

# BIJLAGE A – QUICKSCAN

EEN INTERACTIEVE WEBSITE ONTWIKKELEN VOOR STUDIO MONÉ



Student: Yong-sing Hu

Begeleiders: Marcus Turckenburgh en Wouter Moné

Examinatoren: Alice van Duuren, Nick van 't End

Datum: 22 Maart 2015

Plaats: Haarlem

## INHOUDSOPGAVE

|                              |    |
|------------------------------|----|
| 1. Inleiding .....           | 1  |
| 2. Richtlijnen.....          | 2  |
| 3. Quicksan Studio Moné..... | 4  |
| 4. Overzicht analyse .....   | 12 |
| 5. Conclusie .....           | 15 |

## 1. INLEIDING

Dit document is geschreven om de lezer inzicht te geven in de analyse die is uitgevoerd voor de huidige Studio Moné website ([www.woutermone.nl](http://www.woutermone.nl)). Het is geschreven voor de opdrachtgever, de bedrijfsmentor, de examinatoren, de gecommitteerde en overige geïnteresseerden.

Het document is als volgt opgebouwd. In hoofdstuk twee worden de richtlijnen beschreven die ik ga gebruiken voor de quickscan. Vervolgens komt in hoofdstuk drie de analyse aan de orde en in hoofdstuk vier worden alle resultaten samengevat in een overzicht. Tot slot wordt er een conclusie geschreven op basis van de resultaten en zal er gekeken worden of er belangrijke punten meegenomen kunnen worden naar de ontwerpfase.

## 2. RICHTLIJNEN

De quickscan zal worden uitgevoerd met behulp van een lijst van richtlijnen (ook wel heuristics genoemd) die te vinden zijn in de bron hieronder:

**Bron:** Nielsen Norman Group (1995) "10 Usability Heuristics for User Interface Design"  
<http://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>

### Visibility of system status

*The system should always keep users informed about what is going on, through appropriate feedback within reasonable time.*

### Match between system and the real world

*The system should speak the users' language, with words, phrases and concepts familiar to the user, rather than system-oriented terms. Follow real-world conventions, making information appear in a natural and logical order.*

### User control and freedom

*Users often choose system functions by mistake and will need a clearly marked "emergency exit" to leave the unwanted state without having to go through an extended dialogue. Support undo and redo.*

### Consistency and standards

*Users should not have to wonder whether different words, situations, or actions mean the same thing. Follow platform conventions.*

### Error prevention

*Even better than good error messages is a careful design which prevents a problem from occurring in the first place. Either eliminate error-prone conditions or check for them and present users with a confirmation option before they commit to the action.*

### Recognition rather than recall

*Minimize the user's memory load by making objects, actions, and options visible. The user should not have to remember information from one part of the dialogue to another. Instructions for use of the system should be visible or easily retrievable whenever appropriate.*



## **Flexibility and efficiency of use**

*Accelerators -- unseen by the novice user -- may often speed up the interaction for the expert user such that the system can cater to both inexperienced and experienced users. Allow users to tailor frequent actions.*

## **Aesthetic and minimalist design**

*Dialogues should not contain information which is irrelevant or rarely needed. Every extra unit of information in a dialogue competes with the relevant units of information and diminishes their relative visibility.*

## **Help users recognize, diagnose, and recover from errors**

*Error messages should be expressed in plain language (no codes), precisely indicate the problem, and constructively suggest a solution.*

## **Help and documentation**

*Even though it is better if the system can be used without documentation, it may be necessary to provide help and documentation. Any such information should be easy to search, focused on the user's task, list concrete steps to be carried out, and not be too large.*

### 3. QUICKSCAN STUDIO MONÉ

In dit hoofdstuk wordt de huidige Studio Moné geanalyseerd door middel van de richtlijnen die in de vorige hoofdstuk zijn beschreven. Bij elke richtlijn wordt er een beschrijving gegeven van de interface.

#### Visibility of system status

*The system should always keep users informed about what is going on, through appropriate feedback within reasonable time.*

*(Het systeem moet de gebruiker altijd informeren over wat er gaande is, door middel van passende feedback binnen een redelijke tijd)*

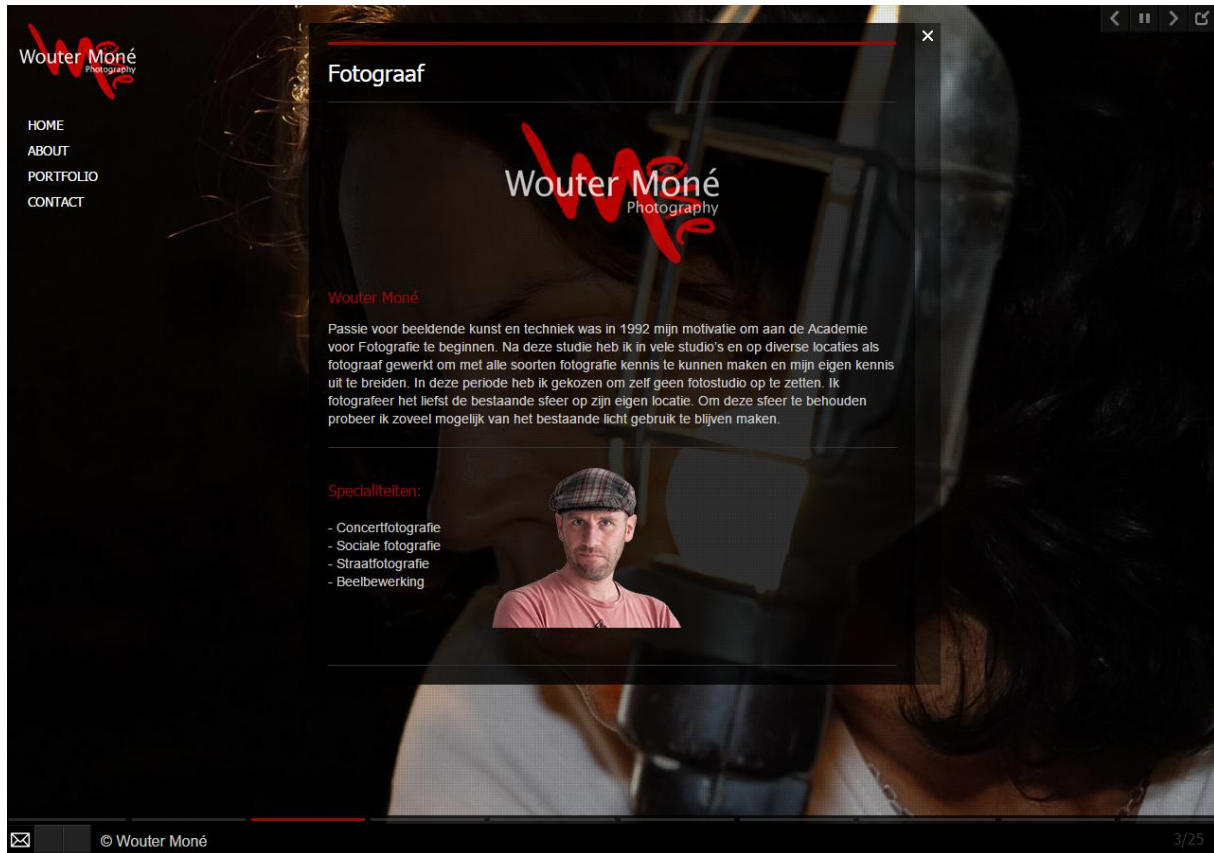


Figuur 1: Start pagina Studio Moné

Als je voor het eerst op de startpagina komt, krijg je al snel een impressie van fotografie op de website. De site heeft een simpel ontwerp, de startpagina bestaat uit een interactieve slider animatie, hierin worden allerlei fotografie foto's getoond aan de bezoeker. De slider animatie wordt automatisch afgespeeld maar kan ook worden uitgezet door knoppen rechtsboven aan.

Wat in het voordeel werkt van de website, is dat er snel genavigeerd kan worden naar de verschillende pagina's voor informatie. Echter kan er niet altijd gezien worden, op welke

pagina je bent. Hieronder in figuur 2 ziet u de “ABOUT” pagina, maar er is geen indicatie dat je als bezoeker op die pagina bent.



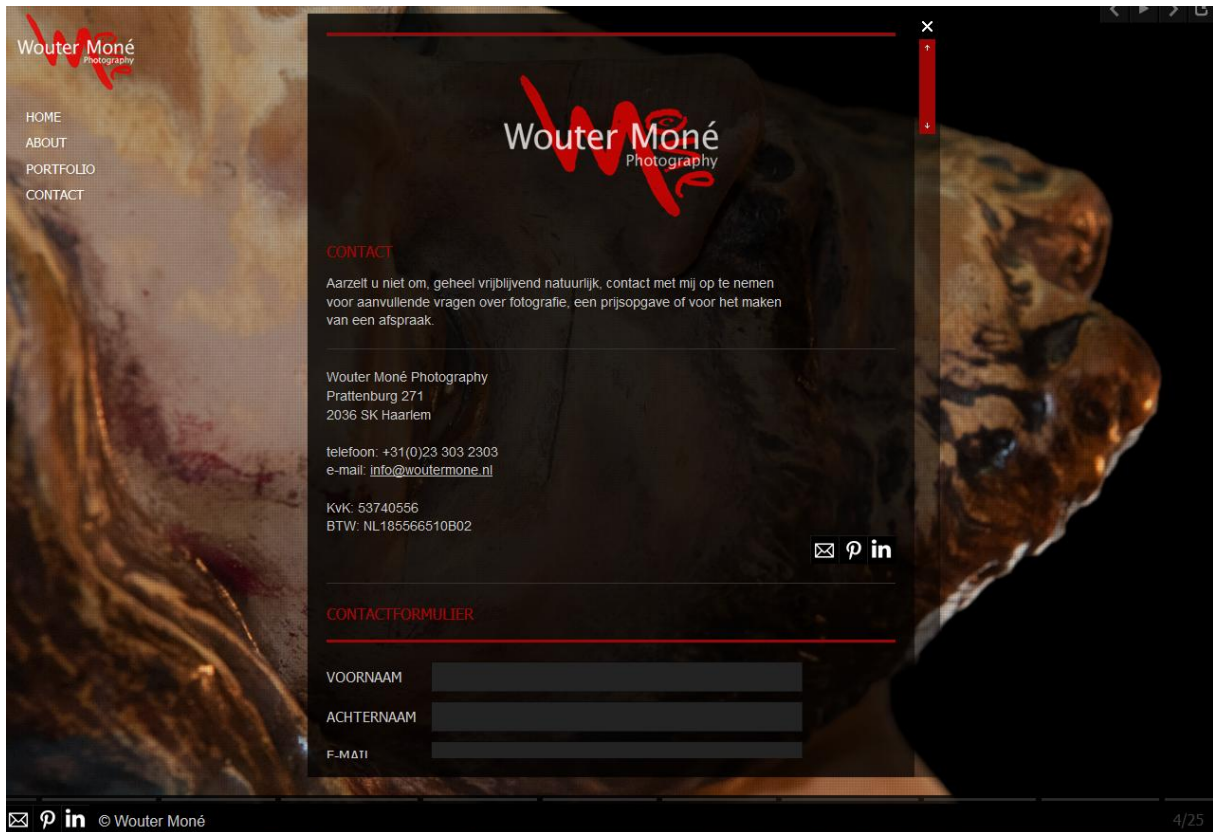
Figuur 2: About pagina, geen visibility of system status.

## Match between system and the real world

*The system should speak the users' language, with words, phrases and concepts familiar to the user, rather than system-oriented terms. Follow real-world conventions, making information appear in a natural and logical order.*

*(Het systeem moet de taal van de gebruiker spreken, met woorden, uitdrukkingen en concepten bekend voor de gebruiker, in plaats van systeem georiënteerde termen. Volg real-world conventies, waardoor informatie verschijnt in een natuurlijke en logische volgorde)*

De informatieteksten op de site zijn begrijpelijk. Inhoudelijk zou de gemiddelde bezoeker weinig moeite moeten hebben met de inhoud van de informatieteksten. Daarnaast zijn de teksten overal goed zichtbaar op de site. De informatie op de website wordt ook geplaatst op een logische wijze van boven naar beneden, hierin zijn er geen afwijkingen. (Zie figuur 3)



Figuur 3: Informatie teksten spreken de taal die bezoeker begrijpt.

## User control and freedom

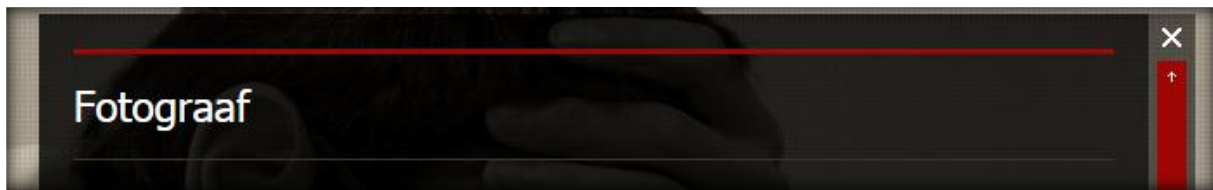
*Users often choose system functions by mistake and will need a clearly marked "emergency exit" to leave the unwanted state without having to go through an extended dialogue.*

*Support undo and redo.*

*(Maakt de gebruiker een fout in zijn/haar actie, dan moet er altijd een nooduitgang zijn waardoor de gebruiker weer terug kan keren naar de oude situatie. Gebeurt dit niet, dan wordt de gebruiker als het ware "gevangen" in de pagina)*

De bezoeker heeft de vrijheid om te navigeren door de website, er hoeft niet specifiek een pad gevolgd te worden. Ook als de bezoeker de interactieve slider op de achtergrond wilt stoppen, kan dit gedaan worden door knoppen rechtsboven op de pagina.

In figuur 4 ziet u een kruis, wat betekent dat dit deel kan worden afgesloten.



*Figuur 4: Duidelijke uitgang om de pagina te verlaten.*

## **Consistency and standards**

*Users should not have to wonder whether different words, situations, or actions mean the same thing. Follow platform conventions.*

*(Gebruikers zouden zich niet moeten afvragen of verschillende woorden, situaties of handelingen hetzelfde betekenen.)*

Zoals beschreven wordt bij “match between system and real world” heeft de website informatieteksten op alle pagina’s die te begrijpen zijn en bevatten ze geen dubbelzinnige boodschap. De knop met het kruisicoontje in figuur4 blijft dezelfde handeling uitvoeren. Een link naar de contactpagina brengt de bezoeker naar de contactpagina. Het verwachtingspatroon is consistent op alle pagina’s.

## **Error prevention**

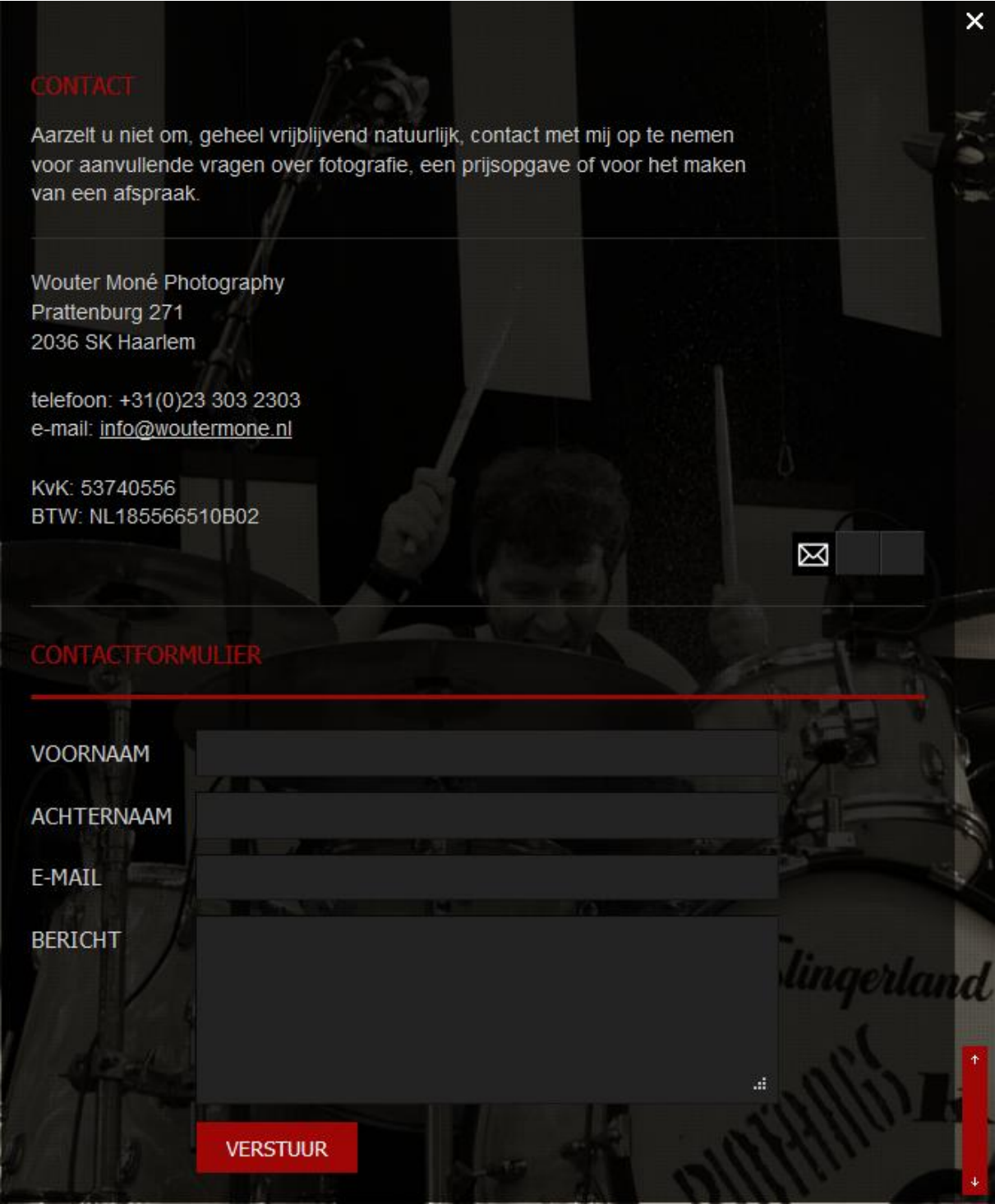
*Even better than good error messages is a careful design which prevents a problem from occurring in the first place. Either eliminate error-prone conditions or check for them and present users with a confirmation option before they commit to the action.*

*(Nog beter dan duidelijke foutmeldingen, is een zorgvuldig ontwerp, dat een probleem in de eerste plaats voorkomt. Of laat de gebruikers weten wat zij moeten doen, voordat zij zich binden tot de actie.)*

De gebruiker kan geen foutmeldingen tegenkomen tijdens het navigeren op de website. Echter bij het verzenden van een bericht naar het bedrijf, wordt niet aangegeven dat alle invulvelden ingevuld moeten zijn. Dit is wel een belangrijk punt, want door niet alle velden in te vullen zal het systeem een foutmelding geven. Het is noodzakelijk dat deze foutmelding door de interface voorkomen kan worden

(Zie figuur 5 voor het voorbeeld op de volgende pagina)





CONTACT

Aarzelt u niet om, geheel vrijblijvend natuurlijk, contact met mij op te nemen voor aanvullende vragen over fotografie, een prijsopgave of voor het maken van een afspraak.

---

Wouter Moné Photography  
Prattenburg 271  
2036 SK Haarlem

telefoon: +31(0)23 303 2303  
e-mail: [info@woutermone.nl](mailto:info@woutermone.nl)

KvK: 53740556  
BTW: NL185566510B02



---

CONTACTFORMULIER

---

VOORNAAM

ACHTERNAAM

E-MAIL

BERICHT

VERSTUUR

Figuur 5: Geen error prevention op de contact pagina.

## Recognition rather than recall

*Minimize the user's memory load by making objects, actions, and options visible. The user should not have to remember information from one part of the dialogue to another. Instructions for use of the system should be visible or easily retrievable whenever appropriate.*

*(Door objecten, acties en opties goed zichtbaar te maken op de site, hoeft de gebruiker zo min mogelijk informatie te onthouden. De gebruiker moet geen informatie onthouden van een deel van een dialoog en een heel ander dialoog op een andere pagina. Instructies voor het gebruik van het systeem moet zichtbaar of gemakkelijk terug te vinden zijn waar het passend is.)*

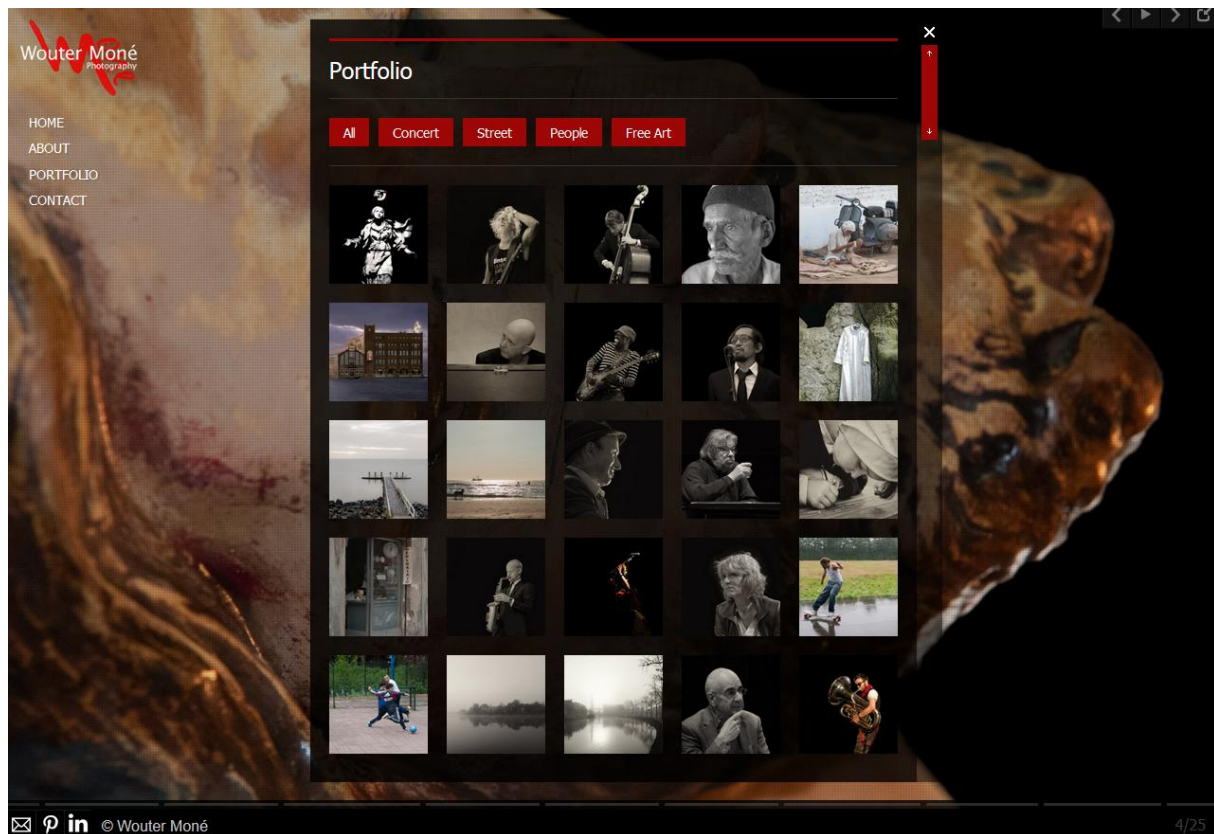
De bezoeker hoeft niet lang na te denken over bepaalde acties op de website. Het spreekt voor zich welke handelingen de bezoeker kan verrichten. Knoppen, teksten en de navigatie zijn te herkennen en blijven op dezelfde plaats. Op alle pagina's kan een bezoeker dezelfde handelingen verrichten, hierdoor blijft het verwachtingspatroon consistent.

## Flexibility and efficiency of use

*Accelerators -- unseen by the novice user -- may often speed up the interaction for the expert user such that the system can cater to both inexperienced and experienced users. Allow users to tailor frequent actions.*

*(Accelerators (functionaliteiten) - ongezien door de beginnende gebruiker - kan de interactie vaak versnellen voor ervaren gebruikers, zodat het systeem zowel onervaren als ervaren gebruikers tegemoet kan komen. Sta gebruikers toe om die functionaliteiten te kunnen gebruiken.)*

De huidige Studio Moné site heeft een portfoliopagina. Dit is een pagina met een herkenbare en makkelijk hanteerbare sorteerfunctie. In figuur 6 wordt de portfoliopagina weergegeven. De functionaliteit maakt het een beginnende en een ervaren bezoeker gemakkelijker, zodat ze gericht kunnen zoeken. Er kan via deze functionaliteit foto's gesorteerd worden op categorieën. Daarnaast is mij opgevallen dat de website een zoekfunctie mist, deze kan juist erg handig zijn voor de bezoeker. Ik vind het belangrijk dat de zoekfunctie aanwezig is omdat de bezoeker daardoor sneller informatie kan vinden.



Figuur 6: Portfoliopagina met sorteerfunctie.

## Aesthetic and minimalist design

*Dialogues should not contain information which is irrelevant or rarely needed. Every extra unit of information in a dialogue competes with the relevant units of information and diminishes their relative visibility.*

*(Dialogen moeten niet informatie/elementen bevatten die niet relevant zijn)*

De websitestructuur is heel minimalistisch en heeft een grafisch ontwerp, er is een interactieve slider op de achtergrond te vinden waardoor de achtergrond constant verschillende fotografie afbeeldingen laat zien. Er zijn hier geen elementen op de site die irrelevant zijn. Daarnaast viel mij op dat de interactieve slider, die constant andere afbeeldingen toont op de achtergrond, de bezoeker kan afleiden.

Tevens is het een probleem, dat de huidige Studio Moné site informatie bevat voor een doelgroep gericht op fotografie. De prototype website moet informatie bevatten over de nieuwe diensten. Het bedrijf richt zich nu ook op een andere doelgroep en daardoor zijn de huidige informatieteksten op de website niet meer up-to-date.

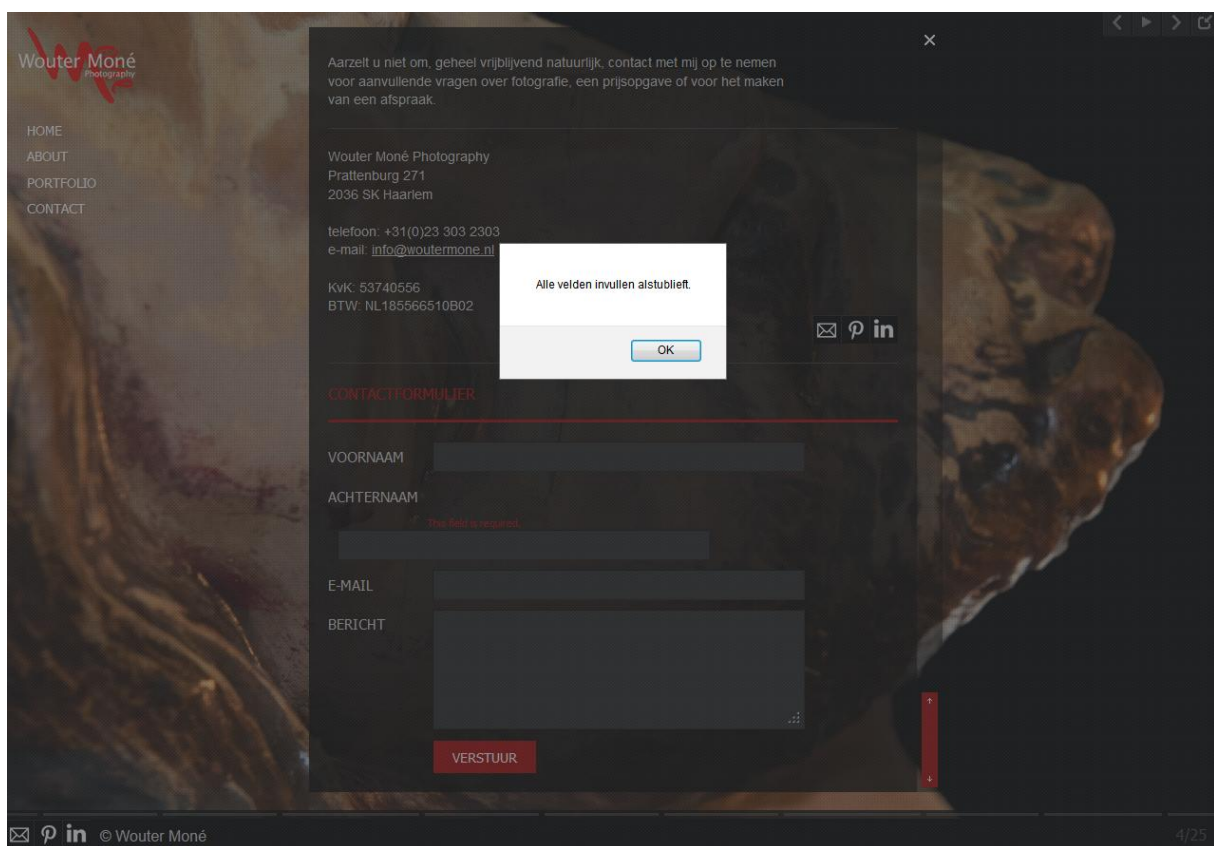


## Help users recognize, diagnose, and recover from errors

*Error messages should be expressed in plain language (no codes), precisely indicate the problem, and constructively suggest a solution.*

*(Foutmeldingen moeten worden uitgedrukt in duidelijke taal (geen codes), en ze moeten een indicatie geven van wat het probleem precies is, deze moeten constructief zijn en oplossing bieden)*

Bij het niet invullen van alle invulvelden in het contactformulier, geeft de interface aan dat dit wel ingevuld moet worden, want anders kan er geen bericht verzonden worden. Dit kunt u zien in figuur 7 op de volgende pagina.



Figuur 7: Foutmelding in de contactformulier.

## Help and documentation

*Even though it is better if the system can be used without documentation, it may be necessary to provide help and documentation. Any such information should be easy to search, focused on the user's task, list concrete steps to be carried out, and not be too large.*

*(Hoewel het beter is dat het systeem zonder documentatie gebruikt kan worden, kan het noodzakelijk zijn om hulp en documentatie aan te bieden.)*

Als laatste kanttekening, de huidige Studio Moné site maakt geen gebruik van hulp en documentatie.

