen Bouwen prototype <u>Vrijdag:</u> Bouwen prototype
---------------------------	--	---------------------------	---

Planningstabel sprint 3

De dagen die volgde zou ik per dag één interview hebben. Deze stonden alle geplant in de ochtend, zodat ik in de middag de mogelijkheid had om deze te verwerken. Door dit direct te doen na het interview kon ik de dag na het laatste interview alle informatie samenvoegen om een conclusie te trekken en door te gaan met de volgende stap binnen het project.

Zoals tijdens de planningsmeeting is vastgesteld begon ik met het analyseren van de terug gekregen enquêtes. Tijdens sprint had ik hier als kort naar gekeken, waarna ik afspraken met respondenten had gemaakt. Toen was al duidelijk dat de doelstelling “Na het terug nemen en analyseren van de enquêtes een duidelijk

Contactgegevens van Qabana.	
3:	25%
6:	75%
Gemiddelde: 5.25	

Afbeelding 21 verwachting van contactgegevens

beeld hebben bij wat voor informatie van belang is op de Qabana website in de ogen van onze doelgroep.” niet gehaald was, door de weinige reacties. De getrokken conclusie was dan ook dat de weinige reacties niet hebben geleid tot een goed beeld bij de wensen van de doelgroep.

Ik koos er wel voor om alle antwoorden bij elkaar te zetten om een gemiddelde schaal te bepalen, waarvan in afbeelding 21 een voorbeeld is te zien. Dit voorbeeld komt uit de externe bijlagen; ‘Bijlage B. De uitgevoerde onderzoeken: Enquête’. Mocht ik er voor kiezen om in de toekomst nogmaals de zelfde enquête te verspreiden, had ik deze antwoorden al.

Na het verwerken van de enquête, wat niet veel tijd had gekost, begon ik met het voorbereiden van de interviews. Om een goed interview te kunnen doen, wilde ik eerst onderzoek doen naar wat voor methodes er zijn voor uit houden van een interview. Dit onderzoek is te bekijken in de externe bijlagen ‘Bijlage B. De uitgevoerde onderzoeken: Doelgroepsonderzoek sprint 3’.

Om een start te maken stelde ik een probleemstelling. Er was op dat moment geen idee bij hoe de website er uit zou moeten komen te zien om de klant te kunnen aanspreken, Daarom koos ik er voor om de volgende probleemstelling op te stellen; *“Op dit moment is het niet duidelijk wat precies de wens is van de klant. Hierdoor is het op dit moment niet mogelijk om een website te ontwerpen die aansluit bij de behoefte van de klant.”*

Na de probleemstelling heb ik een doelstelling opgesteld. Bij het kiezen voor een partij zoals Qabana, is er een aankoopproces vooraf is gegaan. Naar mijn mening kan je een website goed indelen naar de wensen en behoefte van de klant, als je weet hoe het proces er bij hen uit ziet. Daarom koos ik er voor om als doel van het interview inzicht te krijgen van het koopbeslissingsmodel van onze doelgroep.

Na het de interviews wilde ik inzicht hebben in hoe de stappen binnen het koopbeslissingsmodel, zoals ze in het boek "Principes van Internetmarketing" beschreven stonden, er uit zag bij de doelgroep. Ik koos er voor om aan het model uit dit boek vast te houden, omdat dit model was ingericht op de 'online' klant. En omdat ik een product op behoorde te leveren die de klant online moest aanspreken, vond ik het goed aansluiten bij mijn onderzoek.

Binnen dit model zijn 6 'fases' (Chaffey, Ellis-Chadwick, Broekhoff, & Zweers, 2012) die een klant doorgaat. De eerste fase was niet interessant voor mijn onderzoek. Binnen deze fase; "Onbewust van behoefte", heeft de klant voor zijn/haar gevoel geen probleem en onderneemt geen actie. Het gedrag van de vanaf fase 2 was wel interessant voor mijn onderzoek. Op dat moment is er is er probleem herkenning en begint de weg naar het zoeken van een oplossing.

Om een methode te bepalen voor de juiste manier van interviewen heb ik wederom het boek "Wat is onderzoek" gebruikt. Hierin worden manieren van interviewen uiteengezet en uitgelegd. Tijdens het interview wilde ik het aankoopmodel van de respondent achterhalen en wilde ik de ingevulde enquête doornemen. Wat ik erg belangrijk vond was dat de respondent aan het woord zou zijn en dat ik, de interviewer, alleen onderwerpen aankaart en door vroeg. De methodes die worden aangegeven binnen het boek waren (Verhoeven, Interview, 2014):

- Het ongestructureerd(e) interview
- Het open interview
- Het half-gestructureerde interview
- Het gestructureerde interview

Bij het bekijken van deze methodes heb ik gekozen om te werken aan de hand van een open interview. Een open interview werkt goed op het moment als je een kleine groep ondervraagt. Door open interviews kan je de beleving, motieven en belevingen achterhalen van je doelgroep. Ook word in het boek aangegeven dat deze methode goed is voor het verzamelen van nieuwe informatie. Wel werd in het boek aangegeven dat het verwerken van de resultaten veel tijd zou kosten, maar daar had ik al rekening mee gehouden tijdens het opstellen van de planning.

Bij een open interview moet er een topic lijst aanwezig zijn. De lijst die ik dan zou aanhouden waren de fases binnen het aankoop model waar ik vragen over zou stellen.

De overige methodes die worden aangegeven in het boek pasten naar mijn gevoel niet bij het interview wat ik wilde houden. Bij de methode "open interview" heeft de onderzoeker (de interviewer) de ruimte om in te spelen op

de situatie. Bij de overige methodes heeft de onderzoeker die ruimte niet. Omdat ik de geïnterviewde vrij wilde laten in het geen wat ze zouden zeggen, wilde ik ze niet stoppen in hun verhaal, omdat dit niks toevoegde aan mijn onderzoek. Ik denk dat je de beste antwoorden krijgt als een geïnterviewde zich op zijn gemak voelt en het idee zou hebben dat er geïnteresseerd geluisterd zou wordt.

Mijn volgende stap was om mezelf voort berijden op de antwoorden die de geïnterviewde zou kunnen gaan geven. Op deze manier kon ik zien wat mij te wachten stond en alvast nadenken over eventuele volgende vragen. Ik ben samen met de opdrachtgever het koopbeslissingsmodel gaan doorlopen, om aan de hand hiervan de hoofdvraag en deelvragen op te stellen. Bij het doorlopen van het model kwamen er vragen naar voren over keuzes die een klant moet maken binnen de aanloop naar een aankoop. De opgestelde deelvragen zijn;

- Was het duidelijk wat de oplossing was voor het probleem?
- Wat waren de eerste stappen na de probleem herkenning? -Wat zijn informatie bronnen waar het meest waarde aan gehecht wordt bij het oriënteren?
- Naar welke onderdelen wordt er gekeken op een bedrijfssite.
- Op welke manier worden verschillende bedrijven vergeleken?
- Wat zijn redenen om over te gaan tot aankoop
- Is er behoefte aan contact tussen klant en bedrijf na aankoop?

Bij de beantwoording van deze deelvragen zou vervolgens de opgestelde hoofdvraag beantwoord kunnen worden: "Hoe heeft het aankoopproces er uit gezien bij het kiezen voor Qabana?".

Na het opstellen van de bovenstaande vragen heb ik er voor gekozen om interview vragen te maken;

- Wat zijn is de eerste stap die u zet bij het zoeken van een oplossing voor uw probleem?
- Wanneer zijn momenten dat u de website bezoekt?
- Waar let u op als u verschillende partijen vergelijkt?
- Wat zijn essentiële onderdelen op een website voor van een web ontwikkelaar?
- Op welke manier zou u op de hoogte willen worden gehouden door Qabana?
- Wat vindt u goed/slecht aan dit portfolio

Ik had de verwachting dat bovenstaande vragen automatisch beantwoord zouden worden als het koopbeslissingsmodel doorgenomen zou worden. Maar mocht dit niet gebeuren kon ik het nog navragen.

De laatste vraag staat echter wel los van het koopbeslissingsmodel. Omdat de verwachting is dat er een portfolio pagina op in het prototype zou komen, had ik gekozen om screenshots mee te nemen van concurrenten. Op deze screenshots waren portfolio pagina's en project pagina's afgebeeld van bedrijven die vergelijkbare diensten leveren als Qabana.

Ik heb voor de portfolio's van de volgende bedrijven gekozen;

- DTG (DTG)
- A-side media (A-side media)
- SWIS (SWIS)

Ik heb voor pagina's van bovenstaande bedrijven omdat de indeling sterk van elkaar verschilden. Die van DTG is erg compact en van SWIS erg uitgebreid. Het portfolio van A-side media zit er een beetje tussen in. Door de verschillende 'stijlen' aan de geïnterviewde te laten zien en hun reactie te vragen, zou ik kunnen bepalen wat de doelgroep wel en niet wil zien.

Als laatste stap binnen het onderzoek heb ik bepaald hoe het interview er uit zou komen te zien. Het interview zou begonnen worden met de vraag hoe de eerste fase van het koopbeslissingsmodel er uit zag bij de keuze voor Qabana. Vervolgens zou ik door vragen en alle fases doorlopen. Vervolgens wilde ik de gegeven antwoorden op de enquête doornemen. Door dit te doen zou ik dan de achterliggende gedachten van hun gegeven antwoord kunnen achterhalen en eventueel doorvragen. Tot slot stel ik de opgestelde interview vragen voor zover deze nog niet beantwoord waren tijdens het doornemen van het koopbeslissingsmodel.

Met het opgestelde document ben ik naar de opdrachtgever gegaan met de vraag of hij nog feedback had, of dat hij groen licht gaf voor de interviews. Omdat de opdrachtgever geen toevoegingen meer had printte ik alle benodigde spullen uit om de volgende dag naar het eerste interview te gaan.

Het eerste en de daarop volgende interviews waren goed verlopen. Er werd door alle geïnterviewde aangegeven dat ze het leuk vonden om mee te werken aan het interviewde. Tijdens de interviews heb ik alle vragen kunnen stellen die ik wilden en is voornamelijk de geïnterviewde aan het woord geweest, zoals de bedoeling was.

Na elk interview had ik de gegevens van dat interview verwerkt, maar de volgende stap was om alles samen te voegen en een conclusie te trekken. Voorafgaan van het trekken van de conclusie heb ik de deelvragen en hoofdvraag beantwoord aan de hand van de gehouden interviews. Wat erg duidelijk naar voren kwam bij de interviews met de klanten, was dat ze voor Qabana hebben gekozen omdat het bedrijf erg persoonlijk is in de omgang. Er is een gevoel bij de klanten dat er tijdens alle fases van hun 'aankoop proces' mogelijkheid was om op een vrijblijvende manier contact met Qabana op te nemen.

In de conclusie worden pagina's genoemd die gewenst zijn op een bedrijfswebsite, maar het belangrijkste is de persoonlijke factor van die pagina's. De conclusie zoals ik die heb opgesteld binnen het document doelgroepsonderzoek is als volgt;

"Het doel van het onderzoek om inzicht te krijgen in het aankoopproces is bereikt. Het is duidelijk dat de geïnterviewde mensen aansluiten bij de doelgroep die Qabana voor ogen heeft. Tijdens het onderzoek kwam naar voren dat de mensen het ook niet anders willen dan samenwerken met een bedrijf waar ze al bekend mee zijn of goede verhalen over hebben gehoord. Door dit te doen weet je als klant met wie je in zee gaat en is het van te voren al duidelijk wat de werkwijze is.

Door inzicht te krijgen in het aankoopproces kan er beter bepaald worden wat er op de toekomstige website geplaatst moet worden. Voorafgaand aan het onderzoek werden er aannames gedaan dat een portfolio-, project-, contact-, werknemers- en dienstenpagina gewenst waren. Deze gedachten worden bevestigd, maar een 'aanpak pagina' wordt toegevoegd aan dit rijtje. Deze kwam telkens naar voren bij een interview als goede toevoeging voor een website.

Het is belangrijk dat de teksten op de website niet in jargon geschreven zijn. De teksten moeten makkelijk te lezen en te begrijpen zijn voor leken.

Bij het aangeraden worden van een partij verwacht de doelgroep dat er contact op kan worden genomen via de bedrijfswebsite. Dit zien zij het liefst als een mogelijkheid op de website."

Zoals in bovenstaande conclusie naar voren komt, had de doelgroep wensen dat de volgende pagina's in de derde versie van het prototype dienden te komen;

- Portfolio pagina
- Project pagina
- Contact pagina,
- Werknemers pagina (over ons)
- Diensten pagina
- Aanpak pagina

Portfolio pagina

Op een portfolio pagina kunnen bezoekers een goed beeld krijgen bij wat voor soort projecten een bedrijf in staat is uit te voeren.

Project pagina

De project pagina ligt in het verlengde van een portfolio pagina. Deze pagina biedt meer informatie over het uitgevoerde project. Bezoekers kunnen op deze manier bekijken wat een bedrijf precies heeft opgeleverd en daardoor bepalen of ze het wel of niet goed vinden.

Contact pagina

Een contactpagina is noodzakelijk, omdat er contact op moet kunnen worden genomen met een bedrijf.

Werknemers pagina

De bezoeker ziet graag met wat voor mensen zij in zee gaan. Een naam, functie en foto zijn dingen die zij graag willen zien. Ook past het goed bij het 'persoonlijke' beeld wat Qabana heeft.

Diensten pagina

Door een overzicht te bieden wat voor diensten je allemaal levert, kan een bezoeker snel zien of het bedrijf past bij wat je als klant wil.

Aanpak pagina

Door aan te geven hoe je als bedrijf te werk gaat kan een klant zien wat hen te wachten staat. Omdat het maken van (bijvoorbeeld) websites voor Qabana behoort tot de dagelijkse werkzaamheden, wil dit niet zeggen dat dit voor de bezoeker ook zo is. Het uit laten voeren van een opdracht kan spannend zijn en de bezoeker wil van te voren weten wat dit allemaal met zich mee brengt.

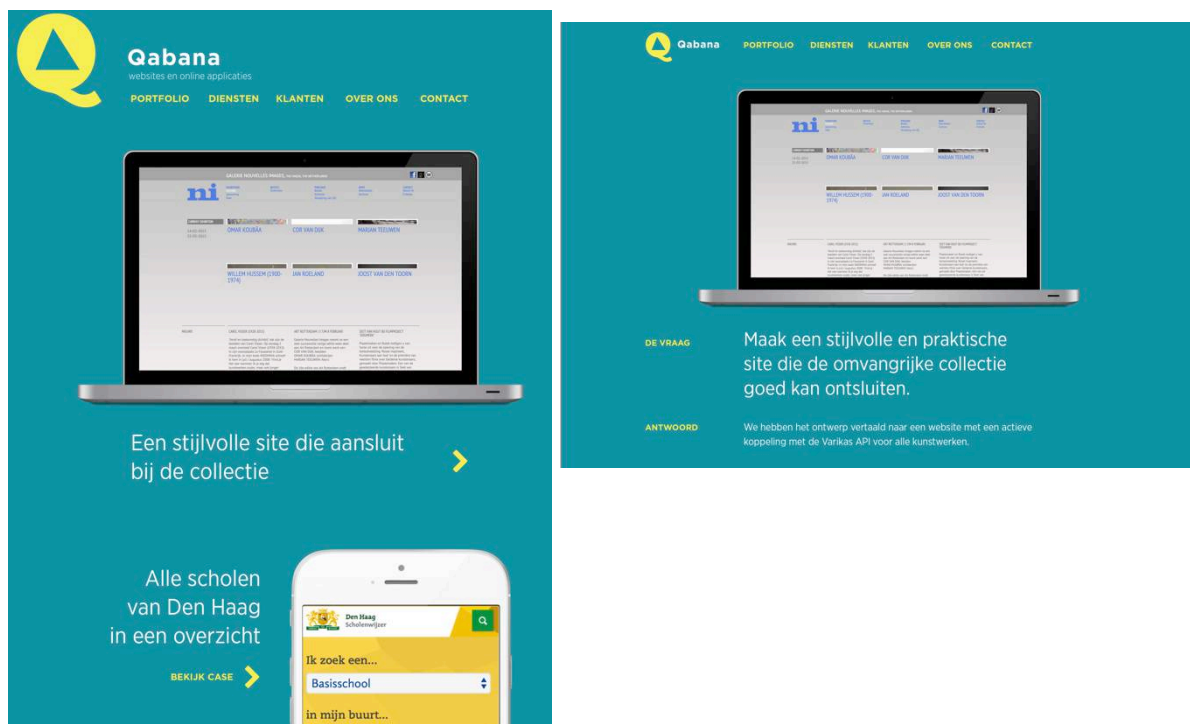
Tijdens het interview heb ik het ook gehad over of er behoefte was om een offerte aan te vragen via de toekomstige website. De reden dat ik het hier over wilde hebben was omdat er in de eerste twee versies van het prototype een dergelijke functie geplaatst was. Binnen deze functie konden bezoekers hun nummer of e-mail achter laten, zodat er met hen contact opgenomen kon worden als zij deze gegevens hadden verstuurd naar Qabana.

Voor een website is dit een goede manier om conversie te creëren, maar dit lukt alleen als hier ook behoefte naar is vanuit de doelgroep. Omdat ik de geïnterviewde niet wilde sturen, begon ik de vraag wat groter in de vorm of zij een 'offerte aanvraag formulier' zouden verwachten.

Geen van de geïnterviewde vond het prettig om een hele offerteaanvraag te doen op een bedrijfswebsite. Als reden werd gegeven dat er in zo'n aanvraag voor beide partijen niet geheel duidelijk was wat er ging, of kon gaan gebeuren. Zij zagen liever dat zij gegevens achter konden laten, zodat er met hen contact opgenomen kon worden door Qabana.

Voordat ik verder ging met het project, wilde ik eerst de uitkomsten met de opdrachtgever bespreken. Ik hoefde geen afspraak met hem te maken, maar we konden direct in gesprek. Wat direct naar voren kwam was dat de opdrachtgever zelf aan een nieuw ontwerp had gewerkt voor het nieuwe prototype. Hij gaf aan dat hij graag zag dat ik met dit nieuwe ontwerp verder ging, wat te zien is in afbeelding 22.

Tijdens de afgelopen 2 sprints had ik de opdrachtgever op de hoogte gehouden over de vorderingen en heeft hij ook de voortgang gezien. Omdat hij het niet zag zitten als ik verder zou gaan met de huidige vorm, leverde hij een nieuw design aan. De opdrachtgever zag graag dat het prototype simplistischer zou worden, dan hoe ik hem had ontworpen. Het aantal afbeeldingen moest minimaal zijn en de teksten moesten bondig en helder worden. In zijn ogen was zijn ontwerp professioneler en paste beter bij hetgeen wat Qabana wil uitstralen.



Afbeelding 22 Links de portfolio pagina en recht de project pagina in de nieuwe stijl.

In het ontwerp had hij de portfolio pagina en de projectpagina gevisualiseerd. In de visualisatie was ook de hoofdnavigatie geplaatst, waarin de volgende navigatie doelen waren geplaatst;

- Portfolio
- Diensten
- Klanten
- Over ons
- Contact

Mondeling werd toegevoegd dat de projectpagina via de portfolio pagina te bereiken is, zoals eerder bepaald.

Binnen mijn eigen onderzoeken was de pagina “klanten” niet naar voren gekomen als noodzakelijk onderdeel van een prototype. Echter zag de opdrachtgever graag dat dit er toch in zou komen. Door een pagina te hebben waar wordt verteld wie de klanten zijn van Qabana, wordt een gevoel van veiligheid gecreëerd. Ook gaf ik aan dat er vanuit mijn onderzoek bij de doelgroep de pagina aanpak gewenst was.