#### 4. OVERZICHT ANALYSE

In dit hoofdstuk is er een overzicht gemaakt van de resultaten van de analyse. Hieronder in de tabel wordt het overzicht weergegeven van de complete quickscan:

| Richtlijnen:                                                                                                                                                                                                                                                                             | Analyse:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Visibility of system status</b><br><i>The system should always keep users informed about what is going on, through appropriate feedback within reasonable time.</i>                                                                                                                   | <p>Als je voor het eerst op de startpagina komt, krijg je al snel een impressie van fotografie op de website. De site heeft een simpel ontwerp, de startpagina bestaat uit een interactieve slider animatie, hierin worden allerlei fotografie foto's getoond aan de bezoeker. De slider animatie wordt automatisch afgespeeld maar kan ook worden uitgezet door knoppen rechtsboven aan.</p> <p>Wat in het voordeel werkt van de website, is dat er snel genavigeerd kan worden naar de verschillende pagina's voor informatie. Echter kan er niet altijd gezien worden, op welke pagina je bent. In de "ABOUT" pagina is er geen indicatie dat je als bezoeker op die pagina bent.</p> |
| <b>Match between system and the real world</b><br><i>The system should speak the users' language, with words, phrases and concepts familiar to the user, rather than system-oriented terms. Follow real-world conventions, making information appear in a natural and logical order.</i> | <p>De informatieteksten op de site zijn begrijpelijk. Inhoudelijk zou de gemiddelde bezoeker weinig moeite moeten hebben met de inhoud van de informatieteksten. Daarnaast zijn de teksten overal goed zichtbaar op de site. De informatie op de website wordt ook geplaatst op een logische wijze van boven naar beneden, hierin zijn er geen afwijkingen.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>User control and freedom</b><br><i>Users often choose system functions by mistake and will need a clearly marked "emergency exit" to leave the unwanted state without having to go through an extended dialogue. Support undo and redo.</i>                                           | <p>De bezoeker heeft de vrijheid om te navigeren door de website, er hoeft niet specifiek een pad gevolgd te worden. Ook als de bezoeker de interactieve slider op de achtergrond wilt stoppen, kan dit gedaan worden door knoppen rechtsboven op de pagina.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Consistency and standards</b><br><i>Users should not have to wonder whether different words, situations, or actions mean the same thing. Follow platform conventions.</i>                                                                                                             | <p>Zoals beschreven wordt bij "match between system and real world" heeft de website informatieteksten op alle pagina's die te begrijpen zijn en bevatten ze geen dubbelzinnige boodschap. Een knop met het kruisicoontje blijft dezelfde handeling uitvoeren. Een link naar de</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | contactpagina brengt de bezoeker naar de contactpagina. Het verwachtingspatroon is consistent op alle pagina's.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>Error prevention</b><br><i>Even better than good error messages is a careful design which prevents a problem from occurring in the first place. Either eliminate error-prone conditions or check for them and present users with a confirmation option before they commit to the action.</i>                              | De gebruiker kan geen foutmeldingen tegenkomen tijdens het navigeren op de website. Echter bij het verzenden van een bericht naar het bedrijf, wordt niet aangegeven dat alle invulvelden ingevuld moeten zijn. Dit is wel een belangrijk punt, want door niet alle velden in te vullen zal het systeem een foutmelding geven. Het is noodzakelijk dat deze foutmelding door de interface voorkomen kan worden                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Recognition rather than recall</b><br><i>Minimize the user's memory load by making objects, actions, and options visible. The user should not have to remember information from one part of the dialogue to another. Instructions for use of the system should be visible or easily retrievable whenever appropriate.</i> | De bezoeker hoeft niet lang na te denken over bepaalde acties op de website. Het spreekt voor zich welke handelingen de bezoeker kan verrichten. Knoppen, teksten en de navigatie zijn te herkennen en blijven op dezelfde plaats. Op alle pagina's kan een bezoeker dezelfde handelingen verrichten, hierdoor blijft het verwachtingspatroon consistent.                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>Flexibility and efficiency of use</b><br><i>Accelerators -- unseen by the novice user -- may often speed up the interaction for the expert user such that the system can cater to both inexperienced and experienced users. Allow users to tailor frequent actions.</i>                                                   | De huidige Studio Moné site heeft een portfoliopagina. Dit is een pagina met een herkenbare en makkelijk hanteerbare sorteervunctie. In figuur 6 wordt de portfoliopagina weergegeven. De functionaliteit maakt het een beginnende en een ervaren bezoeker gemakkelijker, zodat ze gericht kunnen zoeken. Er kan via deze functionaliteit foto's gesorteerd worden op categorieën. Daarnaast is mij opgevallen dat de website een zoekfunctie mist, deze kan juist erg handig zijn voor de bezoeker. Ik vind het belangrijk dat de zoekfunctie aanwezig is omdat de bezoeker daardoor sneller informatie kan vinden. |
| <b>Aesthetic and minimalist design</b><br><i>Dialogues should not contain information which is irrelevant or rarely needed. Every extra unit of information in a dialogue competes with the relevant units of information and diminishes their relative visibility.</i>                                                      | De websitestructuur is heel minimalistisch en heeft een grafisch ontwerp, er is een interactieve slider op de achtergrond te vinden waardoor de achtergrond constant verschillende fotografie afbeeldingen laat zien. Er zijn hier geen elementen op de site die irrelevant zijn. Daarnaast viel mij op dat de interactieve slider, die constant andere afbeeldingen toont op de                                                                                                                                                                                                                                     |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <p>achtergrond, de bezoeker kan afleiden.</p> <p>Tevens is het een probleem, dat de huidige Studio Moné site informatie bevat voor een doelgroep gericht op fotografie. De prototype website moet informatie bevatten over de nieuwe diensten. Het bedrijf richt zich nu ook op een andere doelgroep en daardoor zijn de huidige informatieteksten op de website niet meer up-to-date.</p> |
| <p><b>Help users recognize, diagnose, and recover from errors</b></p> <p><i>Error messages should be expressed in plain language (no codes), precisely indicate the problem, and constructively suggest a solution.</i></p>                                                                                                 | <p>Bij het niet invullen van alle invulvelden in het contactformulier, geeft de interface aan dat dit wel ingevuld moet worden, want anders kan er geen bericht verzonden worden.</p>                                                                                                                                                                                                      |
| <p><b>Help and documentation</b></p> <p><i>Even though it is better if the system can be used without documentation, it may be necessary to provide help and documentation. Any such information should be easy to search, focused on the user's task, list concrete steps to be carried out, and not be too large.</i></p> | <p>Als laatste kanttekening, de huidige Studio Moné site maakt geen gebruik van hulp en documentatie.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

## 5. CONCLUSIE

- De website gaf niet aan waar de bezoeker zich bevond op een pagina.  
Voorbeeld: op de “ABOUT” pagina werd niet duidelijk aangegeven dat de bezoeker daadwerkelijk op de pagina zit.
- Verder gaf het contactformulier van de website geen indicatie aan, dat de invulvelden ingevuld moesten worden. Het gevolg hiervan is dat er fouten gemaakt konden worden, voordat de actie wordt uitgevoerd.
- Op de startpagina laat de interactieve slider op de achtergrond constant andere afbeeldingen zien en leiden de bezoeker af.
- De huidige Studio Moné website heeft informatieteksten geschreven voor een fotografie doelgroep. Het is belangrijk dat de prototype website informatieteksten bevat, die zich richt op de juiste doelgroep.
- De huidige Studio Moné heeft geen zoekfunctie. Een zoekfunctie is belangrijk, omdat je erdoor sneller informatie kan vinden op de website.

# BIJLAGE B - CONCURRENTIEANALYSE

EEN INTERACTIEVE WEBSITE ONTWIKKELEN VOOR STUDIO MONÉ



Student: Yong-sing Hu

Begeleiders: Marcus Turckenburgh en Wouter Moné

Examinatoren: Alice van Duuren, Nick van 't End

Datum: 22 Maart 2015

Plaats: Haarlem



## INHOUDSOPGAVE

|                                     |    |
|-------------------------------------|----|
| 1. Inleiding .....                  | 1  |
| 2. Richtlijnen.....                 | 2  |
| 3. De concurrenten analyseren ..... | 4  |
| 3.1 We-aredesign.com.....           | 4  |
| 3.2 Visualact.nl.....               | 10 |
| 3.3 New-impulse.nl.....             | 15 |
| 3.4 Nerdyminds.nl .....             | 19 |
| 3.6 Odddesigns .....                | 22 |
| 4. Conclusie .....                  | 26 |

## 1. INLEIDING

Dit document is geschreven om de lezer inzicht te geven in analyse die is uitgevoerd op de concurrentie websites. Het is geschreven voor de opdrachtgever, de bedrijfsmentor, de examinatoren, de gecommiteerde en overige geïnteresseerden.

Dit document is als volgt opgebouwd. In hoofdstuk twee wordt beschreven welke richtlijnen er zijn gekozen om de concurrentiewebsites te beoordelen. Daarna worden in hoofdstuk drie de websites geanalyseerd en worden alle websites gescoord middels een tabel, die bestaat uit vier criteria. Tot slot zal er in hoofdstuk vier een conclusie geschreven worden aan de hand van de resultaten van de analyse.

Voor de concurrentie werden er een vijftal websites onderzocht en deze werden gescoord. De concurrentie website die werden onderzocht zijn:

<http://www.we-aredesign.com/>

<http://www.visualact.nl/>

<http://www.new-impulse.com/>

<http://www.nerdyminds.nl/>

<http://www.oddesigns.nl/>

## 2. RICHTLIJNEN

De gekozen richtlijnen hebben betrekking tot het ontwerp, content, navigatie en functionaliteiten. Hieronder worden ze uitgebreid beschreven.

### Ontwerp

Een website dient aantrekkelijk te zijn voor de bezoeker. De homepage is je startpagina, dus bezoekers komen daar als eerste terecht. Een bezoeker krijgt in paar seconden een eerste indruk van je website, daarom moet die indruk meteen goed zijn. Om dit te bereiken wordt een lay-out ontworpen, die bij de doelgroep aansluit. Omdat de bezoeker doorgaans korte tijd op de website besteedt, moet erop gelet worden dat het ontwerp prettig aanschouwbaar is en niet storend of afleidend is. Hierbij is het van belang dat de gebruikte kleuren een groot contrast hebben en dat de onderdelen op de website overal gelijk zijn. Dit zorgt ervoor dat de verschillende onderdelen door de bezoeker herkend worden. Verder is het belangrijk dat de website overzichtelijk is, voldoende witruimte tussen de paragrafen bevat en gecombineerd wordt met afbeeldingen die niet te groot zijn

- Kleurgebruik
- Hoeveelheid tekst
- Overzichtelijkheid
- Hoeveelheid afbeeldingen

### Doelgroep gerichtheid

De doelgroep is de bezoeker van de website die informatie wil vergaren over de producten en diensten van het bedrijf. Het is dus belangrijk dat er relevante informatie te vinden is op de website, waardoor bezoekers er ook beslist gebruik van kunnen maken.

Een ander belangrijk punt is de taalgebruik. Is dit informeel of formeel en geschikt voor de desbetreffende doelgroep? Daarnaast gebruiken vele websites stijlelementen om informatie op verscheidene manieren te presenteren. Dit kan gedaan worden met onder andere tabellen, grafieken en lijsten.

- Taalgebruik
- Leesbaarheid
- Relevante informatie

## Navigatie

Omdat niet alle bezoekers van een website ervaren zijn met internet en websites, moet een website site eenvoudig te navigeren zijn en een voor de hand liggende indeling beschikken. Het moet ook voor een onervaren bezoeker duidelijk zijn, waarvoor bepaalde elementen dienen en hoe deze te gebruiken zijn.

- Plaatsingmenu's
- Bewegingmenu's
- Duidelijkheid menu's

## Functionaliteit

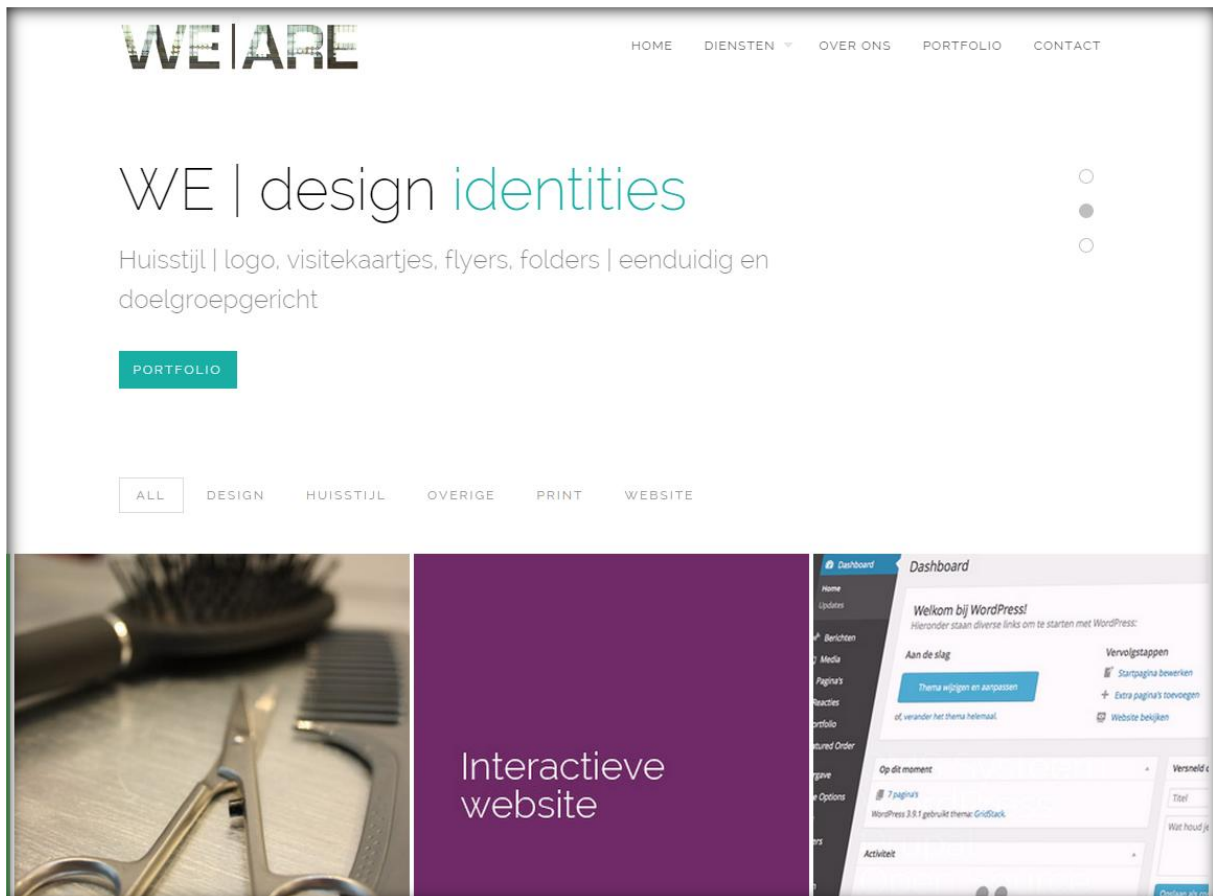
Een website met functies zorgt ervoor dat de bezoeker sneller zijn doel(en) kan bereiken. Dit kan gaan om verschillende punten. Bijvoorbeeld een contactformulier maakt het gemakkelijk om direct een bericht te sturen. Daarnaast maakt een zoekfunctie het efficiënter om informatie op te zoeken in plaats van dat er zelf wordt genavigeerd door de website. Ook kunnen slideshows ervoor zorgen dat er interactie ontstaat tussen de website en de bezoeker. Het doel van de functionaliteit op een website is dan vooral om de gebruiker een betere ervaring te geven op de website.

- Zoekfunctie
- Andere functionaliteiten
- Contactformulier

### 3. DE CONCURRENTEN ANALYSEREN

In dit hoofdstuk ga ik de websites analyseren gebaseerd op de besproken richtlijnen. Door middel van een scoretabel geef ik hoe de concurrentie websites hebben gepresteerd.

#### 3.1 WE-AREDESIGN.COM

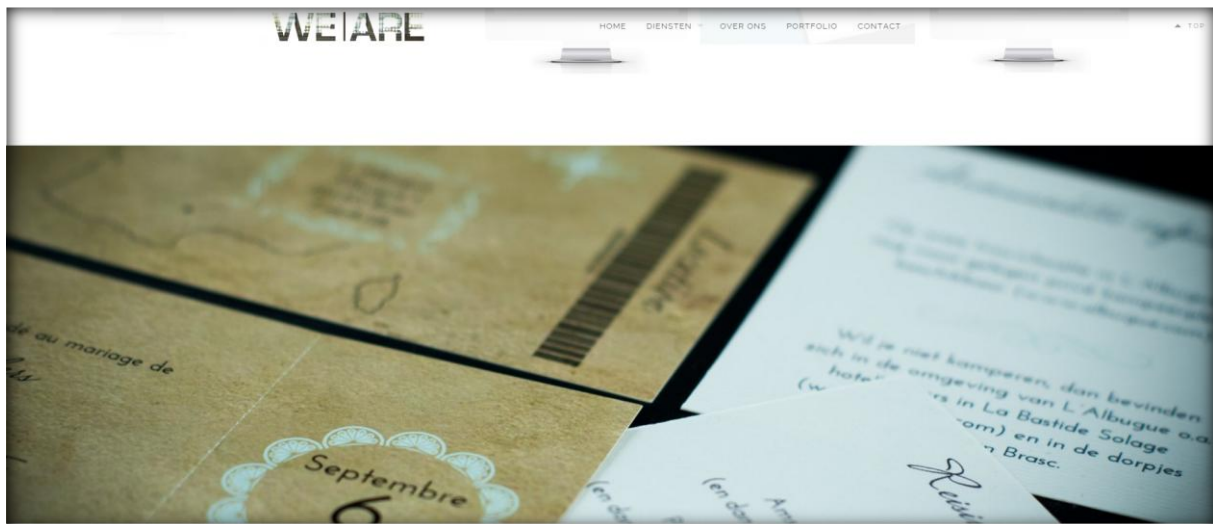


Figuur 5: We-aredesign startpagina

### Ontwerp

De startpagina van We-aredesign is overzichtelijk en u kan in één oogopslag zien dat de website over design gaat. De kleuren die op de site worden gebruikt hebben een goede samenhang en zorgen voor een keurige uitstraling. Het ontwerp is door de hele website consistent, de indeling en structuur blijven hetzelfde overal en de site is zorgvuldig ingedeeld. De hoeveelheid tekst is aangenaam en zorgt ervoor dat u de informatieteksten prettig kan doorlezen. Tot slot heeft de site duidelijk een eigen huisstijl en een grafisch ontwerp.

Echter wanneer u door pagina's navigeert, worden sommige afbeeldingen in hoge resolutie getoond, wat overweldigend kan zijn voor een bezoeker. Dit wordt gebeurd op meerdere pagina's. (Zie figuur 6)

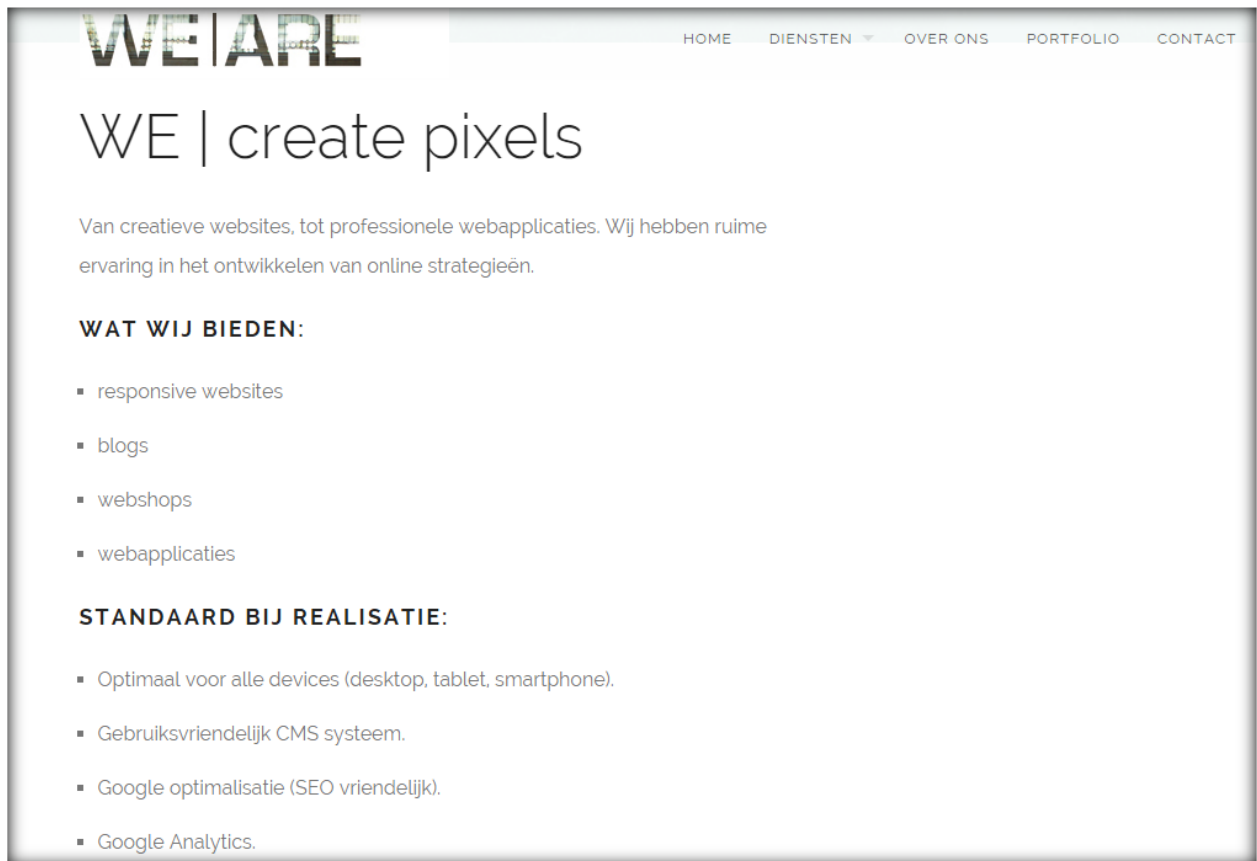


*Figuur 6: Hoge resolutie afbeeldingen*

## **Doelgroep gerichtheid**

Op de website wordt er gebruik gemaakt van formeel en informeel taalgebruik, dat betekent dat de bezoeker met "U" en "Je" wordt aangesproken. Er komen hier zakelijke en niet zakelijke klanten op af.

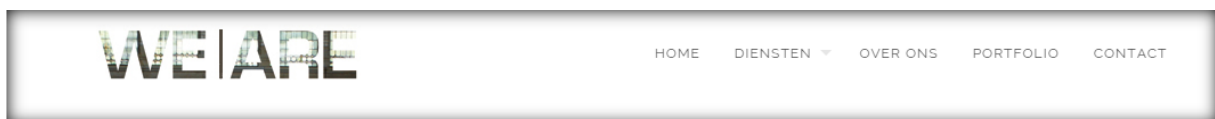
Daarnaast biedt de site ook relevante informatie aan de bezoeker, die gaat over online diensten zoals websites en promotiematerialen, zoals logo ontwerp, huisstijl en andere marketing materialen. De informatie wordt vaak in korte zinnen gepresenteerd in plaats van omvangrijke informatieteksten. (Zie figuur 7)



*Figuur 7: Diensten*

## Navigatie

De navigatie in figuur 8 is duidelijk te zien en blijft consequent. Omdat deze op dezelfde pagina blijft, komt de bezoeker niet voor verassingen te staan. Er wordt daarnaast gebruikt gemaakt van submenu's. Deze submenu's verschijnen wanneer de muis zweeft over een navigatie item. De hoofd en submenu's hebben niet al teveel keuzes, dat maakt het duidelijk waar de bezoeker naar kan zoeken.



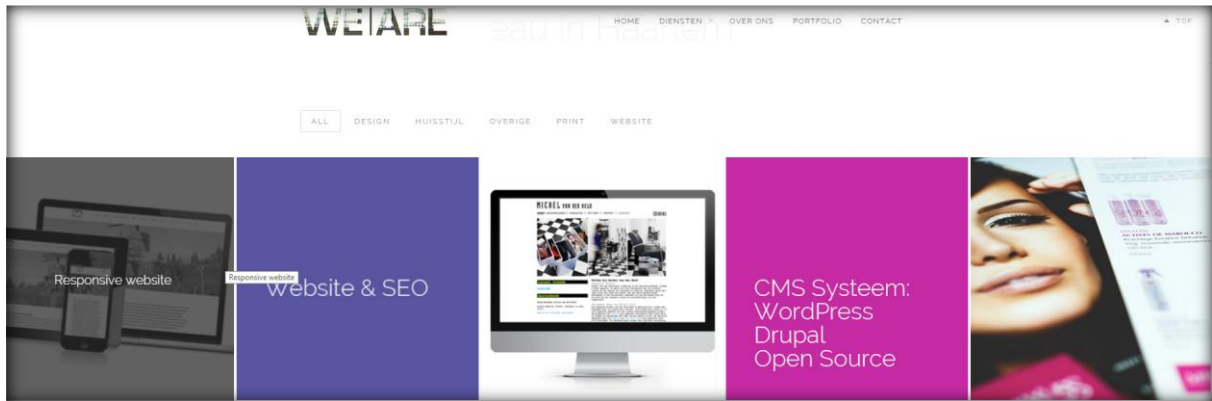
*Figuur 8: Hoofdnavigatie*

## Functionaliteit

De website heeft geen zoekfunctie. Dit kan gezien worden als een minpunt in de website. Als bezoekers bijvoorbeeld snel specifieke informatie willen zoeken, dan is een zoekfunctie handig. Helaas ontbreekt deze op de site.



Verder ziet u op de website de portfolio op de startpagina. In het navigatie menu ziet u ook een navigatie item met portfolio. Hiermee wil het bedrijf gelijk laten zien aan wat voor projecten zij hebben gewerkt. De portfolio heeft een handige sorteerfunctie, die alle projecten op een specifiek categorie kan sorteren.



*Figuur 9: Sorteervfunctie*

Tot slot ziet u de contactpagina in één keer op de website via het navigatiemenu. Dit is altijd handig voor als je kort na het lezen van de website interesse hebt en direct contact wilt opnemen met het bedrijf. Het contactformulier is duidelijk, herkenbaar en functioneert ook bij foutmeldingen (als bepaalde invulvelden niet ingevuld zijn). (Zie figuur 10 )

**We Are, concept, art & design**

Surinameweg 2  
2035 VA Haarlem

E-mail: [info@we-aredesign.com](mailto:info@we-aredesign.com)  
Tel: 06 432 09 412

KvK: 56831404  
BTW nr: 185486824B01  
[Algemene Voorwaarden](#)

## Contactformulier

Neem contact op via onderstaand contactformulier! Wilt u dat wij je bellen?  
Vul het formulier in en wij nemen zo snel mogelijk contact op!

NAAM

E-MAILADRES

BERICHT

VERSTUUR

[Grotere kaart weergeven](#)

*Figuur 10: Contactpagina*

## Scoretabel We-aredesign

| Criteria                   | Goed | Voldoen<br>de | Matig | Slecht |
|----------------------------|------|---------------|-------|--------|
| Ontwerp                    |      |               |       |        |
| • Kleurgebruik             | X    |               |       |        |
| • Hoeveelheid tekst        |      | X             |       |        |
| • Overzichtelijkheid       |      | X             |       |        |
| • Afbeeldingen             |      |               | X     |        |
| Doelgroep gerichtheid      |      |               |       |        |
| • Taalgebruik              | X    |               |       |        |
| • Leesbaarheid             | X    |               |       |        |
| • Informatie               |      |               | X     |        |
| Navigatie                  |      |               |       |        |
| • Plaatsing menu's         | X    |               |       |        |
| • Beweging menu's          | X    |               |       |        |
| • Duidelijkheid            | X    |               |       |        |
| Functionaliteit            |      |               |       |        |
| • Zoekfunctie              |      |               |       | X      |
| • Andere functionaliteiten |      | X             |       |        |
| • Contactformulier         | X    |               |       |        |



*Figuur 10: Visualact startpagina*

### Ontwerp

Op de startpagina van Visualact wordt de aandacht getrokken naar de interactieve slider. De slider geeft bijvoorbeeld informatie over de diensten in korte zinnen met grafische afbeeldingen. Dus u komt er al snel achter waar de site over gaat. Overigens kan er niet op de slider worden geklikt. Omdat een interactieve slider vaak bewegende elementen bevat, wordt er dikwijls verwacht dat er geklikt kan worden op de elementen. Dit is niet het geval.

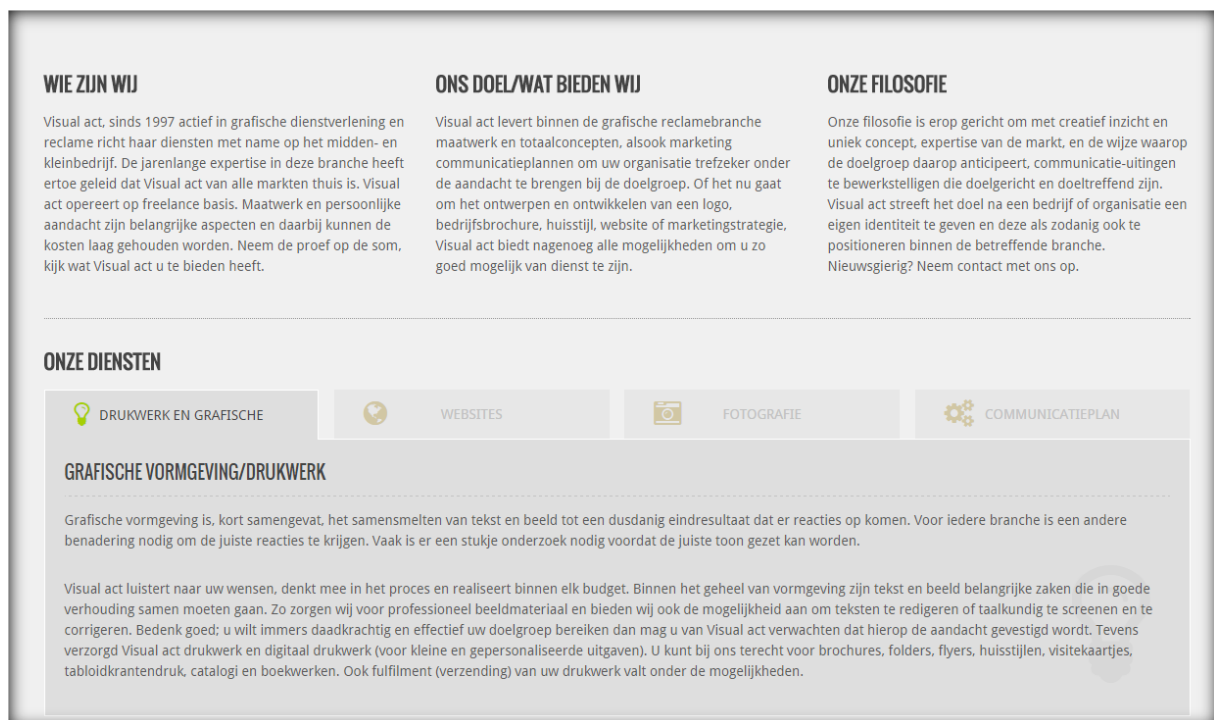
Kleuren die gebruikt zijn in de website zijn erg sereen. Ze passen ook goed bij het logo en zorgen voor een geordende uitstraling. De website is een “One click website”, dat betekent dat de hele website uit één lange pagina bestaat. Door middel van een vaste navigatie die op de pagina blijft, kan er met behulp van het klikken door de website genavigeerd worden.

Alle aspecten in het ontwerp zijn erg consistent op de website. Overal op de website worden de pagina's gevuld met teksten en afbeeldingen. Teksten zijn overzichtelijk en afbeeldingen zijn op de juiste maat aangepast. Ook wil dit bedrijf aantonen hoe creatief zij kunnen zijn met het ontwerpen van allerlei middelen. Dit kan snel gezien worden door een grafisch ontwerp.

## Doelgroep gerichtheid

Op de website wordt de bezoeker met "U" aangesproken, dit past goed bij een zakelijke doelgroep. In de teksten verklaart het bedrijf ook zich meer richten op een zakelijker doelgroep.

Op de site is er veel relevante informatie te vinden over verschillende diensten die zij aanbieden. Deze informatie wordt goed gecombineerd met elementen zoals "tab pagina's". De ruimte wordt op een efficiënte manier gebruikt om informatieteksten te presenteren. Teksten worden uitvoerig beschreven door middel van paragrafen en niet middels korte zinnen. Zie figuur 11.



Figuur 11: Diensten

## Navigatie

De navigatie van de website is duidelijk te zien op de pagina, deze blijft consequent op dezelfde plaats. Zo weet de bezoeker ook altijd waar hij/zij zich bevindt op de site. En zo kan de bezoeker op elk moment naar een andere deel van de website navigeren. De bezoeker wordt hier eigenlijk genoodzaakt om de navigatie te gebruiken, want dit is naast het scrollen door de pagina's de enige manier van navigeren. ( Zie figuur 12)

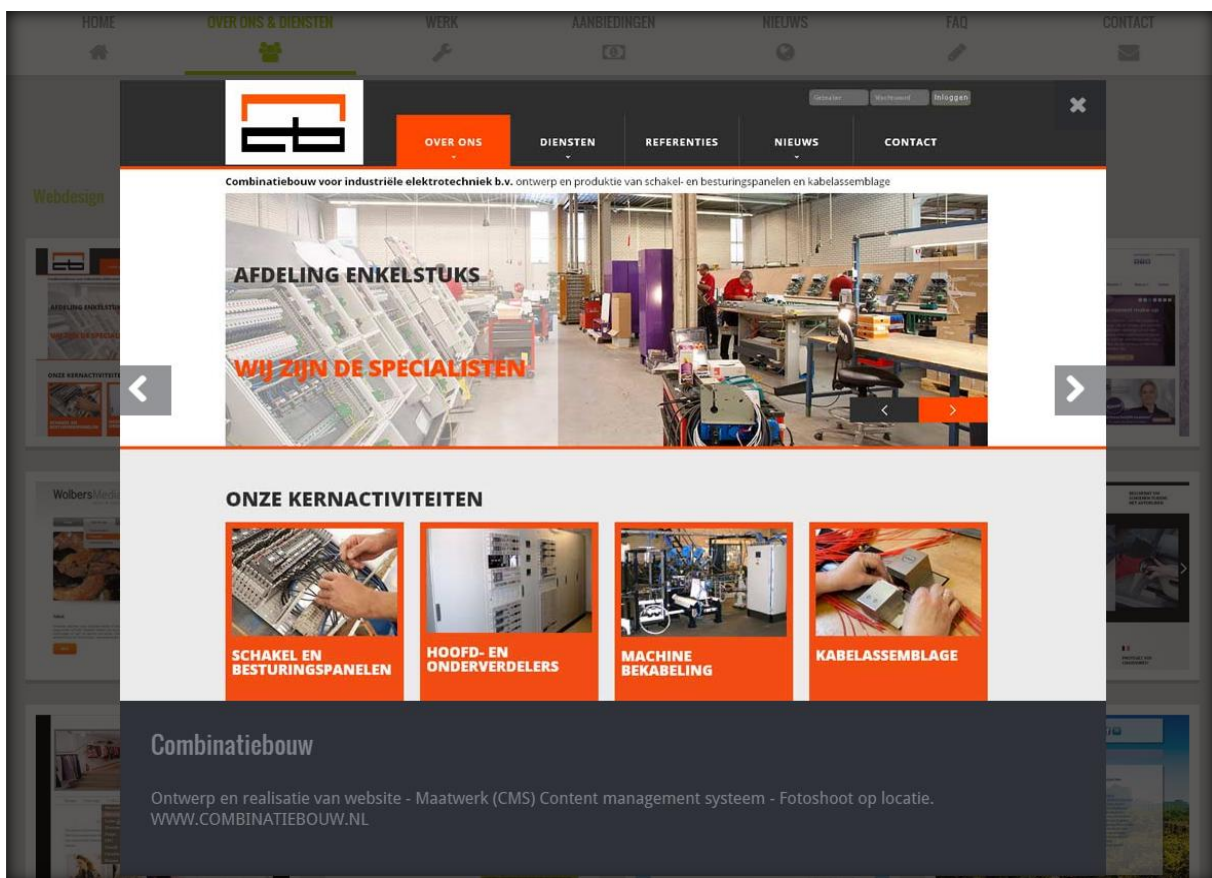


Figuur 12: Navigatie

## Functionaliteit

Er zijn op de website niet veel functionaliteiten aanwezig. Doordat de website uit één lange pagina bestaat, heb je bijvoorbeeld geen functionaliteit nodig om informatie te zoeken. Door middel van de navigatie kan je alles vinden wat de website aanbiedt. Ook valt het op dat deze website geen zoekfunctie heeft. De website richt zich erop dat bezoekers alle informatie kunnen vinden via de navigatie. Het is echter wel altijd handig als een bezoeker haast heeft en snel informatie wilt kunnen vinden op de site.

Daarnaast wordt op het werkgedeelte van de site werk (portfolio) items getoond. Wanneer er op deze items geklikt wordt, opent het systeem een nieuwe element waar de afbeeldingen van het werkgedeelte bekeken kunnen worden. (Zie de figuur hieronder)



Figuur 13: Afbeeldingen worden in een box getoond

Tot slot is er een contactformulier aanwezig op de website, dat een duidelijk verwachtingspatroon heeft en "error" tolerant is voor de bezoeker, zie hiervoor figuur 14.

## CONTACT

Wilt u meer informatie?  
Neemt u vrijblijvend contact op via onderstaand formulier en Visual act neemt zo spoedig mogelijk contact met u op.

### Contactformulier

Opgelet! Vul u de onderstaande gegevens correct in en probeer het opnieuw.

- U ben verplicht uw emailadres op te geven.

★ Naam:

bob

★ Email:

★ Bericht:

test

★ Vul de verificatiecode in

40b4d

40b4d

Verstuur bericht

### Contactgegevens

Adres

Normandiëlaan 19  
5627 HN Eindhoven

Telefoon

06 51306444

Email

[info@visualact.nl](mailto:info@visualact.nl)

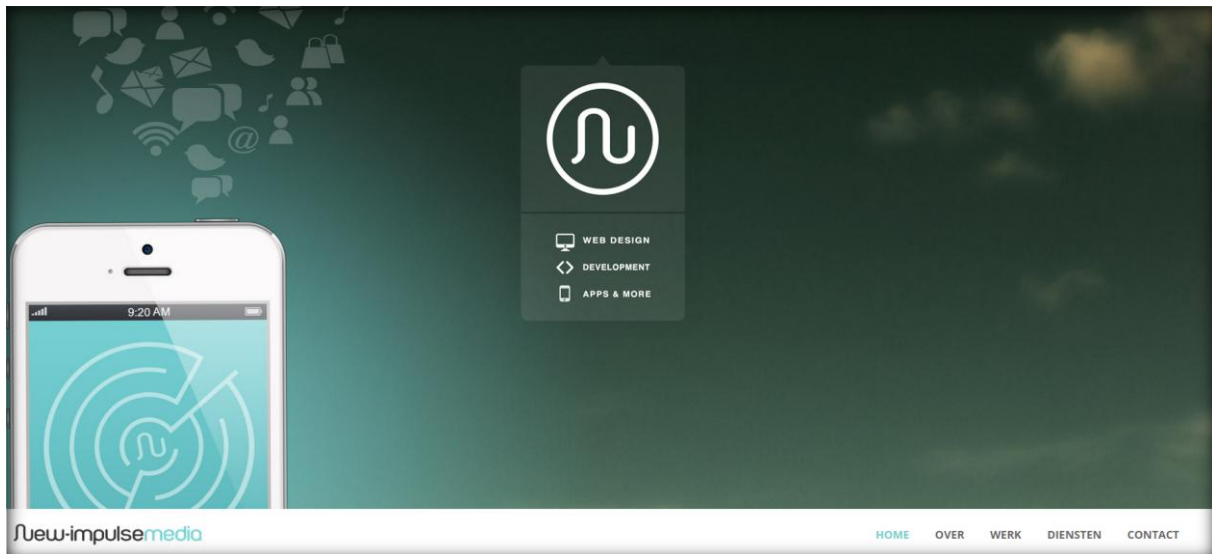
K.v.K. 17141144  
B.T.W. NL141955363B01

Figuur 14: Contactformulier

## Scoretabel Visualact

| Criteria              | Goed | Voldoen<br>de | Matig | Slecht |
|-----------------------|------|---------------|-------|--------|
| Ontwerp               |      |               |       |        |
| • Kleurgebruik        | X    |               |       |        |
| • Hoeveelheid tekst   | X    |               |       |        |
| • Overzichtelijkheid  |      | X             |       |        |
| • Afbeeldingen        | X    |               |       |        |
| Doelgroep gerichtheid |      |               |       |        |
| • Taalgebruik         | X    |               |       |        |
| • Leesbaarheid        | X    |               |       |        |
| • Informatie          | X    |               |       |        |
| Navigatie             |      |               |       |        |
| • Plaatsing menu's    | X    |               |       |        |
| • Beweging menu's     | X    |               |       |        |
| • Duidelijkheid       |      | X             |       |        |
| Functionaliteit       |      |               |       |        |
| • Zoekfunctie         |      |               |       | X      |
| • Functionaliteiten   |      |               | X     |        |
| • Contact             | X    |               |       |        |





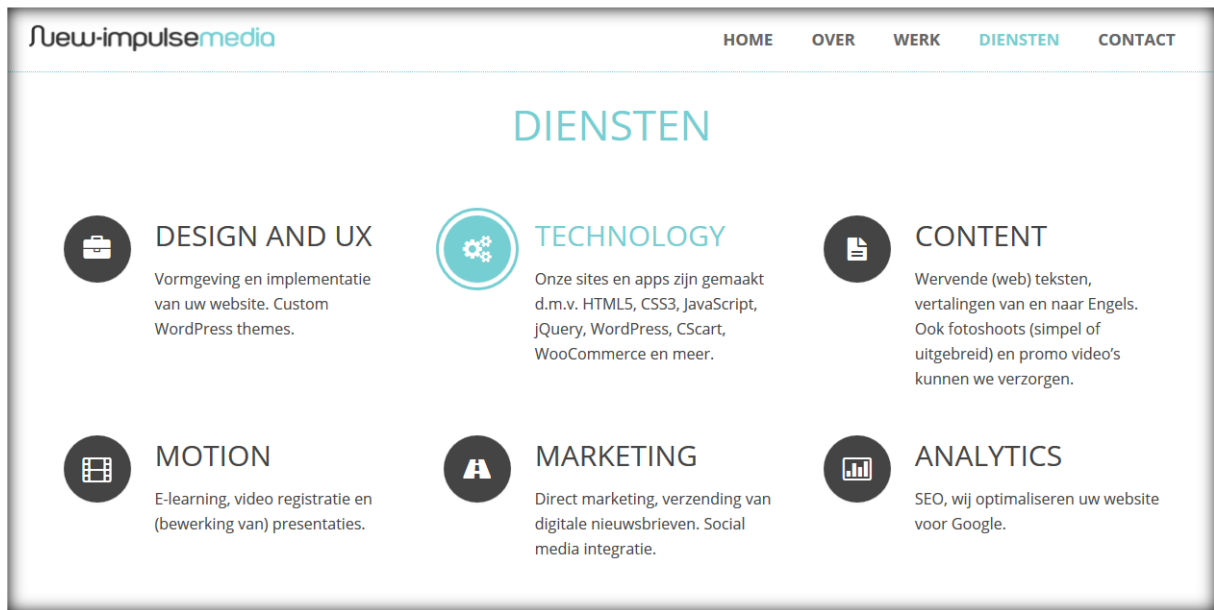
*Figuur 15: New-impulse startpagina*

## Ontwerp

Als u op de startpagina van de website komt, heeft de site een andere indeling die ik normaal gewend ben. De navigatie staat nu onderaan in plaats van bovenaan. Hoewel de afwijkende indeling niet voor verwarring zorgt, moet de bezoeker zich wel eerst oriënteren. Verder ziet u niet veel tekst. Dit verandert wanneer er op een link wordt geklikt. Dit is een zelfde soort website als Visualact, een “One click website”. Ook wordt u hier weer gedwongen de vaste navigatie te gebruiken op de pagina.

De website maakt gebruik van een huisstijl die bij het logo van het bedrijf past. De gebruikte kleuren zijn aangenaam en het ontwerp is tamelijk grafisch. Er zijn op de site ongeveer evenveel afbeeldingen te vinden als informatieteksten.

Omdat de website grafisch is, is niet altijd te zien of een element interactief is. Ik zie bijvoorbeeld veel teksten in kleur gedrukt. Dit zou ik interpreteren als een hyperlink naar een gerelateerde pagina. Maar deze teksten zijn geen hyperlink en sturen mij niet naar een andere pagina. Zie figuur 16.



Figuur 16: Teksten die gekleurd zijn, maar geen linkjes zijn

## Doelgroep gerichtheid

Het is aannemelijk dat de website gericht is op een meer zakelijke doelgroep. Er wordt gebruik gemaakt van formele taal, omdat bezoeker wordt met "U" aangesproken. Dit kun u in de hele website terugvinden.

De aangeboden informatie over de diensten is weliswaar aanwezig, maar is helaas gering. Hieronder ziet u bijvoorbeeld diensten zoals: briefing, research, design, development en launch. Dit is naar mening een hele onbegrijpelijke beschrijving over de dienst. Deze onderwerpen zijn erg breed en kunnen over alles gaan, met als gevolg dat ik nog steeds niet weet wat de diensten exact inhouden. Zie figuur 17.



Figuur 17: Geringe informatie

## Navigatie

Daarentegen is de navigatie wel duidelijk op de website, deze is namelijk onderaan de startpagina te vinden. Wanneer je verder navigeert door de website, wordt deze consistent bovenaan geplaatst. Het navigeren is heel simpel en er wordt gebruik gemaakt van de vaste navigatie die je ziet op de pagina. Er kan ook gescrollt worden, maar dan moet u door een lange pagina scrollen.

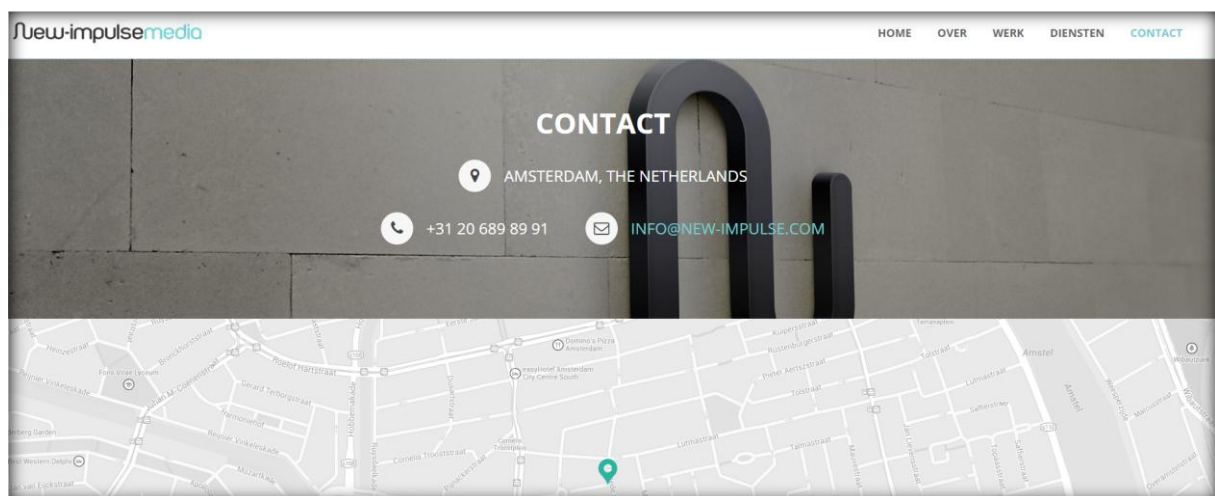


*Figuur 18: Navigatie op de website*

## Functionaliteit

Deze website heeft ook geen zoekfunctie. Door middel van de navigatie wordt de bezoeker geforceerd om alle informatie zelf te vinden op de website of door middel van te scrollen op de website.

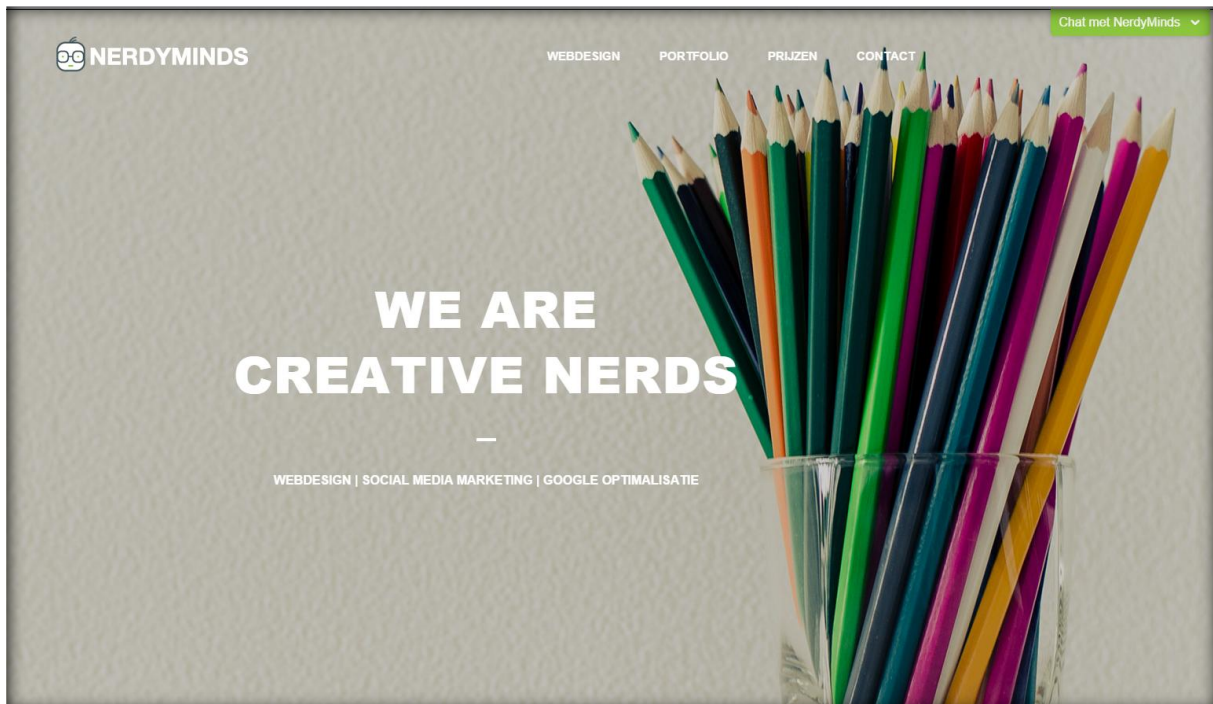
Verder op de website worden er geen functionaliteiten gebruikt die bij bijvoorbeeld werkitems (portfolio items) sorteert. Tot slot is er geen contactformulier aanwezig, dit vindt ik zelf een minpunt. Je wordt hier noodgedwongen een browser te openen om via email het bedrijf een bericht te sturen. Zie figuur 19.



*Figuur 19: Geen contactformulier op de site*

## Scoretabel New impulse

| Criteria                   | Goed | Voldoen<br>de | Matig | Slecht |
|----------------------------|------|---------------|-------|--------|
| Ontwerp                    |      |               |       |        |
| • Kleurgebruik             | X    |               |       |        |
| • Consistentie             |      | X             |       |        |
| • Hoeveelheid tekst        |      | X             |       |        |
| • Overzichtelijkheid       |      | X             |       |        |
| • Afbeeldingen             | X    |               |       |        |
| Doelgroep gerichtheid      |      |               |       |        |
| • Taalgebruik              | X    |               |       |        |
| • Leesbaarheid             | X    |               |       |        |
| • Informatie               |      |               |       | X      |
| Navigatie                  |      |               |       |        |
| • Plaatsing menu's         |      | X             |       |        |
| • Beweging menu's          |      | X             |       |        |
| • Duidelijkheid            |      | X             |       |        |
| Functionaliteit            |      |               |       |        |
| • Zoekfunctie              |      |               |       | X      |
| • Andere functionaliteiten |      |               | X     |        |
| • Contact                  |      |               |       | X      |



*Figuur 20: Nerdyminds startpagina*

## Ontwerp

Als u op de startpagina van Nerdyminds komt, ziet de site er minimalistisch en simpel uit. De aandacht wordt naar de hoge resolutie afbeelding gericht. En u kunt direct lezen wat het bedrijf doet.

De website heeft grafische en maar minimalistische uitstraling. De kleuren die hier worden gebruikt zijn rustige kleuren zoals, grijs, wit en groen. U kunt ook onmiddellijk zien dat de site een eigen huisstijl heeft. Het ontwerp en indeling van de site is consistent over alle pagina's.

De website heeft niet veel leesteksten, maar informeert de bezoeker voldoende. De website maakt ook gebruik van afbeeldingen. Door deze combinatie is het prettig om door de website te navigeren en tegelijkertijd te lezen. En hierdoor is het erg overzichtelijk voor de bezoeker. Elementen spreken voor zich omdat u niet het idee heeft dat een knop of link een afwijkende functie heeft.

## Doelgroep gerichtheid

Er wordt informeel taalgebruik toegepast op de website. Dit past ook bij meer bij de identiteit van het bedrijf, omdat mijn eerste impressie van de startpagina mij aangeeft, dat het bedrijf over het algemeen niet zakelijk wil overkomen.

Daarentegen is de site goed leesbaar voor een bezoeker. De website geeft genoeg informatie aan over de diensten die ze aanbieden en er wordt zelfs beschreven hoe duur een standaard website zou zijn. Voor mij is dit een pluspunt, omdat de vorige websites die ik heb onderzocht geven, geen prijzen aangeven in hun diensten. Ik kan dit heel goed begrijpen, omdat het moeilijk is om in te schatten hoe duur een website is als u nog niet weet wat de doelen zijn van uw website. Gaat het om een informatiewebsite met een paar pagina's, een webshop, hoeveel functies wilt u op de website, et cetera.



Figuur 21: Teksten

## Navigatie

De website heeft een duidelijke hoofdnavigatie die te vinden is op elke pagina. De navigatie blijft op dezelfde plaats. Ook als er door een pagina wordt gescrolled, blijft de navigatie bovenin op een vaste plaats. De bezoeker heeft wel de vrijheid om te navigeren hoe hij/zij wilt.



Figuur 22: Hoofd navigatie met submenu's

## Functionaliteiten

Het is een relatief kleine website en wederom maakt deze site geen gebruik van een zoekfunctie. Eerder gaf ik aan dat een zoekfunctie wel altijd praktisch is. Deze is altijd handig zodat de bezoeker zijn taken of doelen sneller kan behalen op de website.

De contactpagina kunt u in één opslag zien. Hier ziet u niet dat u alle invulvelden ingevuld moet worden. Dat is naar mijn mening een minpunt, omdat bezoekers hier dan ook niet alles zullen invullen. Echter is dit formulier wel error tolerant voor de bezoeker. (Zie figuur 23)

# LETS TALK

**Vragen, opmerkingen of wil je een project starten met NerdyMinds?**

Je kunt NerdyMinds mailen naar [info@NerdyMinds.nl](mailto:info@NerdyMinds.nl).

Wil je een project starten samen met 1 van onze nerds? Vul dan het contactformulier aan de rechterkant in. Zodra wij tijd hebben zullen wij telefonisch contact met je opnemen.

Heb je andere vragen, opmerkingen of wil je alleen maar even gedag zeggen. Voel je vrij om ons te contacteren. Wil je ons volgen op 1 van onze Social Media Pagina's, klik dan op de onderstaande logo's.




**Stuur NerdyMinds een bericht..**

|           |          |       |
|-----------|----------|-------|
| NAAM      | TELEFOON | EMAIL |
| BERICHT   |          |       |
| VERZENDEN |          |       |

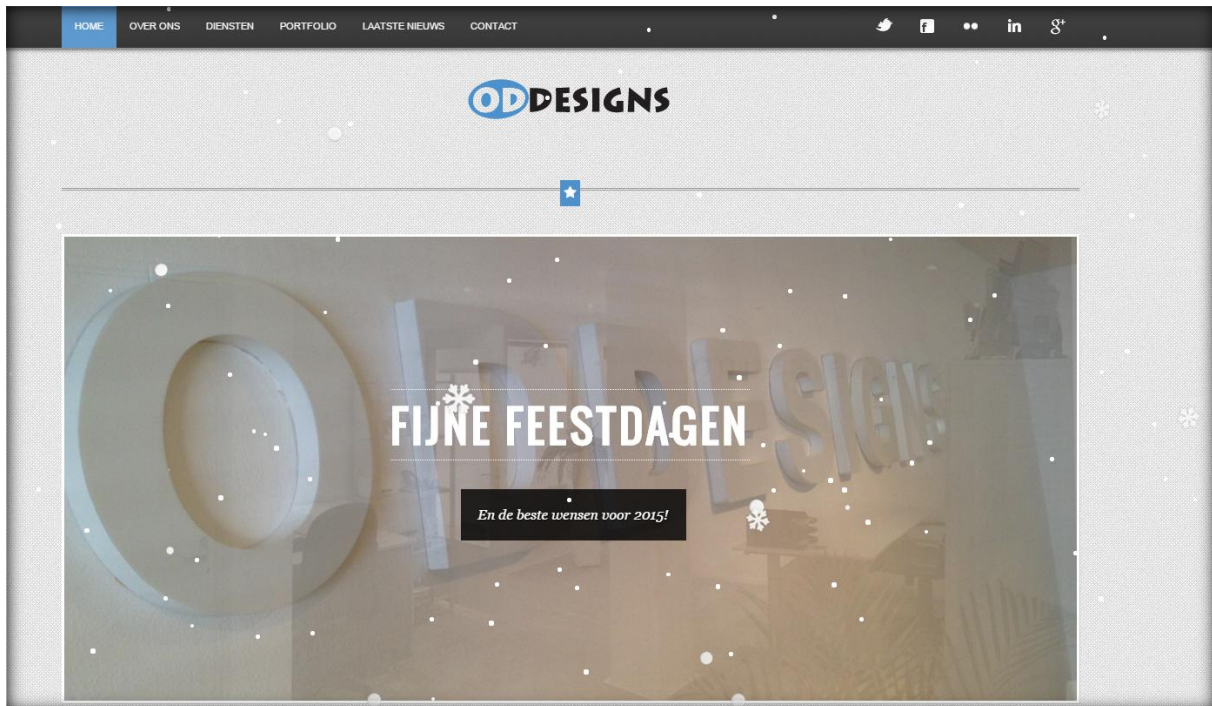
Figuur 23: Contactformulier

## Scoretabel Nerdyminds

| Criteria              | Goed | Voldoen de | Matig | Slecht |
|-----------------------|------|------------|-------|--------|
| Ontwerp               |      |            |       |        |
| • Kleurgebruik        | X    |            |       |        |
| • Hoeveelheid tekst   |      | X          |       |        |
| • Overzichtelijkheid  | X    |            |       |        |
| • Afbeeldingen        |      | X          |       |        |
| Doelgroep gerichtheid |      |            |       |        |
| • Taalgebruik         | X    |            |       |        |
| • Leesbaarheid        |      | X          |       |        |
| • Informatie          |      | X          |       |        |
| Navigatie             |      |            |       |        |
| • Plaatsing menu's    | X    |            |       |        |
| • Beweging menu's     | X    |            |       |        |
| • Duidelijkheid       | X    |            |       |        |
| Functionaliteit       |      |            |       |        |
| • Zoeken              |      |            |       | X      |
| • Functionaliteiten   |      |            | X     |        |
| • Contact             |      | X          |       |        |



### 3.6 ODDDESIGNS



Figuur 24: Startpagina

#### Ontwerp

Als laatste website analyseer ik Oddesigns. De startpagina website vind ik persoonlijk erg aantrekkelijk vanwege de sneeuwanimatie. Verder kunt u gelijk zien waar de website over gaat door de grote typografie letters.

Het ontwerp is grafisch, maar ook minimalistisch. Daarnaast is het kleurgebruik op de website vrij neutraal en is er een goede samenhang van decoratieve elementen op de website. Ook is er een duidelijk huisstijl te zien op de site.