Echter wilde de opdrachtgever dat het prototype van sprint 3 werd ingericht naar zijn ontwerp. Hij gaf aan, omdat de HTML van vorige sprint niet meer bruikbaar was, dat alleen de project pagina gebouwd hoefde te worden.

Omdat dit tegen de doelstelling inging zoals die aan het begin van de sprint was opgesteld, gaf ik aan dat dit niet ideaal was. Ik gaf aan dat deze manier van werken niet past in het afstudeertraject, omdat ik alles moet verantwoorden wat ik doe. Hij gaf aan dat mijn werk tot nu toe goed was en de opgeleverde tussenproducten ook, maar omdat hij de opdrachtgever is kan hij voor een nieuw ontwerp kiezen.

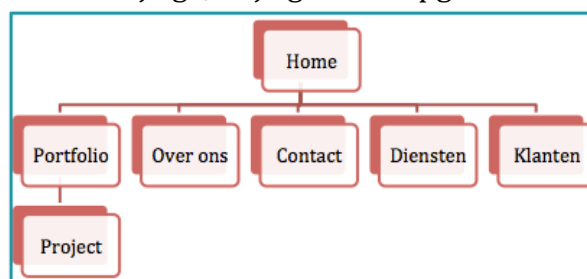
De doelstelling zoals hij was opgesteld ging dus niet gehaald worden en ik heb met de opdrachtgever nieuwe afspraken gemaakt. Van het ontwerp dat hij mij gaf, zou ik een ontwerprapport maken, zodat ik het prototype kon gaan bouwen, zoals hierboven beschreven staat; alleen de projectpagina.

Vervolgens zouden we binnen sprint 4 gaan kijken naar de getrokken conclusies van de doelgroepenanalyse en die verwerken in het ontwerp. Het onderzoek wat ik in sprint 4 zou gaan uitvoeren was dan een CTA onderzoek. Wat dit is en hoe dit er uitzag wordt in §7.3 beschreven.

In sprint 4 moest er dan een prototype worden opgeleverd dat geschikt was voor het uitvoeren van usability testen. Deze zouden dan plaats vinden in sprint 5.

Alhoewel de opdrachtgever de basis voor het nieuwe ontwerp had aangeleverd, zei hij toe dat ik de vrijheid had om deze aan te passen tijdens sprint 4, mits ik het beargumenteerde.

Voordat ik een ontwerprapport opstelde dat paste bij de designs van de opdrachtgever, had ik een sitemap opgesteld. Met de sitemap, die is te zien in de externe bijlage; ‘Bijlage C. De opgestelde sitemaps: Sitemap sprint 3’ en in



afbeelding 23, ben ik naar de opdrachtgever gegaan om te controleren of dit hetgeen is wat hij wilde. Er werd aangegeven dat dit inderdaad een sitemap was die paste bij zijn wensen bij het nieuwe prototype.

Afbeelding 23 Sitemap sprint 3

Na de gekregen bevestiging van de opdrachtgever heb ik een kort ontwerprapport opgesteld. De reden dat ik dit deed, was zodat ik hiermee bij de opdrachtgever kon controleren of dit was wat hij wilde. Op deze manier zou ik geen onnodig werk doen tijdens het bouwen van het prototype. De reden dat het ontwerprapport kort was, was omdat er maar één pagina uitgewerkt hoefde te worden. Ook moest ik opnieuw beginnen met het bouwen met HTML en ik wist dat ik hiervoor veel tijd nodig had. Het prototype dat ik heb opgesteld is te lezen in de externe bijlage; 'Bijlage E. Opgeleverde ontwerprapporten: Ontwerprapport sprint 3'.

Nadat ik de inhoud van het ontwerprapport gecontroleerd had bij de opdrachtgever begon ik met het bouwen van het prototype, waar een screenshot van is te zien in de externe bijlage; 'Bijlage F. De screenshots van opgeleverde prototypen: Prototype sprint 3'.

Net als bij de eerdere versies heb ik gebruik gemaakt van HTML, CSS en PHP. Door een CSS bestand te koppelen aan de HTML kunnen er op een gemakkelijke manier stijlelementen aan een pagina worden toegevoegd. Hierdoor kan er bijvoorbeeld vanuit één punt (het CSS bestand) de achtergrond van alle pagina's van het prototype worden aangepast.

De keuze voor PHP heeft dezelfde reden als die van CSS. Door PHP te gebruiken kunnen elementen, zoals bijvoorbeeld het navigatiemenu, op elke pagina terugkomen. Zo kan bijvoorbeeld vanaf één punt, het PHP bestand, de footer worden aangepast, waardoor de aanpassing op elke pagina is terug te zien.

Het bovenstaande had ik verwerkt in dit prototype, ondank dat bovenstaande technieken niet veel toevoegen aan een prototype van één pagina. Maar omdat ik in sprint 4 door zou werken met dit ontwerp koos ik er voor om het toch op deze manier te doen.

§6.4 Oplevering van het derde prototype

Op de laatste dag van sprint 3 is er een prototype opgeleverd in de vorm zoals de opdrachtgever het wenste. Het prototype was erg klein, maar wel zo gebouwd dat er in de volgende sprint gemakkelijk mee doorgewerkt kon worden.

De opgestelde doelstelling is, zoals in §6.3 staat beschreven, niet gehaald. Nadat bekend werd dat de doelstelling niet gehaald ging worden is er een plan gemaakt over hoe nu verder in sprint 4. De insteek was om vanaf nu wel doelstellingen op te stellen die gehaald gaan worden.

7. Beschrijving van proces sprint 4

Binnen de volgende paragrafen staat de gekozen aanpak beschreven. Het proces in sprint 4 is anders gelopen dan de andere sprints. Tijdens de sprint hebben zich enkele gebeurtenissen voorgedaan waardoor de sprint is verlengd en daardoor vier weken heeft geduurd in plaats van twee. Hoe het hiertoe heeft kunnen komen staat beschreven in §7.3.

§7.1 De opgestelde doelstelling van sprint 4

Doordat tijdens de vorige sprint duidelijk werd dat de doelstelling niet gehaald ging worden, waren er toen al afspraken gemaakt voor deze sprint. Er was afgesproken dat het prototype van sprint 3 zou gaan bestaan uit een projectpagina die klikbaar moest zijn. Van hieruit kon dan door gewerkt worden tijdens sprint 4. Omdat het klikbare prototype was opgeleverd eind sprint 3, kon ik sprint 4 beginnen zoals we afgesproken hadden.

Tijdens deze sprint zou ik een prototype op moeten gaan leveren waarmee tijdens sprint 5 getest kon gaan worden. De testen die ik zou gaan uitvoeren waren dan usability tests.

De doelstelling van deze sprint;

Aan het einde van de sprint moet er een prototype worden opgeleverd die in zijn geheel doorklikbaar is en waarvan alle pagina's volledig gevuld zijn met content.

§7.2 De gedemonstreerde beroepstaken tijdens sprint 4

Opstellen doelgroepanalyse.	✗
(Usability)-tests uitvoeren.	✗
Vormgeving toepassen.	✓
Ontwikkelen prototype.	✓

Tijdens het doorlopen van sprint 4 heb ik gewerkt aan de beroepstaken waar een vinkje achter staat zoals hier naast is te zien. Ik had er voor gekozen

om sprint 5 volledig in te richten op testen. Hierom heb ik binnen sprint 4 niet gewerkt aan de beroepstaak “(Usability)-tests uitvoeren”. Tijdens sprint 2 en 3 heb ik doelgroepenanalyses uitgevoerd en deze sprint ging ik de gevonden informatie verwerken in het prototype.

De basis van de vormgeving van het prototype heeft mijn opdrachtgever gemaakt, maar ik heb ruimte gehad om aanpassingen te doen. Hierdoor heb ik kunnen werken aan de opgestelde beroepstaak. Ook heb ik een prototype kunnen ontwikkelen en opleveren.

§7.3 Keuze verantwoording van sprint 4

Week 7 Sprint 4	<u>Maandag:</u> Sprint planning Bedrijfsbezoek docent Verwerken interviews <u>Dinsdag:</u> Verwerken interviews <u>Woensdag:</u> Call to action onderzoek <u>Donderdag:</u> Call to action onderzoek <u>Vrijdag:</u> Call to action onderzoek	Week 8 Sprint 4	<u>Maandag:</u> Alle informatie verzamelen voor prototypen. Opstellen ontwerprapport <u>Dinsdag:</u> Bouwen prototype <u>Woensdag:</u> Bouwen prototype <u>Donderdag:</u> Bouwen prototype <u>Vrijdag:</u> Bouwen prototype
---------------------------	--	---------------------------	---

Planningstabel sprint 4

Zoals elke sprint begon ook deze met het opstellen van een planning. Er was al bepaald dat ik deze sprint een onderzoek zou gaan doen naar hoe een CTA geplaatst moest gaan worden binnen het prototype. Deze plannen zijn verwerkt in de planning van deze sprint. De sprint zou beginnen met een

bedrijfsbezoek door Jolanda. Vervolgens wilde ik de 'Content requirements' opstellen, aan de hand van de informatie en onderzoeken die ik tot dan toe had gedaan. Met dit document kon ik dan beginnen met het bouwen van een prototype. Voordat het bouwen begon zou ik dan eerst nog een CTA onderzoek uitvoeren en een ontwerprapport opstellen. De laatste dagen van de sprint zou ik me gaan bezig houden met het bouwen van het prototype, zodat er volgende sprint getest kon gaan worden.

Door de planning op de manier zoals hierboven staat beschreven uit te werken, zou ik op het beste resultaat komen. Door aan de hand van de gegevens die ik tot nu toe had verzameld, waar de doelgroepenanalyse ook onder valt, kon ik een definitieve requirements lijst maken voor het prototype. Een soortgelijk document heb ik ook al in sprint 2 opgesteld, maar er zijn veel veranderingen, waardoor deze niet in zijn geheel meer geldt.

Aan de hand van de requirements zou ik gericht onderzoek kunnen doen naar hoe een CTA binnen het prototype geplaatst moet worden. Na het onderzoek had ik vervolgens de mogelijkheid om een ontwerprapport op te stellen waar zowel de doelgroep, als de opdrachtgever tevreden mee zou zijn. Tot slot zou ik dan aan de hand van het ontwerprapport een prototype kunnen bouwen dat 'test klaar' zou zijn bij het einde van de sprint.

Wat ik wel nog met de opdrachtgever had afgesproken, was dat ik tijdens de 2e week van de sprint ook mensen uit de doelgroep wilde benaderen voor tests. Dit wilde ik doen zodat ik gemotiveerd zou zijn om het prototype volledig te laten zijn. Ook was dit verstandig qua planning. Met de test zou ik afhankelijk zijn van derden. Hierdoor had ik niet alles in de hand als het ging om de planning. Door op tijd afspraken te maken, konden respondenten er rekening mee houden en tijd vrij houden.

Na de planningsmeeting had ik een afspraak met mijn begeleidend docent: Jolanda Logtenberg. Zij kwam op bezoek om te kijken waar ik werkzaam was en om te controleren of alles goed verliep. Tijdens deze meeting was ook mijn bedrijfsmentor/opdrachtgever aanwezig.

De meeting ging vooral over hoe belangrijk de verantwoording richting school was en dat die goed moest zijn. Na enige discussie heeft Jolanda mijn opdrachtgever er van kunnen overtuigen dat ik alles moest verantwoorden wat

ik deed. Omdat ik op dat moment niet zeker wist of de manier waarop ik te werken was, spraken we af dat ik de week die volgde naar school zou komen. Tijdens mijn bezoek aan school zouden we dan kijken of ik tot dan toe goed had gewerkt.

Na het maken van bovengenoemde afspraak met Jolanda, was de meeting voorbij en ging ik verder met mijn werk zoals in de planning beschreven stond.

Eerst begon ik met het opstellen van de content requirements. In dit document heb ik de functionele specificaties en de content eisen benoemd. Door deze specificaties op te schrijven, maar ook door de opdrachtgever, weet ik wat het systeem moet gaan kunnen. Door op te schrijven wat het systeem moet kunnen kan bij de opdrachtgever gecontroleerd worden of dit zou zijn wat hij wil. Ook kan er bij het ontwerpen, maar vooral bij het bouwen, dit document als handleiding gebruikt worden.

Hieronder staan de specificaties genoteerd zoals ze ook in de externe bijlagen; 'Bijlage D. De opgeleverde website specificaties: content requirements' te lezen zijn:

1. Binnen de portfolio pagina laat het systeem projecten zien waarvan ook projectpagina's zijn.

Binnen het prototype is een portfolio geplaatst. Zowel de opdrachtgever, als de doelgroep ziet deze pagina als essentieel voor een bedrijfswebsite van een webdeveloper.

Uit gesprekken met de opdrachtgever is gebleken dat er van elk getoond project in het portfolio, ook een vervolgpagina aanwezig moet zijn: de projectpagina. Ook de doelgroep ziet dit graag. Bij de interviews heb ik verschillende soorten portfolio's laten zien. Eén van deze portfolio's leidde niet naar een projectpagina. Dit werd als erg storend ervaren. Door geen projectpagina te kunnen zien, kan de bezoeker geen beeld krijgen wat het bedrijf precies heeft gedaan voor de klant.

2. Het systeem geeft aan wanneer de door de bezoeker ingevulde gegevens verzonden zijn.

Binnen het prototype heeft de bezoeker de mogelijkheid om gegevens in te voeren en op te sturen naar Qabana. Het is belangrijk dat de bezoeker feedback krijgt op het moment dat de gegevens verzonden zijn. Door deze feedback te geven heeft de gebruiker op dat moment een idee van wat er gaande is. Dit wordt ook aangegeven door Nielsen, zoals in afbeelding 24 is te zien.



Afbeelding 24 De heuristics (Ghazarian, 2014)

3. Het systeem geeft aan wanneer het niet is gelukt om de door de bezoeker ingevulde gegevens te versturen.

Dit heeft dezelfde reden als de tweede specificatie. Voor de gebruiksvriendelijkheid is het heel belangrijk om de bezoeker te allen tijde feedback te geven op het moment dat er een actie wordt uitgevoerd.

4. Het systeem zal toestaan om vanuit de website externe applicaties te openen, zoals bel-, e-mail-, en routeapplicaties.

Op deze manier hoeft de bezoeker geen telefoonnummers of e-mailadressen te kopiëren en plakken. Zo hoeft de bezoeker alleen te klikken op een e-mailadres en wordt de e-mailapplicatie geopend. Op deze manier kan er op een efficiëntere manier contact op worden genomen met het bedrijf.

5. Het systeem staat aan de administrator toe om de introductietekst per pagina aan te passen.

Elke pagina op de website heeft een andere inhoud en daar horen verschillende introductieteksten bij. Door deze specificatie op te stellen kon er bij het bouwen van het prototype rekening worden gehouden met deze eis. De administrator was ik in dit geval. Op het moment dat ik het definitieve prototype oplever aan de opdrachtgever zou hij de administrator en dus beheerder worden.

6. Het systeem staat de administrator toe om de 'laat je telefoonnummer achter' tekst per pagina aan te passen.

Elke pagina op de website heeft een andere inhoud en daar horen verschillende footer teksten bij. Binnen deze footer tekst wordt de bezoeker aangesproken, of hij/zij een telefoonnummer wil achter laten. Door binnen elke footer een tekst te plaatsen die zou aansluiten bij de informatie van de pagina, zou de bezoeker 'verrast' worden. Op deze manier zou ik dan willen laten overkomen dat er nagedacht is over het prototype en niet overal standaard teksten gebruikt worden.

Na het opstellen van de specificatie heb ik de eisen voor de content opgesteld. Ik had niet de daadwerkelijke content beschreven, maar genoteerd wat er zou moeten komen te staan. Binnen het prototype zelf komt namelijk heel veel tekst te staan, maar die kon ik niet zelf schrijven. Ik had met de opdrachtgever afgesproken dat iemand anders dit zou gaan doen: Saskia. Mijn taak was om aan te geven welke informatie er op de website zou moeten komen en wat de 'tone of voice' moest gaan worden. Het is belangrijk dat de teksten die op de website geplaatst worden volledig zijn, maar ze moeten wel in de stijl geschreven zijn die bij Qabana past en de doelgroep aanspreekt.

Binnen de content eisen heb ik de volgende onderdelen beschreven:

- Hoofdnavigatie
- Header
- Footer
- Homepagina
- Portfoliopagina
- Projectpagina
- Wie is Qabana-pagina
- Contactpagina
- Dienstenpagina

Hoofdnavigatie

De hoofdnavigatie is het menu dat boven elke pagina is weergegeven. Ik heb gekozen voor de navigatiedoelen zoals ze te zien zijn in 'De opgestelde content requirements', omdat de opdrachtgever deze graag ziet. Uit de interviews is naar voren gekomen dat de doelgroep ook deze pagina's graag ziet. De dienstenpagina, die in eerste instantie ook geplaatst moest worden, komt niet in de volgende versie van het prototype. Bij het doornemen van de pagina's (met de opdrachtgever) en de inhoud er van, werd duidelijk dat de informatie niet veel zou verschillen van elkaar. Daarom hebben we er voor gekozen om alleen een aanpakpagina te maken. Bij de beschrijving van de aanpak worden dan ook de diensten beschreven die geleverd worden.

Header

Onder de header worden de introteksten verstaan. Zoals bij de requirements wordt beschreven, verschillen deze per pagina. Er is voor gekozen om deze te laten verschillen van elkaar, omdat het een introductie moet geven van de informatie op de pagina zelf. En omdat elke pagina andere informatie heeft, moeten de introductieteksten verschillen.

Footer

Er is voor gekozen om de CTA op elke pagina terug in de footer terug te laten komen. Op deze manier zou de bezoeker op elk gewenst moment haar gegevens achter kunnen laten. Dit is in overleg besloten met de opdrachtgever. Mocht het zo zijn dat er tijdens het CTA-onderzoek naar voren komt dat dit niet goed is voor de conversie, kan dit nog veranderd worden.

Ook zijn de contactgegevens op elke pagina terug te vinden. Tijdens de concurrentieonderzoeken die ik heb gedaan, zag ik dat dit vaak voor komt. Ook heeft de opdrachtgever aangegeven dat dit een wens van hem is.

Homepagina

Door op de homepagina een project te tonen en logo's van de opdrachtgever, laat je direct aan de bezoeker zien dat je een betrouwbare partij bent. Qabana heeft voor veel opdrachtgevers gewerkt die bekend zijn. Door deze logo's te tonen wek je vertrouwen op bij de bezoeker.

Tijdens de interviews kwam naar voren dat de doelgroep geen vacature verwacht op de homepagina. De redenering was dat als je een vacature zoekt, je hem zelf wel vindt op de website. Toch heeft de opdrachtgever aangegeven de vacature te willen plaatsen op de homepagina.

Portfoliopagina

Er is voor gekozen om mijn prototype op te leveren met drie projecten van Qabana. De gekozen projecten zijn opdrachten die Qabana heeft uitgevoerd waar een product is opgeleverd die diensten levert. Ik heb aangeraden om geen projecten te tonen waar een webshop is opgeleverd. Tijdens de doelgroepenanalyse kwam naar voren dat 77% van de doelgroep diensten levert en geen spullen verkoopt.

Projectpagina

Uit de interviews is naar voren gekomen dat de doelgroep graag ziet wat er is opgeleverd: een visueel element. Daarnaast willen ze graag zien wat de opdracht was en hoe Qabana dit heeft opgelost.

Bij het doornemen van de portfolio's tijdens het interview, werd unaniem aangegeven dat een rij met diensten als prettig wordt ervaren. Zo kan de bezoeker in één oog opslag zien wat Qabana heeft gedaan voor de klant.