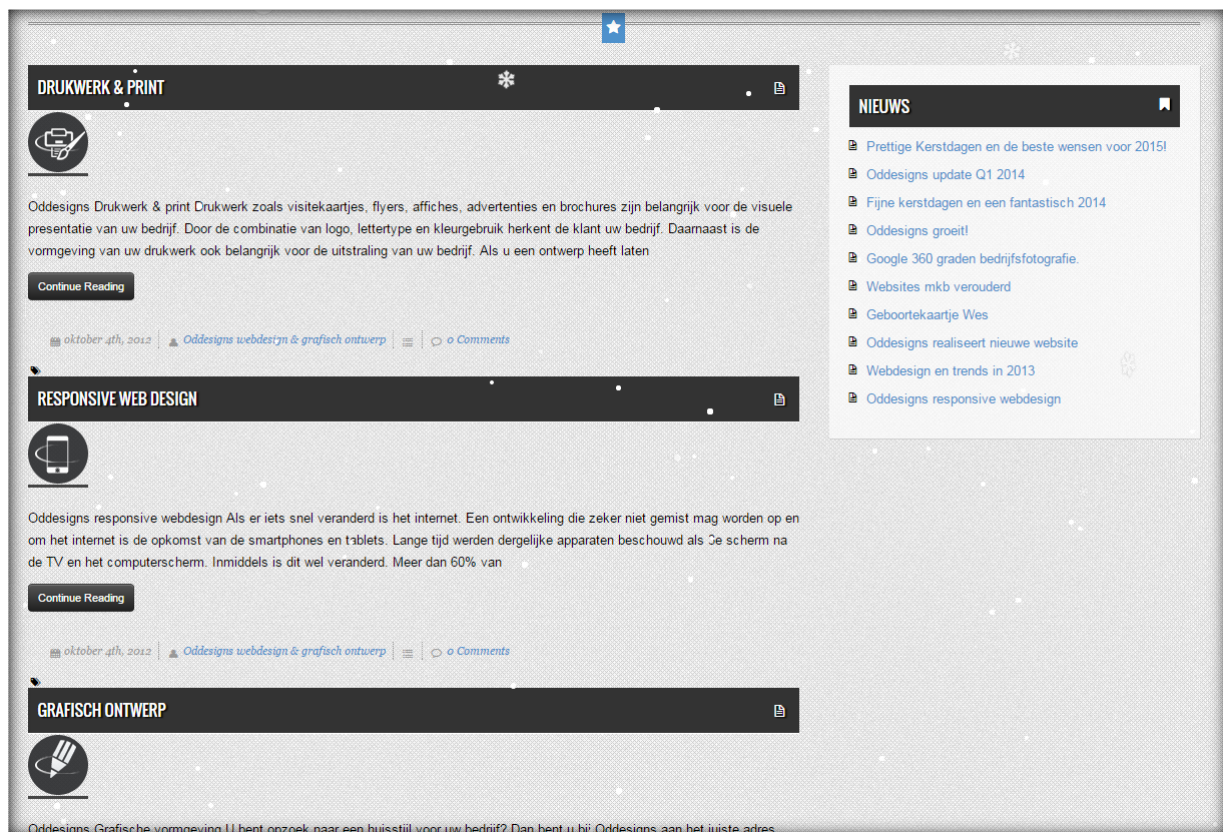
De onderdelen op de website zijn zeer consistent door de hele website. De informatieteksten zijn voldoende gevuld op de website. Daarnaast blijft de website erg overzichtelijk door de simpele indeling die overal op de pagina's te zien zijn.

#### Doelgroep gerichtheid

De teksten zijn gericht op de doelgroep. Er wordt gebruik gemaakt van formeel taalgebruik. Als u informatie probeert te vinden over het bedrijf en de diensten wordt er uitgebreid beschreven wat zij doen en aanbieden

Omdat er gebruik wordt gemaakt van paragrafen, witruimtes en hulpelementen zoals tabellen en hyperlinkjes, is het lezen op de website aangenaam. U kunt prettig door alle teksten lezen en de afbeeldingen worden op in een nette formaat getoond op de site.





Figuur 25: Informatie over diensten

## Navigatie

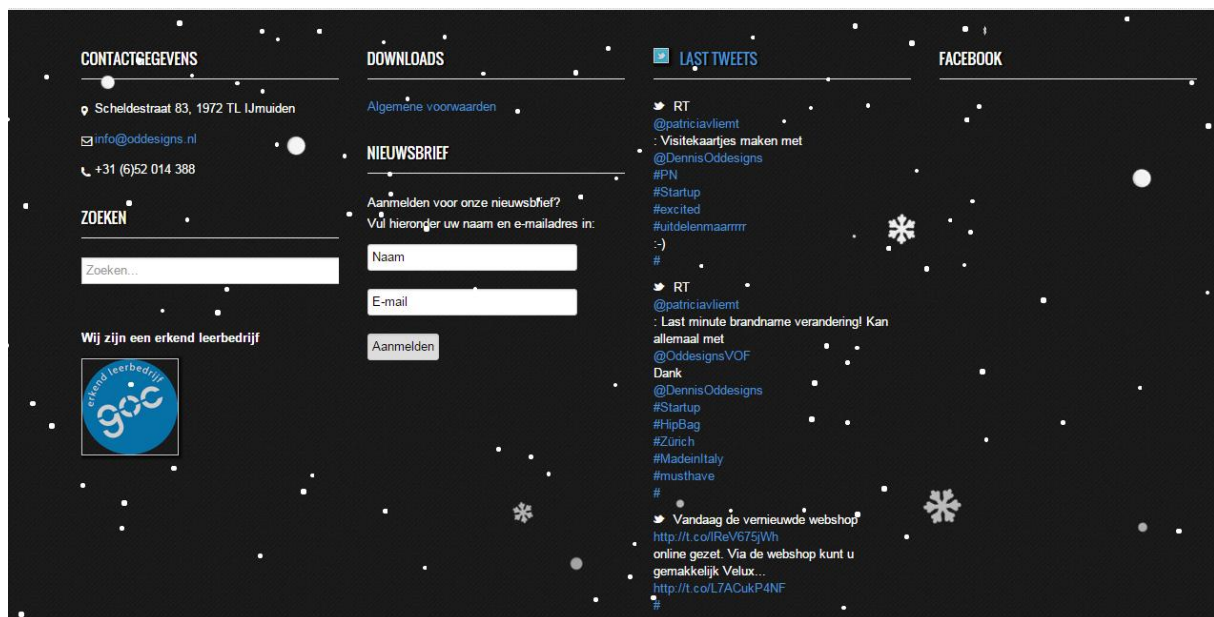
De navigatie in figuur 26 is duidelijk te zien en blijft consistent door de hele website. Omdat deze op dezelfde pagina blijft, komt de bezoeker niet voor verassingen te staan. Daarnaast wordt er gebruikt gemaakt van submenu's, deze verschijnen wanneer u met de muis zweeft op een item in de navigatie. De hoofd en submenu's hebben niet al teveel keuzes, het wordt vrij duidelijk waar de bezoeker naar kan zoeken. Ook heeft de bezoeker de vrijheid om overal op de website te navigeren.



Figuur 26: Navigatie in de website

## Functionaliteiten

De site heeft wel een zoekfunctie, echter vindt u die niet in bovenin de website. In plaats daarvan ziet u de zoekfunctie in het footer gedeelte onderaan de pagina. Dit vind ik persoonlijk een eigenaardige positie omdat zoekfuncties meestal bovenaan rechts of links van een website worden geplaatst. Gebruikers herkennen de zoekfunctie dan meestal ook sneller. ( Zie figuur 27)



Figuur 27: Zoekfunctie onderaan

Verder is er ook een sorteerfunctie beschikbaar om het werk van het bedrijf te sorteren. Deze zijn altijd handig en productief voor de bezoeker. Tot slot heeft deze website een decoratieve google maps element en een contactformulier om direct contact op te kunnen nemen met het bedrijf. Wederom wordt u niet op de hoogste gesteld dat u alle invulvelden moet invullen, dat vind ik een tekortkoming. Veel bezoekers zullen hier dan ook niet alles invullen. (Zie figuur 28)

Figuur 28: Contact formulier op de website

### Scoretabel Odddesign

| Criteria              | Goed | Voldoen<br>de | Matig | Slecht |
|-----------------------|------|---------------|-------|--------|
| Ontwerp               |      |               |       |        |
| • Kleurgebruik        | X    |               |       |        |
| • Hoeveelheid tekst   | X    |               |       |        |
| • Overzichtelijkheid  | X    |               |       |        |
| • Afbeeldingen        | X    |               |       |        |
| Doelgroep gerichtheid |      |               |       |        |
| • Taalgebruik         | X    |               |       |        |
| • Leesbaarheid        | X    |               |       |        |
| • Informatie          | X    |               |       |        |
| Navigatie             |      |               |       |        |
| • Plaatsing menu's    | X    |               |       |        |
| • Beweging menu's     | X    |               |       |        |
| • Duidelijkheid       | X    |               |       |        |
| Functionaliteit       |      |               |       |        |
| • Zoeken              |      | X             |       |        |
| • Functionaliteiten   |      | X             |       |        |
| • Contact             |      | X             |       |        |

## 4. CONCLUSIE

- De interfaces van de websites Visualact en New-impulse zijn grafisch gezien verwarrend . Hiermee bedoel ik, dat enkele interface elementen op de pagina's niet het juiste verwachtingspatroon hebben. Een voorbeeld hiervan: een tekst dat op een hyperlink lijkt is, eigenlijk geen link naar een andere pagina (New-impulse).
- Op We-aredesign en New-impulse was het informatiegehalte voor de bezoeker beperkt. Deze websites hadden teksten die bestonden uit een paar korte zinnen of één woord, met andere woorden er werd niet specifiek uitgelegd wat de diensten inhielden.
- Visualact en New-Impulse zijn "one click websites". De website bestaat uit bijvoorbeeld vijf lange pagina's. Je moet als bezoeker ofwel scrollen door de vijf pagina's ofwel gebruik maken van het navigatiemenu, door op een navigatie item te klikken. Het scrollen door vijf lange pagina's duurt lang en is niet de meest gebruiksvriendelijke optie, want je wilt niet door vijf lange pagina's scrollen. Hierdoor werd de gebruiker geforceerd om op één manier navigeren.
- We-aredesign, Visualact, New-impulse en Nerdyminds hebben geen zoekfunctie. Ik had eerder aangegeven, dat een zoekfunctie bijdraagt aan de gebruiksvriendelijkheid van een website, want bezoekers kunnen hierdoor sneller informatie vinden. Ten tweede is dit ook een ander manier van navigeren binnen de website.

### Overige opmerkingen

- Alle concurrentiewebsites die ik heb onderzocht hebben forums op hun sites.
- Vier concurrentiewebsites hebben geen blog. Op Odddesigns ben ik een laatste nieuws pagina tegengekomen. Die pagina heeft hetzelfde doel als een blog, waar bezoekers kunnen reageren op een verhaal van het bedrijf.



# BIJLAGE C - DOELGROEPONDERZOEK

EEN INTERACTIEVE WEBSITE ONTWIKKELEN VOOR STUDIO MONÉ



Student: Yong-sing Hu

Begeleiders: Marcus Turckenburgh en Wouter Moné

Examinatoren: Alice van Duuren, Nick van 't End

Datum: 22 Maart 2015

Plaats: Haarlem

## INHOUDSOPGAVE

|                                        |    |
|----------------------------------------|----|
| 1. Inleiding .....                     | 1  |
| 2. Eerste beschrijving doelgroep ..... | 2  |
| 3. Behoeftes van de doelgroep .....    | 3  |
| 4. Doelgroepsegmentatie .....          | 11 |
| 5. Persona's .....                     | 12 |

### Bijlage

#### A. Gestructureerde interviewresultaten

## 1. INLEIDING

In deze bijlage beschrijf ik het onderzoek dat is uitgevoerd om de doelgroep te achterhalen. Het document is geschreven voor de examinatoren, de gecommitteerde en overige geïnteresseerden.

In het doelgroeponderzoek, onderzoek ik het volgende:

- Eerste beschrijving van de doelgroep: het is belangrijk om te weten wie de doelgroep is, die Studio Moné wilt benaderen met de prototype website.
- Doelgroepbehoeftes met betrekking tot de prototype website: wat wil de doelgroep zien en kunnen doen in de prototype website en wat voor soort interface willen zij zien?
- Segmentatie van de doelgroep: de groep wordt onderverdeeld in verschillende kenmerken. Hoe meer je weet over deze segmenten, hoe beter je deze groep kan benaderen.
- Persona (een fictief persoon wordt beschreven uit de gesegmenteerde groep of een persoonsprofiel): Deze geeft inzicht in de kenmerken van de doelgroep en maken de doelgroep levendiger.

Het document is als volgt opgebouwd. In hoofdstuk twee wordt de opdrachtgever en de bedrijfsmentor geïnterviewd en wordt een eerste omschrijving van de doelgroep gemaakt. Ook heb ik in hoofdstuk twee acht personen geïnterviewd uit de netwerken van de opdrachtgever en bedrijfsmentor en heb daarnaast de doelgroepbehoeftes in kaart gebracht in verband met de prototype website. In hoofdstuk vier worden de segmenten zichtbaar in de doelgroep en motiveer ik waarom de doelgroep de prototype website gaat bezoeken. Tot slot zijn er in het laatste hoofdstuk twee persona's gemaakt, gebaseerd op de segmenten en doelgroepbehoeftes.

## 2. EERSTE BESCHRIJVING DOELGROEP

Er is een interview gehouden met de opdrachtgever en bedrijfmentor om te af te bakenen welke (nieuwe) doelgroep het bedrijf precies wilt benaderen. De vragen die ik stelde in het interview:

- Wie gaan de nieuwe website gebruiken?
- Zijn dit nieuwe klanten of zijn dit bestaande klanten uit het netwerk, die u wilt benaderen?
- Wat is de belangrijkste reden dat zij op de vernieuwende website zullen komen?
- Wat is de leeftijdsgrens van deze groep?
- Uit welke klasse komen deze groep klanten?
- Richt u specifiek op vrouwelijke of mannelijke groep?
- Waar woont en werkt deze groep?
- Wat voor opleidingsniveau hebben zij?
- Uit welke branche (deel) van de markt komen deze bestaande klanten?

Hier is de volgende beschrijving uitgekomen, Studio Moné wil zich richten op MKB bedrijven. Het midden- en kleinbedrijf (MKB) bestaat uit ondernemingen met maximaal 250 medewerkers. Deze zijn onder te verdelen in:

- **Middelgroot:** minder dan 250 werknemers
- **Klein:** minder dan 50 werknemers
- **Micro:** minder dan 10 werknemers

De doelgroep die Studio Moné wil benaderen zijn ondernemers uit de branche dienstverlening uit het MKB met minder dan 10 werknemers. Deze ondernemers zijn op zoek naar oplossingen en middelen om het imago van het eigen bedrijf, bepaalde diensten of producten te versterken met behulp van multimediale diensten zoals websites, brochures en advertenties.

De groep die het bedrijf wil benaderen bestaat uit ondernemers (vrouwen en mannen) in de leeftijdscategorie van 40 tot 50 jaar. Ze hebben een HBO of WO opleiding gevolgd en zijn woonachtig in de Randstad.

De belangrijkste de reden waarom Studio Moné zich wilt richten op MKB, is omdat het bedrijf zelf in een ondernemingsvereniging in Haarlem zit. Hier heeft het bedrijf een aantal bestaande netwerken. Uit ervaring weet de bedrijfsmentor, dat moeilijk is om nieuwe leads te generen. Door zich te richten op netwerken die het bedrijf al kent, bestaat het vertrouwen in deze groep al en wordt deze groep benaderbaar.



### 3. BEHOEFTE VAN DE DOELGROEP

Nu wilde ik weten wat de behoeftes van de doelgroep zijn in verband met de prototype website. Wat zoekt de doelgroep in een website die deze specifieke diensten aanbiedt? Hier spelen factoren zoals, indeling, functionaliteit en interface elementen een rol, maar ook algemene vragen zoals ervaringen op het internet. Dit allemaal geeft mij inzicht in wat de doelgroep wenst en hoe deze denkt over bepaalde onderwerpen. De vragen die voor het interview werden opgesteld, worden hieronder aangegeven.

#### Algemeen

1. Beschouwt u uzelf als onervaren, tussenin of ervaren gebruiker op de internet?
2. Hoe ervaren bent u als het gaat om het werken met een computer?
3. Manier van zoeken naar informatie? (mobiel, tablet of desktop)
4. Bent u actief op social media?

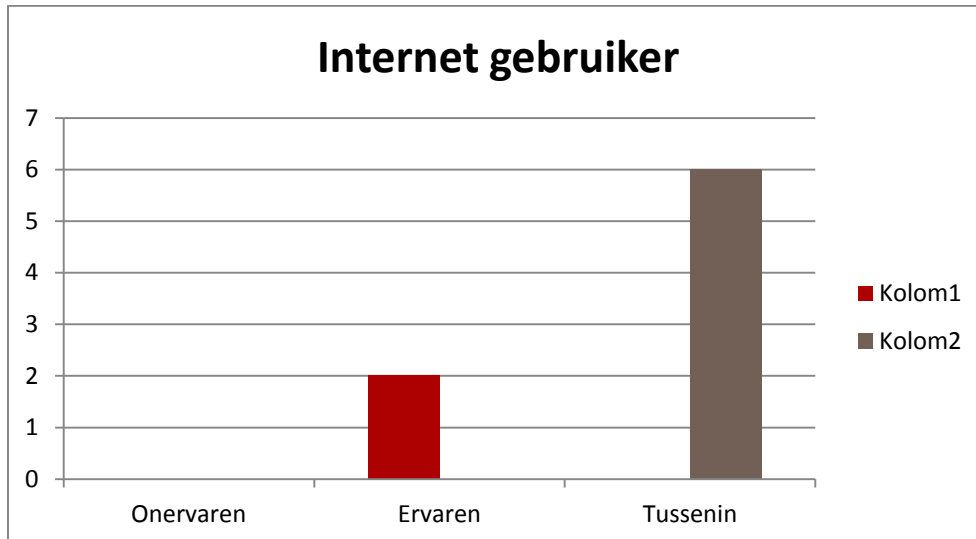
#### Websites (content, functionaliteit, ontwerp):

1. Beschrijf uw ideale website.
2. Waar kunt u zich het meest aan ergeren als u op een website zit?
3. Welke kleuren ziet u graag in een website?
4. Wat voor soort elementen zou u graag op de website zien?
5. Zou u het prettig vinden om per dienst recensies te kunnen lezen van mensen die het product eerder hebben gebruikt en gebruik hebben gemaakt van de services van het bedrijf?
6. Zou u het prettig vinden om bepaalde informatie te kunnen sorteren op basis van eigenschappen?
7. Zou u het prettig vinden als er blog zou zijn waar u bijvoorbeeld tips/verhalen/ervaring kunt krijgen over een bepaalde dienst en dat u daarop kan reageren.
  - Wat wilt u bijvoorbeeld in een blog kunnen doen?
    - Beschrijving van hoe u de blog zou kunnen indelen
8. Zou u het prettig vinden als er een forum op de site zou zijn, waar u gebruik van kan maken om vragen te stellen over bepaalde diensten.
  - Wat wilt u bijvoorbeeld in een forum kunnen doen?
    - Beschrijving van hoe u de forum zou kunnen indelen

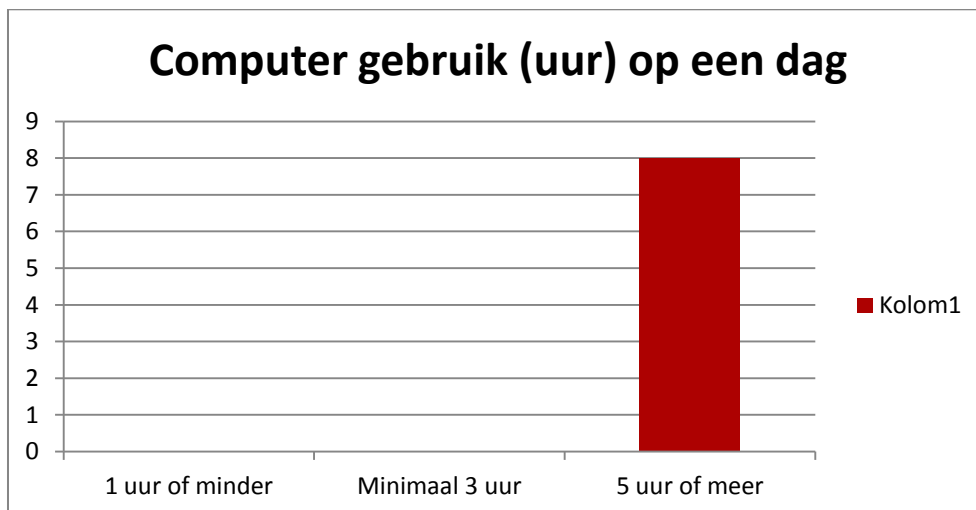
## Analyse interview resultaten

### Algemeen

1. Beschouwt u uw zelf als onervaren, tussenin of ervaren gebruiker op de internet?

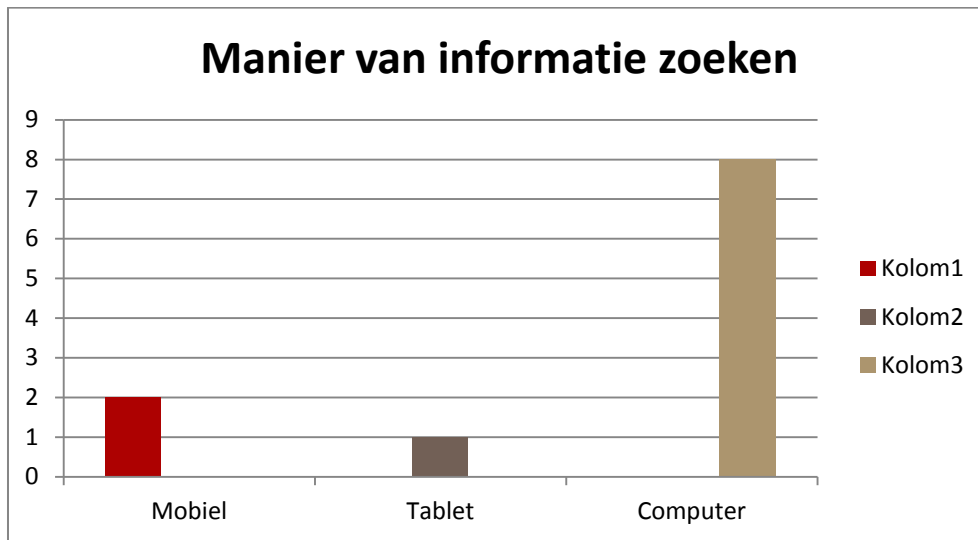


2. Hoe ervaren bent u als het gaat om het werken met een computer?



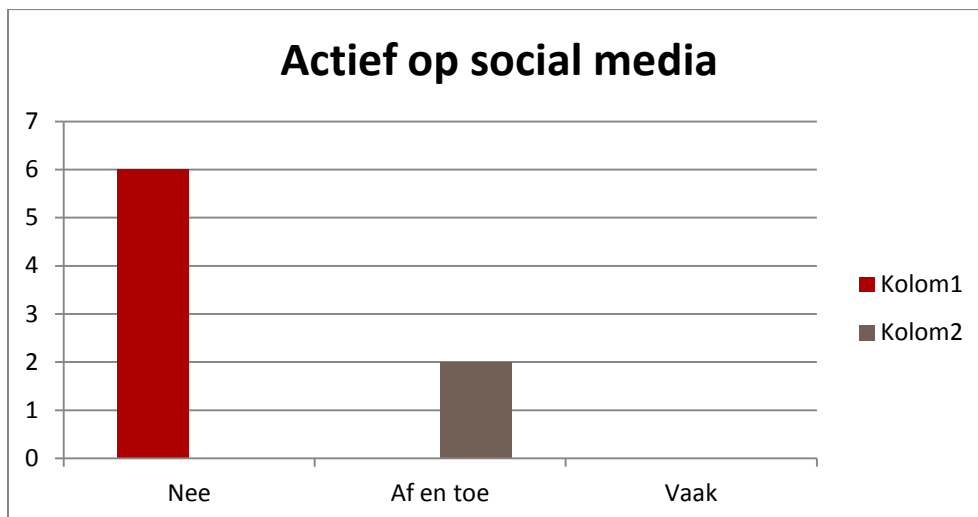
De meerderheid doelgroep is bekend met de computer en het internet. Ze gebruiken het internet regelmatig/dagelijks voor de e-mail, om actuele nieuws te bekijken en het opzoeken van informatie opzoeken.

### 3. Manier van zoeken naar informatie? (mobiel, tablet of desktop)



De meerderheid van de doelgroep gebruiken een desktop computer om iets op te zoeken op het internet, af en toe wordt de mobiel gebruikt voor zoeken van informatie op het internet, maar een tablet wordt nauwelijks gebruikt om informatie te vinden.

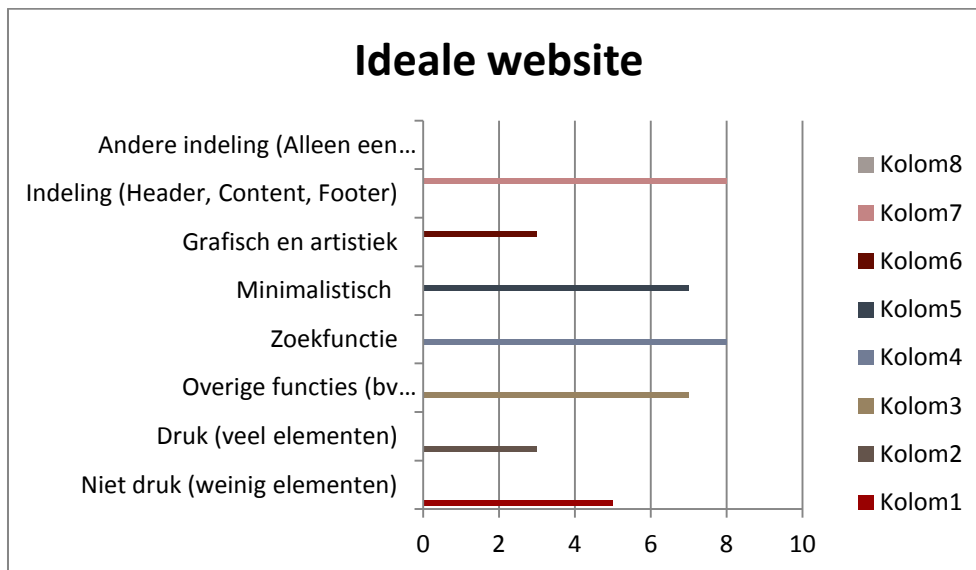
### 4. Bent u actief op social media?



De meerderheid van doelgroep gebruikt niet vaak social media.

## Website

### 1. Beschrijf uw ideale website.



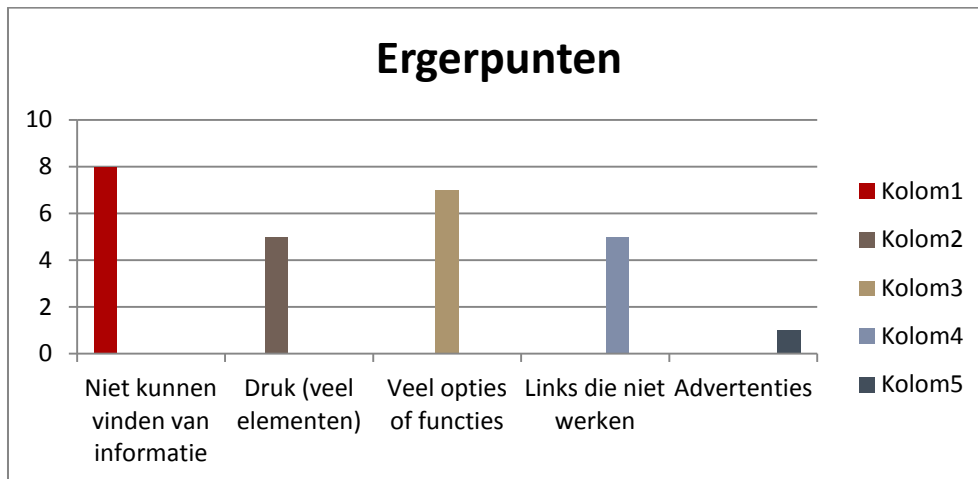
De gehele doelgroep herkent een indeling met een header, content en footer. Hier gaf de meerderheid aan dat het logo, navigatiemenu en zoekfunctie bovenaan staat.

Informatieteksten staan in het midden en de overige informatie kan onderaan in de footer gevonden worden. Daarnaast gaf de meerderheid van de doelgroep aan, dat zij een zoekfunctie willen zien en bijvoorbeeld een sorteerfunctie, zodat informatie snel gesorteerd en gezocht kan worden.

De meerderheid van de doelgroep wil weinig elementen zien in een website, ze gaven hier aan dat wanneer je op de startpagina komt, dat je ziet direct ziet waar alle informatie gevonden kan worden. Bovendien gaven ze aan dat interface elementen simpel en te herkennen moeten zijn. Bijvoorbeeld als een link naar de contactpagina verwijst, moet deze de bezoeker daar werkelijk naartoe brengen.

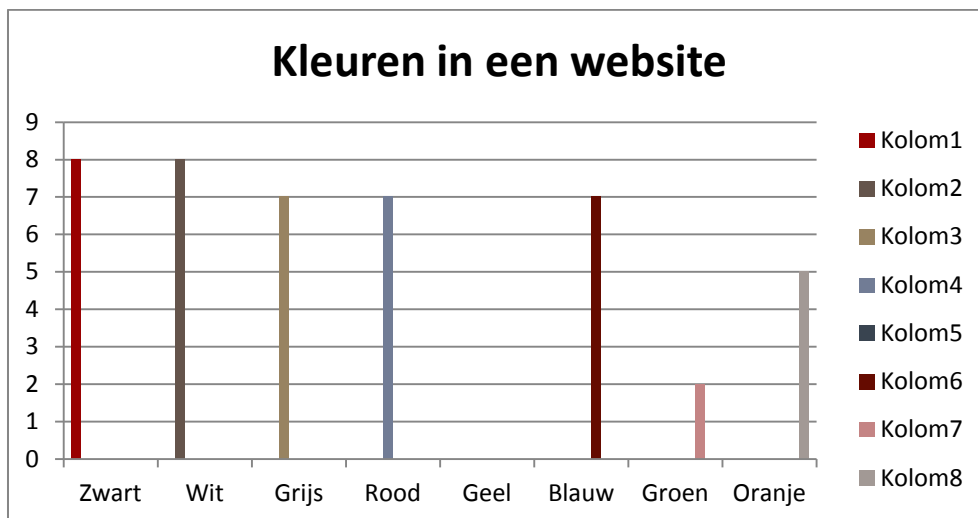
Drie personen daarentegen, gaven aan dat zij een grafische/artistieke website wilde zien met veel elementen, waar sfeervolle afbeeldingen en teksten te vinden zijn.

## 2. Waar kunt u zich het meest aan ergeren als u op een website zit?



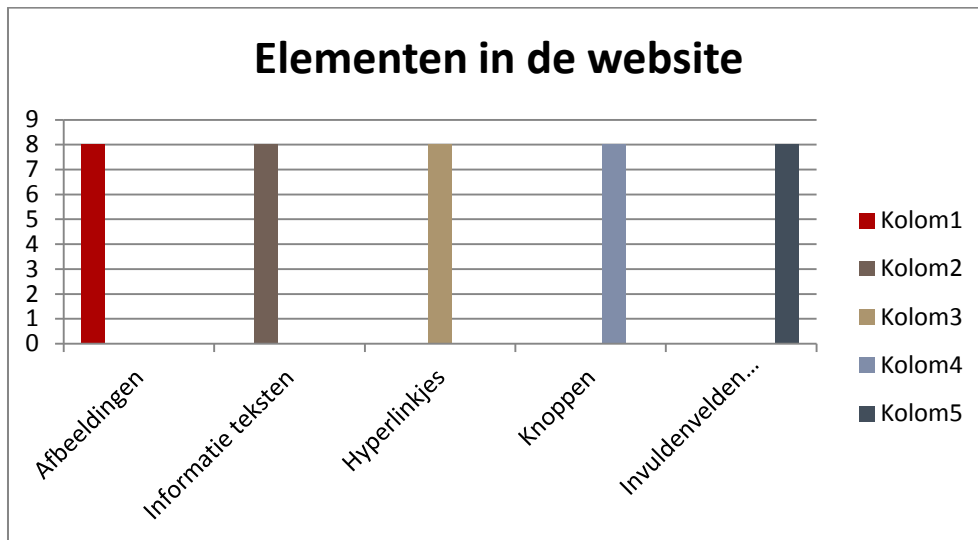
De gehele doelgroep gaf aan dat het niet kunnen vinden van informatie op een website een frustratie is. Vaak doordat er veel functies of opties (oftewel teveel interface elementen) op een pagina staan, kan dit voor verwarring zorgen.

## 3. Welke kleuren ziet u graag in een website?



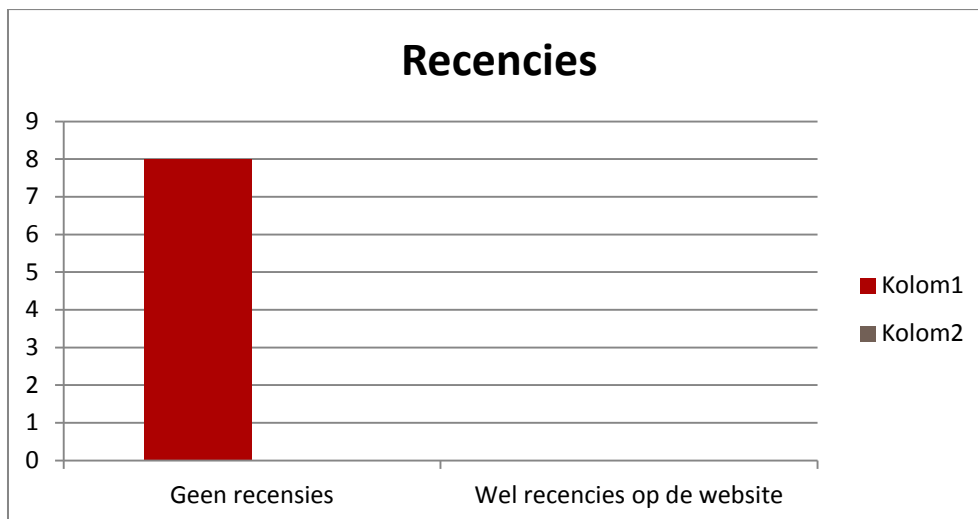
De meerderheid van de doelgroep ziet graag basis en neutrale kleuren zoals wit zwart, grijs, rood, blauw en oranje, maar willen liever geen felle kleuren zien zoals geel.

4. Wat voor soort elementen zou u graag op de website willen zien?



De meerderheid doelgroep wil graag afbeeldingen, informatieteksten, knoppen, hyperlinkjes en invulvelden terugzien in de pagina's.

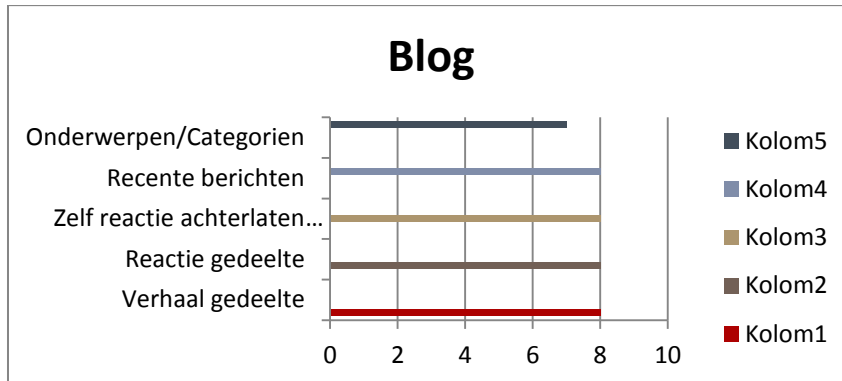
5. Zou u het prettig vinden om per dienst recensies te kunnen lezen van mensen die het product eerder hebben gebruikt en gebruik hebben gemaakt van de services van het bedrijf?



De recensies van andere klanten op een website vind de doelgroep meestal erg cliché en ze kijken er nauwelijks naar.

6. Zou u het prettig vinden als er blog zou zijn waar u bijvoorbeeld tips/verhalen/ervaring kunt krijgen over een bepaalde dienst en dat u daarop kan reageren.

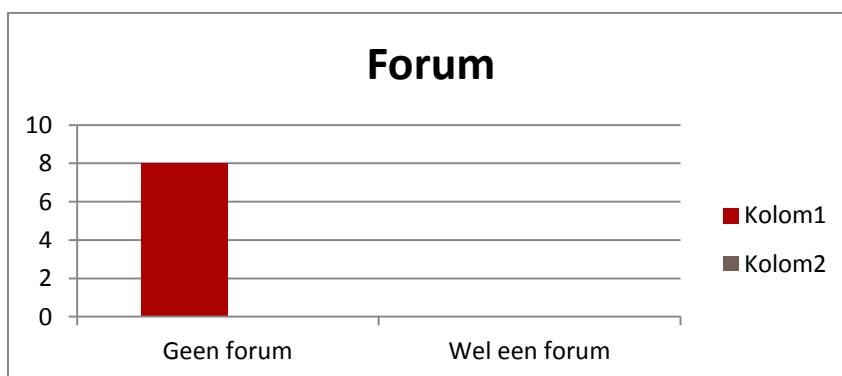
- Wat wilt u bijvoorbeeld in een blog kunnen doen?
  - Beschrijving van de indeling van blog



De gehele doelgroep vond een blog interessant en wou dit in de website zien. Zij wilden een reactie kunnen achterlaten op een verhaal in het blog. Herkenningpunten zijn onder andere, invulvelden van naam, email en site, maar ook een invulveld waar je een bericht kan achterlaten. De indeling die zij graag zagen waren een verhaal bovenaan en daar meteen onderaan de bezoekersreacties. De doelgroep wilde graag dat je op reacties van andere bezoekers meteen kon reageren door te klikken. En helemaal onderin zou men een gedeelte moeten vinden, waar men zelf een nieuwe reactie kon achterlaten.

7. Zou u het prettig vinden als er een forum op de site zou zijn, waar u gebruik van kan maken om vragen te stellen over bepaalde diensten.

- Wat wilt u bijvoorbeeld in een forum kunnen doen?
  - Beschrijving van hoe u de forum zou kunnen indelen



De gehele doelgroep gaf aan dat een forum niet logisch zou zijn voor de site. Als er specifieke vragen zijn over bepaalde diensten of andere informatie zouden zij niet gebruik gaan maken van een forum. Echter zouden zij direct contact zoeken met het bedrijf.



## Conclusie interview resultaten

Uit de resultaten van het interview is er gebleken dat er twee groepen zijn. Voor de beschrijving van de ideale website gaven drie personen aan een grafische, artistieke website met veel elementen te willen zien. En de rest van de groep had behoefte aan een minimalistischer en overzichtelijk website, waar minder elementen geplaatst waren. Ik zal hieronder de twee groepen beschrijven.

### Grafisch:

Dit soort user interfaces (gebruikers interface) hebben gewoonlijk een eigen stijl gecombineerd met een creatieve en artistiek thema. Portfolio websites zijn een goed voorbeeld hiervan, omdat ze willen laten zien hoe creatief ze zijn en wat ze allemaal kunnen doen. Deze user interfaces bevatten vaak alle noodzakelijk informatie, maar kunnen dikwijls overweldigend zijn voor sommige bezoekers. Dit komt omdat hun artistieke stijl anders wordt geïnterpreteerd of er zijn vaak overbodige en decoratieve grafische elementen te zien. Ze richten zich meestal al op een bepaalde doelgroep afhankelijk van de art stijl.

### Schoon en Simpel:

Deze user interface is in het algemeen een combinatie tussen minimalistisch en functioneel. Er wordt nadruk gelegd op het gevoel van schoon en ordelijk. De indelingen van deze interface wordt vrijwel overal herkend, omdat deze in vele websites voorkomen. Vandaar dat een simpele interface meer bezoekers aanspreekt, omdat zij er vaker in aanraking meekomen. Tot slot zijn dit soort user interfaces simpelweg ontworpen met het gebruikersgemak in het achterhoofd.

Alles bijeengenomen heeft de meerderheid van de doelgroep de behoefte naar een schone en simpele website. Dit blijkt uit de interviewresultaten. Bij de beschrijving van een ideale website gaf de meerderheid van de doelgroep aan dat ze een website willen zien met weinig elementen. Ze willen geen drukke pagina zien, waar geen overzicht meer te bekennen is. Ook gaf de meerheid van de doelgroep aan dat zij zich kunnen ergeren aan het niet kunnen vinden van informatie, of dat een website teveel functies of opties had. Hieruit concludeer ik dat de bezoeker direct informatie op een site willen kunnen vinden en dat een minimalistische en schone website deze vereiste goed ondersteunt.

#### 4. DOELGROEPSEGMENTATIE

In de segmentatie zal ik kenmerken kiezen die gebaseerd zijn op de eerste doelgroepbeschrijving (bestaande netwerken) en de doelgroepbehoeftes.

##### Segmentatie

| Segment                                                                            | Beschrijving                                                                                                                     |
|------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Demografisch:</b><br>Geslacht:<br>Leeftijd:                                     | Man en vrouw<br>40-50 jaar                                                                                                       |
| <b>Geografisch:</b><br>Woonplaats:<br>Werkomgeving:                                | Randstad<br>Randstad                                                                                                             |
| <b>Sociaal-economisch:</b><br>Opleidingsniveau:<br>Klasse:<br>Beroep:              | HBO, WO<br>Midden<br>Ondernemer                                                                                                  |
| <b>Zakelijke MKB:</b><br>Branche:<br>Aantal werknemers:<br>Vestigingen/afdelingen: | Dienstverlening<br>Minder dan 10 werknemers<br>1 of meer                                                                         |
| <b>Psychografisch:</b>                                                             | MKB opzoek naar oplossingen/middelen om de imago/identiteit van eigen bedrijf te versterken door middel van multimedia diensten. |
| <b>Website kenmerken:</b>                                                          | Schoon en Simpel                                                                                                                 |

## 5. PERSONA'S

Op basis van de doelgroepbehoeftes en segmentatie zijn er twee persona's (klantprofielen) gemaakt. Ik heb hier onderscheid gemaakt tussen twee groepen en om die reden heb ik twee persona's gemaakt. Hieronder vindt u de primaire en de secundaire persona.

### Primaire persona

#### ***Stefan Hendriks - 45 jaar – Beveiligingsbedrijf***

***“ Websites met een nadruk op het gevoel van schoon en simpel. De indelingen van dit interface wordt vrijwel overal herkend, omdat deze in vele websites voorkomen. ”***

- Gebruikt de computer en internet dagelijks
- Gebruikt het internet voor het zoeken naar informatie.

#### **Kenmerken:**

Naam: Stefan Hendriks

Leeftijd: 47 jaar oud

Relatie: Verloofd

Kinderen: Geen

Inkomen: Boven modaal

Woonplaats: Haarlem

Opleiding: HBO opgeleid

Functie: Ondernemer eigen bedrijf



#### **Website interface kenmerken:**

- Interface moet minimalistisch zijn en functioneel en niet druk zijn met veel elementen.
- Informatie teksten en afbeeldingen kunnen terugzien in pagina's
- Interface element moet simpel en te herkennen zijn, een hyperlink brengt mij naar een andere pagina. De navigatie-item contact in het navigatiemenu en brengt mij naar de contactpagina.
- Indeling van een website (header, content en footer)

## Secundaire persona

### ***Denise Eikenboom – 47 jaar - Autobedrijf***

***“ Websites moeten een user interface hebben met een eigen artistieke stijl en thema .”***

- Gebruikt de computer en internet dagelijks
- Gebruikt het internet voor het zoeken naar informatie.

#### **Kenmerken:**

Naam: Denise Eikenboom

Leeftijd: 45 jaar oud

Relatie: Getrouwd

Kinderen: 1

Inkomen: Boven modaal

Woonplaats: Amsterdam

Opleiding: HBO opgeleid

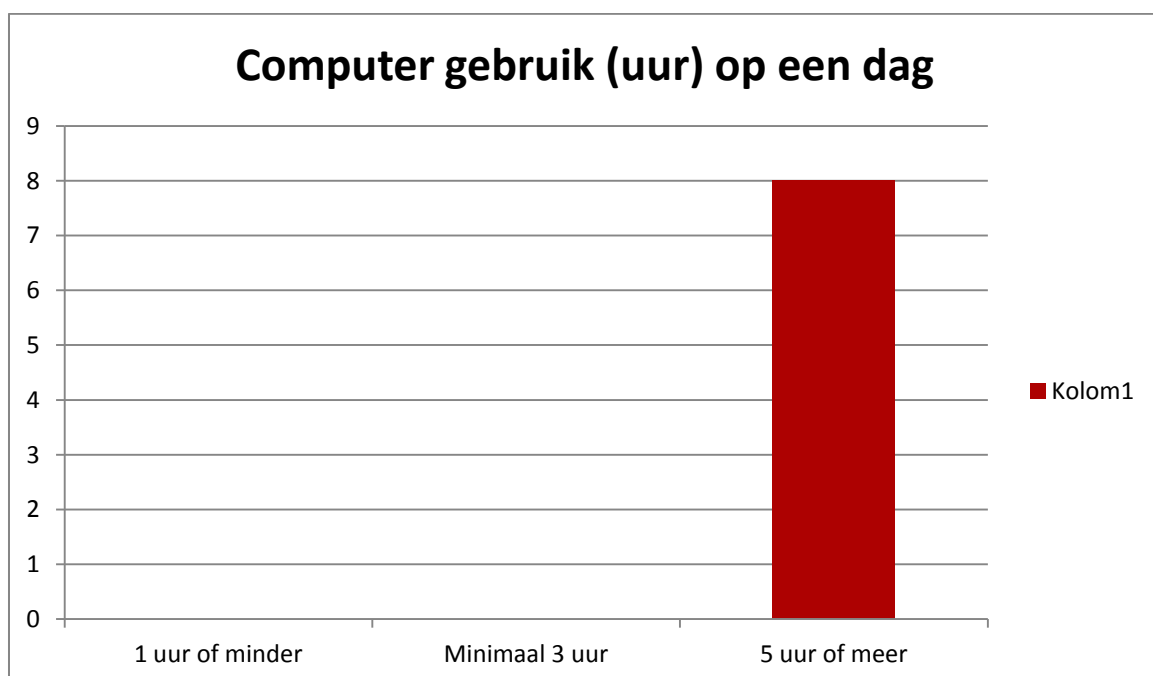
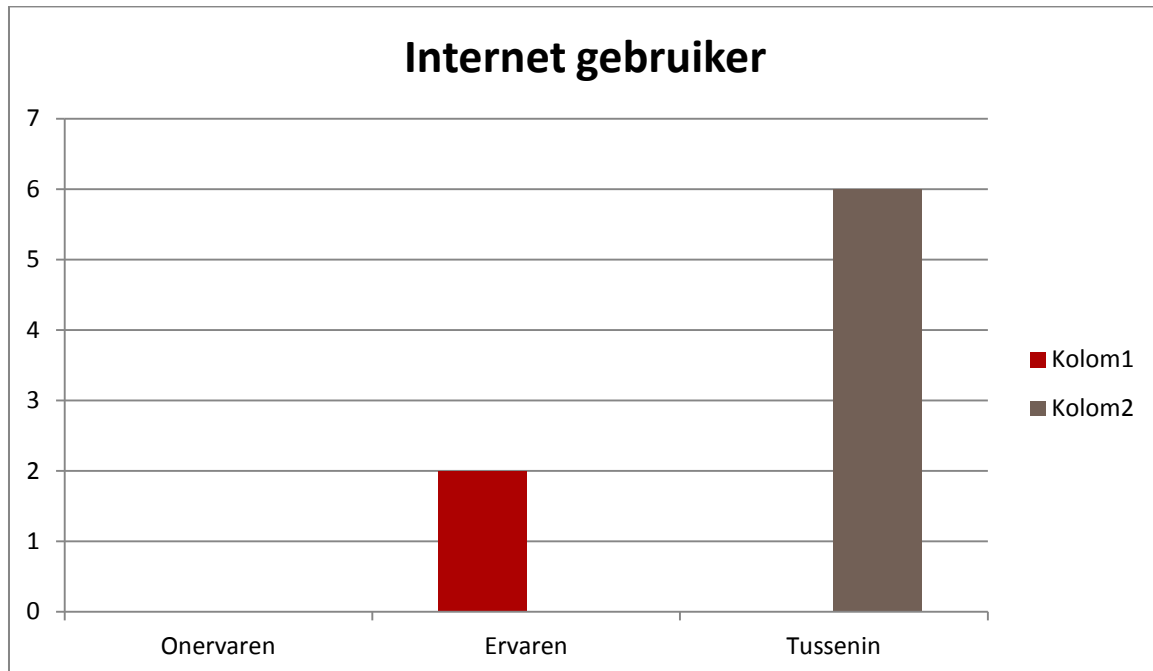
Functie: Ondernemer eigen bedrijf

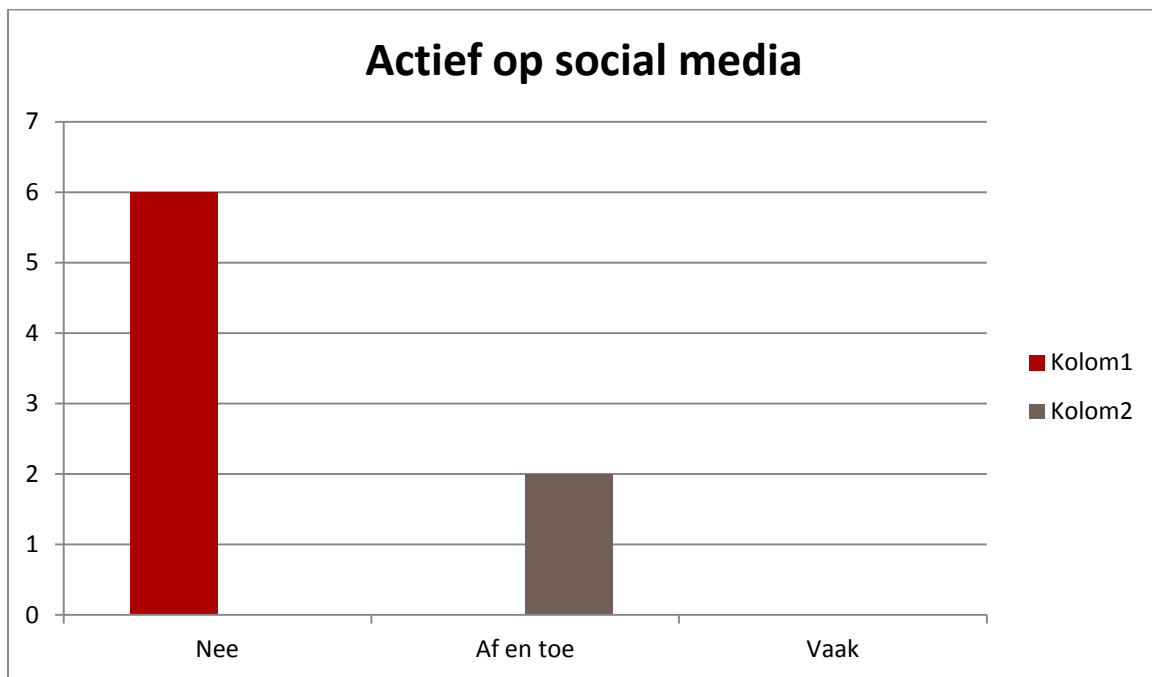
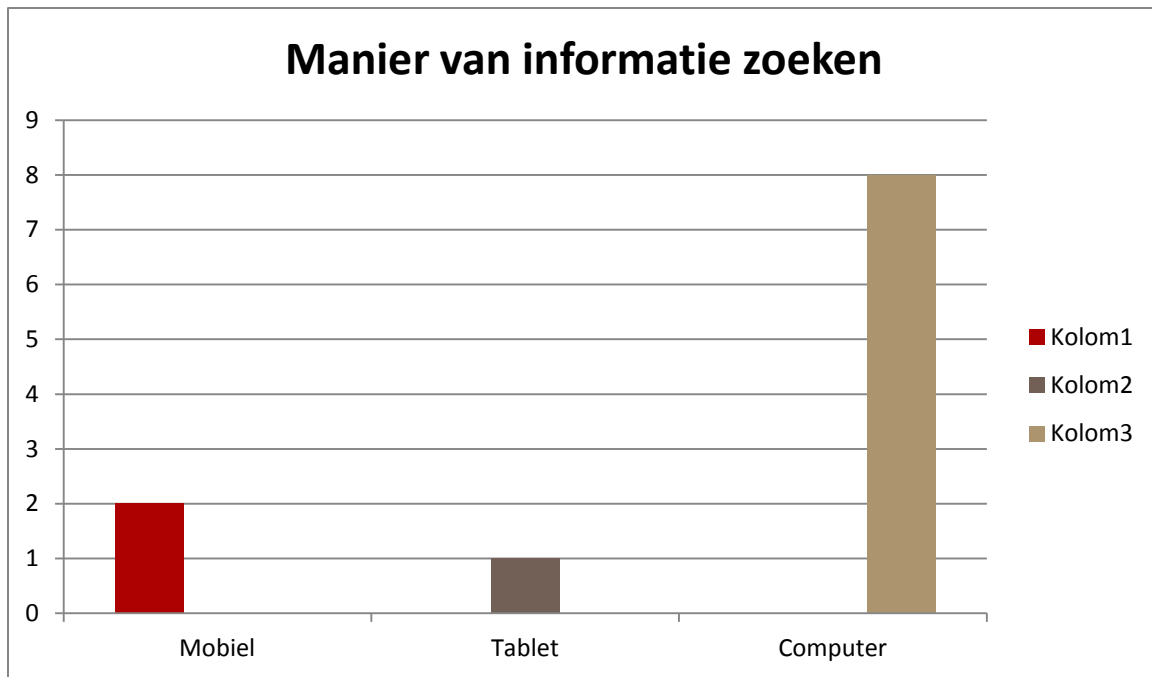


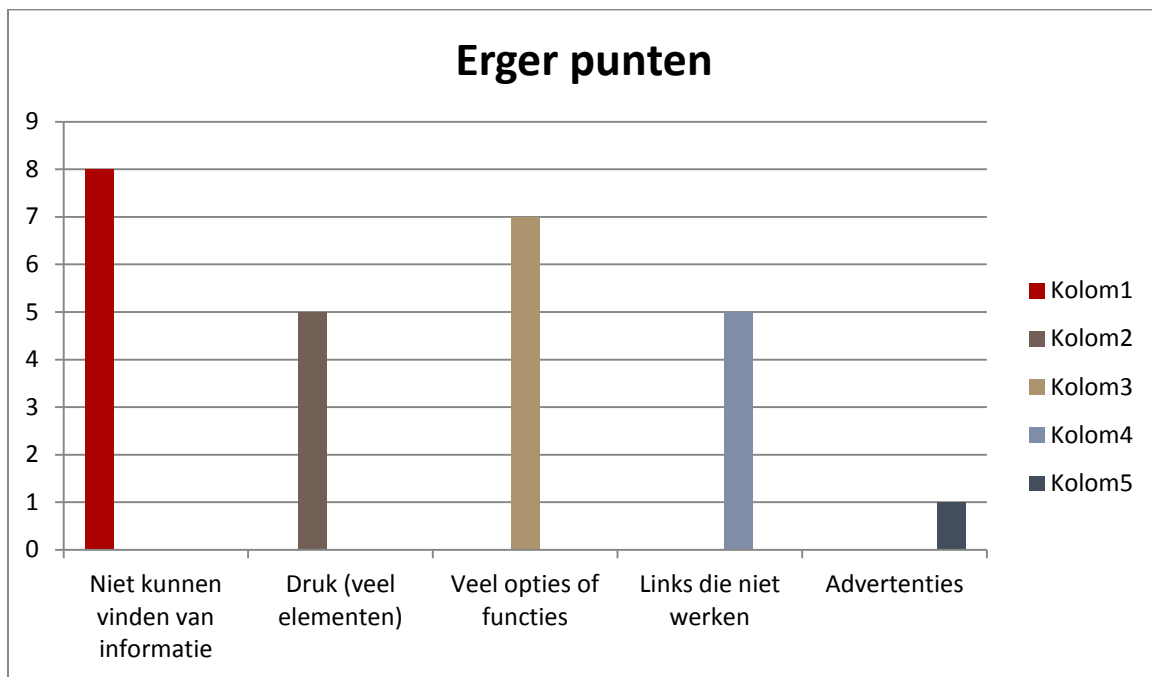
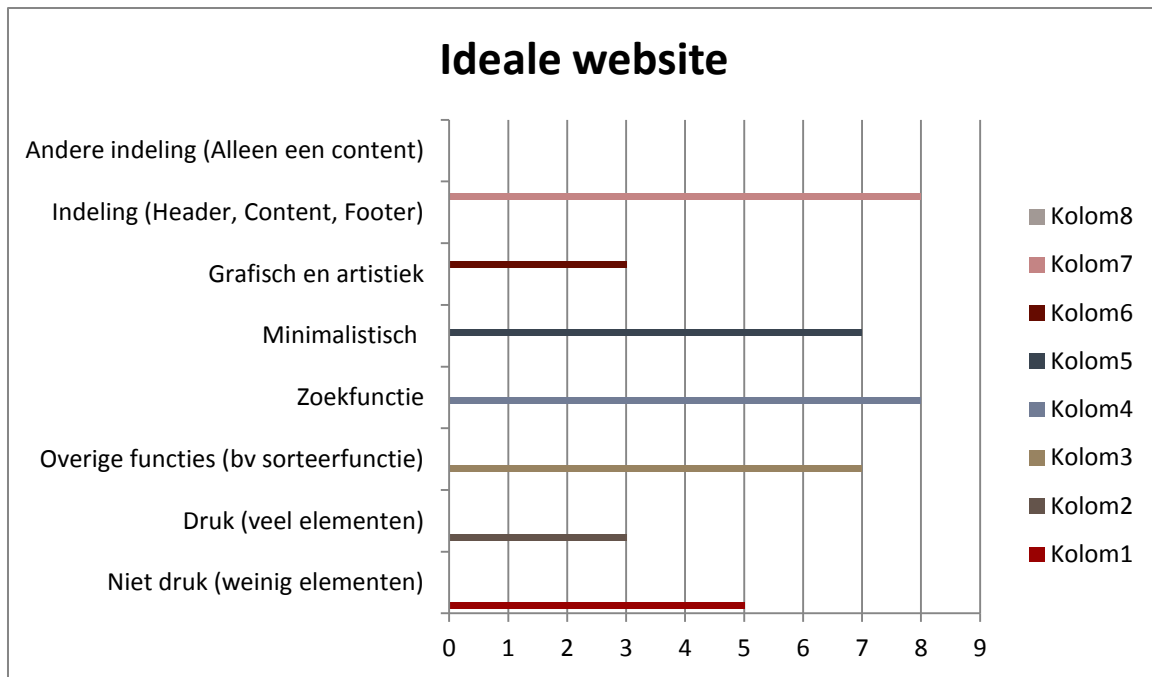
#### **Website interface kenmerken:**

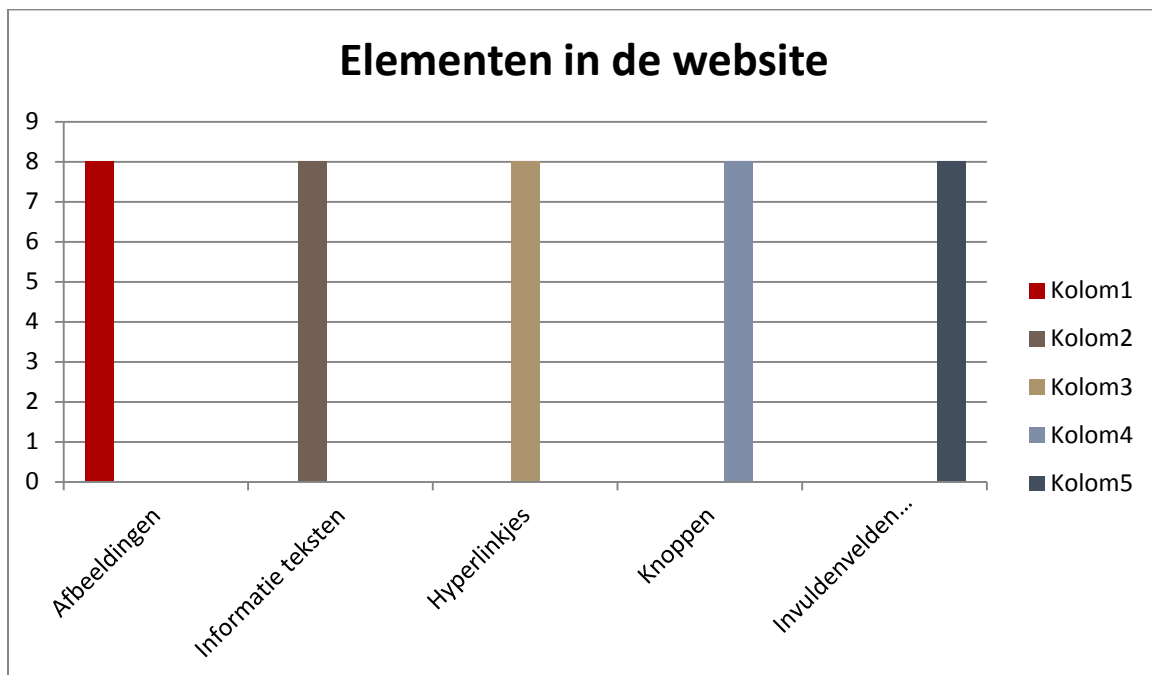
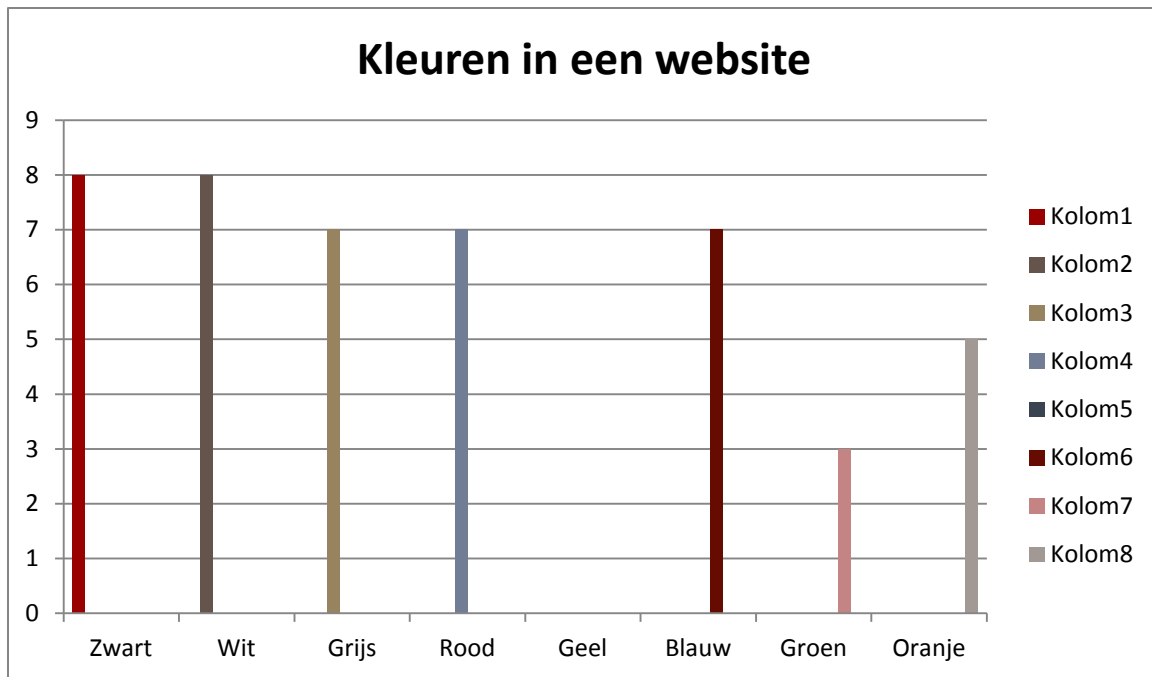
- Sfeervolle afbeeldingen, teksten en kleuren.
- Creatieve ontwerp gebaseerd op een eigen stijl.
- Veel bewegende en interactieve elementen in een website.
- Indeling van een website (header, content en footer)