Ook ziet de doelgroep graag een link naar de website van de opdrachtgever. Het liefst leidt deze link naar het product dat Qabana heeft opgeleverd. Omdat dit niet altijd mogelijk is, heb ik samen met de opdrachtgever gekozen voor een link naar de homepage van de opdrachtgever. Op deze manier kan de doelgroep zien voor wat voor partijen Qabana werkt, waardoor Qabana betrouwbaarder over komt.

Qabana werkt vaak samen met externen partijen. Omdat Qabana graag transparant wil zijn, wil de opdrachtgever dat deze samenwerkingen worden genoemd.

Wie is Qabana-pagina

Zowel de opdrachtgever, als de doelgroep ziet graag de gezichten van Qabana. Door de gezichten achter het bedrijf te tonen krijg je de open uitstraling die Qabana als bedrijf wil hebben.

Contactpagina

Zowel de doelgroep als de opdrachtgever heeft behoefte aan deze pagina. De doelgroep wil graag kunnen zien waar het pand zich bevindt, zodat ze weten waar ze heen moeten als ze een afspraak hebben. Ook vinden ze het prettig dat ze met het bedrijf contact op kunnen nemen als er een vraag is. De opdrachtgever ziet graag dat de pagina er is, zodat klanten het bedrijf kunnen bereiken.

Aanpakpagina

Door een aanpak pagina in het portfolio te plaatsen, kunnen de bezoekers zien hoe het geven van een opdracht in zijn werk gaat. Uit de interviews is gebleken dat een dergelijke pagina prettig is, vooral voor de mensen die nooit eerder een opdracht hebben laten uitvoeren. Door een aanpakpagina kan de bezoeker lezen wat hem allemaal te wachten staat.

Na het afronden van de content requirements begon ik met het CTA onderzoek, dat is te lezen in de externe bijlage: 'Bijlage B. De uitgevoerde onderzoeken: Call to action onderzoek'. Ik had veel tijd uitgetrokken voor dit onderzoek, omdat het naar mijn mening erg belangrijk was. Door een goed geplaatste CTA kan de conversie verhoogd worden. Omdat ik wist dat er bepaalde technieken en adviezen zijn voor een dergelijk onderdeel van een website, wilde ik hier onderzoek naar doen. Ook uit de interviews was naar voren gekomen dat een dergelijk onderdeel gewenst is het prototype.

De eerste stap van het onderzoek was om een probleem- en doelstelling op te stellen. Door dit te doen kon ik bepalen wat ik moest onderzoeken om het probleem op te lossen en de doelstelling te halen.

De opgestelde doelstelling:

"Een duidelijk beeld krijgen bij wat de beste manier is om een call to action te plaatsen op de website. Dit omvat de vorm van de CTA en ook de plaats."

Ik heb er voor gekozen om zowel de vorm van de CTA, als de plaats te onderzoeken. Tot nu toe werd de CTA geplaatst onder aan de pagina, en met dit onderzoek wilde ik controleren of zit goed zou zijn voor de conversie. Met de vorm bedoel ik wat de invoervelden moeten zijn binnen de CTA. De CTA bestaan namelijk uit invoervelden en een button om alles te verzenden.

Een concurrentieanalyse was het eerste onderdeel van het onderzoek. Door dit te doen wilde ik een beeld krijgen bij hoe andere bedrijven een dergelijk onderdeel hebben ingericht. Bij dit onderzoek heb ik gelet op de plaats van de CTA: links/rechts en boven/onder de vouw van de pagina. Dit heb ik bij vijf bedrijven gedaan. Door dit onderzoek heb ik naast de plaatsing van de CTA, ook de vorm kunnen bekijken. Door het bekijken van de concurrenten heb ik inspiratie kunnen opdoen over hoe deze ingevuld kon worden.

Na de concurrentieanalyse heb ik een onderzoek uitgevoerd dat gericht was op de locatie van de CTA. Uit dit onderzoek is gebleken dat de doelgroep van Qabana 'Satisficers' zijn. Omdat uit het doelgroepenonderzoek van sprint 2 is gebleken dat Qabana zich richt op mensen die het bedrijf al kennen, kan er geconcludeerd worden dat het satisficers (Loor, 2015) zijn.

Aan de hand van dit onderzoek had ik de volgende conclusie getrokken;

"Als een persoon een "satisficer" is, dan is er weinig tijd nodig om hem te overtuigen om tot aankoop over te gaan. Hij weet wat hij wil en kiest er redelijk snel voor om tot aankoop over te gaan, of in Qabana's geval, om contact op te nemen. Hieruit kan geconcludeerd worden dat de CTA boven de vouw getoond moet worden."

Omdat de bezoeker weet wat hij wil kan de CTA boven de vouw geplaatst worden. Op die manier ziet de bezoeker hem snel en kunnen de gegevens ingevuld worden.

Tot slot had ik een onderzoek uitgevoerd naar hoe de button er uit moet komen te zien. De button moet de bezoeker verleiden om er op te klikken. Als de bezoeker op de button klikt en zijn gegevens verstuurt, gaat de conversie van Qabana omhoog.

Ik koos er voor om de gehele button te onderzoeken;

- De kleur
- De vorm
- De tekst

Door het totale plaatje te onderzoeken zou de 'perfecte' CTA-button ontworpen kunnen worden.

Bij de uitkomst werd duidelijk dat er verschillende manieren mogelijk waren om een CTA-button aantrekkelijk te maken. Zo moest de kleur van de button in contrast staan met de achtergrond, moest de vorm een rechthoek zijn met afgeronde hoeken en de tekst kort zoals in afbeelding 25 is te zien (Pijfers, 2013).



Afbeelding 25 Voorbeeld van een 'perfecte' button

Echter was het meest belangrijk dat de button in de huisstijl zou passen van het bedrijf. Als dit niet zo zou zijn worden de bezoekers namelijk afgeschrikt en drukken ze niet. Er wordt dan niet gedrukt, omdat de afwijking van stijl wordt gezien als onbetrouwbaar.

Na de onderzoeken ben ik met de opdrachtgever om de tafel gaan zitten om te informeren welke informatie hij van een potentiële klant zou willen hebben. Hierbij heb ik de uitkomsten van de concurrentieanalyse laten zien, voor eventuele inspiratie. Hij gaf aan dat hij de naam, bedrijfsnaam, telefoonnummer en e-mail wilde weten. Op deze manier weet hij met wie hij te maken heeft, kan hij het bedrijf bekijken en kan er contact worden opgenomen op de manier die hij prettig vindt.

Omdat mijn volgende stap binnen het project het maken van een ontwerprapport zou zijn, wilde ik de volledige uitkomst van het CTA-onderzoek bespreken. Dit deed ik met de opdrachtgever direct nadat hij had aangegeven wat zijn wensen waren wat betreft de vorm van de CTA.

Met zijn input en mijn getrokken conclusie had ik geadviseerd om de CTA boven de vouw te plaatsen. De in te voeren velden waren dan zoals de opdrachtgever had beschreven. En tot slot moest de button rechthoekig zijn, afgeronde hoeken hebben en de kleur moest in contrast staan met de achtergrond.

De opdrachtgever zag het echter niet zitten om een CTA boven de vouw te plaatsen en gaf aan dat hij in de footer moest komen. Hij wilde geen ruimte verspillen bovenaan de pagina voor een CTA. Hij had de mening dat de bezoeker de CTA wel zou vinden als zij die zochten.

Ook vond hij dat de button geen afgeronde hoeken moest krijgen, omdat dit niet binnen de huisstijl zou passen. Ik gaf aan dat ik eerst een ontwerp rapport zou gaan maken, en vervolgens zou gaan beslissen of de hoeken inderdaad 90 graden zouden worden, of afgerond.

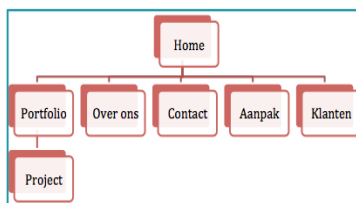
Na het overleg ben ik naar school gegaan zoals was afgesproken met mevrouw Logtenberg. Hier heb ik besproken hoe het ging bij Qabana en wat mijn plannen voor de komende tijd waren.

Een dag later had ik besloten om bij Qabana te stoppen met mijn stage. Ik had mijn begeleider/opdrachtgever op de hoogte gesteld. Ik gaf aan dat ik de mensen waar mee ik had samengewerkt wilde bedanken en daarna mijn spullen te pakken en te gaan. De opdracht zou ik dan overdragen aan mijn opdrachtgever die het zou gaan afronden zonder mij.

Echter werd mij geadviseerd om mijn beslissing te overdenken en na de Pasen, mijn definitieve besluit aan te geven. Ik ging hier mee akkoord en ging direct met de opdrachtgever rond de tafel zitten over hoe het nu verder moest, mocht ik besluiten om toch te blijven.

Ik denk, mede door mijn aankondiging dat ik wilde stoppen, dat mijn opdrachtgever mij meer ruimte gaf om alles te verantwoorden wat ik deed. Dit had hij mij ook toegezegd, tijdens het gesprek wat ik met hem gevoerd had. Hierdoor had ik weer vertrouwen in een positieve afloop van mijn stage, en koos ik er voor om te blijven.

Door de situatie zoals hij hier boven zich heeft voorgedaan, ben ik niet meer begonnen met het opstellen van het ontwerp rapport en had ik niks meer kunnen bouwen. Hierdoor was besloten om sprint 4 te verlengen met nog twee weken. In deze twee weken zou ik dan het prototype kunnen bouwen zoals het originele plan was. Maar wat er bij zou komen, was dat ook alle definitieve teksten mee genomen konden worden in het ontwerp. Ik had namelijk met Saskia een afspraak gemaakt om te gaan bespreken wat zij moest gaan schrijven. Ze gaf echter wel aan dat zij graag een gedeelte van het ontwerp rapport wilde zien, zodat zij kon bepalen wat waar moest komen te staan. Deze manier vond ze prettig, omdat ze dan kon inschatten hoe lang de teksten uit konden gaan vallen.



Afbeelding 26 voorstel sitemap sprint 4

Na deze gemaakte afspraak heb ik nog een sitemap gemaakt om een 'double check' te doen bij de opdrachtgever of dit was wat hij wilde. Deze sitemap is te zien afbeelding 26.

Bij de controle van de sitemap hebben we de term 'klanten' veranderd in 'opdrachtgevers'. In overleg met de opdrachtgever is dit bepaald. Ook hebben

we bepaald dat de pagina waar beschrijvingen worden gegeven over de werknemers vanaf nu verder gaat onder de naam 'over ons'. Tot dan toe had ik verschillende benamingen gebruikt, maar in deze versie van het prototype wordt 'over ons' gebruikt. De definitieve sitemap is te bekijken in de externe bijlage: 'Bijlage C. De opgestelde sitemaps: Sitemap sprint 4'.

De volgende stap was om ontwerpen te maken, zodat Saskia kon zien hoe groot de teksten konden zijn. Deze ontwerpen maakte ik in Photoshop, omdat dit haar het beste beeld zou geven in hoe het er uit zou komen te zien. Ik wilde dat de definitieve teksten voor de website ook mee zouden worden genomen binnen het testen. Binnen de opgestelde doelstelling is vermeld dat het prototype moet aansluiten bij de uitstraling van Qabana. Bij het testen kan ik dan controleren of de woordkeuze en de tone of voice zou passen bij wat Qabana uitstraalt als bedrijf.

Aan de hand van de content requirements, ontwerpen en een vergadering heb ik met Saskia vergaderd over de vorm van teksten. Ik had er voor gekozen om met haar een vergadering te houden om met haar te kunnen overleggen over de tone of voice. Hierbij heb ik uitgelegd wie de doelgroep is en wat de wensen van de opdrachtgever zijn.

Omdat Qabana persoonlijk is in samenwerkingen en dat ook op de website wil uitstralen, is er besloten dat de teksten informeel moeten zijn. De stijl moet zowel de ZZP'er aanspreken, maar ook bedrijven die groter zijn. Als voorbeeld werd genoemd dat zowel de bakker op de hoek zich aangesproken voelt, als de gemeente Den Haag, die bijvoorbeeld een web applicatie nodig heeft. Beide partijen vallen binnen de doelgroep, en moeten aangesproken worden.

Na de vergadering gaf ik wel aan dat zij nog met de opdrachtgever om de tafel moet voordat ze begint met schrijven. Ik heb Saskia een richting gegeven, maar het bepalen van definitieve teksten zou ik niet gaan doen, zoals staat beschreven in het PVA.

Nadat ik een vergadering had begon ik met het schrijven van een ontwerprapport. Omdat ik al ruwe designs had voor de pagina's, vanwege de opdracht die ik Saskia had gegeven, maakte ik ontwerpen in Photoshop en plaatste die in het rapport. Het volledige ontwerprapport is te bekijken in de externe bijlage: 'Bijlage E. De opgeleverde ontwerprapporten: Ontwerprapport sprint 4'. Ik begon met het ontwerpen van onderdelen die terug zouden komen op elke pagina. Onder deze onderdelen vallen de hoofdnavigatie, de footer en introteksten.

Hoofdnavigatie



Afbeelding 27 Hoofdnavigatie op home pagina

Voor de hoofdnavigatie is de kleur geel gekozen. Deze kleur past binnen de huisstijl en valt op, vanwege de kleur van de achtergrond. In Afbeelding 27 is de hoofdnavigatie afgebeeld.

Links van de hoofdnavigatie is het logo van Qabana afgebeeld. Deze was kleiner in het ontwerp van de opdrachtgever, maar ik heb er voor gekozen om deze te vergroten. Het logo en de naam van het bedrijf zijn namelijk ook een button naar de home pagina. Door dit deel te vergroten is het voor de bezoeker duidelijk op welke pagina hij zich bevindt. Er is er voor gekozen om dit logo ook als homebutton te gebruiken, om ruimte te

besparen in het menu. Dit komt vaak voor op websites, maar bij de usability test zou gaan blijken of dit ook voor Qabana's doelgroep begrijpelijk is. Om door de website te navigeren zal voornamelijk de hoofdnavigatie gebruikt worden. Daarom is het belangrijk dat deze navigatie feedback geeft na een actie. Op deze manier weet de gebruiker te allen tijde waar hij zich op de website bevindt. Hierom heb ik er voor gekozen om hoover effecten toe te voegen. Als er wordt gehoverd over een item, verandert deze van kleur. Als de bezoeker zich bevindt op een andere pagina dan de homepage, wordt het navigatiedoel onderstreept. Zoals in afbeelding 28 is te zien, geeft het menu feedback aan de gebruiker dat hij zich op de portfoliopagina bevindt.



Afbeelding 28 Bezoeker bevindt zich op de portfoliopagina.

Introteksten

Ik had er voor gekozen dat op elke pagina een introtekst geplaatst wordt die de bezoeker in het kort informeert over de informatie op de pagina. Deze tekst staat onder de navigatie en boven de content. Op deze manier is de tekst altijd in beeld bij het openen van een pagina. Ik had er voor gekozen om deze tekst groter te maken dan de items in de hoofdnavigatie. Hierdoor valt de tekst meer op en is hij makkelijker te lezen.

Footer

In de footer bevindt zich, zoals met de opdrachtgever afgesproken, de CTA. De footer wijkt qua achtergrond af met de rest van de pagina. Zwart valt ook binnen de huisstijl en valt op, omdat de kleur afwijkt van de rest. De footer wordt geopend met een vraag. Door deze vraag wordt de aandacht van de bezoeker getrokken. Ik heb besloten dat deze vraag bij elke pagina moet afwijken en moet

Afbeelding 29 De footer

passen bij de informatie op de desbetreffende pagina. Zo oogt de gehele pagina als geheel. Ook wordt telkens de aandacht van de bezoeker getrokken, omdat de tekst telkens afwijkt.

Vervolgens staat er een tekst die aangeeft dat de bezoeker zijn gegevens kan invoeren, zodat Qabana contact met hen op kan nemen. Ik had er voor gekozen om deze zin te plaatsen, zodat de bezoeker geïnformeerd kan worden wat het "formulier" in de footer betekent. De CTA had ik ontworpen zoals mijn advies na het CTA onderzoek.

De gekleurde driehoeken zijn elementen van de Huisstijl. Dit patroon is ook terug te vinden op de visitekaartjes van Qabana. Door dit element op de website te plaatsen 'herkent' de bezoeker het bedrijf.

Na het ontwerpen van de navigatie, footer en intro tekst had ik de eerste teksten van Saskia ontvangen. De eerste teksten had ze geschreven voor de 3 projecten die waren bepaald bij het maken van de content requirements. Deze teksten waren gecontroleerd bij de opdrachtgever, dus kon ik ze gaan plaatsen in de ontwerpen die ik zou gaan maken.

Bij de start van het opstellen van het ontwerprapport had ik beschreven welk lettertype gebruikt moest worden en welke kleuren de elementen hadden. Omdat ik het rapport voor mijzelf schreef, koos ik er voor om bij elke pagina van het prototype de informatie te herhalen. Op het moment dat het rapport van begin tot eind gelezen wordt, zou duidelijk zijn hoe de elementen ontworpen moesten gaan worden. Voor derden zou het document niet duidelijk zijn, maar zowel het ontwerpen als het bouwen deed ik zelf.

Projectpagina

Ik koos er voor om de projectpagina op te stellen zoals de opdrachtgever had aangegeven met zijn ontwerpen van sprint 3. Ik koos hiervoor omdat ik zijn ontwerp goed vond. Door een device te tonen met daarin een screenshot van het opgeleverde product, werd een link gelegd met de werkelijkheid. Deze 'link' wordt ook genoemd in de heuristics als gebruiksvriendelijk. Wat ook positief is van deze afbeelding is dat de gebruiker kan zien hoe een product oogt op een device zoals een laptop of desktop.

Ik koos er voor om niet bij elk project hetzelfde device te tonen. Door meerdere verschillende devices te tonen, kan de bezoeker zien dat Qabana producten oplevert voor elk schermformaat.

Onder de afbeelding heb ik gekozen om een inleidende tekst over de opdrachtgever zelf te plaatsen. Mocht de bezoeker het bedrijf niet kennen, informeert deze tekst hen.

Vervolgens staat links aangegeven over wat er rechts staat. Ik heb er voor gekozen om deze manier, die de opdrachtgever heeft aangeleverd, te behouden omdat het overzichtelijk is. Het is heel kort en duidelijk. Ik heb deze stijl dan ook op verschillende pagina's terug laten komen. Op deze manier is het prototype consistent door de gelijke indeling.

Ik heb ervoor gekozen om onder aan de pagina drie elementen te tonen die naast elkaar staan. De informatie van deze elementen is compact, wat had gezorgd voor veel loze ruimte, als deze onder elkaar getoond werden.

Aanpakpagina

Voor de aanpakpagina had ik er voor gekozen om stapsgewijs aan te geven hoe het uitwerken van een opdracht te werk gaat. Saskia had dan ook met Pieter overlegd wat de stappen zijn en heeft mij de juiste tekst aangeleverd. Ik had gevraagd om een 'titel' van de stap en een tekstuele uitleg van wat de stap inhoudt. Deze had ik onder elkaar geplaatst op chronologische volgorde. Op deze manier zou de bezoeker op een natuurlijk wijze (van boven naar beneden) door

de stappen heen kunnen lezen. Door de titels groter te maken dan de uitleg, kan een bezoeker door de pagina scrollen en 'scannen' wat de stappen zijn.

Opdrachtgeverspagina

Op deze pagina heb ik logo's van opdrachtgevers geplaatst. Ik heb er voor gekozen om deze onder te verdelen in verschillende soorten bedrijven. Op deze manier kan een bezoeker zoeken of zijn 'soort bedrijf' er tussen zit en vervolgens kijken voor welke bedrijven Qabana heeft gewerkt. Hierdoor kan de bezoeker zien dat Qabana ervaring heeft in het werken voor bedrijven als het zijne.