## A. GESTRUCTUREERDE INTERVIEW RESULTATEN

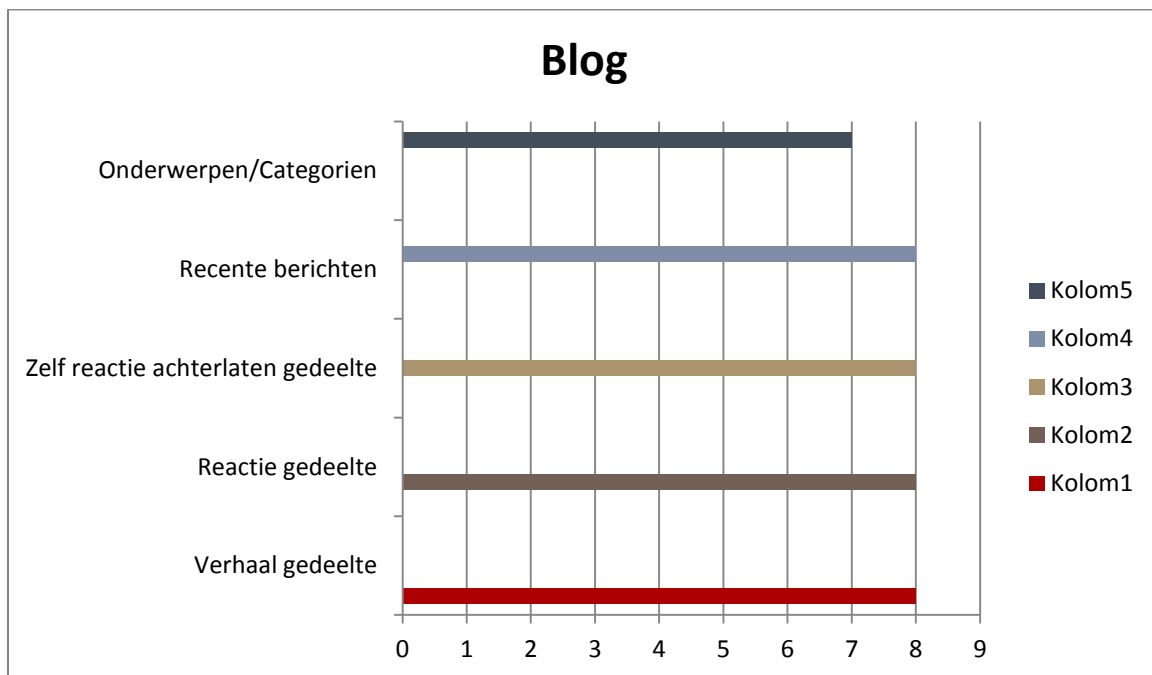
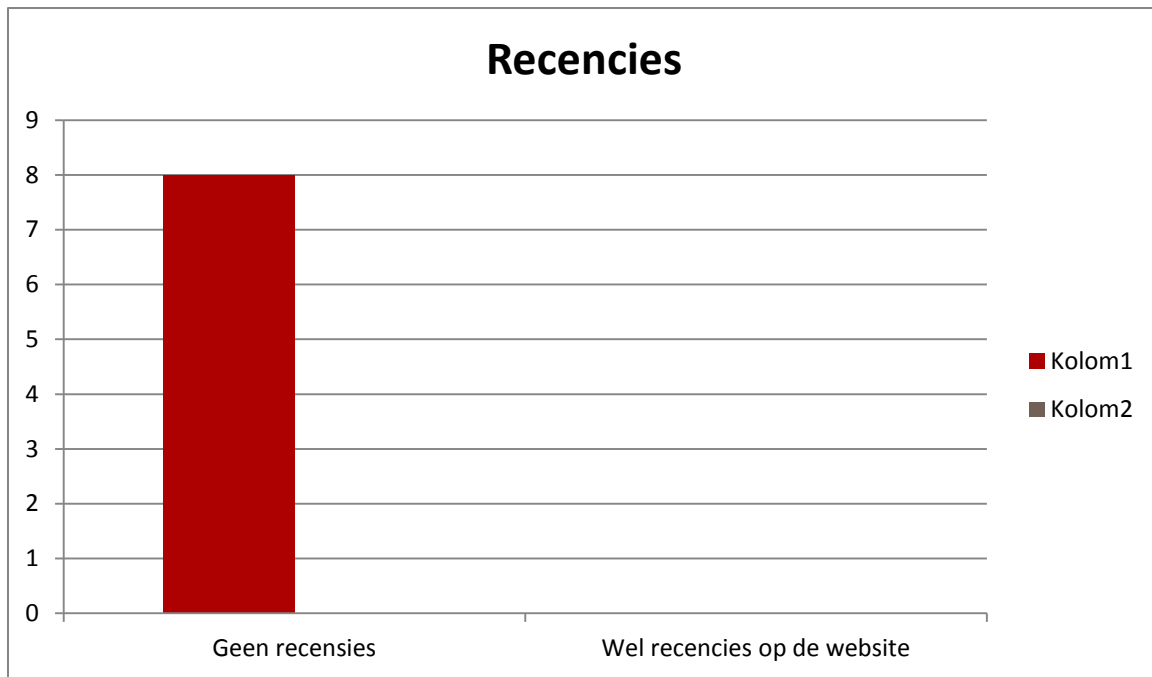


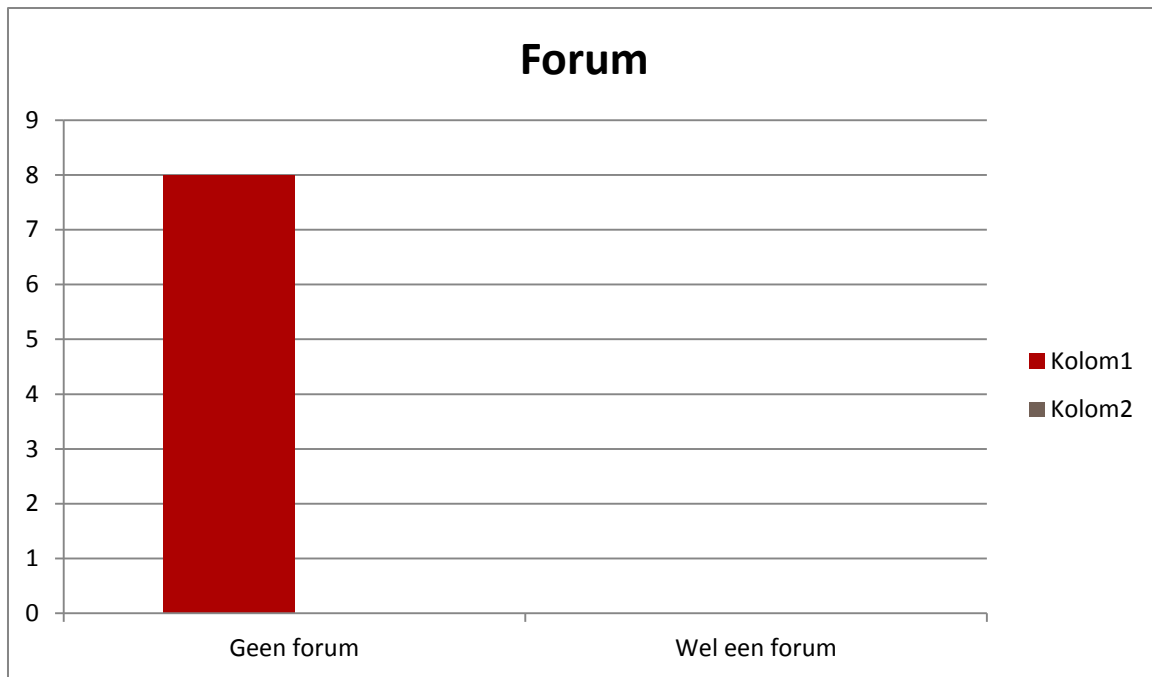






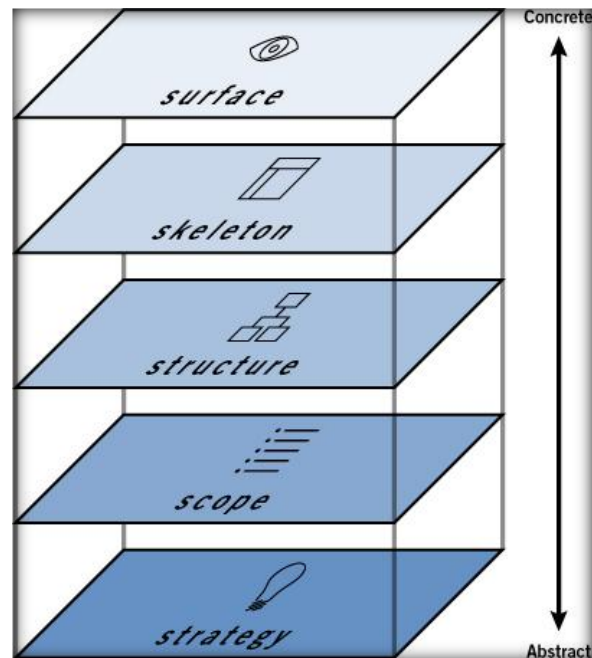






# BIJLAGE D - ONTWERPRAPPORT

EEN INTERACTIEVE WEBSITE ONTWIKKELEN VOOR STUDIO MONÉ



Student: Yong-sing Hu

Begeleiders: Marcus Turckenburgh en Wouter Moné

Examinatoren: Alice van Duuren, Nick van 't End

Datum: 22 Maart 2015

Plaats: Haarlem

## INHOUDSOPGAVE

|                                                  |    |
|--------------------------------------------------|----|
| 1. Inleiding .....                               | 1  |
| 2. Scope plane .....                             | 2  |
| 3. Structure plane.....                          | 5  |
| 3.1 Interaction Design.....                      | 5  |
| 3.2. Information architecture .....              | 7  |
| 4. Skeleton plane .....                          | 12 |
| 4.1 Navigation design .....                      | 12 |
| 4.2 Wireframes .....                             | 14 |
| 5. Surface plane .....                           | 24 |
| 5.1 Typografie .....                             | 24 |
| 5.2 Kleuren.....                                 | 24 |
| 5.3 Grafisch ontwerp .....                       | 25 |
| Bijlage                                          |    |
| A. Bevinden vooronderzoek met bijbehorende eisen |    |

## 1. INLEIDING

Dit document is geschreven om de lezer inzicht te geven over de ontwerpkeuzes die zijn gemaakt in het ontwerprapport. Het document is geschreven voor de examinatoren, de gecommitteerde en overige geïnteresseerden.

In het ontwerprapport maak ik ontwerpkeuzes gebaseerd op het vooronderzoek (quickscan, concurrentie analyse en doelgroepbehoeftes). Het ontwerprapport behandelt daarnaast onderwerpen die voortkomen uit de ontwerpmethode van Jesse James Garrett.

**Bron:** Garrett, J.J. (2003) "The Elements Of User Experience", Pearson Education (Us)

Dit document is als volgt opgebouwd. In hoofdstuk twee wordt de scope plane behandeld. De scope plane bevatten de doelgroepbehoeftes en de eisen van het bedrijf met betrekking tot de content en de functionaliteiten, deze krijgen hier allemaal vorm. Door eisen te stellen in de scope plane wordt het duidelijk voor de lezer wat er allemaal nodig is om de prototype website te maken.

Vervolgens wordt er in hoofdstuk drie de structure plane behandeld. Hier gaat de structuur van het navigatiemenu vorm krijgen. In dit hoofdstuk wordt het interaction design beschreven, waarin wordt uitgelegd hoe de gebruiker met het systeem omgaat. Vervolgens wordt de informatiearchitectuur bepaald, dit is een beschrijving hoe de indeling voor het navigatiemenu eruit gaat zien en hoe de gebruiker met het navigatiemenu omgaat.

In hoofdstuk vier wordt de skeleton plane behandeld. Hierin word beschreven hoe gebruikers navigeren door de site. Daarna op basis van de behandelde planes, worden er wireframes getoond die de indeling van interface elementen laat zien op de prototype website. Tot slot wordt de surface plane behandeld, waar de prototype website gerealiseerd gaat worden door middel van een grafisch ontwerp.

## 2. SCOPE PLANE

De scope plane beschrijven de doelgroepbehoeftes en de eisen van het bedrijf met betrekking tot de content en de functionaliteiten, deze worden hier vastgesteld.

### Functionele specificaties (eisen)

De functionele specificaties oftewel de eisen (samengesteld door de opdrachtgever) heb ik hieronder verdeeld in drie verschillende categorieën. De functionele eisen geven weer wat de prototype website allemaal moet kunnen doen voor de gebruiker. De interface eisen geven aan waar de vormgeving van de prototype website aan moet voldoen. Tot slot geven de technische eisen aan waaraan de prototype website qua techniek aan moet voldoen.

Ik heb bij het vaststellen van de functionele eisen gebruik gemaakt van de Moscow methode. Dit is een manier om prioriteiten te stellen. De eisen worden hieronder in een overzicht weergegeven. Met de letters M tot en met W worden deze onderverdeeld.

**Bron:** Hexaware Technologies (2004) "Moscow principle - Key succes of any project"  
<http://blogs.hexaware.com/quality-assurance-and-testing-services/moscow-principle-key-for-success-of-any-project/>

| Criteria                                                         | Beschrijving                                                                                        |
|------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Must have this</b>                                            | <b>M</b> - Deze eis moet voorkomen                                                                  |
| <b>Should have this if at all possible</b>                       | <b>S</b> - Deze eis is zeer gewenst                                                                 |
| <b>Could have this if it does not affect anything else</b>       | <b>C</b> - Deze eis mag alleen aanbod komen als er genoeg tijd over is.                             |
| <b>Won't have this but would like to have this in the future</b> | <b>W</b> - Deze eis zal niet voorkomen, maar kan in de toekomst zeker op de prioriteitenlijst komen |

## Functionele eisen

- **M** - De prototype website moet een zoekfunctie hebben.
- **M** - De prototype website moet een blog hebben, waar gebruikers de mogelijkheid hebben om te reageren.
- **M** - De prototype website moet een blog hebben, waar gebruikers de mogelijkheid hebben om te reageren op reacties in het blog.
- **M** - De prototype website moet een contactformulier hebben, dat dient als een contactmiddel tussen het bedrijf en de gebruiker.
- **M** - De prototype website moet eventuele foutmelding (in bijvoorbeeld het contactformulier en blog) tijdig aangeven bij de gebruiker.
- **W** - De prototype website heeft social media mogelijkheden.

## Interface eisen

- **M** - De prototype website moet kunnen aantonen waar gebruikers zich bevinden binnen de website. (Voorbeeld: navigatiemenu waar de gebruiker zich bevindt, is gekleurd, zodat daadwerkelijk gezien kan worden dat de gebruiker op deze pagina is.)
- **M** - Het contactformulier moet vereiste invulvelden hebben. De interface toont dat deze verplicht ingevuld moeten zijn.
- **M** - De prototype website moet een interactieve slider bevatten met bewegende teksten en afbeeldingen.
- **M** - De prototype website moet duidelijk kunnen aantonen zien welke elementen binnen de website interactief zijn en welke niet. (Voorbeeld: een gekleurde tekst "klik hier" is een hyperlink naar een andere pagina)
- **M** - De prototype website moet hyperlinkjes op pagina's bevatten, deze moeten te onderscheiden zijn van normale teksten.
- **M** - De prototype website moet de volgende indeling hebben: header gedeelte, content gedeelte en footer gedeelte.
- **M** - De prototype website moet een portfolio pagina hebben, waar het werk van het bedrijf getoond kan worden.
- **M** - De blog moet de volgende gedeeltes bevatten: Verhaalgedeelte, reacties van bezoekers, eigen reactie achterlaten gedeelte.
- **M** - De blog moet vereiste invulvelden hebben. De interface toont dat deze verplicht ingevuld moeten zijn.
- **M** - De prototype website moet informatieteksten, afbeeldingen, knoppen en invulvelden bevatten op de pagina's.
- **M** - De prototype website moet een logo bevatten, dat ontworpen is door de opdrachtgever.
- **S** - De prototype website zal afbeeldingen tonen in een grotere formaat, wanneer er op geklikt wordt.

- **S** - Het contactformulier zal een decoratief element bevatten, waar de locatie van het bedrijf wordt getoond.
- **S** - Het contactformulier zal een verificatiemethode hebben.
- **W** - De prototype website zal belangrijke TAGS tonen.

## **Technische eisen**

- **M** - De prototype website moet te bekijken zijn op desktop
- **M** - De website moet worden gemaakt met HTML5/CSS
- **M** - De website moet een content management systeem hebben, zodat de opdrachtgever en bedrijfsmentor hun eigen content kan aanpassen.
- **W** - De website zal te bekijken zijn op mobiel
- **W** - De website zal te bekijken zijn op tablet



### 3. STRUCTURE PLANE

In de structure plane gaat de structuur van de prototype website vorm krijgen. Ten eerste, wordt het interaction design beschreven, waarin wordt uitgelegd hoe de gebruiker met het systeem omgaat. Vervolgens wordt de informatiearchitectuur van de prototype website bepaald.

#### 3.1 INTERACTION DESIGN

Het interaction design beschrijft hoe de gebruiker omgaat met functionaliteiten binnen de site. Interaction design houdt zich bezig met het beschrijven van mogelijke gedrag van de gebruiker en het definiëren van hoe het systeem zal reageren op dat gedrag.

Wanneer een persoon gebruik maakt van een computer ontstaat er een soort dans tussen de gebruiker en de computer. De gebruiker beweegt en het systeem reageert. De gebruiker reageert op zijn beurt op het systeem en dus het dansen gaat door. Voor het interactie design voor de prototype website heb ik gebruik gemaakt van de methode "Use cases beschrijven".

**Bron:** Wobben, S (2008) "Hoe use cases houvast kunnen geven"

<http://www.usabilityweb.nl/2008/04/hoe-use-cases-houvast-kunnen-geven/>

##### Use case: Informatie zoeken 1

- Gebruiker bevindt zich op de startpagina.
- Gebruiker klikt op een item in het navigatiemenu.
- Het systeem laat de pagina zien.

##### Use case: Informatie zoeken 2

- Gebruiker bevindt zich op de startpagina.
- Gebruiker klikt op het zoekicoon
- Het systeem laat een extra invulveld zien
- Gebruiker typt een woord in het invulveld en klikt op het icoontje of gebruikt de enter knop.
- Website laat een pagina zien met een overzicht van relevante resultaten.
- Gebruiker klikt op een item.
- Het systeem laat de pagina zien.

##### Use case: Informatie zoeken 3

- Gebruiker bevindt zich op de startpagina.

- Gebruiker klikt op een item op de interactieve slider.
- Het systeem laat de pagina zien.

#### **Use case: Informatie zoeken 4**

- Gebruiker bevindt zich op de startpagina.
- Gebruiker klikt op een hyperlink dat de gebruiker doorstuurt naar een informatiepagina.
- Het systeem laat de pagina zien.

#### **Use case: Contactformulier**

- Gebruiker bevindt zich op de startpagina.
- Gebruiker klikt op de item in het navigatiemenu "Contact".
- Het systeem laat de pagina zien.
- Gebruiker moet de verplichte invulvelden invoeren anders geeft het systeem aan dat er geen bericht verzonden kan worden.
- Gebruiker klik op verzenden.
- Het systeem laat weten dat het versturen van bericht is gelukt.

#### **Use case: Blog**

- Gebruiker bevindt zich op de startpagina.
- Gebruiker klikt op "blog" in het navigatiemenu
- Het systeem laat de pagina zien.
- Gebruiker klikt op een item
- Het systeem laat de pagina zien.
- Gebruiker vult gegevens (naam, email) in en klikt op reageren.
- Het systeem laat de reactie zien van de gebruiker.
- Als er gereageerd op diezelfde reactie krijgt de gebruiker een email van de reactie.

#### **Use case: Blog reactie plaatsen**

- Gebruiker bevindt zich op de startpagina.
- Gebruiker klikt op de item "blog" in het navigatiemenu.
- Het systeem laat de pagina zien.
- Gebruiker klikt op een verhaal/item.
- Het systeem laat de pagina zien.

#### **Use case: Portfolio van het bedrijf bekijken**

- Gebruiker bevindt zich op de startpagina.
- Gebruiker klikt op de item "portfolio" in het navigatiemenu
- Het systeem laat de pagina zien.

- Gebruiker klikt op een categorie
- Het systeem sorteert de portfolio-item op categorie
- Gebruiker klikt op een portfolio-item
- Het systeem opent de portfolio-item en toont de informatie.

#### Use case: Contactformulier

- Gebruiker bevindt zich op de startpagina.
- Gebruiker klikt op de item in het navigatiemenu "Contact" .
- Het systeem laat de pagina zien.
- Gebruiker moet de vereiste invulvelden invullen anders geeft het systeem aan dat er geen bericht verzonden kan worden.
- Gebruiker klik op verzenden.
- Het systeem laat weten dat het versturen van bericht is gelukt.

### 3.2. INFORMATION ARCHITECTURE

De informatiearchitectuur houdt zich vooral bezig met het structuur die bezoekers kunnen gebruiken om efficiënt en effectief te bewegen door middel van het navigatiemenu van de website. Informatiearchitectuur is ook nauw verwant met het begrip "information retrieval", dat betekent dat gebruikers in staat zijn om informatie gemakkelijk te kunnen vinden.

Eerst werd het navigatiemenu en indeling bepaald met behulp van card sorting.

Voorbeelden van de onderwerpen die werden bedacht ziet u hieronder.

**Bron:** Groft, P (2014) "Improving your information architecture with card sorting"

<http://www.smashingmagazine.com/2014/10/20/improving-information-architecture-card-sorting-beginners-guide/>

- Bedrijfsinformatie
- Contactformulier
- Blog/Laatste Nieuws
- Portfolio/werk
- Grafische middelen
- Grafische vormgeving
- Huisstijl ontwerp
- Corporate ontwerp
- Brochures
- Advertenties
- Logo ontwerp
- Typografie

- Reclame drukwerk
- Flyers
- Bedrijfskleding
- Broeken Creatieve middelen
- Fotografie
- Productfotografie
- Portret
- Marketing middelen
- Promotiematerialen
- Posters
- Visitekaartje
- Online middelen
- Websites
- Informatie website
- Zakelijke website
- Informatie website
- Webshop
- Content Management Systeem

Deze resultaten heb ik in een eigen schematisch overzicht gezet die u kunt vinden in figuur 2.

### **Plaatje en onderwerpen**

*Figuur 2: Resultaat cardsorting*

Met dit resultaat heb ik met de opdrachtgever besloten om de volgende menu's te maken.

#### **Hoofdmenu**

Home - Diensten - Portfolio - Blog - Over Ons - Contact

#### **Submenu**

Grafische Vormgeving - Fotografie - Websites - Promotiematerialen

#### **Footermenu**

Sitemap - Algemene voorwaarden - Wettelijke informatie - Privacy Beleid

Daarnaast In het boek “Elements of the user experience” geeft Jesse James Garrett twee “approaches aan” en vier verschillende “structures” voor het navigeren met het navigatiemenu.

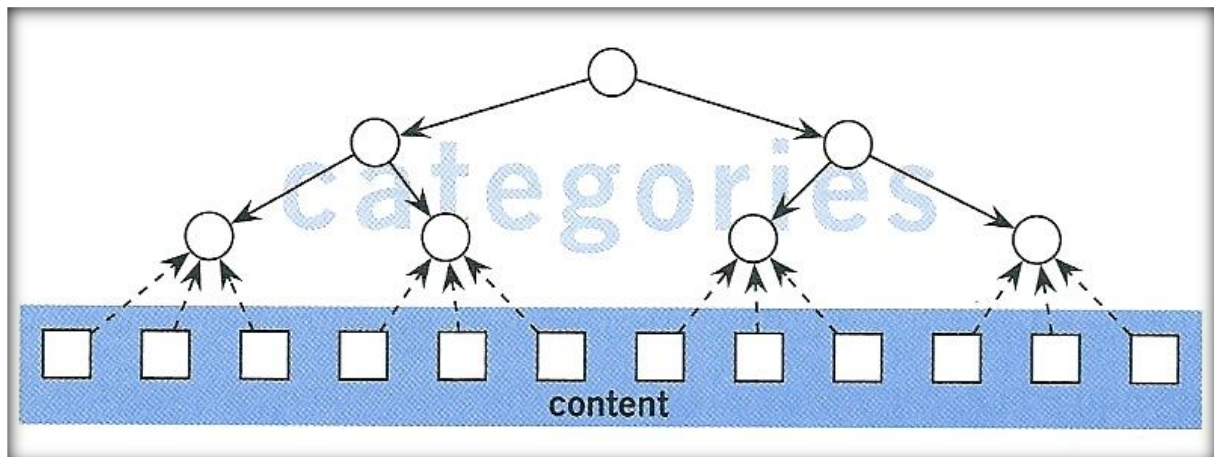
### **Navigatiemenu approach kiezen**

#### **Top-down approach**

De top-down approach creëert een architectuur rechtstreeks van de doelen van het bedrijf en de gebruiker behoeftes. Via de 'Top-down' approach benadert de gebruiker de pagina's van de website vanuit het navigatiemenu.

### Bottom-up approach

Een bottom-up approach van benadert de gebruiker de pagina's via de inhoud(content) en functionele eisen.



*Figuur 3: Top down approach*

Ik heb met de opdrachtgever gekozen voor een **topdown-approach**, omdat dit het meest past bij het bedrijf en de doelgroep. Het bedrijf wil dat bezoekers direct kunnen zien wat het bedrijf doet en wat het voor diensten het allemaal aanbied. Door een top-down approach wordt de primaire informatie benadert via het navigatie menu, waardoor bezoeker direct naar deze informatie kan navigeren.

### Navigatiemenu structuur kiezen

#### Hiërarchische structuur

Hiërarchische structuur wordt ook wel een boomstructuur genoemd. Pagina's in de website worden gekoppeld met relevante pagina's binnen de website. Het concept van de hiërarchische verhoudingen wordt goed begrepen door vele gebruikers en dit soort structuur is verreweg de meest voorkomende in sites. Voorbeeld na het klikken op de navigatie item "Over ons", wordt de gebruiker door gestuurd naar de Over Ons pagina.

#### Matrix structuur

Bij een matrix structuur kan de gebruiker een pagina benaderen door middel van twee of meer manieren. Voorbeeld, is dat de gebruiker een blog pagina op meerdere manieren kan benaderen. Op de startpagina staat een referentie naar de blog pagina, in het submenu kan

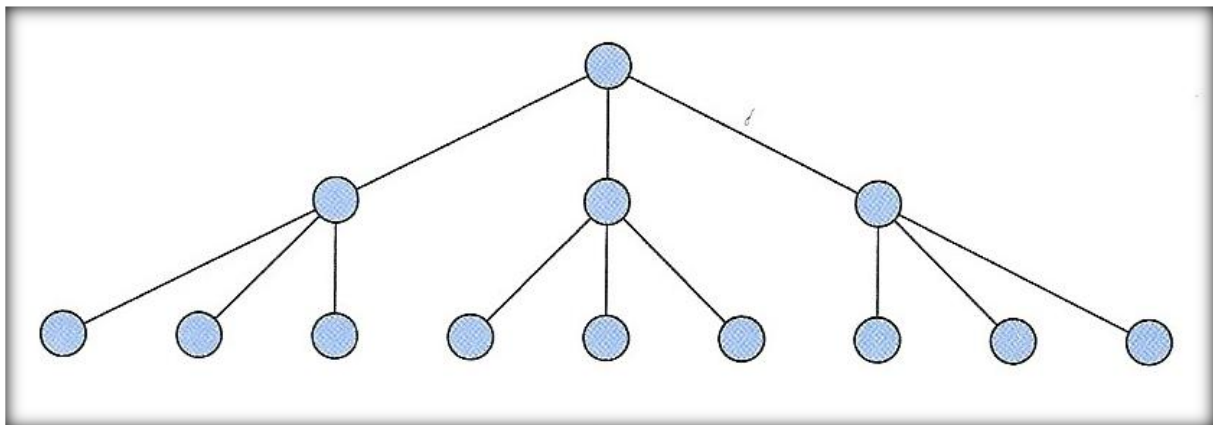
de gebruiker deze pagina ook bereiken en via het zoekmenu kan de blog pagina worden bereikt. Deze structuur is ingewikkeld, omdat het menselijk deze stappen niet kan visualiseren.

### Organische structuur

Organische structuren proberen niet een consistent patroon te volgen. Ze geven de gebruiker de vrijheid om te navigeren, maar het is een uitdaging als gebruikers hun weg terug willen vinden naar hetzelfde stuk van de inhoud.

### Sequential structuur

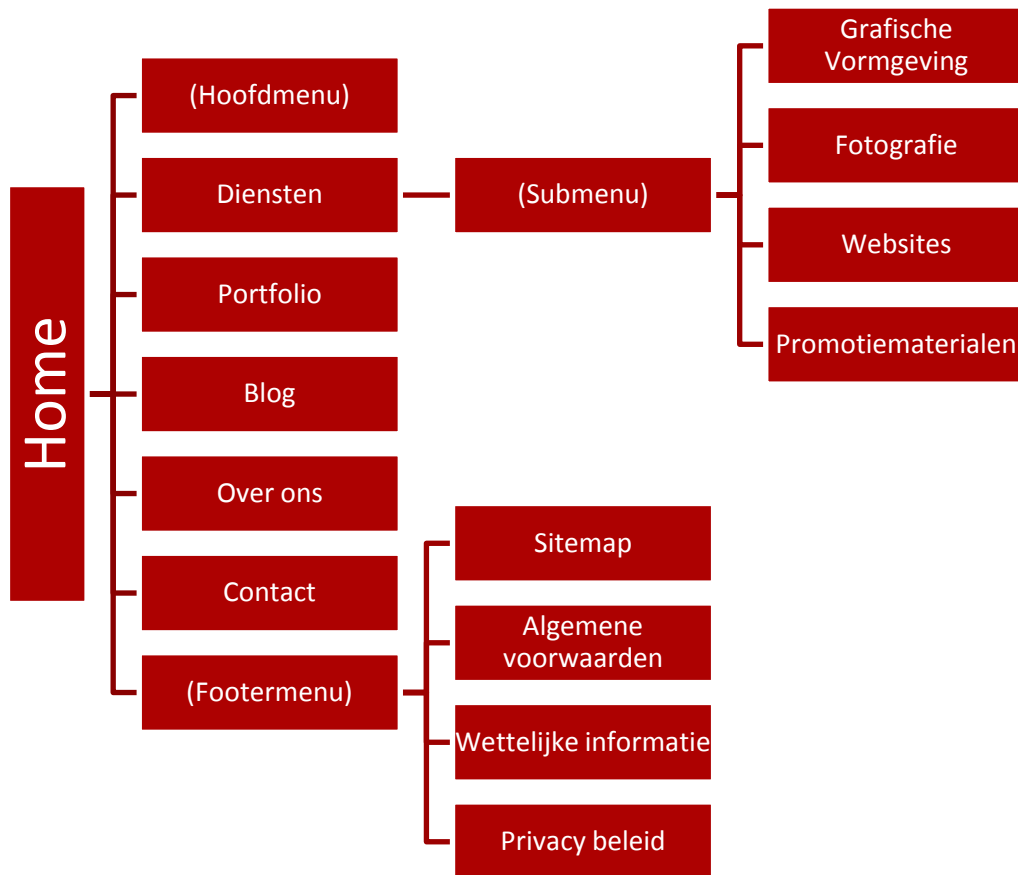
Sequentie structuren worden bijna nooit gebruikt voor het vinden van informatie, echter worden ze gebruikt bij het registreren of het invullen van een enquête. De gebruiker wordt dan doorverwezen naar de volgende pagina.



*Figuur 4: Hiërarchische structuur*

Ik heb met de opdrachtgever gekozen voor een hiërarchische structuur. Dit is een structuur die voorkomt op meeste websites, waar een header, navigatie menu, content en footer aanwezig is. Het is een indeling, die gebruikers herkennen en ook het meest logisch is voor de gebruiker. Dit past ten eerste goed bij de behoeftes van de doelgroep, want die willen dezelfde structuur in een website willen zien, waar de header en navigatiemenu bovenaan te vinden is. De content wordt in de midden geplaatst en de footermenu is onderaan te vinden. Ten tweede, gaat het bij een hiërarchische structuur erom, dat de navigatie op een site voor zich moet spreken. Bijvoorbeeld na het klikken op de navigatie item "Over ons", wordt de gebruiker door gestuurd naar de "Over Ons" pagina.

In het resultaat in figuur 5 kunt u een schematisch overzicht vinden van het navigatiemenu.



Figuur 5: Schematisch overzicht

## 4. SKELETON PLANE

De skeleton plane beschrijft de manier van navigeren voor de gebruiker binnen de prototype website. Ik had daarna met de opdrachtgever op basis van de samengestelde eisen, use case beschrijvingen en het navigatiemenu wireframes ontwikkeld. Hierin toon ik aan welke elementen er zijn gebruikt en op welke plaatsen ze komen te staan. De prototype website krijgt hier als het ware een skelet, waar de indeling van de website vorm krijgt.

### 4.1 NAVIGATION DESIGN

Jesse James Garrett geeft aan in het boek “Elements of the user experience” dat er vijf manieren van navigeren zijn.

#### **Navigatie design bepalen**

##### **Globale navigatie**

Globale navigatie geeft de gebruiker toegang tot alle pagina's op de website. Je navigeert door middel van de globale navigatie. Een voorbeeld hiervan is het navigeren door middel van het navigatiemenu.

##### **Lokale navigatie**

Lokale navigatie biedt gebruikers alleen toegang tot alleen gerelateerde informatie . Hierdoor wordt de gebruiker gelimiteerd op alle content.

##### **Aanvullende navigatie**

Aanvullende navigatie biedt de gebruiker mogelijkheden om naar gerelateerde pagina's op de website te gaan, die niet toegankelijk zijn via de globale of lokale navigatie.

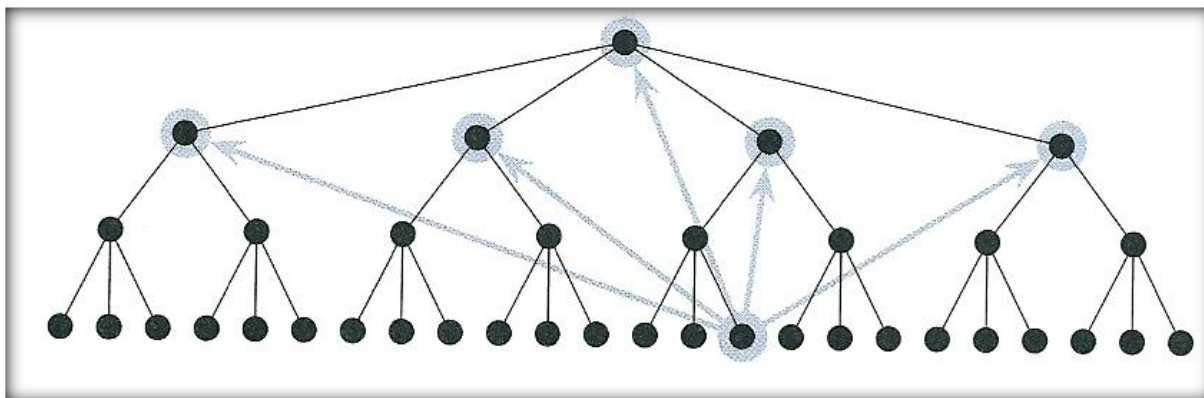
##### **Contextuele navigatie**

Contextuele navigatie biedt de gebruiker hyperlinks in pagina's. Deze hyperlinks sturen gebruikers naar gerelateerde pagina's.

##### **Vriendelijke/hoffelijke navigatie**

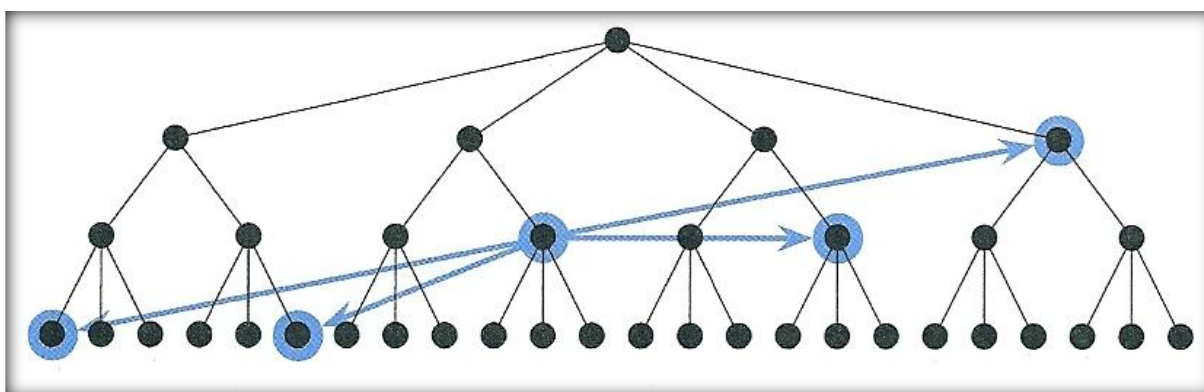
Vriendelijke navigatie biedt toegang tot items die gebruikers niet regelmatig nodig hebben, maar worden vaak aangeboden als een gemak. In de fysieke wereld, zal een webwinkel meestal de werkuren neerzetten waar een gebruiker dit kan zien. Deze informatie is niet zo nuttig: iedereen kan vrij snel vertellen of de winkel is open is. Maar wetende dat de informatie leesbaar is voor bezoekers helpt hen wanneer ze het nodig hebben.





*Figuur 6: Globale navigatie*

Ik had met de opdrachtgever gekozen voor globale navigatie. Dit geeft de gebruiker brede toegang tot alle pagina's van de prototype website. Dit zorgt ervoor dat er navigatie vrijheid is en wordt de gebruiker niet geforceerd om te navigeren op één manier. Ook dit sluit aan top-down approach, waar de gebruiker het navigatiemenu gebruikt om door de website te navigeren. (Zie figuur 17)



*Figuur 7: Contextuele navigatie*

Ook heb ik met de opdrachtgever besloten om "Contextuele navigatie" toe te passen. Een gebruiker die een hyperlink ziet, hoeft zich niet af te vragen wat de link zal doen, omdat de link een logisch verwachtingspatroon heeft in de ogen van de gebruiker. Wanneer de gebruiker op de link klikt, weet hij/zij dat dit een verwijzing is naar een pagina met relevante informatie. Gebaseerd op de globale navigatie wilde ik de gebruiker een ander manier van navigeren aanbieden, dit kon gedaan worden met contextuele navigatie.

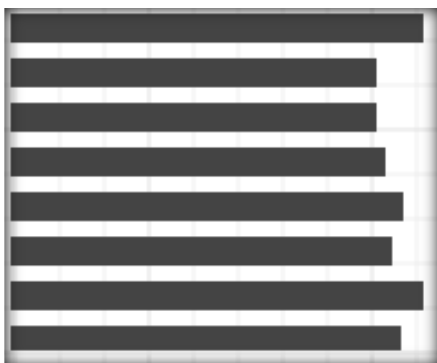
## 4.2 WIREFRAMES

In deze hoofdstuk worden de wireframes gemaakt. Met de informatie uit de voorgaande hoofdstukken laat ik zien waar alle elementen op de website worden geplaatst. De wireframes zijn gemaakt met behulp van een online tool.

**Bron:** Wulf, A (2012) "Wireframes: A Great Way to Start Development Projects "  
<http://www.infoq.com/articles/wireframes-start-development-projects>

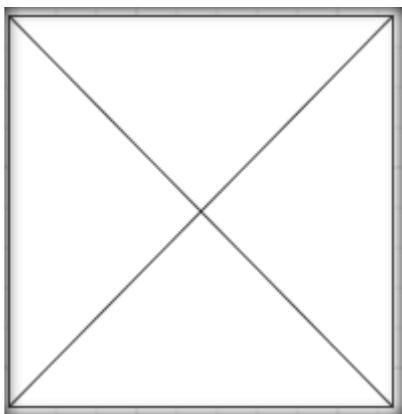
**Bron:** Wireframe|cc (2005) "Online Wireframe Tool" <https://wireframe.cc/>

Ik heb de wireframes gebaseerd op de eisen, use case beschrijvingen, navigatiemenu indeling, navigatie ontwerp.



*Figuur 8: Tekst of paragraaf*

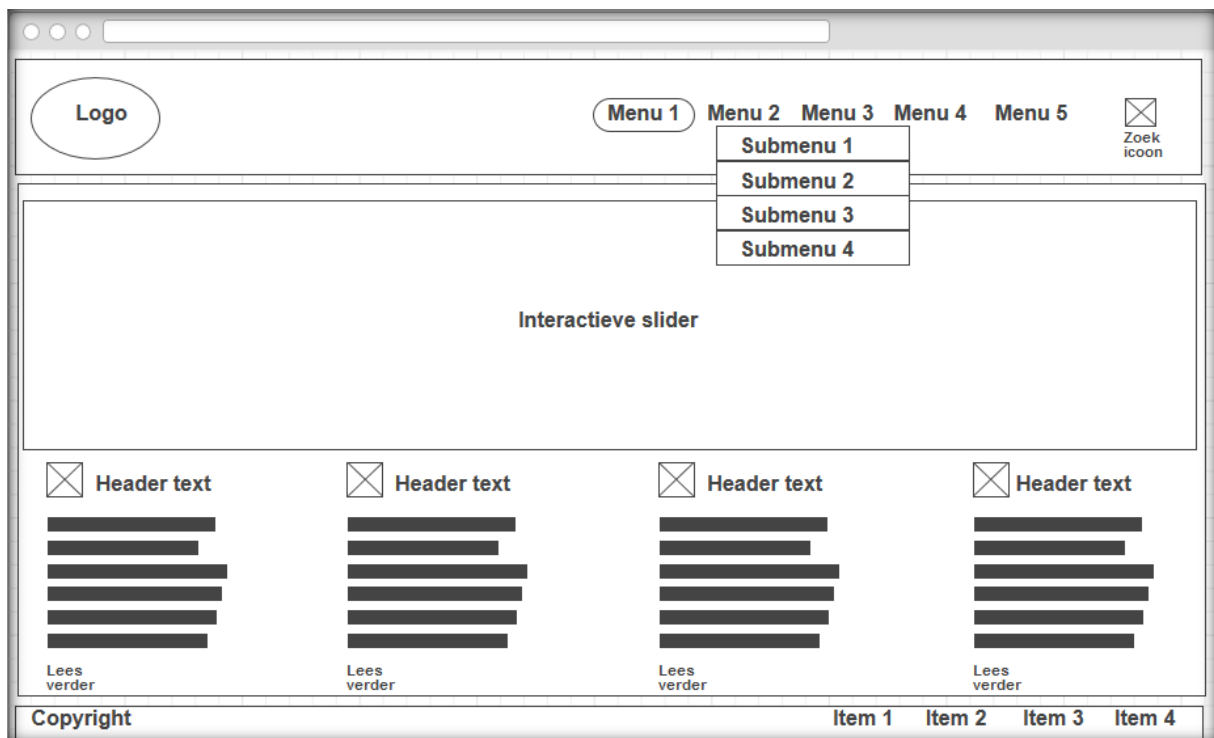
Dit element hierboven toont een stukje tekst of een paragraaf tekst



*Figuur 9: Media element*

Het element hierboven toont een afbeelding, icoon, video of andere media element.

## Startpagina



Figuur 10: Startpagina

- **M** - De prototype website moet een zoekfunctie hebben.
- **M** - De prototype website moet kunnen aantonen waar gebruikers zich bevinden binnen de website. (Voorbeeld: navigatiemenu waar de gebruiker zich bevindt, is gekleurd, zodat daadwerkelijk gezien kan worden dat de gebruiker op deze pagina is.)
- **M** - De prototype website moet een interactieve slider bevatten met bewegende teksten en afbeeldingen.
- **M** - De prototype website moet de volgende indeling hebben: header gedeelte, content gedeelte en footer gedeelte.
- **M** - De prototype website moet duidelijk kunnen aantonen zien welke elementen binnen de website interactief zijn en welke niet. (Voorbeeld: een gekleurde tekst "klik hier" is een hyperlink naar een andere pagina)
- **M** - De prototype website moet hyperlinkjes op pagina's bevatten, deze moeten te onderscheiden zijn van normale teksten.

**Use case: Informatie zoeken 1**

- Gebruiker bevindt zich op de startpagina.
- Gebruiker klikt op een item in het navigatiemenu.
- Het systeem laat de pagina zien.

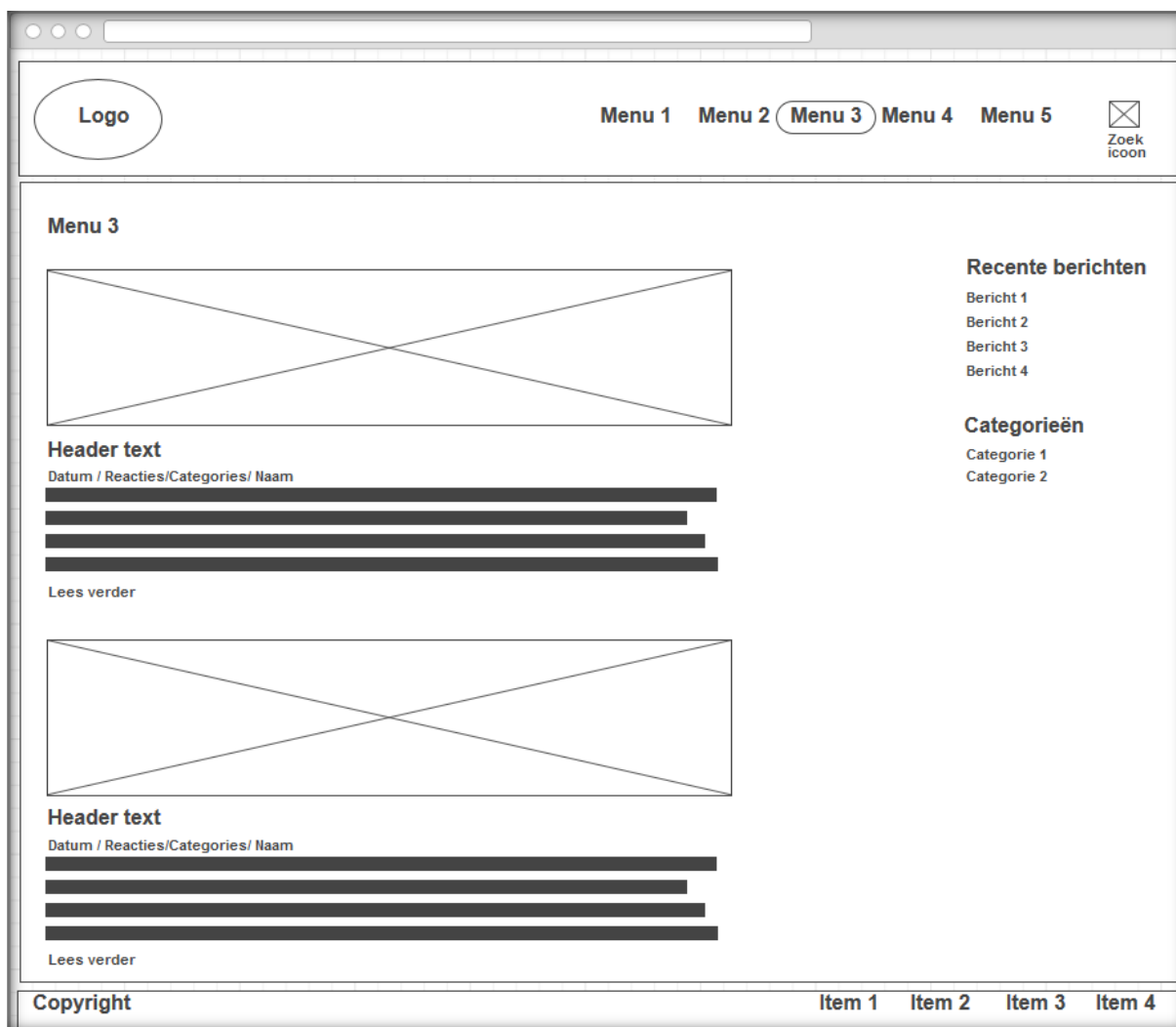
**Use case: Informatie zoeken 3**

- Gebruiker bevindt zich op de startpagina.
- Gebruiker klikt op een item op de interactieve slider.
- Het systeem laat de pagina zien.

**Use case: Informatie zoeken 4**

- Gebruiker bevindt zich op de startpagina.
- Gebruiker klikt op een hyperlink dat de gebruiker doorstuurt naar een informatiepagina.
- Het systeem laat de pagina zien.

## Blog pagina overzicht



Figuur 12: Blog pagina overzicht

## Blog pagina

The wireframe illustrates a blog page layout. At the top is a header bar containing a 'Logo' on the left, a navigation menu with 'Menu 1', 'Menu 2', 'Menu 3' (highlighted), 'Menu 4', and 'Menu 5' in the center, and a search icon labeled 'Zoek icoon' on the right. The main content area is divided into two columns. The left column features a large rectangular placeholder with an 'X' across it, followed by a 'Header text' section with a sub-label 'Datum / Reacties/Categories/ Naam' and five horizontal bars representing text. Below this is an 'Antwoorden' (Answers) section containing three nested entries, each with a 'Naam' (Name) and 'Datum / Tijd' (Date / Time) label followed by a horizontal bar. At the bottom of the main content area is a form for leaving a reaction, with input fields for 'Naam\*' (Name), 'E-mail\* Verplicht' (Email - Required), and 'Site', followed by a large 'Reactie' (Reaction) text area and a 'Reactie plaatsen' (Post Reaction) button. The right column contains two sections: 'Recente berichten' (Recent posts) with a list of 'Bericht 1' through 'Bericht 4', and 'Categorieën' (Categories) with 'Categorie 1' and 'Categorie 2'. The footer bar at the bottom includes a 'Copyright' notice on the left and a list of 'Item 1', 'Item 2', 'Item 3', and 'Item 4' on the right.

Figuur 13: Blog pagina reactie achterlaten

- **M** - De prototype website moet een blog hebben, waar gebruikers de mogelijkheid hebben om te reageren.
- **M** - De prototype website moet een blog hebben, waar gebruikers de mogelijkheid hebben om te reageren op reacties in het blog.
- **M** - De prototype website moet duidelijk kunnen aantonen zien welke elementen binnen de website interactief zijn en welke niet. (Voorbeeld: een gekleurde tekst "klik hier" is een hyperlink naar een andere pagina)

- **M** - De blog moet de volgende gedeeltes bevatten: Verhaalgedeelte, reacties van bezoekers, eigen reactie achterlaten gedeelte.
- **M** - De blog moet vereiste invulvelden hebben
- **M** - De prototype website moet informatieteksten, afbeeldingen, knoppen en invulvelden bevatten op de pagina's.

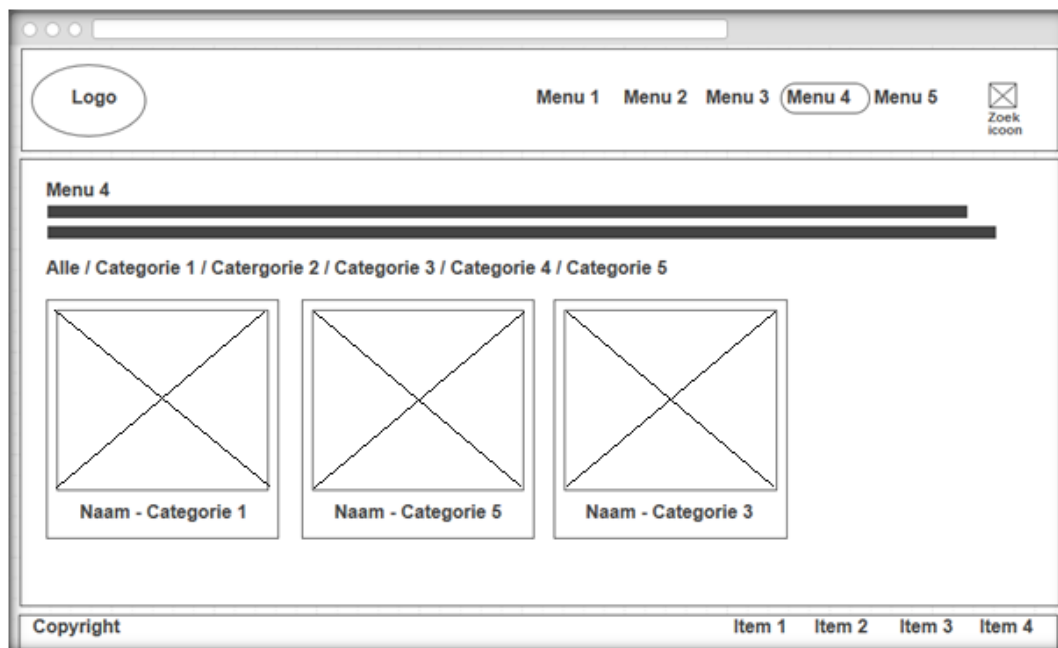
#### **Use case: Blog**

- Gebruiker bevindt zich op de startpagina.
- Gebruiker klikt op “blog” in het navigatiemenu
- Het systeem laat de pagina zien.
- Gebruiker klikt op een item
- Het systeem laat de pagina zien.
- Gebruiker vult gegevens (naam, email) in en klikt op reageren.
- Het systeem laat de reactie zien van de gebruiker.
- Als er gereageerd op diezelfde reactie krijgt de gebruiker een email van de reactie.

#### **Use case: Blog reactie plaatsen**

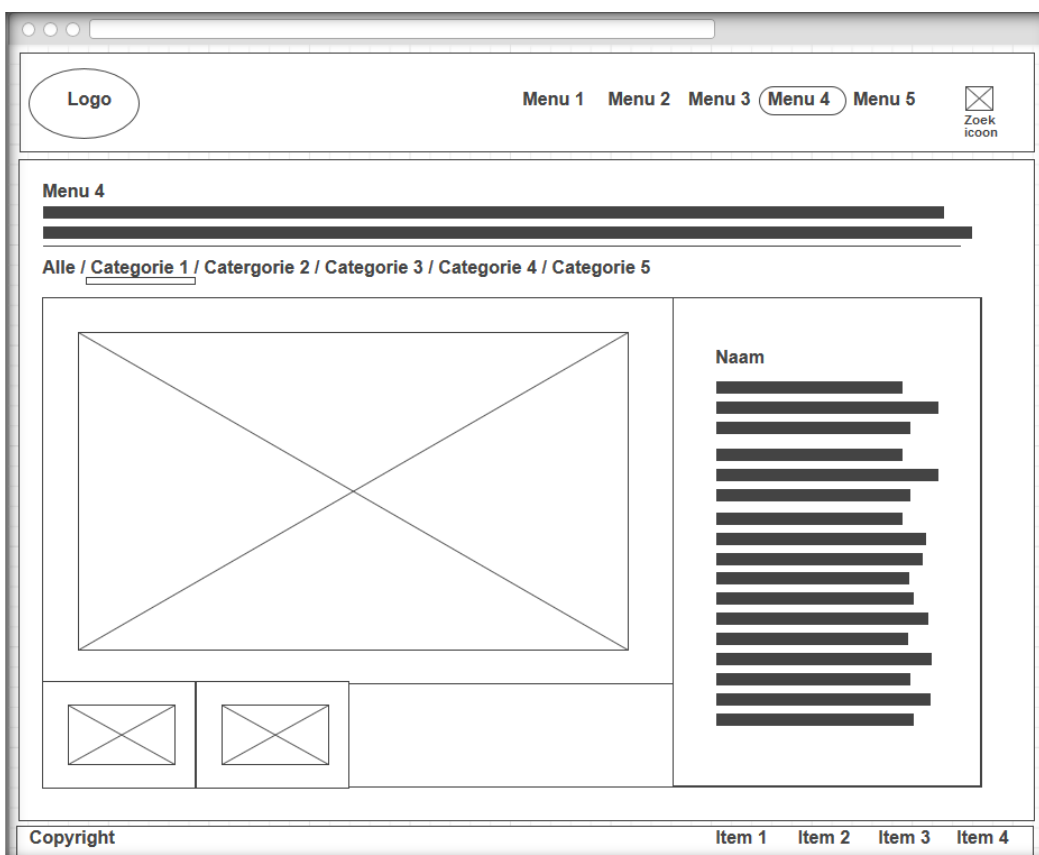
- Gebruiker bevindt zich op de startpagina.
- Gebruiker klikt op de item “blog” in het navigatiemenu.
- Het systeem laat de pagina zien.
- Gebruiker klikt op een verhaal/item.
- Het systeem laat de pagina zien.

## Portfolio pagina



Figuur 14: Portfolio pagina

## Portfolio item



Figuur 15: Portfolio item



- **M** - De prototype website moet een portfolio hebben pagina, waar het werk van het bedrijf gezien kan worden.
- **M** - De prototype website moet duidelijk kunnen aantonen zien welke elementen binnen de website interactief zijn en welke niet. (Voorbeeld: een gekleurde tekst "klik hier" is een hyperlink naar een andere pagina)
- **M** - De prototype website moet informatie teksten, afbeeldingen, knoppen en invulvelden bevatten op de pagina's.

### Use case: Portfolio van het bedrijf bekijken

- Gebruiker bevindt zich op de startpagina.
- Gebruiker klikt op de item "portfolio" in het navigatiemenu
- Het systeem laat de pagina zien.
- Gebruiker klikt op een categorie
- Het systeem sorteert de portfolio-item op categorie
- Gebruiker klikt op een portfolio-item
- Het systeem opent de portfolio-item en toont de informatie.

### Contact pagina

Figuur 16: Contactpagina

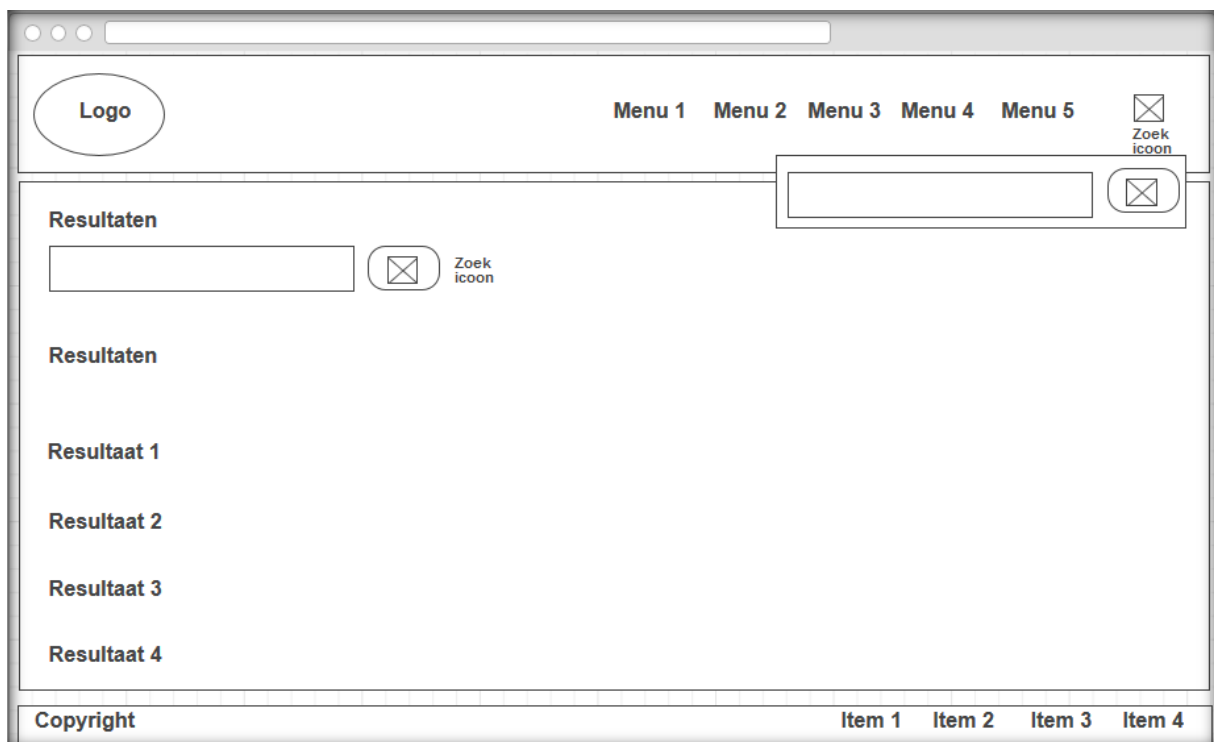
- **M** - Het contactformulier moet vereiste invulvelden.
- **M** - De prototype website moet een contactformulier hebben

- **S** - Het contactformulier zal een decoratief element bevatten, waar de locatie van het bedrijf wordt getoond.
- **S** - Het contactformulier zal een verificatiemethode hebben.