De logo's die binnen de pagina geplaatst zouden worden, had ik allemaal wit gemaakt. Hiervoor is gekozen omdat dit een wens was van de opdrachtgever. Ik gaf aan dat dit niet verstandig is, omdat het aanpassen van logo's niet mag. Toch wilde hij dat ik het deed en stuurde mij een lijst met bedrijven waarvoor gewerkt was. Ik had de logo's van de bedrijven opgezocht op internet en binnen het ontwerp geplaatst. Ik moest de logo's online zoeken omdat de opdrachtgever deze niet had. Om het niet rommelig te laten ogen had ik er voor gekozen om enige (wit) ruimte tussen de logo's te plaatsen zoals in afbeelding 30 is te zien. Hierdoor was de pagina rustiger. De opdrachtgever gaf ook aan dat hij dit prettiger vond.



Afbeelding 30 Ruimte tussen logo's

Homepagina

De opdrachtgever zag graag dat deze pagina geopend zou worden met een grote afbeelding, net als bij de projectpagina. Onder de afbeelding heb ik een korte tekst geplaatst met een link van het desbetreffende project. Ik heb er voor gekozen om maximaal 5 logo's te tonen van opdrachtgevers. Door het tonen van 5 logo's past alles op één regel en ontstaat er geen loze ruimte. De logo's zijn geselecteerd op bekendheid. Deze logo's zijn van wat grotere bedrijven, die veel mensen kennen. Door deze logo's te tonen komt Qabana betrouwbaarder en vakkundiger over.

Portfoliopagina



Afbeelding 31 Het portfolio

Zoals bepaald tijdens het opstellen van de content requirements, heb ik op deze pagina afbeeldingen van projecten gevisualiseerd met daarbij een korte tekst. Ik heb er voor gekozen om dit 'om en om' te doen, zoals is te zien in afbeelding 31. Ik koos hiervoor om de pagina meer bij Qabana te laten passen. De indeling oogt informeler dan alles onder elkaar. Ook de opdrachtgever gaf aan dat hij de manier hoe ik het voorstelde beter vond passen bij wat Qabana wil uitstralen.

Over ons pagina

Ook deze pagina is ingedeeld met informatie links en rechts. Links staat in dit geval de werknemer en rechts de informatie die bij de werknemer past. Hierdoor kan de bezoeker snel de namen van werknemers zien en eventueel meer informatie lezen over de desbetreffende persoon als dit gewenst is.

Het plan was om hier ook foto's van werknemers te plaatsen. Echter wil de opdrachtgever eerst bepalen wat de stijl wordt van deze foto's. Hij wil dan een professionele fotograaf inhuren die de foto's maakt. Voor mijn project neem ik het plaatsen van foto's daarom nog niet mee.

Contactpagina

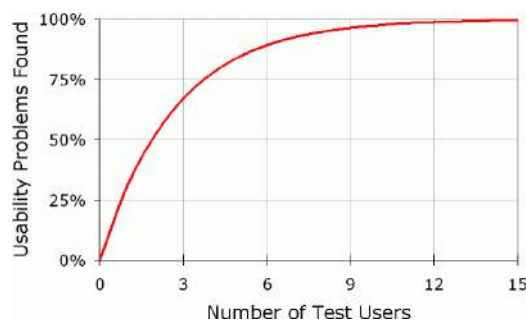
Voor de contactpagina had zowel ik als de opdrachtgever nog geen duidelijk beeld bij wat goed zou zijn. Ik had er voor gekozen om op dit moment een afbeelding van het pand te plaatsen. Het pand waarin het kantoor van Qabana zich bevind, is een oud huis wat vaak als mooi wordt beschreven door klanten. In afbeelding 32 is het pand afgebeeld. Daarnaast heb ik de contactgegevens geplaatst. Het idee was om bij de testpersonen te gaan navragen wat zij hier, op de contact pagina, zouden verwachten.



Afbeelding 32 Het kantoor van Qabana

Na het afronden van het ontwerprapport ben ik mij bezig gaan houden met de voorbereiding van de testen die ik tijdens sprint 5 wilde gaan uitvoeren. Ik stelde nog geen documentatie op, maar ik koos er voor om een methode te kiezen. Ik deed dit omdat het kiezen van een methode bepalend is voor de hoeveelheid testpersonen die nodig zouden zijn. Als ik de methode bepaald had, kon ik met mensen afspraken gaan maken.

Ik koos er voor om een methode te gebruiken die van Jakob Nielsen is. Binnen het project had ik ook ontworpen met de heuristics van Nielsen en was hier erg tevreden mee. Wat ook meespeelde was de tijd die ik had. Ik wilde in een week testen. Bij de theorie van Nielsen wordt aangegeven dat met het uitvoeren van 5 tests, 85% van de 'fouten' achterhaald zouden worden zoals in afbeelding 33 is te zien. Dit betekende dan dat ik elke werkdag een test zou moeten uitvoeren. Ook wilde ik van te voren de testvragen die ik had opgesteld testen. Op deze manier zou ik dan met een test werken waar 'geen' fouten meer in zaten.



Afbeelding 33 Theorie van Nielsen (Nielsen, Why You Only Need to Test with 5 Users, 2000)

Ik wilde, net als bij de interviews, in contact komen met bestaande klanten van Qabana. Dit zijn namelijk de personen die Qabana kennen en hierdoor weten wat de uitstraling van het prototype moet zijn om bij Qabana te passen. De

opdrachtgever gaf aan dat hij dit ook een goed plan vond en gaf mij contactgegevens. Tijdens het overleg heb ik met de opdrachtgever gesproken over de opgelopen vertraging tijdens het project. Het was de bedoeling dat het design gecontroleerd zou worden door een expert. Tot nu toe was daar nog niks van terecht gekomen. En omdat sprint 5 zou bestaan uit testen en sprint 6 uit de oplevering van het eindproduct, zou dit niet meer gaan lukken. Daarom hadden we besloten dat ook klanten van Qabana, die designer zijn, benaderd zouden worden voor een test. Mochten er geen designers reageren op de mail die ik zou aan sturen, dan zou de opdrachtgever contact opnemen met een designer, zodat hij er op een moment naar kon kijken.

Nadat ik een groep mensen had gemaild met de vraag of zij mee wilden werken aan een usability test begon ik met het bouwen van het prototype. Bij het bouwen heb ik het ontwerprapport gebruikt om de designs om te zetten in HTML, CSS en PHP. Het is gelukt om het prototype te maken zoals in het ontwerprapport beschreven staat. Screenshots van het prototype zijn te bekijken in de externe bijlagen 'Bijlage F. De screenshots het opgeleverde prototypen: Prototype sprint 4'.

Tijdens het bouwen van het prototype kreeg ik ondertussen ook reactie van de mensen die ik had benaderd voor het testen. Deze mensen beantwoordde ik dan ook om een afspraak te maken. Bij de oplevering van het prototype hadden vijf mensen gereageerd en had ik ondertussen ook al een afspraak gemaakt om tijdens week een van de volgende sprint een usability test uit te voeren.

§7.4 Oplevering van het vierde prototype

Aan het eind van sprint 4 had ik een prototype opgeleverd dat voldeed aan mijn wensen en aan die van de opdrachtgever. Maar het belangrijkste was dat met de oplevering van dit prototype het doel dat bij het begin van de sprint opgesteld was, gehaald was. Het prototype was volledig klikbaar en de informatie (de content) klopte.

8. Beschrijving van proces sprint 5

Binnen dit hoofdstuk staat beschreven welke doelstelling ik heb opgesteld voor sprint 5. Vervolgens is aangegeven aan welke beroepstaken ik heb gewerkt tijdens deze sprint. Ten derde staat beschreven welke aanpak ik heb gebruikt om de doelstelling te halen en op welke manier ik aan de beroepstaken gewerkt heb. Tot slot is te lezen in welke vorm het prototype is opgeleverd aan het einde van sprint 5.

§8.1 De opgestelde doelstelling van sprint 5

Tijdens de planningsmeeting met de SCRUM Master heb ik een doelstelling opgesteld. Deze sprint stond in het teken van het voorbereiden en uitvoeren van usability tests. Het prototype zoals ik het in sprint 4 opgeleverd had, wilde ik bij de doelgroep testen. Op deze manier wilde ik er achter komen of het prototype volledig werkte, en aansloot bij de behoeftes van de doelgroep. Na het testen zou dan een vijfde versie van het prototype opgeleverd worden, waarin aanpassingen doorgevoerd zijn aan de hand van de testresultaten.⁰

De doelstelling van deze sprint;

Aan het eind van sprint 5 moet een prototype worden opgeleverd dat is getest door mensen uit de doelgroep en aansluit bij de behoefte van de opdrachtgever.

§8.2 De gedemonstreerde beroepstaken tijdens sprint 5

Opstellen doelgroepanalyse.	✗
(Usability)-tests uitvoeren.	✓
Vormgeving toepassen.	✓
Ontwikkelen prototype.	✓

Omdat bij de start van sprint 5 de doelgroep bekend en geanalyseerd was, had ik niet aan deze beroepstaak gewerkt. Sprint 5 stond

voornamelijk in het teken van testen, waardoor ik het meest aan deze beroepstaak gewerkt had. Aan de hand van de test resultaten had ik elementen binnen de vormgeving aangepast, om vervolgens een nieuwe versie van het prototype te bouwen.

§8.3 Keuze verantwoording van sprint 5

Week 11 <i>Sprint 5</i>	Maandag: Sprint planning Testrapport opstellen Testen van de test Test aanpassen Dinsdag: Usability test 1 Usability test 2 Woensdag: Usability test 3 Verwerken testresultaten Donderdag: Usability test 4 Verwerken testresultaten Vrijdag: Usability test 5 Verwerken testresultaten	Week 12 <i>Sprint 5</i>	Maandag: Vrije dag (koningsdag) Dinsdag: Verwerken testresultaten Woensdag: Verwerken testresultaten Opstellen testrapport Donderdag: Opstellen ontwerprapport Bouwen prototype Vrijdag: Bouwen pro
----------------------------	--	----------------------------	---

Planningstabel sprint 5

Net als voorgaande sprints begon ik ook sprint 5 met een planningsmeeting. Deze duurde niet heel lang, omdat een groot deel van de planning al reeds bekend was. Ik had namelijk tijdens de vorige sprint afspraken gemaakt met testpersonen. Ik had ervoor gezorgd dat alle tests in de eerste week van de sprint afgenomen zouden worden. De 'test loze' maandag wilde ik gebruiken om het

testplan op te stellen en de test te oefenen met een proefpersoon.

Ik had, zoals in het vorige hoofdstuk staat beschreven, gekozen om de test 5 keer met verschillende mensen uit te voeren. Op deze manier zouden volgens de theorie van Nielsen, 85% van de fouten naar voren komen. Echter zou dit percentage lager uitvallen op het moment dat de eerste test niet goed zou gaan.

Daarom koos ik er voor om de test eerst te oefenen met iemand om zo de eventuele fouten er uit te halen. Wat een ander voordeel zou zijn van het oefenen van de test, was dat ik kon bepalen hoelang hij zou gaan duren. Hier kon ik mijn testpersonen van de hoogte stellen, mocht het veel langer duren dan een uur. Bij het maken van de afspraken had ik namelijk aangegeven dat naar verwachting de test een uur zou duren. Mocht het nou veel korter of langer uitvallen, dan zou ik dit kunnen melden van te voren.

Binnen het kantoorpand van Qabana zijn ook andere bedrijven gevestigd. Daar ben ik langs gegaan om een proefpersoon te zoeken. Ik had al gauw een mevrouw gevonden die mee wilde werken. Zij kende Qabana ook en viel daardoor ook nog binnen de doelgroep. Ik had met haar afgesproken om eind van de middag de test te houden, zodat ik de rest van de dag kon gebruiken voor het opstellen van een testplan.

Binnen het testplan had ik om te beginnen een probleem en doelstelling opgesteld. Vervolgens een hoofdvraag en tot slot verschillende deelvragen. Al deze informatie is terug te lezen in de externe bijlagen; 'Bijlage G. Documentatie van uitgevoerde tests: Testplan'.

De gekozen deelvragen heb ik bepaald aan de hand van de heuristics van Nielsen. Op het moment dat ik de deelvragen kon beantwoorden (na het testen), zou ik inzicht krijgen in hoe gebruiksvriendelijk het prototype was.

Omdat het prototype niet zo omvangrijk was (negen pagina's), had ik er voor gekozen om testtaken op te stellen die de persoon forceerde om het gehele prototype te zien. Ik had vijf taken op gesteld die er voor zorgde dat de gebruiker een goede indruk gaf hoe het prototype er uit zag en hoe het werkte. De focus van de taak lag dus niet op het eindresultaat, maar de weg die de gebruiker aflegt hier naar toe.

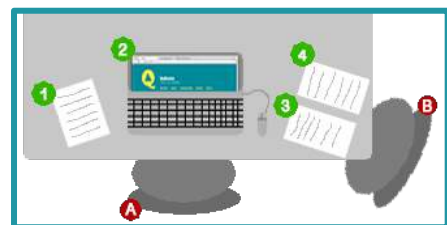
Bij het uitvoeren van de taken zou het dan de bedoeling zijn de gebruiker hardop zou denken. Hierdoor kon ik zien waarom hij overging tot bepaalde acties en kon daardoor bepalen of iets duidelijk zou zijn of niet. Ook wordt deze methode aangegeven als een goede manier bij usability tests door meneer Nielsen zelf (Nielsen, Thinking Aloud: The #1 Usability Tool, 2012).

Terwijl de testpersoon de taken uitvoerden zou ik als observator notities maken van zijn acties en opmerkingen. Hiervoor had ik een observatie formulier opgesteld. Op deze manier kon ik bij elke test op de zelfde manier aantekeningen maken en deze bij het opstellen van het testrapport vergelijken.

Als de testpersoon met de taken klaar was, wilde ik deze met hem doornemen. Omdat de testpersoon hardop zou denken, zou ik waarschijnlijk de reden al weten voor een antwoord, maar tijdens de test wilde ik niet gaan doorvragen. Tijdens de test wilde ik de persoon namelijk niet uit zijn concentratie halen. Als ik tijdens de test doorvragen zou ik de persoon uit de concentratie kunnen halen dus koos ik er voor om dit na de tests te doen.

Vervolgens, na het doornemen van de taken wilde ik nog wat vragen stellen in de vorm van een gestructureerd interview (Verhoeven, Interview, 2014). Ik had gerichte vragen opgesteld die mij zouden helpen bij het beantwoorden van de deelvragen en dus ook de hoofdvraag. De kans was groot dat sommigen antwoorden op de vragen al gegeven waren bij het uitvoeren van de test taken. Mocht dit het geval zijn, dan wilde ik de vraag alsnog stellen. Bij het stellen van de vraag zou ik dan zelf het antwoord geven, en om bevestiging vragen bij de testpersoon.

Binnen het testplan heb ik een 'handleiding' opgesteld van hoe de test uitgevoerd moeten worden. Ik had een opstelling gemaakt waarin elke test uitgevoerd moest worden, zoals is te zien in afbeelding 34. De reden dat ik deze opstelling had gekozen omdat ik (de testleider en observator) op deze manier zowel het scherm, als de testpersoon kon zien. Zo kon ik gezichtsuitdrukkingen van de testpersoon aflezen en hierdoor beter bepalen of zij het prototype begrijpen.



Afbeelding 34 De testopstelling.

Ook had ik besloten dat het prototype getest moest kunnen worden in een browser naar keuze en dat de testpersoon zelf mocht kiezen of hij/zij van een muis gebruik zou gaan maken. Door dit te doen konden deze factoren geen invloed hebben op de resultaten. Omdat de werking van browser verschilt is het belangrijk dat een persoon kan werken in de browser die hij of zij kent. Dit betekende wel dat ik alle bestaande browsers heb moeten downloaden en ik moest er voor zorgen dat ik altijd een externe muis bij me had.

Ik had er voor gekozen om de testpersoon zelf aan te laten geven waar de test plaats zou vinden. Dit had ik reeds laten weten tijdens het maken van de afspraken in sprint 4. Op deze manier kon de testpersoon een plek uitkiezen waar hij zich op zijn gemak zou voelen.

Na het afronden van het testplan heb ik de test geoefend met de proefpersoon. Ik had van tevoren aangegeven hoe de test werkte en wat ik er mee wilde bereiken. Ik had haar ook verzocht erg kritisch mocht te zijn. Hierdoor nam ik de eventuele illusie voor haar weg dat ze 'aardig' voor mij moest zijn.

Uit de proef test zijn geen opmerkelijk fouten gekomen en verliep zelfs goed. Het grootste punt was dat de grammatica van de opgestelde taken niet goed was. Zij heeft mij gewezen op de spelfouten, zodat ik ze kon verbeteren

Ik heb achteraf met haar besproken wat mijn bedoeling was met de test. Door de taken op te stellen, zoals ik had gedaan, had de proefpersoon het hele prototype gezien, zoals ik ook bedoeld had. Er werd aangegeven dat ze de test als prettig had ervaren en dat ik goed voorbereid over kwam. Mijn keuze om de testpersoon de vrijheid in de keuze voor een browser te geven, vond ze erg plezierig en doordacht.

Na de proef test heb ik de fouten die aan het licht kwamen aangepast, om vervolgens vijf officiële test af te nemen.

Uiteindelijk heb ik ook vijf test kunnen afnemen. Niemand had afgezegd en alle tests waren zoals bedoeld verlopen. Hierdoor kon ik concluderen dat de testresultaten bruikbaar waren. De laatste test heb ik uitgevoerd met een designer. Achteraf, na de test, had ik hem nog gevraagd of hij op en aanmerkingen over het ontwerp had.

Het ontwerp was volgens hem goed, en paste goed bij Qabana. Deze persoon heeft in het verleden een opdracht door Qabana laten uitvoeren en heeft ook met het bedrijf samengewerkt. Hierdoor wist hij wat voor bedrijf Qabana is en kon hierdoor ook bepalen of de uitstraling bij Qabana zou passen.

Er waren echter wel twee punten van kritiek.

1: Er werd binnen het prototype niet altijd goed onderscheid gemaakt tussen verschillende soorten koppen. Hij adviseerde daarom, om duidelijk typografisch onderscheid te maken tussen titels, ondertitels en normale tekst. Hierdoor zouden pagina's hiërarchischer worden en het gehele prototype consistent.

2: De tekst direct onder de afbeeldingen van de projectpagina's was heel slecht vorm gegeven. Hij adviseerde om deze tekst, qua grootte en lettertypen, gelijk te trekken aan de intro tekst. Op de manier hoe het nu was vormgegeven viel het heel erg buiten de rest van het ontwerp. Deze tekst was namelijk het enige gedeelte van de website waar een zin van links door liep naar de rechter kant van het scherm.

Na het afnemen van de tests ben ik alle data gaan verzamelen om een testrapport op te kunnen stellen. Dit testrapport is te zien in de externe bijlagen; 'Bijlage G. Documentatie van uitgevoerde tests: Testrapport'. Aan de hand van het testrapport zou ik dan een ontwerprapport kunnen maken en vervolgens een nieuwe versie van het prototype.

In koos er voor om niet elk antwoord van elke test volledig uit te werken en om een conclusie te trekken uit elke individuele test. Ik koos hier niet voor omdat bij elke test, vrijwel de zelfde punten naar voren kwamen. Deze punten heb ik genoteerd, onderverdeeld onder de pagina's van het prototype waar ze onder vallen en uitgewerkt in het testrapport.

Ook de opdrachtgever had geen behoefte aan een volledige uitwerking van individuele tests.

Ik heb het op bovenstaande manier gedaan, zodat er per pagina een overzicht ontstond met de 'mankementen'. Op deze manier kon er per pagina aanpassingen doorvoeren, aan de hand van de aangegeven actiepunten in het testrapport.

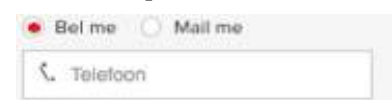
Voor het opstellen van een ontwerprapport had ik eerst een afspraak met de opdrachtgever gemaakt om met hem mijn opgestelde actiepunten te bespreken. Tijdens de bespreking hadden we het ook gehad over hoe de tests waren verlopen. De tests waren ingericht om de gebruiksvriendelijkheid van de website te bepalen. Maar ik wilde er ook achter komen of de uitstraling van het prototype zou passen bij Qabana.

Zoals eerder vermeld probeert Qabana heel persoonlijk te zijn in de omgang en dit wordt door klant ook zou ervaren. Tijdens het testen heb ik verschillende soorten feedback gekregen over de uitstraling. Deze feedback wilde ik graag met de opdrachtgever bespreken omdat er één punt was waar ik me van afvroeg wat hij daar van vond.

Tijdens de proef test, maar ook bij 3 van de 5 officiële tests, kwam naar voren dat er een "grapje" verwerkt moest worden in het prototype. Ieder gaf aan dat de omgang met Qabana uniek is en gepaard gaat met een hoop humor. De doelgroep ziet graag dat er een subtiele grap binnen het prototype geplaatst wordt. Qua indeling, kleur gebruik en informatie past het prototype bij Qabana, maar er moet een komisch randje aan toegevoegd worden.

De opdrachtgever reageerde heel enthousiast. Ik gaf echter wel aan dat dit 'grapje' het beste door hem bedacht kon gaan worden. Hij is immers al lang deel van Qabana en kent het bedrijf beter dan dat ik deed.

Tijdens het overleg met de opdrachtgever en het doornemen van de 'actiepunten lijst' uit het testrapport, was hij het met één ding niet eens. Uit de tests was gebleken dat de bezoeker graag de keus heeft tussen het achter laten van een telefoon nummer of e-mail. Ik gaf aan dat ik een CTS wilde herontwerpen met een 'keuze button' voor e-mail of telefoon, zoals in het voorbeeld uit afbeelding 35. Deze manier was ik al vaker tegen gekomen bij andere websites tijdens het CTA

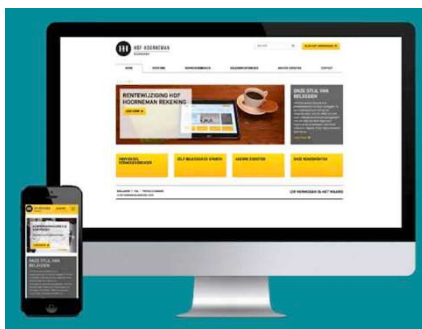


Afbeelding 35 Keuze tussen e-mail en telefoon

onderzoek. Ook gaven de testpersonen aan dat zij het om zo'n dergelijke manier zouden verwachten.

Echter gaf de opdrachtgever aan dat hij dit niet wilde. Hij zag liever dat er tekstueel aangegeven werd dat een bezoeker contactgegevens naar zijn voorkeur achter kon laten.

Ik had ook samen met de opdrachtgever besloten dat de afbeeldingen die op de project pagina's getoond werden, omgezet moesten worden in een slideshow. De opdrachtgever ziet graag dat er niet meer afbeeldingen geplaatst worden op de pagina, omdat het anders rommelig wordt. We hadden er daarom voor gekozen om het 'frame' van de desktop/laptop altijd te tonen, maar de screenshots te laten wisselen na elke 5 seconden. Elk screenshot toont dan een andere pagina van de door Qabana opgeleverde website of webapplicatie.



Afbeelding 36 Afbeelding met smartphone

In overleg met de opdrachtgever is ook besloten dat binnen alle afbeeldingen van het prototype smartphones worden weggelaten. In afbeelding 36 is een voorbeeld te zien van een afbeelding uit een eerdere versie van het prototype. De opdrachtgever was niet tevreden met de manier waarop ze binnen het prototype geplaatst waren, waardoor hij voorstelde ze weg te laten. Op deze manier konden we de kwaliteit van alle afbeeldingen garanderen. Hiermee word bedoeld dat elk screenshot netjes is op het schermformaat waarin hij getoond word. De opgeleverde

websites door Qabana werkten nog allemaal niet optimaal voor de smartphone, waardoor de screenshots niet naar wens uitvielen.

Na het gesprek met de opdrachtgever heb ik een ontwerprapport opgesteld. Deze is te zien in de externe bijlagen; 'Bijlage E. De opgeleverde ontwerprapporten: Ontwerprapport sprint 5'.

Het ontwerprapport wat ik had opgeleverd was redelijk kort. Alleen de elementen die aangepast moesten worden die een visueel verschil hadden met de vorige versie had ik uitgewerkt. In het testrapport staat bijvoorbeeld aangegeven dat afbeeldingen binnen de portfolio pagina klikbaar moeten zijn. Omdat dit in het ontwerp geen aanpassingen laat zien, stond dit niet in het ontwerprapport vermeld. Door zowel het ontwerprapport als het testrapport te gebruiken bij het bouwen van het nieuwe prototype, had ik bijna alles kunnen aanpassen.

De volgende elementen (zoals ze staan vermeld in het testrapport) had ik niet kunnen verwerkt in het nieuwe prototype;

- Interactie element voor de logo's bedenken en bouwen.

Ik heb geadviseerd aan de opdrachtgever, dat er bij een klik op een logo van en opdrachtgever, een project pagina moet verschijnen van deze opdrachtgever met daarop informatie over uit uitgevoerde opdracht. Tijdens het testen is dit idee

meerder keren voorbij gekomen en zelf vind ik dit ook erg goed. De opdrachtgever vond het ook geen slecht idee, maar volgens hem koste dat op dat moment teveel tijd. We waren het er over eens dat de gebruiker nu dood loopt op deze pagina en dat dat niet prettig was. Echter waren er ongeveer 30 logo's en voor ieder zou dan een project pagina gemaakt moeten worden. Voor dit moment hoefde het dus niet, maar in de toekomst zal hij dit zelf oppakken.

§8.4 Oplevering van het vijfde prototype

Aan de hand van het testrapport en het ontwerprapport heb ik een nieuwe versie van het prototype kunnen bouwen en opleveren. Screenshots van dit prototype zijn te bekijken in de externe bijlagen; 'Bijlage F. De screenshots van opgeleverde prototypen: Prototype sprint 5. De doelstelling zoals hij was opgesteld, aan het begin van de sprint, was behaald.

Tijdens een gesprek met de opdrachtgever werd aangegeven dat hij het prototype in de huidige vorm goed vind als nieuwe bedrijfswebsite.

Echter gaf hij wel aan dat de code (HTML) van het prototype moest kloppen en dat hij op elk formaat scherm leesbaar moest zijn. Dit was een onderdeel van het project wat dan zou worden uitgevoerd in de volgende, en tevens laatste, sprint.

9. Beschrijving van proces sprint 6

Binnen dit hoofdstuk staat beschreven hoe ik het heb aangepakt om het definitieve prototype op te leveren aan de opdrachtgever. Ten eerste is de doelstelling van deze sprint te lezen en vervolgens de onderhanden genomen beroepstaken. Hierna is de gekozen aanpak door te nemen, met als afsluiting het opgeleverde prototype

§9.1 De opgestelde doelstelling van sprint 6

Omdat dit de laatste sprint was, moest aan het einde hiervan de doelstelling behaald zijn zoals hij in het afstudeerplan was opgesteld.

De doelstelling van deze sprint;

Aan het eind van sprint 6 levert de student een getest prototype van Qabana's website op die past bij wat het bedrijf wil uitstralen, gebruiksvriendelijk is en de conversie verhoogt ten opzichte van de oude website.

§9.2 De gedemonstreerde beroepstaken tijdens sprint 6

Opstellen doelgroepanalyse.	✗
(Usability)-tests uitvoeren.	✗
Vormgeving toepassen.	✗
Ontwikkelen prototype.	✓

Binnen deze sprint was het prototype dusdanig vormgegeven, dat hij naar wens was bij de opdrachtgever. Binnen deze

sprint lag de focus op het optimaliseren van het prototype uit sprint 5. Ik heb mij voornamelijk bezig houden met het optimaliseren van de code (HTML) en het om zetten ervan. Met "het omzetten ervan" wordt het herschrijven van de code bedoeld, zodat de gebruiker om andere scherm formaten, dan dat van een desktop, de zelfde gebruikerservaring heeft. Hierdoor heb ik tijdens deze sprint alleen gewerkt aan mijn 'ontwikkelen van prototype' beroepstaak.

§9.3 Keuze verantwoording van sprint 6

Week 13 Sprint 6	<u>Maandag:</u> Sprint planning Overleggen met opdrachtgever voor aanpassingen. <u>Dinsdag:</u> Vrije dag (Bevrijdingsdag) <u>Woensdag:</u> Opstellen ontwerprapport. <u>Donderdag:</u> Bouwen prototypen <u>Vrijdag:</u> Bouwen prototypen	Week 14 Sprint 6	<u>Maandag:</u> Bouwen prototypen <u>Dinsdag:</u> Bouwen prototypen <u>Woensdag:</u> Bouwen prototypen <u>Donderdag:</u> Opstellen advies rapport <u>Vrijdag:</u> Presentatie prototypen
----------------------------	---	----------------------------	---

Planningstabel sprint 6

Deze sprint begon net als elke sprint met een planningsmeeting. Samen met de scrum master stelde ik een planning op voor de sprint.

Het eerste wat ik wilde doen, was met de opdrachtgever door het opgeleverde prototype van sprint 5 heen lopen. Als er dingen waren waarvan hij zei dat die aangepast

moesten worden, kon ik deze noteren en onder handen nemen in de dagen die volgden. Ik koos er voor om elke dag van de sprint in te vullen als dag om aan de code te werken. Tijdens deze dagen zou ik dan de aanpassingen doorvoeren die de opdrachtgever wenste en het prototype responsive maken.

Ik koos er voor om ook een dag in te plannen om een adviesrapport te schrijven. Mocht er zich een situatie voordoen, waardoor ik een pagina niet goed kon uitwerken, had ik de mogelijkheid om een adviesrapport te schrijven voor de opdrachtgever. Hij kon dit onderdeel dan zelf aanpassen, aan de hand van mijn gegeven advies. De opdrachtgever gaf hiervoor zijn toestemming.

Wat afweek binnen deze sprint, ten opzichte van andere sprints, was dat er geen onderzoek element was. Echter had ik al veel onderzoeken gedaan in voorgaande sprints en wilde ik mij concentreren op een prototype waar de opdrachtgever tevreden mee was. Het was immers de bedoeling, zoals in het afstudeerplan stond genoteerd, dat ik een prototype op zou leveren dat één op één over genomen kon worden door Qabana.

Na de planningsmeeting ben ik direct met de opdrachtgever door de website heen gaan lopen. Elke individuele pagina hebben we samen bekeken en geëvalueerd. Omdat ik voor het bouwen van het vorige prototype met heb besproken had wat ik ging bouwen waren er eigenlijk geen opmerkingen. De opmerkingen die hij had waren niet voor mij bedoeld, deze gingen namelijk over de tekst die op de website stond en daardoor de taak van Saskia.

In overleg met de opdrachtgever had ik besloten dat ik mij binnen deze sprint zou focussen op het responsive maken van het prototype. Vervolgens, als het prototype responsive was, kom ik me focussen op het netjes maken van de code. Met het netjes maken van de code werd bedoeld dat alle fouten ui de code (HTML) gehaald zouden worden, en dat het overzichtelijk opgesteld zou worden. De opdrachtgever zou mij dan controleren of hij het overzichtelijk vond.

Het was belangrijk dat ik de code netjes zou maken, omdat de opdrachtgever een CMS systeem aan het prototype wilde gaan koppelen als het opgeleverd werd. Als er een CMS systeem gekoppeld wordt, is het belangrijk dat de code netjes en begrijpelijk is voor iedereen. Het is koppelen doe namelijk niet ik, maar een andere persoon.

Met de opdrachtgever had ik ook besloten dat ik voor de maken van de mobiele versie van de website geen ontwerprapport zou opstellen. Dit zou onnodig veel tijd kosten. Het enige element was visueel totaal zou afwijken van dat van de desktop versie was het navigatie menu. Echter was de manier van hoe het menu geplaatst zou worden al bepaald, door de getrokken conclusies in de benchmark uit sprint 1.

De content op de website kon makkelijk aangepast worden naar een klein formaat. Veel informatie was voornamelijk onder elkaar weergegeven waardoor de hoogte van de tekst vlakken alleen zou veranderen op een klein scherm. Door de teksten niet lang uit te laten vallen, koos ik er wel voor om de regel afstand te verkleinen ten opzichte van de desktop versie. Ook koos ik er voor om het lettertype van de titels en intro's van pagina's te verkleinen. Ook dit deed ik voor het zo kort mogelijk houden van de pagina. Het was belangrijk om de pagina kort te houden zodat de mensen niet veel zouden hoeven te scrollen en omdat dit een wens van de opdrachtgever was.

Hieronder is een lijst met keuzes die ik gemaakt bij het responsive maken van het prototype;



Afbeelding 37 Links desktop, rechts mobiel

Naar aanleiding van het onderzoek uit sprint 1 had ik er voor gekozen om op de mobiel het navigatiemenu anders weer te geven dan op de desktop. Boven aan de pagina is nog steeds het menu terug te vinden, maar om hem te kunnen zien moet er op het hamburger menu geklikt worden om hem uit te klappen om zo de navigatie doelen te kunnen zien.



Afbeelding 38 Links desktop, rechts mobiel

Ik heb er voor gekozen om de logo's niet naast elkaar te laten staan als het scherm kleiner is. Zoals in afbeelding 38 is te zien had ik ze onder elkaar geplaatst waardoor ze nog steeds goed zichtbaar zijn. Als ik hier niet voor had gekozen werd de pagina te breed voor een mobiel, of de logo's te klein om te zien.



Afbeelding 39 Links desktop, rechts mobiel

Zoals in afbeelding 39 is te zien, zijn de teksten die links staan op de pagina in de desktop versie, van plaats veranderd op de mobiel. Als deze titels op de mobiel ook links van de informatie zouden zijn, was het lettertypen te klein om te lezen en de pagina te breed. Daarom had ik er voor gekozen om de titel boven de tekst te plaatsen.



Afbeelding 40 Links desktop, rechts mobiel

Zoals in afbeelding 40 is te zien zijn de tekstuele elementen en de afbeeldingen niet meer naast elkaar weer gegeven op de mobiele versie. Ik had er voor gekozen om het op deze manier te doen, omdat anders de informatie te klein zou zijn om te lezen, of de pagina te breed voor een mobiele pagina.



Afbeelding 41 Links desktop, rechts mobiel

Voor de project pagina had ik er voor gekozen om de diensten, opdrachtgever en ontwerp niet meer naast elkaar te tonen, maar onder elkaar. Door het op deze manier te doen bleef de informatie leesbaar op een scherm wat veel smaller is dan dat van een desktop. Hoe deze uitwerking is gevisualiseerd is te zien in afbeelding 41.

FASE 1 Inventarisatie Als je na een eerste kennismaking een goed gevoel hebt over een samenwerking met Qabana, dan spreken we graag nog een keer af om de vraag uitgebreid te bespreken. We brengen alle wensen en eisen in kaart, bekijken mogelijke oplossingsrichtingen en ook onderdelen als vormgeving, budget, inhoud, planning et cetera komen natuurlijk aan de orde.	Inventarisatie Als je na een eerste kennismaking een goed gevoel hebt over een samenwerking met Qabana, dan spreken we graag nog een keer af om de vraag uitgebreid te bespreken. We brengen alle wensen en eisen in kaart, bekijken mogelijke oplossingsrichtingen en ook onderdelen als vormgeving, budget, inhoud, planning et cetera komen natuurlijk aan de orde.
---	---

Afbeelding 42 Links desktop, rechts mobiel

Binnen afbeelding 42 is te zien hoe de aanpak word weergegeven op een mobiel. Ik had er voor gekozen op aan aanduiding van fases weg te halen. In eerste instantie had ik ze boven de titels van de uitgeschreven fases geplaatst, maar de opdrachtgever gaf aan dat hij dit niet wilde.

SJOERD BAARDA Web developer / eigenaar Sjoerd is de oprichter van Qabana. Hij houdt ervan om samen met de opdrachtgever al pratende te achterhalen wat precies de vraag of het probleem is. sjoerd@qabana.nl 06 273 70 358 linkedin	SJOERD BAARDA Web developer / eigenaar Sjoerd is de oprichter van Qabana. Hij houdt ervan om samen met de opdrachtgever al pratende te achterhalen wat precies de vraag of het probleem is. sjoerd@qabana.nl 06 273 70 358 linkedin
---	---

Afbeelding 43 Links desktop, rechts mobiel

Op de over ons pagina heb ik er voor gekozen om de naam en functie van de werknemer boven de persoonlijke informatie te plaatsen, zoals in afbeelding 43 is te zien. Door dit te doen bleef alle informatie leesbaar op een kleiner scherm.

ADRES Prins Willemstraat 21 2584 HS Scheveningen TELEFOON 070 82 00 217 E-MAIL info@qabana.nl  	ADRES Prins Willemstraat 21 2584 HS Scheveningen TELEFOON 070 82 00 217 E-MAIL info@qabana.nl 
---	--

Afbeelding 44 Links desktop, rechts mobiel

Ik had er voor gekozen, zoals in afbeelding 44 is te zien, om de afbeelding van het pand niet te tonen aan een mobile bezoeker. Het is een mooi pand om te tonen, maar alleen als er ruimte voor is en dat is er niet op de mobiel.

Na de opleveren van het responsive prototype begon ik met het controleren van de code. De opdrachtgever gaf aan dat hij hier mee zou willen helpen, maar ik koos er voor om eerst zelf te kijken met de hulp van de 'validator' van W3schools (W3schools).

Ik koos er voor om mijn code met de tool van w3schools te controleren, omdat dit bedrijf een ontwikkelaar is van HTML; de code waarmee ik mijn prototype had gemaakt.

Binnen deze tool kon ik HTML plakken die ik geschreven had en vervolgens gaf hij aan wat er mis was met de code. Bij de controle van de code kreeg ik redelijk weinig fout meldingen terug. De fouten die gemeld werden door de tool waren voornamelijk fouten in de afsluiten van bepaald onderdelen. Omdat ik deze fout op elke pagina gemaakt had, kwam deze telkens terug. Van de opdrachtgever kreeg ik wel een compliment over de weinig fouten die naar voren kwamen.

Na het checken van de code, ben ik de code gaan opmaken op een nette manier.



```

<?php
$active = 'portfolio';
include 'parts/head.php';
?>
<article>
<h2>Een aantal projecten waar we trots op zijn</h2>
<a href="project/muzee.php" class="noline"> 
<h2 class="titel">Website voor Muzee</h2>
<p>Wat is nou leuker dan voor je eigen Scheveningse museum een website te mogen maken? <a href=
</article>
<hr>
<article>
<a href="project/metenwegen.php" class="noline">
<h2 class="titel">Meten & Weg</h2>
<p>Bijna 15.000 Haagse kinderen hebben gewichtsproblemen met alle risico's van dien. Alleen al
</article>
<hr>
<article>
<a href="project/hoorneman.php" class="noline">
<h2 class="titel">Website Hof Hoorneman</h2>
<p>Ruim 1,7 miljard euro wordt er beheerd door Hof Hoorneman. Daar wil je geen misverstanden over
</article>
</div>
<?php
$vrage = 'Of we ook een goede oplossing voor jou weten?';
$zin = 'Leg het ons vrijblijvend voor. We denken graag mee. Laat je gegevens achter zodat we via
include 'parts/foot.php';
?>

```

```

<?php
$active = 'portfolio';
include 'parts/head.php';
?>
<article>
<h2>Een aantal projecten waar we trots op zijn</h2>
<a href="project/muzee.php" class="noline"> 
<h2 class="titel">Website voor Muzee</h2>
<p>Wat is nou leuker dan voor je eigen Scheveningse museum een website te mogen maken? <a href="pr
</article>
<hr>
<article>
<a href="project/metenwegen.php" class="noline">
<h2 class="titel">Meten & Weg</h2>
<p>Bijna 15.000 Haagse kinderen hebben gewichtsproblemen met alle risico's van dien. Alleen als je
</article>
<hr>
<article>
<a href="project/hoorneman.php" class="noline">
<h2 class="titel">Website Hof Hoorneman</h2>
<p>Ruim 1,7 miljard euro wordt er beheerd door Hof Hoorneman. Daar wil je geen misverstanden over
</article>
</div>
<?php
$vrage = 'Of we ook een goede oplossing voor jou weten?';
$zin = 'Leg het ons vrijblijvend voor. We denken graag mee. Laat je gegevens achter zodat we via de telefo
include 'parts/foot.php';
?>

```

Afbeelding 45 Links de oude code, rechts de opgemaakte code

De opdrachtgever had aangegeven hoe hij het zou graag willen dat ik het deed. In afbeelding 45 is een voorbeeld te zien van hoe stukjes code in eerste instantie waren geschreven, met daarnaast een vergelijking hoe het er uit zag na de 'check'.



Afbeelding 46 Mobiele versie

Bij het maken van de planning had ik ruimte ingepland om eventueel een adviesrapport op te stellen. Ik had echter geen adviezen voor de opdrachtgever over dingen waar we het niet eerder over gehad hadden, zoals het komische randje aan de website. Daarom besteedde ik deze tijd aan het voorbereiden van een presentatie aan mijn collega's. Om het project en mijn stage tijd bij Qabana af te sluiten hield ik een presentatie over het prototype wat ik had opgeleverd. Door dit te doen wilde ik mijn collega's de gelegenheid geven om vragen te stellen en konden ze zelf ook het prototype testen. Screenshots van het prototype zoals ik hem had opgeleverd en gepresenteerd aan de werknemers zijn terug te zien in de externe bijlagen; 'Bijlage F. De screenshots van opgeleverde prototypen: Prototype sprint 6'. Binnen deze bijlage zijn alleen de screenshots geplaatst zoals die ook te zien is in afbeelding 46. Ik heb hier voor gekozen omdat de desktop versie niet afwijkt van de screenshots van sprint 5.

Na de presentatie is de prototype online gezet en word nu gebruikt als bedrijfswebsite. Deze is te bekijken via; <https://qabana.nl>.

§9.4 Oplevering van het zesde prototype

Bij de afronding van deze sprint en daarmee het project heb ik een prototype opgeleverd en deze gepresenteerd aan het gehele bedrijf. Na de presentatie heb ik, samen met de opdrachtgever het prototype live gezet, waardoor hij nu wordt gebruikt als nieuwe bedrijfswebsite.

Er was door de opdrachtgever voor gekozen om het prototype live te zetten omdat naar zijn mening de doelstelling gehaald was;

“Aan het eind van sprint 6 levert de student een getest prototype van Qabana’s website op die past bij wat het bedrijf wil uitstralen, gebruiksvriendelijk is en de conversie verhoogt ten opzichte van de oude website.”

Uitstraling van Qabana

De opdrachtgever was van mening dat het prototype, zoals hij opgeleverd is, past bij wat Qabana wil uitstralen. Naast dat hij zelf tevreden was is ook uit de tests gekomen past bij bedrijf als bedrijf.

Wel gaven de testpersonen aan dat er een subtiel grapje in de website verwerkt moest worden om helemaal bij Qabana te horen. Zoals eerder beschreven, binnen dit verslag, had ik dit met de opdrachtgever besproken. Hij gaat zelf nadenken wat dit moet zijn en eventueel de website hiermee aanvullen.

Professionaliteit

Van te voren was bepaald dat het prototype professionaliteit moest gaan uitstralen. In §3.4 staat beschreven wat dit voor Qabana betekent en ik ben van mening dat het is gelukt om de beschreven punten te verwerken in het definitieve prototype.

Doormiddel van kleurgebruik, lettertypen en de ‘strakke’ stijl pas het prototype naar mijn mening, maar vooral die van de opdrachtgever, binnen de huisstijl. Dit heb ik echter niet kunnen testen bij de doelgroep, omdat de lancering van het prototype gepaard zou gaan met die van de nieuwe huisstijl.

Doormiddel van het tonen van uitgevoerde opdrachten, opdrachtgevers waarvoor projecten zijn uitgevoerd en een uitgeschreven aanpak straalt het prototype vakkundigheid uit. Ook is uit de interviews en tests gebleken dat de doelgroep verwacht dat dit soort pagina’s te vinden zijn op een bedrijfswebsite uit deze branche. Dit zijn namelijk de pagina’s waarop bezoekers kunnen zien wat je kan als bedrijf.

Tot slot heeft een bezoeker op elke device de zelfde ervaring. Dit is niet getest bij de doelgroep, maar wel door mijzelf en collega’s.

Getest prototype

Tijdens sprint 5 zijn er usability test uitgevoerd, waarna er aanpassingen zijn doorgevoerd die ook in het laatste prototype zitten.

Gebruiksvriendelijkheid

Van te voren had ik vastgesteld dat het prototypen moest voldoen aan de heuristics van Jakob Nielsen's. En naar mijn mening is het prototype gebruiksvriendelijk als je zijn theorie als maatstaf gebruikt (Nielsen, 1995).

1. Visibility of system status

Bij het versturen van het formulier in de footer, geeft het systeem een terugkoppeling wanneer het bericht verstuurd is, zoals in afbeelding 47 is te zien.

Ook geeft het prototype feedback over waar de persoon zich op de pagina bevindt. Deze feedback werd door de testpersonen al erg duidelijk ervaren.



Afbeelding 47 Bevestiging van versturen gegevens.

2. Match between system and the real world

Binnen het prototype worden de screenshots van opgeleverde producten getoond in een afbeelding van een computer scherm. Op deze manier kan de bezoeker zien hoe er een product er in de werkelijkheid uit zit

3. User control and freedom

Boven aan de pagina wordt altijd het menu getoond en het is daardoor ten alle tijde mogelijk om terug te gaan naar de home pagina

4. Consistency and standards

De gebruikte benamingen door het prototype heen zijn gelijk aan elkaar, en begrijpbaar voor de doelgroep.

5. Error prevention

Het enige moment dat er een fout melding kan worden getoond is bij het versturen van het formulier uit de footer, zoals in afbeelding 48 is te zien. Een e-mail of telefoon is verplicht, als deze velden niet ingevuld zijn wordt er een foutmelding getoond.



Afbeelding 48 E-mail, of telefoon nummer is verplicht

6. Recognition rather than recall

Alle afbeeldingen die binnen het prototype zijn geplaatst zijn 'gecompressed', en gebruiken daardoor niet veel geheugen van de gebruiker. Ook de laadtijden worden hierdoor verkort

7. Flexibility and efficiency of use

Het opgeleverde prototype werkt zowel op mobiel, tablet als desktop.

8. Aesthetic and minimalist design

Alle informatie die getoond wordt binnen het prototype werd als relevant ervaren door de testpersonen.

9. Help users recognize, diagnose, and recover from errors

Op het moment dat er iets fout gaat wordt dit, zoals in afbeelding 47 is te zien, gecommuniceerd naar de bezoeker

10. Help and documentation

Binnen het prototype word in de footer aangegeven dat er contact opgenomen kan worden, zoals in afbeelding 48 is te lezen.

Of we ook een goede oplossing voor jou weten?

Leg je vraag ons vrijblijvend voor. We denken graag mee. Laat je gegevens achter zodat we via telefoon of e-mail contact met je kunnen opnemen.

Afbeelding 49 Stel Qabana een vraag

Conversie

Door een CTA (formulier) te plaatsen binnen de footer is er een mogelijkheid om direct contact op te nemen met de gebruiker. Bij dit formulier wordt ook aangegeven dat er een afspraak gemaakt kan worden voor een kopje koffie, en dat betekend voor Qabana “conversie”. Binnen de oude website was dit niet mogelijk, maar nu bevind zich deze tool wel in het ontwerp.

10. De evaluatie van het project

Binnen dit hoofdstuk worden de activiteiten die zijn uitgevoerd tijdens de sprints geëvalueerd. Naast de aanpak heb ik ook de opgeleverde (tussen)producten geëvalueerd.

§10.1 De evaluatie van de keuze voor een iteratie proces

Nog voor de start van het project is er gekozen om te werken met sprints. Bij het maken van het afstudeerplan was het verplicht om aan te geven welke fases er waren binnen het aankomende project en wanneer die fases begonnen.

Tijdens het overleg met mijn toekomstige opdrachtgever werd duidelijk dat het product, dat ik moest gaan opleveren, niet heel omvangrijk zou worden. Mijn mening toen was dat het niet veel zin zou hebben om de reguliere werkwijze te gebruiken, zoals die op school is aangeleerd. Op het moment dat er met sprints gewerkt wordt, is er de mogelijkheid om het eindproduct telkens aan te passen. Zo zijn bij de afronding van het product alle aspecten van het product onder handen genomen en kom je, naar mijn mening, tot het beste resultaat. Door de sprints was er ook meer ruimte om onderzoeken of producten later aan te passen. In elke sprint zou een onderzoek-, ontwerp-, bouw- en testfase zitten. Dit betekende dat, als er iets naderhand niet duidelijk was, dat dit binnen een volgende sprint opnieuw opgepakt kon worden.

Ik stond, en sta nog steeds achter mijn keuze voor een iteratie proces. Ik ben ook van mening, als ik naar het eindproduct kijk, dat met mijn gekozen methode het beste resultaat is behaald.

Echter zou ik niet dezelfde werkwijze hanteren, mocht ik het project opnieuw doen. Zoals ik eerder heb vermeld vind ik de methode passen bij het project, maar de methode is lastig te gebruiken binnen een afstudeerstage. Tijdens gesprekken met mijn begeleidend docent en later met mijn tweede examinerator, werd aangegeven dat het gebruiken van sprints voor de HHS erg modern is. Dit zorgde er voor dat ik alles heel goed moest uitleggen bij gesprekken met mijn examineratoren, maar ook binnen dit verslag. Hierdoor was ik tijdens mijn afstudeerstage soms meer tijd kwijt aan het duidelijk verantwoorden, dan met het project zelf.

Ook heeft mijn keuze voor een 'moderne' methode gezorgd voor wrijving tussen school en mijn stagebegeleider van het bedrijf. Mijn stagebegeleider heeft na het afronden van de stage het evaluatieformulier van de HHS ingevuld, deze is na te lezen in 'Bijlage VI. Het evaluatieformulier'.

Wat ook een punt van kritiek is voor het gehanteerde iteratie proces is dat er maar één persoon actief was binnen het project en dat was ik. Bij de planningsmeeting was er wel een SCRUM master, maar de onderzoeken moest ik zelf starten. De afspraken voor interviews en testen moest ik zelf maken en inplannen. En tot slot heb ik ook een groot gedeelte van het daadwerkelijke bouwen van het prototype zelf gedaan. Omdat ik alles wel goed wilde doen, kostte dit mij soms teveel tijd. Uiteindelijk is het wel allemaal gelukt, maar het leverde wel veel tijdsdruk op.

§10.2 De evaluatie van sprint 1

Binnen deze paragraaf staat de evaluatie beschreven van de gekozen aanpak en de opgeleverde tussen producten van sprint 1.

§10.2.1 De evaluatie van de gebruikte aanpak tijdens sprint 1

Ik ben tevreden met de keuzes die ik heb gemaakt tijdens sprint 1. Tijdens sprint 1 zijn veel dingen besloten die invloed hadden op de te volgen sprints. Door mijn keuze voor het maken van een PvA, heb ik aan dit product kunnen vasthouden tijdens de rest van het project.

Tijdens het opstellen van het PvA heb ik er voor gekozen om de wensen van de opdrachtgever centraal te zetten. Achteraf gezien was dit goed, maar ik had in de planning moeten meenemen dat ik de wensen van de opdrachtgever elke sprint in acht moest houden. Tijdens de sprints die volgden heb ik nog vaak met de opdrachtgever om de tafel gezeten, wat erg veel tijd kostte. Volgende keer zal ik er rekening mee moeten houden dat ik een product maak voor een opdrachtgever die zich er altijd mee wil bemoeien, omdat het een product is dat voor hem is. Dit zou ik kunnen doen door standaard in elke sprint momenten in te plannen om de voortgang te bespreken en wat zijn mening hierover is.

Ik ben wel tevreden dat ik de eerste print de mening van de opdrachtgever centraal heb gezet. Door dit te doen heb ik informatie kunnen verzamelen die bruikbaar was tijdens het doorlopen van volgende sprints. Zo kwam ik er achter dat er een huisstijl ontwikkeld was en dat ik me daar aan moest houden. Ook de informatie over de doelgroep was voor mij een opstapje naar het onderzoek in sprint 2 en 3.

Ook is er gekozen om eerst voor de mobiel te ontwikkelen. Door dit te doen heb ik gedacht vanuit de beperkte ruimte op een mobiel scherm dus heb ik sneller de essentiële aspecten voor een site kunnen bepalen.

Tijdens het onderzoek van sprint 1 heb ik veel materiaal gezien van concurrenten. De branche waar Qabana actief in was kende ik niet goed. Door websites te bekijken van concurrenten kreeg ik veel informatie over waar het om gaat binnen dit vakgebied. Ook heb ik tijdens de onderzoeken uit sprint 1 ideeën kunnen opdoen voor onderdelen voor het prototype tijdens andere sprints.

§10.2.2 De evaluatie van de producten uit sprint 1

De producten die ik had opgeleverd tijdens sprint 1 waren;

- Een plan van aanpak
- Een concurrentieanalyse
- Een benchmark voor het navigatiemenu
- Een sitemap
- Een ontwerprapport
- Een klikbaar prototype

Een plan van aanpak

Ik ben erg tevreden met het PvA. Naar mijn mening was het plan erg uitgebreid, waardoor ik er tijdens het project nog meerdere malen in heb gekeken om mezelf eraan te herinneren wat de originele bedoeling van bepaalde zaken was.

Een concurrentieanalyse

Ik ben erg content met de opgeleverde concurrentieanalyse. Los van het feit dat het veel toevoegde aan de sprint zelf, heeft het mij ook geholpen bij volgende sprints. Ik kreeg door dit onderzoek een goed beeld van hoe anderen problemen hadden opgelost waar ik later in het project tegen aan liep.

Een benchmark voor het navigatiemenu

Ook met dit onderzoek ben ik erg tevreden. Naar mijn mening was het uitgebreid en gaf het bevestiging op de informatie die de opdrachtgever had gegeven.

Een sitemap

Dit product was naar mijn mening niet heel belangrijk. Het is alleen een visualisatie van wat ik had bepaald qua pagina's. Zowel de opdrachtgever als ik wist wat er gebouwd moest worden. Daardoor zag ik dit product als tussenstap naar het ontwerprapport.

Een ontwerprapport

Ik ben tevreden met het opgeleverde ontwerprapport. Ik koos er voor om niet elke pagina uit te werken en daar heb ik geen spijt van. Bij het bouwen van het prototype kon ik de homepage als template gebruiken voor volgende pagina's. Omdat dit mij beviel had ik ook daarom de keuze gemaakt om in volgende ontwerprapporten ook niet alle pagina's in detail uit te werken. Wat ook een reden hiervoor was, was omdat ik het ontwerprapport voor mezelf maakte.

Een klikbaar prototype

Het maken van het eerste prototype heeft wat tijd gekost, maar ik was tevreden met het product. Op dat moment was de opdrachtgever ook nog tevreden met hoe het er uitzag en werkte, wat mij motivatie gaf voor de te volgen sprints.

§10.3 De evaluatie van sprint 2

Binnen deze paragraaf staat de evaluatie beschreven van de gekozen aanpak en de opgeleverde tussen producten van sprint 2.

§10.3.1 De evaluatie van de gebruikte aanpak tijdens sprint 2

Over de manier van werken binnen deze sprint ben ik tevreden. Tijdens deze sprint stond de doelgroep en hun wensen centraal. Deze wensen heb ik niet kunnen achterhalen, maar ik had wel een goede basis gelegd. Ik heb met de opdrachtgever veel contact gehad over de doelgroep. Echter pas na veel gedaan onderzoek gaf de opdrachtgever een specifieke doelgroep aan. Als ik deze groep eerder te horen had gekregen, had ik misschien efficiënter kunnen werken. Om te voorkomen dat dit in de toekomst zich weer voor zou doen, koos ik er voor om meer contact te houden met de opdrachtgever en meer door te vragen.

Ik heb veel tijd besteed aan het opstellen van een enquête, maar ik heb hem niet naar veel mensen kunnen sturen. Echter vind ik dit geen vervelende zaak. Ik heb van de mensen die gereageerd hebben te horen gekregen dat ze beschikbaar waren voor verder onderzoek. Omdat dit een doelstelling van de enquête was, was ik hier tevreden me.

§10.3.2 De evaluatie van de producten uit sprint 2

De producten die ik had opgeleverd tijdens sprint 2 waren;

- Doelgroepenanalyse
- Enquête
- Een sitemap
- Een ontwerprapport
- Een klikbaar prototype

Doelgroepenanalyse

Ik ben tevreden met dit product. Door dit document uit te werken kreeg ik een gevoel en beeld bij wie de doelgroep was. Door de persona's en scenario's gaf ik mijzelf de mogelijkheid om door hun ogen te kijken. Dit document legde een goede basis voor het doelgroepsonderzoek uit sprint 3, maar ook voor andere beslissingen tijdens de rest van het project. Ik had er voor gekozen om veel tijd te besteden in dit product, en daar ben ik achteraf blij mee.

Enquête

Van te voren had ik gehoopt dat ik beschikking had tot meer contactgegevens, maar dat was helaas niet zo. Toch is het door deze enquête zo gelopen dat ik in contact kon komen met de doelgroep, zodat ik daar afspraken mee kon maken. Naar mijn mening was dit, omdat ik veel aandacht had besteed aan de manier van vraagstelling en de samenwerking met de opdrachtgever. Voordat ik de enquête naar de contacten had gestuurd, zijn de vragen aangepast in samenwerking met de opdrachtgever. Ik was hier blij mee. De opdrachtgever kent zijn klanten en weet hoe hij ze het beste kan aanspreken.

Een ontwerprapport

Ik ben blij met hoe het product is geworden. Bij het bouwen van het prototype heb ik dit document nog kunnen openslaan om als handleiding te gebruiken.

Een klikbaar prototype

Het prototype was niet heel uitgebreid, maar dat was ook de afspraak. Ik ben tevreden met hoe het er uitzag en dat het volledig klikbaar was.

§10.4 De evaluatie van sprint 3

Binnen deze paragraaf staat de evaluatie beschreven van de gekozen aanpak en de opgeleverde tussen producten van sprint 3.

§10.4.1 De evaluatie van de gebruikte aanpak tijdens sprint 3

Ik ben niet erg tevreden over hoe deze sprint verlopen is. De interviews verliepen goed, maar de manier van wisselen naar een ander ontwerp vind ik minder. Ik ben van mening dat het nieuwe ontwerp goed was en dat ik misschien

zelfstandig ook wel op zoiets was uitgekomen. Maar omdat het ontwerp werd gepresenteerd door de opdrachtgever met de boodschap dat ik vanaf dat moment door moest met dat design, had ik het idee dat mijn gedane werk niet gewaardeerd werd. Ik had achteraf gezien meer moeite moeten doen om hem ervan te overtuigen dat deze manier van werken niet geaccepteerd zou worden door school.

§10.4.2 De evaluatie van de producten uit sprint 3

De producten die ik had opgeleverd tijdens sprint 3 waren;

- Een doelgroepenbeschrijving
- Een sitemap
- Een ontwerprapport
- Een klikbaar prototype

Een doelgroepsbeschrijving

Ik ben erg tevreden met dit product. Door de gehouden interviews heb ik veel informatie kunnen verzamelen en kunnen gebruiken tijdens het project.

Een sitemap

Ik ben blij dat ik dit product heb gemaakt en ik ben er ook tevreden over. Het voegde niet veel toe, maar het was wel een controle bij de opdrachtgever. Door dit te doen kon ik controleren of ik alles had begrepen qua pagina's in het nieuwe prototype.

Een ontwerprapport

Dit product legde de basis voor het prototype en die basis was hiermee goed. Het product was niet uitgebreid, maar dat was ook niet nodig. Ik ben tevreden met hoe het er uit zag, omdat het de juiste handvatten gaf bij het bouwen van het prototype.

Een klikbaar prototype

Ik ben tevreden met het opgeleverde prototype. Aan het begin van de sprint had ik gehoopt dat ik iets kon opleveren wat uitgebreider zou zijn. Echter door de ontwikkelingen is dit niet gelukt. Dit prototype was zo gebouwd dat het een goede basis gaf bij de verdere ontwikkeling van de sprints die zouden volgen.

§10.5 De evaluatie van sprint 4

Binnen deze paragraaf staat de evaluatie beschreven van de gekozen aanpak en de opgeleverde tussen producten van sprint 4.

§10.5.1 De evaluatie van de gebruikte aanpak tijdens sprint 4

Deze sprint was niet verlopen zoals ik van te voren gehoopt had. Omdat ik aangaf dat ik wilde stoppen, heeft de sprint 2 weken vertraging opgelopen. Toch ben ik wel ergens blij dat het op deze manier is gegaan. Door de extra 2 weken is er een prototype opgeleverd dat volledig testbaar was. Ook had ik geruime tijd om mensen te vinden voor het testen. Maar het belangrijkste was dat ik veel meer de mogelijkheid kreeg om verantwoordingen te schrijven. Het was misschien een schokkende gebeurtenis, maar het opende wel de ogen van mijn bedrijfsmentor/opdrachtgever.

Een volgende keer zou ik wel proberen om op een andere manier de opdrachtgever te overtuigen van mijn behoefte aan ruimte voor verantwoording. Het oogt namelijk niet heel professioneel en het is voor geen van de partijen leuk om een dergelijk gesprek te voeren.

§10.5.2 De evaluatie van de producten uit sprint 4

De producten die ik had opgeleverd tijdens sprint 4 waren;

- Content requirements
- Een call to action onderzoek
- Een sitemap
- Een ontwerprapport
- Een klikbaar prototype

Content requirements

Ik ben erg tevreden over dit document. Naar mijn mening was het duidelijk en volledig. Door de deze documentatie heb ik voor mijzelf vastgelegd wat er gebouwd moest worden, wat erg prettig was. Ook kon met dit document gecontroleerd worden of dit was wat de opdrachtgever wilde.

Call to action onderzoek

Van te voren had ik de gedachte dat er veel informatie bekend is over hoe een CTA geplaatst moet worden. Door een onderzoek uit te voeren heb ik veel informatie kunnen vinden die ik kon gebruiken. De opdrachtgever had aangegeven, dat hij niet mee ging in alle aanbevelingen die ik had gedaan, maar ik vond het document wel erg sterk. Ook de opdrachtgever gaf aan dat hij het document informatief en volledig vindt.

Een sitemap

Ik ben blij met de beslissing dat ik toch nog een sitemap heb gemaakt. Door dit te doen zijn we tot de beslissing gekomen om de term 'klanten' te veranderen in 'opdrachtgevers'.

Een ontwerprapport

Het ontwerprapport heeft veel werk gekost, maar ik ben erg blij met het resultaat. Door het document op te stellen kon ik vrij snel werken bij het bouwen van het prototype. Omdat ik het rapport voor mijzelf schreef, hoefde ik niet elke pagina tot in detail uit te werken. Toch vond ik het rapport wel volledig, duidelijk en bijna de uitstraling van een handleiding hebben. De aanwijzingen waren heel specifiek, wat prettig was bij het bouwen van het prototype. Ik heb wel het idee het rapport uitgebreider had moeten, als ik het voor iemand anders had geschreven. Echter was het voor mij voldoende en de opdrachtgever ging er ook mee akkoord.

Een klikbaar prototype

Ik was erg tevreden met het prototype van deze sprint. Het doel was om een versie op te leveren die klaar was om te testen bij de gebruikers. Met de versie van deze sprint kon dat zeker en daar was ik erg blij mee.

§10.6 De evaluatie van sprint 5

Binnen deze paragraaf staat de evaluatie beschreven van de gekozen aanpak en de opgeleverde tussenproducten van sprint 5.

§10.6.1 De evaluatie van de gebruikte aanpak tijdens sprint 5

Ik ben heel tevreden over hoe ik de activiteiten tijdens deze sprint heb aangepakt. Het testen was een belangrijk onderdeel van het project, dus ik wilde dat alles soepel verliep en dat is naar mijn mening ook gelukt. Vanwegen mijn drang naar een foutloze testen, koos ik er voor om de opgestelde test, te 'oefenen', met een iemand uit het zelfde kantoorpand van Qabana. Uiteindelijk bleken er geen grote fouten in te zitten, maar dat kon ik van te voren niet weten.

Door de test te oefenen kreeg ik een goed gevoel over de tests die gingen komen. Naast de geoefende test, zorgde de goede voorbereiding, zoals het opstellen van een testplan, tot testen die voorspoedig verliepen.

Als ik deze sprint over mocht doen zou ik het op de zelfde manier doen. De testen verliepen goed, de documenten waren alle op tijd klaar en het opgeleverde prototype was naar wens van de opdrachtgever.

§10.6.2 De evaluatie van de producten uit sprint 5

De producten die ik had opgeleverd tijdens sprint 5 waren:

- Een testplan
- Een testrapport
- Een ontwerprapport
- Een klikbaar prototype

Een testplan

Ik ben tevreden over het testplan zoals ik hem heb opgesteld. Ik had hem voor mijzelf gemaakt, maar toch las ik hem voor iedere test weer door. Het was een goede gebruiksaanwijzing bij de uitvoering van de tests. Hierdoor verliep elke test vrijwel het zelfde en was ik telkens goed voorbereid.

Een testrapport

Door dit document op te stellen heb ik aan de opdrachtgever kunnen laten zien wat de uitkomsten waren. Bij het bouwen van het prototype heb ik dit document gebruikt bij het maken van de aanpassingen. Naar mijn mening was de informatie duidelijk en bruikbaar. Ik zou hem dan een volgende keer ook op dezelfde manier opstellen.

Een ontwerprapport

Ik ben tevreden met dit ontwerprapport. Hij was redelijk bondig, maar wel compleet. Bij het bouwen van het prototype heb ik dit rapport goed kunnen gebruiken bij het maken van de aanpassingen.

Een klikbaar prototype

Het prototype van deze sprint vond ik de beste tot nu toe. Door de feedback van de doelgroep heb ik een prototype kunnen bouwen dat al bijna klaar was voor de oplevering.

§10.7 De evaluatie van sprint 6

Binnen deze paragraaf staat de evaluatie beschreven van de gekozen aanpak en de opgeleverde tussen producten van sprint 6.

§10.7.1 De evaluatie van de gebruikte aanpak tijdens sprint 6

Tijdens deze sprint heb ik mij voornamelijk bezig gehouden met de spreekwoordelijke puntjes op de i. Het eindproduct van deze sprint, was ook het eindproduct van het project. Omdat het doel was om een prototype op te leveren dat één op één overgenomen kon worden door Qabana als bedrijfswebsite, moest alles werken. Dit gold zowel voor een desktop als mobiele versie van het prototype.

Ik ben blij dat ik er voor gekozen had om eerst met de opdrachtgever af te stemmen of het prototype van sprint 5 volledig naar wens was. Door dit te doen heb ik kunnen bepalen dat ik me vanaf dat moment volledig kon concentreren op de verschillende schermgroottes waarop het prototype moest werken.

Bij de start van het project, in sprint 1, had ik al een prototype gemaakt voor kleinere schermen, en ook tijdens periodes op school. Hierdoor wist ik redelijk goed hoe dit gedaan moest worden.

Omdat ik eerst alles voor verschillende schermgroottes (Desktop, tablet en Smartphone) had gemaakt, kon ik daarna in de code (HTML, CSS en PHP) checken of het goed was en naar wens bij de opdrachtgever. Omdat ik er voor gekozen had om dit eerst met de 'validator' van W3schools te doen, kwam er bij het overleg met de opdrachtgever nauwelijks naar voren waardoor er vertraging opgelopen kon worden voor de lancering.

§10.7.2 De evaluatie van de producten uit sprint 6

De producten die ik had opgeleverd tijdens sprint 6 waren;

- Eindversie van prototype

Prototype

Ik ben erg tevreden met hoe het eindresultaat is geworden. De opdrachtgever gaf aan dat dit is wat ze wilden en dat het daarom ook direct online is gezet na mijn eindpresentatie. Door mijn onderzoeken naar de behoeftes van de doelgroep en die van de opdrachtgever, ben ik van mening dat dit het product is dat Qabana nodig heeft. De feedback van de doelgroep is erin gewerkt, maar ook de wensen van de opdrachtgever zijn erin terug te vinden.

Naast dat het prototype aansluit bij wat Qabana wilde, ben ik ook tevreden met de 'achtergrond'. Met de achtergrond bedoel ik de code waarmee het prototype gebouwd is. Tijdens de laatste sprint heb ik veel aandacht besteed aan het netjes en kloppend maken van de code. Het prototype werkt op elk schermformaat, wat door het gebruiken van de juiste code heeft kunnen lukken.

Om tot dit eindproduct te komen heb ik verschillende sprints doorlopen en veel (tussen) producten moeten opleveren. Ik denk dat deze manier van werken heeft bijgedragen tot het naar mijn mening goede eindresultaat. Mocht ik het product opnieuw mogen maken, zou ik op het zelfde eindresultaat komen.

Bibliografie

Urk, M. v. (2015). *Afstudeerplan*. Alphen aan den Rijn.

W3schools. (sd). *Markup Validation Service*. Opgeroepen op 2015, van validator w3: <https://validator.w3.org>

Verhoeven, N. (2014). *Wat is onderzoek* (5e druk ed.). Den Haag: Boom Lemma uitgevers.

Verhoeven, N. (2014). vormen van surveyonderzoek. In N. Verhoeven, *Wat is onderzoek* (pp. 125-127). Den Haag: Boom Lemma uitgevers.

Verhoeven, N. (2014). Enquêtevragen ontwikkelen . In N. Verhoeven, *Wat is onderzoek* (5e druk ed., pp. 180-193). Den Haag: Boom Lemma uitgevers.

Verhoeven, N. (2014). Interview. In N. Verhoeven, *Wat is onderzoek* (5e druk ed., pp. 155-158). Den Haag: Boom Lemma uitgevers.

A-side media. (sd). *Portfolio*. Opgeroepen op 03 09, 2015, van A-side media DE ONLINE SPECIALIST: <https://www.a-side.nl/portfolio>

Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F., Broekhoff, M., & Zweers, T. (2012).

Koopbeslissingsmodellen. In D. Chaffey, F. Ellis-Chadwick, M. Broekhoff, & T. Zweers, *Principes van Internetmarketing* (5e editie ed., pp. 93-95). Amsterdam: Pearson Benelux.

DTG. (sd). *Ons portfolio*. Opgeroepen op 03 09, 2015, van <http://www.dtg.nl>: dtg

Garrett, J. J. (2011). Defining the Scope. In J. J. Garrett, *THE ELEMENTS OF USER EXPERIENCE: User-Centered Design for the Web and Beyond* (pp. 70-77). Berkeley: Peachpit.

Garrett, J. J. (2011). Defining the Skeleton. In J. J. Garrett, *THE ELEMENTS OF USER EXPERIENCE: User-Centered Design for the Web and Beyond* (pp. 108-131). Berkeley: Peachpit.

Garrett, J. J. (2011). Defining the Structure. In J. J. Garrett, *THE ELEMENTS OF USER EXPERIENCE: User-Centered Design for the Web and Beyond* (pp. 80-105). Berkeley: Peachpit.com.

Garrett, J. J. (2011). Defining the Strategy. In J. J. Garrett, *THE ELEMENTS OF USER EXPERIENCE: User-Centered Design for the Web and Beyond* (pp. 36-42).

Garrett, J. J. (2011). *THE ELEMENTS OF USER EXPERIENCE: User-Centered Design for the Web and Beyond*. Berkeley, United States of America: Peachpit.

Ghazarian, A. (2014, 10 16). *How to Conduct a Usability Heuristic Evaluation*.
Opgeroepen op 05 25, 2015, van Design modo:
<http://designmodo.com/usability-heuristic-evaluation/>

Grit, R. (2008). *Project management* (Vijfde druk ed.). Houten, Nederland:
Noordhoff Uitgevers Groningen.

Johnson, J. (2013, 04 05). *Mobile First Design: Why It's Great and Why It Sucks*.
Opgeroepen op 02 09, 2015, van Design shack:
<http://designshack.net/articles/css/mobilefirst/>

Loor, R. d. (2015, 03 12). *Conversieoptimalisatie: wat toon je onder of juist boven de vouw?* Opgeroepen op 03 25, 2015, van Frankwatching:
<http://www.frankwatching.com/archive/2015/03/12/conversieoptimalisatie-wat-toon-je-onder-juist-boven-de-vouw/>

nu.nl. (2015, 01 29). *NUtech*. Opgeroepen op 02 13, 2015, van Nu.nl:
<http://www.nu.nl/apps/3947865/populairste-iphone--en-ipad-apps-van-2014.html>

nu.nl. (2015, 01 29). *NUtech*. Opgeroepen op 02 13, 2015, van Nu.nl:
<http://www.nu.nl/apps/3947865/populairste-iphone--en-ipad-apps-van-2014.html>

Nielsen, J. (1995, 01 1). *10 Usability Heuristics for User Interface Design*.
Opgeroepen op 02 12, 2015, van <http://www.nngroup.com>:
<http://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>

Nielson, J. (2000, 03 17). *Why You Only Need to Test with 5 Users*. Opgeroepen op 03 2015, van nngroup: <http://www.nngroup.com/articles/why-you-only-need-to-test-with-5-users/>

Nielson, J. (2012, 01 16). *Thinking Aloud: The #1 Usability Tool*. Opgeroepen op 04 2015, van nngroup: <http://www.nngroup.com/articles/thinking-aloud-the-1-usability-tool/>

Pichler, R. (2010, 10 07). *10 Tips for Writing Good User Stories*. Opgeroepen op 02 26, 2015, van <http://www.romanpichler.com>:
<http://www.romanpichler.com/blog/10-tips-writing-good-user-stories/>

Pijfers, A. (2013, 04 05). *Call-to-action buttons: is groen het nieuwe oranje?*
Opgeroepen op 03 25, 2015, van Frankwatching:
<http://www.frankwatching.com/archive/2013/04/05/call-to-action-buttons-is-groen-het-nieuwe-oranje-infographic/>

SWIS. (sd). *Werk waar we trots op zijn*. Opgeroepen op 03 09, 2015, van SWIS:
<http://www.swis.nl/portfolio>

Statistiek, C. B. (2015, 02 13). *Zelfstandigen zonder personeel; persoonskenmerken 1996-2014*. Opgeroepen op 02 23, 2015, van www.cbs.nl:
<http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?DM=SLNL&PA=80150NED&D1=a&D2=18-21&D3=%28l-3%29-l&HDR=T&STB=G2,G1&VW=T>

Afkortingenlijst

Binnen dit hoofdstuk zijn de afkortingen, die binnen dit document gebruikt worden, genoteerd met de daarbij horende betekenis.

Afkorting	Betekenis
PvA	Plan van Aanpak
JJG	Jesse James Garrett
HHS	De Haagse Hoogeschool
zzp'er	Zelfstandigen zonder personeel
HTML	Hyper Tekst Markup Language
CSS	Cascadading Style Sheets
PHP	Hypertext Preprocessor
CTA	Call to action
CMS	Content management system

Bijlagen

Bijlage I. Het goedgekeurde afstudeerplan

Binnen deze bijlage is het afstudeerplan in te zien dat voorafgaand aan de stage is goedgekeurd door de KAS commissie van De Haagse Hogeschool.

Afstudeerplan

Informatie afstuderende en gastbedrijf

Afstudeerblok: 2015-1.1 (start uiterlijk 09 februari 2015)

Startdatum uitvoering afstudeeropdracht: 9 februari

Inleverdatum afstudeerdossier volgens jaarrooster: 5 juni 2015

Studentnummer: 11103760

Achternaam: dhr van Urk

Voorletters: M.T.

Roepnaam: Max

Adres: Julianastraat 122

Postcode: 2405CJ

Woonplaats: Alphen aan den Rijn

Telefoonnummer: 0172-494319

Mobiel nummer: 06-42844189

Privé emailadres: max.vanurk@gmail.com

Opleiding: Communication and Multimedia Design

Locatie: Den Haag

Variant: voltijd

Naam studieloopbaanbegeleider: C.G. Heydra

Naam begeleidend examiner:

Naam tweede examiner:

Naam bedrijf: Qabana

Afdeling bedrijf: n.v.t.

Bezoekadres bedrijf: Prins Willemstraat 21

Postcode bezoekadres: 2584 HS

Postbusnummer: n.v.t.

Postcode postbusnummer: n.v.t.

Plaats: Den Haag

Telefoon bedrijf: 070-8200217

Telefax bedrijf: n.v.t.

Internetsite bedrijf: www.qabana.nl

Achternaam opdrachtgever: ter Berg

Voorletters opdrachtgever: P.

Titulatuur opdrachtgever: Bsc.

Functie opdrachtgever: Directeur

Doorkiesnummer opdrachtgever: Geen

Email opdrachtgever: pieter@qabana.nl

Bedrijfsmentor: ter Berg
Voorletters bedrijfsmentor: P.
Titulatuur bedrijfsmentor: Bsc.
Functie bedrijfsmentor: Directeur
Doorkiesnummer bedrijfsmentor: Geen
Email bedrijfsmentor: pieter@qabana.nl
Doorkiesnummer afstudeerder: n.v.t.
Functie afstudeerder (dual): n.v.t.

Titel afstudeeropdracht:

Maken van een gebruiksvriendelijk en visueel ontwerp voor de website van Qabana.

Opdrachtschrijving

1. Bedrijf

Qabana is een bureau voor webontwikkeling gevestigd in Den Haag. Qabana is een bedrijf dat websites en webapplicaties maakt en onderhoudt. Qabana werkt aan uitdagende vraagstukken en lost deze pragmatisch, functioneel en gebruiksvriendelijk op.

Qabana is sinds 2015 een Vennootschap Onder Firma (VOF) met twee partners en 4 man personeel. De student zal zijn werkzaamheden uitvoeren binnen de afdeling front-end.

In de afgelopen jaren is Qabana gegroeid en er is ondertussen ook een eigen nieuwe huisstijl in ontwikkeling. De oorspronkelijke website is echter achtergebleven en is niet meer van deze tijd. De website wordt beschouwd als een visitekaartje naar klanten, daarom is het erg belangrijk dat deze professionaliteit uitstraalt en gebruiksvriendelijk is in het gebruik.

2. Probleemstelling

Op dit moment heeft Qabana een website in de lucht die niet voldoende professionaliteit uitstraalt en gebruiksonvriendelijk in de omgang is. Hierdoor loopt het bedrijf klanten, opdrachten en ook inkomsten mis.

3. Doelstelling van de afstudeeropdracht

Binnen de afstudeertijd van 70 werkdagen levert de student een getest prototype van de website van Qabana op die past bij wat het bedrijf wil uitstralen, gebruiksvriendelijk is en de conversie verhoogt ten opzichte van de oude website.

4. Resultaat

Aan het einde van het afstudeertraject is er een hi-fi prototype van de website opgeleverd. Dit prototype is gerealiseerd met HTML 5, CSS en javascript. Met dit prototype hoeft Qabana een kleine stap te zetten om deze te gebruiken als daadwerkelijke nieuwe website. Met de nieuwe website kan het bedrijf zich beter onderscheiden van concurrenten, stralen zij meer professionaliteit uit en zijn toekomstige klanten beter geïnformeerd, zodat zij eerder overtuigd worden om een offerte aan te vragen of een afspraak te maken.

Om tot een werkend prototype te komen zal er onderzoek worden gedaan naar de wensen van zowel de klant als Qabana. Deze gegevens worden verwerkt in een doelgroepenrapportage. Hoe deze onderzoeken worden uitgevoerd zal terug te lezen zijn in het plan van aanpak. Ook zullen er testen uitgevoerd worden om te onderzoeken wat de gebruiker er van vindt en waar die ook daadwerkelijk overtuigd wordt om contact op te nemen met Qabana. De testen die uitgevoerd zullen worden zijn A/B testen, usability testen en nader te bepalen testen. Hoe deze testen worden ingericht is nader te bepalen. Het daadwerkelijke prototype wordt gebouwd aan de hand van een opgesteld ontwerprapport. In het ontwerprapport staan designs die gerealiseerd zijn aan de hand van gemaakte wireframes. Binnen het proces zullen meerdere wireframes en designs worden opgeleverd, zodat er een keuze is voor de opdrachtgever.

5. Uit te voeren werkzaamheden, inclusief een globale fasering, mijlpalen

Voor het maken van de ontwerpen wordt er gewerkt met de ontwerpmethodologie van JJG. Om het project soepel te laten lopen wordt er projectmatig gewerkt met als leidraad de SCRUM methodologie. Bij de SCRUM methodologie wordt er gewerkt aan de hand van een iteratie proces (sprints). Een sprint zal een gemiddelde lengte van 2 weken hebben voor de student. De student is in samenspraak met het bedrijf tot het besluit gekomen dat de sprints 2 weken duren, omdat er dan vaak getest kan worden. Op deze manier wordt er meer gedaan en is het uiteindelijke product van hoge kwaliteit.

- Fase (1 / A / Plan van aanpak) (1 dag)

Hierin wordt het project voorbereid door middel van het maken van een plan van aanpak.

- Fase (2 / B / Onderzoek) (5 dagen)

Hierin worden de voorbereidingen voor de sprint getroffen.

Gebruikersonderzoek en concurrentieonderzoeken worden uitgevoerd en de behoeftes van het bedrijf worden bepaald (strategy plane).

- Fase (3 / C / Behoeftes bepalen) (5 dagen)

Hierin wordt bepaald wat de content eisen zijn en hoe deze content wordt geplaatst binnen het toekomstige ontwerp, wat onderdeel is van de scope plane. Content wordt geprioriteerd en er wordt vast gelegd hoe er genavigeerd kan worden door de informatie aan de hand van de structure plane van JJG.

- Fase (4 / D / Designen) (19 dagen)

Hierin worden de eerste wireframes gemaakt met behulp van de skeleton plane van JJG. Op dit punt zal intern overlegd worden of de wireframes ook verder worden ontworpen binnen de huisstijl (surface plane). Als dit wel het geval is zullen deze worden meegenomen in het ontwerprapport die ook tijdens deze fase wordt gemaakt.

- Fase (5 / E / opstellen prototype) (25 dagen)

Hierin wordt op basis van het ontwerprapport een prototype ontwikkeld en opgeleverd. Binnen deze fase wordt er gewerkt aan een hifi prototype geschreven in HTML 5, CSS en javascript.

- Fase (6 / F / uitvoeren Testen) (15 dagen)

Hierin wordt er een testplan gemaakt op basis van de resultaten van de onderzoeksfases van het project. Aan de hand van dit plan zal er getest gaan worden, waarna er aan de hand van de resultaten een testrapport wordt opgesteld. Manieren van testen zijn A/B testen, usability testen en nog nader te bepalen testen.

Tabel 3: Voorbeeld overlopende fases

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
Fase A	x																
Fase B	x		x		x		x		x		x		x				
Fase C	x		x		x		x		x		x		x				
Fase D	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x			
Fase E		x		x		x		x		x		x		x			
Fase F		x		x		x		x		x		x					

6. Op te leveren (tussen)producten

Plan van Aanpak (Fase A)

-Hoofdproduct: -Prototype (Fase E)

- Deelproduct: -Benchmark (Fase B)
- Doelgroep rapportage (Fase B)
- Persona's (Fase B)
- Sitemap (Fase C)
- Designs (Fase D)
- Ontwerprapport (Fase D)

-Hoofdproduct: -Testrapport (Fase F)

- Deelproduct: -Test plan (Fase F)

7. Te demonstreren competenties/beroepstaken en wijze waarop

- Opstellen doelgroepenanalyse.

Door middel van deskresearch en interviews zal de doelgroep vastgesteld worden. Het is belangrijk dat de doelgroep goed geanalyseerd wordt, zodat er een goede basis is bij volgende stappen binnen het project. Testpersonen, die voor het afnemen van (usability)-tests essentieel zijn, kunnen namelijk gekozen worden aan de hand van de analyse.

- (Usability)-tests uitvoeren.

Uit de test, die aan de hand van een testplan is opgesteld, komen resultaten die verwerkt zullen worden in een testrapport. Het is belangrijk dat de tests goed voorbereid worden en aan de hand van de bevindingen, die uit het onderzoekdeel van het project voortkomen, opgesteld worden.

- Vormgeving toepassen.

Om een prototype te kunnen opleveren zijn er designs nodig waarmee gewerkt kan worden. Het is belangrijk dat deze designs aansluiten bij de wensen van de doelgroep en ingericht zijn om de conversie te verhogen. Door voorgaand onderzoek binnen het project, worden handvatten gecreëerd waar aan vastgehouden kan worden bij het ontwerpen van de vormgeving.

- Ontwikkelen prototype.

Het prototype is het eindproduct en het is belangrijk dat deze bij zowel Qabana als de klant in de smaak valt. Door middel van de sprints met daarin onderzoek, ontwerpen en testen meerdere malen te doen komt er een werkend(e) website/prototype tot stand.

Bijlage II. De ter beschikbaar gestelde informatie

Binnen deze bijlage is de informatie in te zien die ik overhandigd heb gekregen van de directie. In de onderstaande documentatie komen de wensen van de directie, zoals die in oktober 2014 waren, naar voren.

Website inhoud informatie

Voor de nieuwe website van Qabana hebben we een lijstje met wensen opgesteld en de inhoud(types) verzameld.

Eisen

- Betrouwbare uitstraling
 - o Naast uitstraling ook foutloos (taal, HTML, CSS, responsive, etc)
- Up-to-date
 - o Makkelijk te updaten en bezoekers krijgen het beeld dat er echt dingen gemaakt worden
 - o Moderne uitstraling
- Responsief
 - o De website moet er op alle schermformaten goed uitzien en passende inhoud bieden
 - bijvoorbeeld zichtbare bel- en maps link op mobiel

Doelgroep

- (90%) Klanten / Potentiële klanten
 - o zzp'ers vs. Grote organisaties
- (10%) Potentiële werknemers / vakgenoten
 - o De boel moet kloppen

Scenario's

- Een klant wil ons bellen met een vraag
- Een zzp'er heeft van ons gehoord en gaat eens kijken wat we gedaan hebben
- Een net afgestudeerde PHP'er heeft een vacature gevonden en wil zien wat we doen en misschien contact opnemen.

Inhoud

- Profiel
 - o Wie is Qabana en wat doen we
 - o Medewerkers
 - o Vacatures
 - o Locatie
- Cases
 - o Goed uitgewerkte cases van oplossingen die we gemaakt hebben
- Portfolio/Nieuws
 - o Ons nieuws bestaat voornamelijk uit tonen van nieuwe sites die we gemaakt hebben. (? - of hebben we ook ander nieuws)

- Producten
 - o (Kan wellicht naar Cases)
 - o Hosting (?)
 - o Varikas
 - o BoekhoudApp
 - o Qtools
- Playground
 - o Blog
 - o Hier kunnen medewerkers experimenten plaatsen, zoals
 - Python workshop
 - Item over keuze voor bepaald framework
 - o (Bedoeld om developers op onze site te krijgen en die naar de vacatures door te sturen)
 - o Qtools
 - administrator
 - todo
 - bpython
 - etc
- Contact
 - o (Locatie)
 - o (Vacatures)

Opmerkingen

- Taaltoggle (leek / technisch)

Uitgangspunten:

- Slim
- Bescheiden (wordt het niet te bescheiden?)
- Minimaal
- Systematisch
- Lang houdbaar
- Betrouwbaar
- Geometrisch?

De startpagina van de site moet de volgende doelgroepen aanspreken

- Huidige klanten; informeren over wat we doen en waar we zitten (portfolio & contact).
- Nieuwe klanten; betrouwbaar overkomen contact leggen.
- Technisch; laten zien dat wat we doen goed is.

“Qabana

bureau voor web ontwikkeling”

Qabana bedenkt, ontwerpt en maakt websites, apps en andere digitale zaken.

Home

Portfolio

- Websites
- Webapps
- Overig

Hosting

Over Qabana

- Team
- Locatie
- Vacatures

Play

- Blog
- Experimenten

Service

- Server onderhoud/monitor
- Onderhoud websites
- Andere onderhoudscontracten

Contact

- Telefoon/e-mail
- Adres
- Routebeschrijving

Home

Om huidige en nieuwe klanten aan te spreken moet er werk te zien zijn en wellicht wat namen waar we voor gewerkt hebben om zo betrouwbaar over te komen.

Klanten welkom heten, uitnodigen om in gesprek te gaan

Portfolio

Een brede selectie aan gemaakt werk. Werk waar we trots op zijn en dat toekomstige klanten enthousiast maakt.

Websites:

- BJTN
- FemFotografie
- Muzee
- Nouvelles Images

Webapps:

- Meten&Wegen
- CAS LMS
- Wegwijzer

Overig

- BoekhoudApp
- Varikas
- Of moet dit gewoon onder webapps, en wat zou nog meer in overig passen behalve skympy

Hosting

We hebben een eigen hostingomgeving.

Bijlage III. Het uitgewerkte interview

Binnen deze bijlage is zijn de vragen en daarbij horende antwoorden te lezen van het interview dat is gehouden met de directie.

Product Objectives



1. Inleiding

Binnen dit document staan vragen die afgenomen zijn/worden bij Pieter en Sjoerd, de eigenaren van Qabana. Door deze vragen te stellen wordt het voor de stagiair duidelijk wat zij uit de website willen halen. De vragen zijn opgesteld met de hulp van JJG. Binnen het hoofdstuk the strategy plane worden handvatten geleverd om goed in beeld te krijgen wat er uit een product gehaald moet/wil worden vanuit de ogen van de eigenaren. Het is belangrijk dat een dergelijk gesprek wordt gevoerd. Het product word opgeleverd aan de directie, die bestaat uit twee koppen. Zij kunnen eventueel verschillende ideeën hebben en door met elkaar om de tafel te gaan zitten kunnen we op één lijn komen.

2. Vraag en antwoord

1. Wat wil Qabana uit het product (de website) halen?

(Bestaande) klanten moeten een duidelijk beeld krijgen bij de werkzaamheden van Qabana en moeten weten wat zij kunnen betekenen voor hen. Hierdoor is de klant goed geïnformeerd en wordt deze sneller overgehaald om een afspraak te maken met Qabana om te kijken wat zij voor hen kunnen betekenen

2. Wat is het doel van de website?

De nieuwe website van Qabana moet er voor zorgen dat er meer klanten fysieke afspraken maken met Qabana.

2.1 Wanneer is het doel bereikt?

Wanneer het doel bereikt is, is moeilijk te zeggen. Op dit moment is het aantal mensen dat met ons in contact komt naar aanleiding van het zien van de site nul. Dit betekent echter niet dat bij een gemaakte afspraak het doel bereikt is. Het is van belang dat een klant weet wat wij doen en waar wij hem mee zou kunnen helpen.

4. Wat willen jullie op de website zien?

- Contactgegevens
 - o Adres.
 - o Telefoon
 - o E-mail
 - o Openingstijden (kleine mededeling)
- Portfolio
 - o Afgeronde cases
 - o Huidige klanten
 - o Referenties
- Wie is Qabana?
 - o Qabana een gezicht geven Foto's van medewerkers met daarbij een korte beschrijving van wie ze zijn en wat ze doen.
 - o Sfeerimpressie van het kantoor plaatsen. Op deze manier ziet de klant dat Qabana een professionele partij is.
 - o Team versterken (vacatures)

- **Diensten**
Diensten moeten gekoppeld worden aan de door Qabana cases en opgeloste problemen.

5. Wat zijn de diensten die geleverd worden door Qabana?

Qabana heeft een eigen hosting omgeving. Dit kan eventueel gemeld worden onder het kopje “Wie is Qabana”.

6. Wat moet de stijl van de website worden?

De website moet een moderne, professionele en informele tot neutrale uitstraling hebben met teksten die grijpbaar zijn voor een leek.

7. Waar ligt binnen de diensten/producten jullie kracht?

Onze kracht is een combinatie van kennis van zaken en een goede omgang met de klant. Wij worden vaak geprezen voor onze toegankelijke manier van omgang. Wij zijn heel goed in wat we doen, maar begrijpen dat de klant dit niet is.

Business Goals

Het doel dat Qabana met de nieuwe website wil bereiken is dat mensen met hen contact opnemen voor het maken van een afspraak. Onder een afspraak wordt verstaan, dat Qabana met een (toekomstige) klant in gesprek gaat over een probleem wat Qabana mogelijk gaat oplossen.

Het is dus belangrijk dat de website op een dusdanige manier is ingericht dat de klant voldoende informatie krijgt en wordt gestimuleerd om contact op te nemen.

Brand Identity

Qabana wil een professionele uitstraling krijgen. Op deze manier kan een (toekomstige) klant zien dat zij een serieuze, vakbekwame partij zijn. Door oude projecten met de daarbij bedachte oplossingen te tonen wil Qabana dit bereiken. Op deze manier kan er gezien worden waar Qabana's kwaliteiten liggen op een betrouwbare manier.

Succes Metrics

In de huidige situatie is de duur van een bezoek van een bezoeker niet lang. De tijd die op de website wordt gespendeerd is erg laag. Het doel is om dit te verhogen.

Bijlage IV. Het evaluatieformulier

Binnen deze bijlage is het door mijn stagebegeleider ingevulde evaluatie formulier te lezen.



Academie voor ICT & Media

Den Haag
Delft
Zoetermeer

Evaluatieformulier afstuderen

In te vullen door opdrachtgever c.q. bedrijfsmentor(en)

Student: Max van Urk

Periode: feb-mei 2015

Bedrijf c.q. instelling: Qabana

Bedrijfsmentor: P. ter Berg

Plaats: Den Haag

Datum: 29 mei 2015

1. Heeft de student zich zelf snel en goed ingewerkt in het bedrijf en de uit te voeren afstudeeropdracht?

Ja, hij is direct enthousiast begonnen.

2. Hoe beoordeelt u de communicatieve vaardigheden van de student (in de samenwerking met collega's, in contacten met de opdrachtgever, bij mondelinge presentaties, schriftelijke rapportages)?

Hij is erg sociaal en communicatief. Hij is dyslectisch dus dat is te merken in de schriftelijke communicatie.

3. Hoe heeft de student tijdens het uitvoeren van de opdracht gefunctioneerd?

- Qua verantwoordelijkheid goed / **voldoende** / matig / onvoldoende
- Qua zelfstandigheid goed / **voldoende** / matig / onvoldoende
- Qua planmatig werken **goed** / voldoende / matig / onvoldoende
- Qua creativiteit goed / **voldoende** / matig / onvoldoende
- Qua productiviteit goed / **voldoende** / matig / onvoldoende
- Qua samenwerken met collega's **goed** / voldoende / matig / onvoldoende
- Qua draagvlakontwikkeling **goed** / voldoende / matig / onvoldoende
- Qua inspelen op bedrijfscultuur **goed** / voldoende / matig / onvoldoende
- Qua rekening houden met de specifieke context van het bedrijf **goed** / voldoende / matig / onvoldoende
- Qua het op gang brengen van de nodige veranderingen **goed** / voldoende / matig / onvoldoende

4. Hoe beoordeelt u de kennis en kunde van de student in verhouding tot wat u verwacht van een bijna afgestudeerde?

Ik vind de kennis mbt tot het communiceren en rapporteren goed, de inhoudelijke kennis van de laatste stand van zaken blijft helaas achter.

5. Hoe beoordeelt u de kwaliteit van de opgeleverde (tussen)producten?

Wisselend. Sommige sprints gingen beter dan andere, waardoor ook de kwaliteit van de tussenproducten wisselde.

6. Bent u tevreden over het opgeleverde (eind)product?

Ja. De site is inmiddels online en we gaan er nu een CMS aan koppelen.

- **In hoeverre heeft u gekregen wat is afgesproken?**

We hebben precies gekregen wat we wilden, door het project op te knippen in sprints is er voldoende ruimte om sturing te geven en zodoende sluit het eindproduct aan bij onze wensen.

- **In hoeverre voldoet het (eind)product aan uw verwachtingen?**

Ik had een verdere uitwerking verwacht en minder onderzoeksrapporten.

- **Wat is de bruikbaarheid en onderhoudbaarheid hiervan?**

Deze site dient als een goed startpunt om verder uit te werken. Wij zullen er zelf een CMS toevoegen om de site te kunnen onderhouden.

- **Wat gebeurt er met het opgeleverde (eind)product?**

Het eindproduct (de site) is inmiddels in gebruik en zal verder worden uitgewerkt indien nodig.

- **Kunt u direct met het opgeleverde product aan de slag?**

Ja.

7. Zijn er nog aspecten voor u van belang die nog niet aan de orde zijn geweest?

Ja. zie hieronder.

8. Bent u bereid een volgende keer weer uw medewerking te verlenen aan het beschikbaar stellen van een afstudeerplaats (graag met toelichting)?

Waarschijnlijk niet. De manier waarop de afstudeeropdracht is vormgegeven door de Haagse Hogeschool (HHS) sluit wat mij betreft niet aan bij een opdracht binnen het bedrijfsleven.

Wij maken tijd vrij om een student iets te leren en als we feedback geven wordt er niet geluisterd, als we een 'nieuwe' project aanpak gebruiken wordt dit zover het kan tegengewerkt en als we afspraken maken over bedrijfsbezoek worden die op het laatste moment afgezegd.

Samengevat: De HHS neemt het bedrijf dat zijn tijd ter beschikking stelt niet serieus.