### Use case: Contactformulier

- Gebruiker bevindt zich op de startpagina.
- Gebruiker klikt op de item in het navigatiemenu "Contact" .
- Het systeem laat de pagina zien.
- Gebruiker moet de vereiste invulvelden invullen anders geeft het systeem aan dat er geen bericht verzonden kan worden.
- Gebruiker klik op verzenden.
- Het systeem laat weten dat het versturen van bericht is gelukt.

### Zoek pagina resultaten



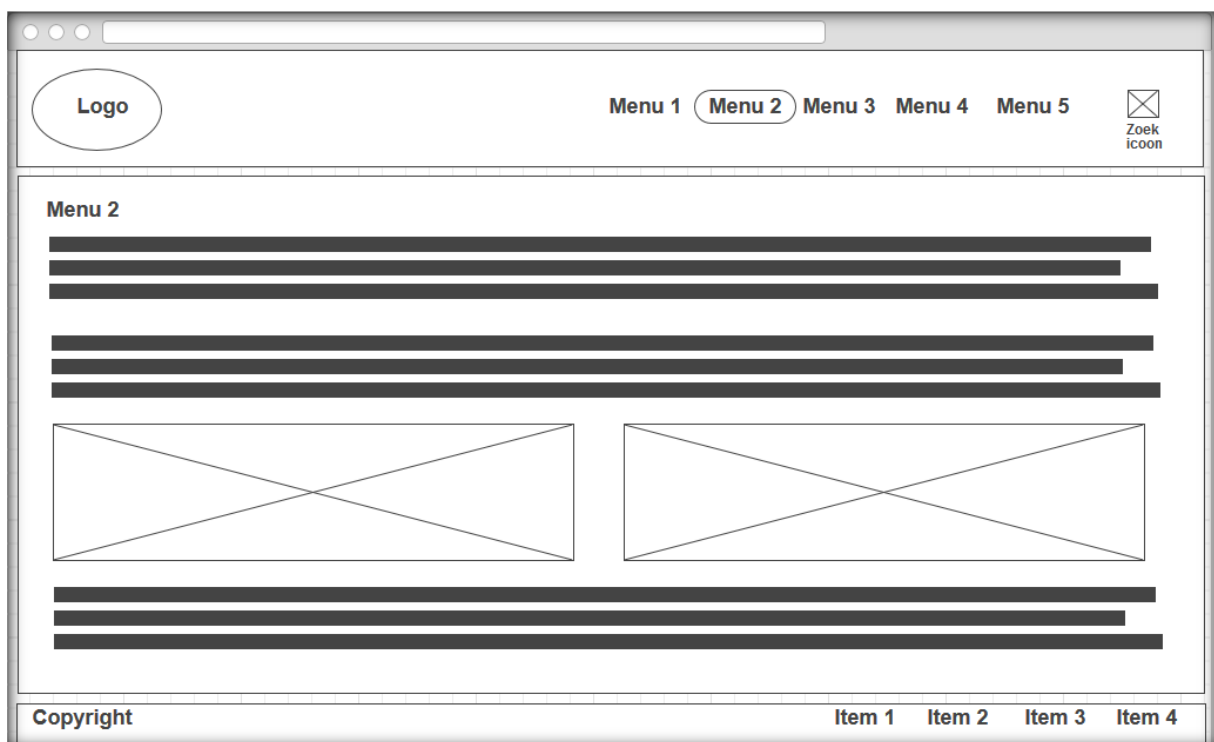
Figuur 17: Zoek pagina resultaten

- **M** - De prototype website moet duidelijk kunnen aantonen zien welke elementen binnen de website interactief zijn en welke niet. (Voorbeeld: een gekleurde tekst "klik hier" is een hyperlink naar een andere pagina)
- **M** - De prototype website moet hyperlinkjes op pagina's bevatten, deze moeten onderscheidend zijn van normale teksten.

## Use case: Informatie zoeken 2

- Gebruiker bevindt zich op de startpagina.
- Gebruiker klikt op het zoekicoon
- Het systeem laat een extra invulveld zien
- Gebruiker typt een woord in het invulveld en klikt op het icoontje of gebruikt de enter knop.
- Website laat een pagina zien met een overzicht van relevante resultaten.
- Gebruiker klikt op een item.
- Het systeem laat de pagina zien.

## Informatie pagina



Figuur 18: Informatie pagina

- **M** - De prototype website moet duidelijk kunnen aantonen zien welke elementen binnen de website interactief zijn en welke niet. (Voorbeeld: een gekleurde tekst "klik hier" is een hyperlink naar een andere pagina)
- **M** - De prototype website moet hyperlinkjes op pagina's bevatten, deze moeten te onderscheiden zijn van normale teksten.
- **M** - De prototype website moet informatieteksten, afbeeldingen, knoppen en invulvelden bevatten op de pagina's.

## 5. SURFACE PLANE

Tot slot werd in de surface plane de prototype website gerealiseerd en werden hier lettertypes en kleuren gekozen samen met de opdrachtgever.

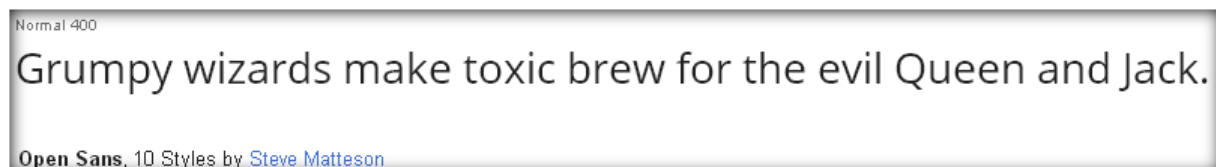
### 5.1 TYPOGRAFIE

Als we het over het typografie hebben in een site, gaat vooral om tekstuele vormgeving in onder andere het hoofdmenu, submenu, paragraaf en kopjes. Er wordt gekeken naar hoe dit wordt onderscheiden van de rest van de informatieteksten op de pagina. Daarnaast wordt er op internet gezocht naar redelijk leesbare en populaire lettertypen. Dit waren: verdana, calibri, arial etc. Omdat deze lettertypen standaard worden gebruikt had ik besloten om iets anders te proberen.

**Bron:** Google () "Google Fonts" <http://www.google.com/fonts/>

Er is gekeken naar lettertypes die de leesbaarheid vergroten, maar ook naar de netheid en duidelijkheid van de lettertype. Op google fonts heb je meer dan 10000 soorten lettertypes. We hebben gekeken naar de populairste lettertype en kozen uiteindelijk voor de lettertype Open Sans.

Ten eerste dit lettertype is prettig voor het oog. Het heeft geen storende elementen en de lettertype blijft consistent. Bij sommige lettertypes heb je bijvoorbeeld een storend element, omdat de stijl heel erg stroef is. Ten tweede heb ik het lettertype al eerder gebruikt en was de ervaring daarmee prettig.



*Figuur 19: Lettertype: Open Sans*

### 5.2 KLEUREN

Aan het begin van het afstudeerproject had de opdrachtgever duidelijk gemaakt dat hij een eigen logo had ontworpen en wou gebruiken voor de prototype site. Ik heb met de opdracht besproken om kleuren te gebruiken die in het logo al zitten. Er is gekozen voor extra ondersteunende kleuren zoals, grijs, zwart en wit. Omdat deze kleuren met rood een goede samenhang hebben en elkaar contrasteren. Door zwarte kleuren in de achtergrond te gebruiken, komen lichte kleuren heel goed naar voren.



Figuur 20: Logo Studio Moné

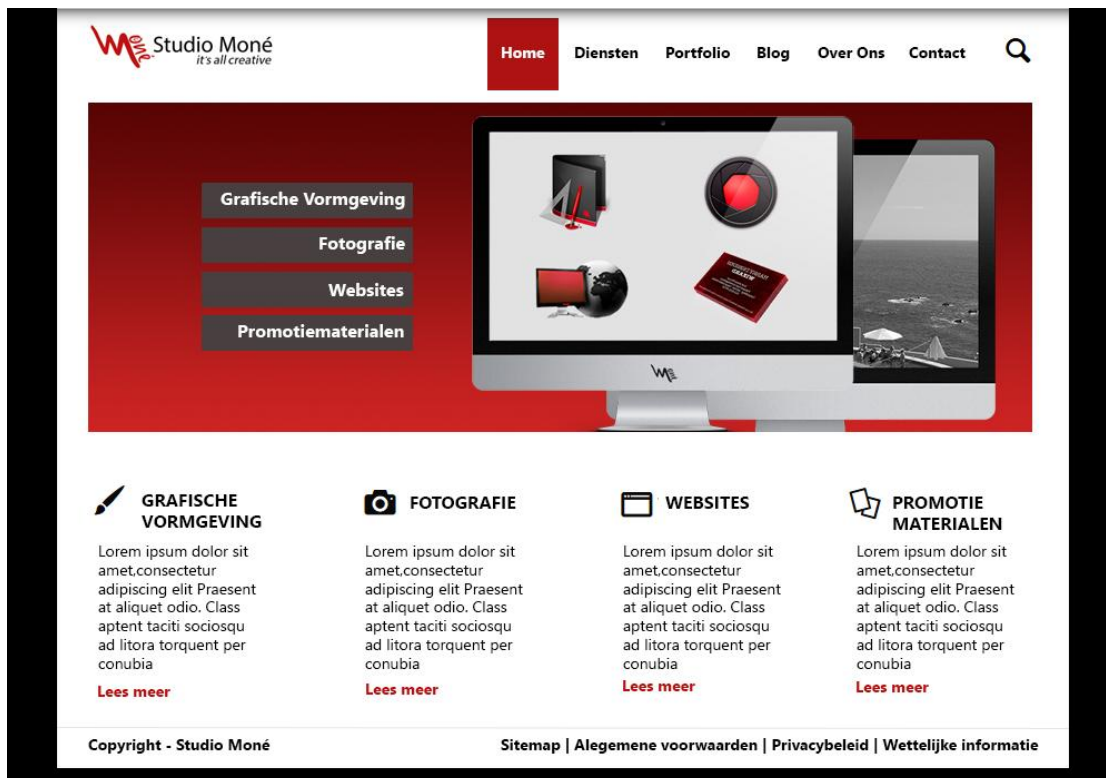


Figuur 21: Kleuren pallet

### 5.3 GRAFISCH ONTWERP

Ik heb een grafisch ontwerp gemaakt (ook wel mockup genoemd), gebaseerd op de startpagina wireframe, kleuren en lettertype keuze. Het resultaat van de mockup kunt u vinden in figuur 22.

De URL link van de website: <http://icreativ.nl/studiomone/>



Figuur 22: Mockup prototype website

# A. BEVINDINGEN VOORONDERZOEK MET BIJBEHORENDE EISEN

| Quickscan bevindingen                                                                                                                                                                                      | Met deze eis word het probleem opgelost of voorkomen                                                                                                                                                                                         |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>De website gaf niet aan waar de bezoeker zich bevond op een pagina.</b><br><b>Voorbeeld: op de "ABOUT" pagina werd niet duidelijk aangegeven dat de bezoeker daadwerkelijk op de pagina zit.</b>        | De prototype website moet kunnen aantonen waar gebruikers zich bevinden binnen de website. (Voorbeeld: navigatiemenu waar de gebruiker zich bevindt, is gekleurd, zodat daadwerkelijk gezien kan worden dat de gebruiker op deze pagina is.) |
| <b>Het contactformulier gaf geen indicatie aan, dat de invulvelden ingevuld moesten worden. Het gevolg hiervan is dat er fouten gemaakt konden worden, voordat de actie wordt uitgevoerd.</b>              | Het contactformulier moet vereiste invulvelden hebben. De interface toont dat deze verplicht ingevuld moeten zijn.                                                                                                                           |
| <b>De interactieve slider op de achtergrond in de startpagina laat de constant andere afbeeldingen zien en leiden de bezoeker af.</b>                                                                      | De prototype website zal een interactieve slider hebben met bewegende teksten en afbeeldingen. Deze zal door in één korte, vloeiende animatie niet storend zijn.                                                                             |
| <b>De huidige Studio Moné website heeft informatieteksten geschreven voor een fotografie doelgroep. Het is belangrijk dat de prototype informatieteksten bevat, die zich richt op de juiste doelgroep.</b> | Voor deze bevinding zal geen eis worden bedacht, maar zal later met de opdrachtgever en bedrijfsmentor verholpen worden door nieuwe teksten te gaan schrijven voor de prototype website.                                                     |
| <b>De huidige Studio Moné heeft geen zoekfunctie. Een zoekfunctie is belangrijk, omdat je erdoor sneller informatie kan vinden op de website.</b>                                                          | De prototype website moet een zoekfunctie hebben.                                                                                                                                                                                            |

| Concurrentieanalyse bevindingen                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Met deze eis word het probleem opgelost of voorkomen                                                                                                                                                                                 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>De interfaces van de websites Visualact en New-impulse zijn grafisch gezien verwarrend . Hiermee bedoel ik, dat enkele interface elementen op de pagina's niet het juiste verwachtingspatroon hebben. Een voorbeeld hiervan: een tekst dat op een hyperlink lijkt is eigenlijk geen link naar een andere pagina (new-impulse).</p>                                                                                                                                                   | <p>De prototype website moet duidelijk kunnen aantonen zien welke elementen binnen de website interactief zijn en welke niet. (Voorbeeld: een gekleurde tekst "klik hier" is een hyperlink naar een andere pagina)</p>               |
| <p>Op We-aredesign en New-impulse was het informatiegehalte voor de bezoeker beperkt. Deze websites hadden teksten die bestonden uit een paar korte zinnen of één woord, met andere woorden er werd niet specifiek uitgelegd wat de diensten inhielden.</p>                                                                                                                                                                                                                             | <p>Voor deze bevinding zal geen eis worden bedacht, maar zal later met de opdrachtgever en bedrijfsmentor verholpen worden door uitgebreide teksten te gaan schrijven voor de prototype website.</p>                                 |
| <p>Visualact en New-Impulse zijn "one click websites". De website bestaat uit bijvoorbeeld vijf lange pagina's. Je moet als bezoeker ofwel scrollen door de vijf pagina's ofwel gebruik maken van het navigatiemenu, door op een navigatie item te klikken. Het scrollen door vijf lange pagina's duurt lang en is niet de meest gebruiksvriendelijke optie, want je wilt niet door vijf lange pagina's scrollen. Hierdoor werd de gebruiker geforceerd om op één manier navigeren.</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• De prototype website moet hyperlinkjes op pagina's bevatten, deze moeten te onderscheiden zijn van normale teksten.</li> <li>• De prototype website moet een zoekfunctie hebben.</li> </ul> |
| <p>We-aredesign, Visualact, New-impulse en Nerdyminds hebben geen zoekfunctie.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | <p>De prototype website moet een zoekfunctie hebben.</p>                                                                                                                                                                             |

| Doelgroep behoeftes                                                                                                                                 | Met deze eis wordt de behoefte vastgesteld.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>De gehele doelgroep gaf aan dat zij een indeling herkennen met een header, content en footer.</b>                                                | De prototype website moet de volgende indeling hebben: header gedeelte, content gedeelte en footer gedeelte.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>De meerderheid van de doelgroep aan graag afbeeldingen, informatieteksten, knoppen, hyperlinkjes en invulveld te willen zien in de pagina's.</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• De prototype website moet informatieteksten, afbeeldingen, knoppen en invulvelden bevatten op de pagina's.</li> <li>• De prototype website moet hyperlinkjes op pagina's bevatten, deze moeten te onderscheiden zijn van normale teksten.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>De gehele doelgroep gaf aan dat een blog interessant was en wou dit in de website zien</b>                                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• De prototype website moet een blog hebben, waar gebruikers de mogelijkheid hebben om te reageren.</li> <li>• De prototype website moet een blog hebben, waar gebruikers de mogelijkheid hebben om te reageren op reacties in het blog.</li> <li>• De blog moet de volgende gedeeltes bevatten: Verhaalgedeelte, reacties van bezoekers, eigen reactie achterlaten gedeelte.<br/>De blog moet vereiste invulvelden hebben. De interface toont dat deze verplicht ingevuld moeten zijn.</li> </ul> |



# BIJLAGE E - TESTPLAN

EEN INTERACTIEVE WEBSITE ONTWIKKELEN VOOR STUDIO MONÉ



Student: Yong-sing Hu

Begeleiders: Marcus Turckenburgh en Wouter Moné

Examinatoren: Alice van Duuren, Nick van 't End

Datum: 22 Maart 2015

Plaats: Haarlem

## INHOUDSOPGAVE

|                                        |   |
|----------------------------------------|---|
| 1. Inleiding .....                     | 1 |
| 2. Usability richtlijnen.....          | 2 |
| 3. Onderzoeksvraag en- deelvragen..... | 3 |
| 4. Testtaken .....                     | 4 |
| 5. Testscenario's .....                | 5 |
| 6. Overzicht.....                      | 7 |
| 7. Testvoorbereiding .....             | 9 |
| Bijlage                                |   |
| A.1 Observatie formulieren             |   |
| A.2 Vragenlijst                        |   |

## 1. INLEIDING

Dit document is geschreven om de lezer inzicht te geven over de voorbereiding van de usability test. Het document is geschreven voor de examinatoren, de gecommitteerde en overige geïnteresseerden.

In het testplan wordt beschreven wat voor voorbereidingen er gepland moeten worden en wat er allemaal nodig is voor de usability test met gebruikers.

Dit document is als volgt opgebouwd. In hoofdstuk twee wordt de onderzoeksvraag gesteld, naast de onderzoeksvraag zijn er deelvragen bedacht. In hoofdstuk drie en wordt er beschreven welke usability aspecten er gebruikt gaan worden en in hoofdstuk vier worden er variabelen bedacht die gebruikt kunnen worden voor het meten van de testtaken. Vervolgens worden in hoofdstuk vijf en zes de testtaken en testscenario's opgesteld. Tevens wordt er in hoofdstuk zes de operationalisatie opgesteld, die alle besproken onderwerpen in één schematisch overzicht weergeeft. Tot slot wordt in de laatste hoofdstuk de testvoorbereiding beschreven.

## 2. USABILITY RICHTLIJNEN

Mijn eerste stap voor de testplan was een startpunt opstellen. Hoe kan ik de gebruiksvriendelijkheid van de prototype website testen? De usability richtlijnen (Whitney Quesenbery) kunnen gebruikt worden als richtlijnen voor het testen van websites.

### Quesenbery 5E's

| Richtlijnen           | Definitie                                                                                                                |
|-----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Engaging</b>       | Tevredenheid van de gebruiker (kwalitatief)                                                                              |
| <b>Effective</b>      | Hoe volledig en nauwkeurig de taak kan worden voltooid.                                                                  |
| <b>Efficiency</b>     | Hoe snel de taak kan worden voltooid. (kwantitatief)                                                                     |
| <b>Easy-to-learn</b>  | Hoe goed de interface van de prototype website te herkennen of te leren is.                                              |
| <b>Error-tolerant</b> | Hoe goed de prototype website fouten voorkomt en de gebruiker kan helpen bij het herstellen van fouten die zich voordoen |

### Variabelen

De volgende stap was, een geschikt middel zoeken om de deelvraag te meten. Met andere woorden zou ik variabelen nodig moeten hebben om bijvoorbeeld de volgende deelvraag te meten. De variabelen spreken voor zich, met klikken wil ik kunnen aangeven hoeveel klikken een testpersoon over een bepaalde taak doet. Daarnaast wilde ik ook weten hoeveel klikken een testpersoon over een bepaalde testtaak zou doen.

| Variabelen | Omschrijving                                                   |
|------------|----------------------------------------------------------------|
| Klikken    | Het aantal muisklikken dat nodig is om een taak uit te voeren. |
| Seconden   | De tijd die nodig is om een taak uit te voeren.                |
| Mening     | Tevredenheid                                                   |

### 3. ONDERZOEKSVRAAG EN- DEELVRAGEN

#### **Hoofdvraag**

In hoeverre voldoet de prototype website Studio Moné aan gebruiksvriendelijkheid op basis van de usability principes van Quesenbery 5E's?

**Deelvraag:** Hoe is het voor de gebruiker om door de website te navigeren?

**Deelvraag:** Hoe ervaart de gebruiker het gebruik van functionaliteiten op de website? (Blog en contactformulier)

**Deelvraag:** Hoe ervaart de gebruiker het ontwerp van de website?

**Deelvraag:** In hoeverre wordt de gebruiker geïnformeerd over het bedrijf en de diensten?

## 4. TESTTAKEN

De testtaken zijn zo opgesteld dat ze kerntaken omvatten, die een gebruiker uit zal moeten voeren op de prototype website. Ik heb voor de volgende testtaken gekozen. De vragenlijst kunt u vinden aan het einde bij bijlage A.1 Vragenlijst.

**Deelvraag:** Hoe is het voor de gebruiker om door de website te navigeren?

1. Zoek informatie op over de dienst websites zonder de zoekfunctie te gebruiken.
2. Zoek op de site een project op waar het bedrijf aan heeft gewerkt.
3. Zoek informatie op over de dienst fotografie met behulp van de zoekfunctie.

**Deelvraag:** Hoe ervaart de gebruiker het gebruik van functionaliteiten op de website? (Blog en contactformulier)

4. Laat een reactie achter op een verhaal in de blog pagina.
5. Reageer op een reactie in de blog pagina.
6. Stuur een test bericht op via de contactformulier.

**Deelvraag:** Hoe ervaart de gebruiker het ontwerp van de website?

Vragenlijst

Deelvraag: Hoe goed wordt de gebruiker geïnformeerd over het bedrijf en de diensten?

Vragenlijst

## 5. TESTSCENARIO'S

Daarna heb ik testscenario's beschreven. Door de testtaken uit te schrijven, weet ik welke handelingen testpersonen zullen uitvoeren, waardoor ik ze uiteindelijk beter zal kunnen begeleiden tijdens het uitvoeren van een taak.

### 1. Zoek informatie op over de dienst websites zonder de zoekfunctie te gebruiken.

#### Scenario 1.1

- Ga naar [www.icreativ.nl/studiomone.nl](http://www.icreativ.nl/studiomone.nl)
- Gebruik het menu om te navigeren naar diensten (er verschijnt een submenu)
- Klik op de submenu websites
- Zoek de informatie op de pagina

#### Scenario 1.2

- Ga naar [www.icreativ.nl/studiomone.nl](http://www.icreativ.nl/studiomone.nl)
- Op de startpagina kunt u onderaan informatie teksten zien over de verschillende diensten. Daar staan hyperlinks zoals "Lees meer"
- Druk op de link die onder websites staat
- Zoek de informatie op de pagina

#### Scenario 1.3

- Ga naar [www.icreativ.nl/studiomone.nl](http://www.icreativ.nl/studiomone.nl)
- Op de startpagina kunt u via de interactieve slider klikken op tekst linken
- Druk op de link "websites"
- Zoek de informatie op de pagina

### 2. Zoek op de site een project op waar het bedrijf aan heeft gewerkt.

- Ga naar [www.icreativ.nl/studiomone.nl](http://www.icreativ.nl/studiomone.nl)
- Gebruik het menu om te navigeren naar "Portfolio"
- Klik op één van de sorteer linkjes
- Zoek de informatie op de pagina

### **3. Zoek informatie op over de dienst fotografie met behulp van de zoekfunctie.**

- Ga naar [www.icreativ.nl/studiomone.nl](http://www.icreativ.nl/studiomone.nl)
- Klik op het zoek icoontje naast het hoofdmenu
- Typ een beschrijving van een woord in ("fotografie")
- Druk enter of op het icoontje
- Op de zoekresultaten pagina klik op de link fotografie
- Zoek de informatie op de pagina
- Navigeer naar de pagina Laatste Nieuws en reageer op een verhaal/post.

### **4. Laat een reactie achter op een verhaal in de blog pagina.**

- Ga naar [www.icreativ.nl/studiomone.nl](http://www.icreativ.nl/studiomone.nl)
- Klik op "Blog" in het hoofdmenu
- Klik op één van de verhalen die hier op de pagina staan
- Vul de gemarkeerde invulvelden in
- Vul een reactie in
- Druk op de knop "Reactie plaatsen"

### **5. Reageer op een reactie in de blog pagina.**

- Ga naar [www.icreativ.nl/studiomone.nl](http://www.icreativ.nl/studiomone.nl)
- Klik op "Blog" in het hoofdmenu
- Klik op één van de verhalen die hier op de pagina staan
- Kies een reactie en klik op beantwoorden
- Vul de gemarkeerde invulvelden in
- Vul een reactie in
- Druk op de knop "Reactie plaatsen"

### **6. Stuur een test bericht op via de contactformulier.**

- Ga naar [www.icreativ.nl/studiomone.nl](http://www.icreativ.nl/studiomone.nl)
- Klik op "Contact" in het hoofdmenu
- Vul de gemarkeerde invulvelden in
- Vul de beveiligingsvraag in
- Druk op de knop "Verzenden"



## 6. OVERZICHT

| Onderzoeksvraag: In hoeverre voldoet de prototype website Studio Moné aan gebruiksvriendelijkheid op basis van de usability richtlijnen van Quesenbery? |                                                                                                                                                                                                       |                   |                          |                                       |                             |                                                                                                                                                                |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|--------------------------|---------------------------------------|-----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Deelvraag                                                                                                                                               | Meetvraag                                                                                                                                                                                             | Variabel          | Bereik                   | Usability richtlijn                   | Meetmoment                  | Testtaak                                                                                                                                                       |
| <b>Hoe is het voor de gebruiker om door de website te navigeren?</b>                                                                                    | Binnen hoeveel muisklikken kan de gebruiker de informatie vinden die hij zoekt via het menu?<br><br>Binnen hoeveel tijd kan de gebruiker de informatie vinden die hij zoekt via het menu?             | Klikken, Seconden | 2-5 klikken, 10 - 20 sec | Effective, Efficiency, Easy to Learn  | Usability test              | 1. Zoek informatie op over de dienst websites zonder de zoekfunctie te gebruiken.<br><br>2. Zoek op de site een project op waar het bedrijf aan heeft gewerkt. |
|                                                                                                                                                         | Binnen hoeveel muisklikken kan de gebruiker de informatie vinden die hij zoekt via de zoekfunctie?<br><br>Binnen hoeveel tijd kan de gebruiker de informatie vinden die hij zoekt via de zoekfunctie? | Klikken, Seconden | 2-5 klikken, 10- 20 sec  | Effective, Efficiency, Easy to Learn  | Usability test              | 3. Zoek informatie op over de dienst fotografie met behulp van de zoekfunctie.                                                                                 |
| <b>Hoe ervaart de gebruiker het gebruik van functionaliteiten op de website?</b>                                                                        | Binnen hoeveel muisklikken moet de gebruiker maken om te kunnen reageren op een verhaal?<br><br>Binnen hoeveel seconden doet de gebruiker erover om te kunnen reageren op een verhaal?                | Klikken, Seconden | 5-10 klikken, 45- 60 sec | Error-tolerant, Effective, Efficiency | Usability test, vragenlijst | 4. Laat een reactie achter op een verhaal in de blog pagina.                                                                                                   |
|                                                                                                                                                         | Binnen hoeveel                                                                                                                                                                                        | Klikken,          | 5-10                     | Error-                                | Usability                   | 5. Reageer op een                                                                                                                                              |

|                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                             |                   |                                     |                                       |                             |                                                       |
|----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|-------------------------------------|---------------------------------------|-----------------------------|-------------------------------------------------------|
|                                                                                  | <p>muisklikken moet de gebruiker maken als hij op een eerdere reactie reageert ?</p> <p>Binnen hoeveel tijd doet de gebruiker erover als hij op een eerdere reactie reageert?</p>                                           | Seconden          | klikken, 45- 60 sec                 | tolerant, Effective, Efficiency       | test, vragenlijst           | reactie in de blog pagina.                            |
|                                                                                  | <p>Binnen hoeveel muisklikken moet de gebruiker maken als hij een bericht via de contactformulier verstuurd?</p> <p>Binnen hoeveel tijd doet de gebruiker erover als hij een bericht via de contactformulier verstuurd?</p> | Klikken, Seconden | 5-10 klikken, 45- 60 sec            | Error-tolerant, Effective, Efficiency | Usability test, vragenlijst | 6. Stuur een test bericht op via de contactformulier. |
| <b>Hoe ervaart de gebruiker het ontwerp van de website?</b>                      | Wat vind de gebruiker van het ontwerp van de website?                                                                                                                                                                       | Mening            | Slecht/ Voldoen de/ Goed/ Zeer goed | Engaging, Easy-to-learn               | Vragenlijst                 | -                                                     |
| <b>Hoe goed wordt de gebruiker geïnformeerd over het bedrijf en de diensten?</b> | Wat vind de gebruiker van de informatievoorziening op de website?                                                                                                                                                           | Mening            | Slecht/ Voldoen de/ Goed/ Zeer goed | Engaging                              | Vragenlijst                 | -                                                     |

## 7. TESTVOORBEREIDING

### Aantal testpersonen:

Het aantal testpersonen is bepalend voor resultaten in de prototype. Op de frankwatching site is het volgende geschreven:

*"Er is veel geschreven over het aantal testpersonen voor usability testing. Zo schrijft Mila Witjes dat zes proefpersonen voor de meeste websites voldoende zijn. Inge Pluijlaar schrijft in een artikel dat je nooit precies van te voren weet hoeveel gebruikers je nodig hebt om de belangrijkste problemen aan het licht te brengen en Steve Krug zegt dat drie testpersonen genoeg zijn, terwijl Jacob Nielsen het over vijf testpersonen heeft. Nielsen gaat ervan uit dat je met vijf testpersonen 75% van de problemen achterhaalt."*

Het is natuurlijk lastig om een standaard hiervoor te bedenken. Het hangt af van een aantal factoren, zoals de diversiteit van de doelgroep van het te testen product, de complexiteit van het product zelf en de complexiteit van de gebruikerstest zelf en de gebruikte methode en het tijdsbestek. Op het moment dat de doelgroepen, hun taken en doelen veel van elkaar verschillen zou ik uitgaan van minimaal 4 testpersonen met doelgroep. Meestal kun je bij het testen van 4 gebruikers de trends in problemen en obstakels herkennen. Bij vijf testpersonen per doelgroep heb je nog meer zekerheid in het vaststellen van de trends en dit is eigenlijk nog beter. Ik wil minimaal 5 personen gaan testen, dit geeft mij voldoende inzicht in of de doelstellingen zijn bereikt. Daarnaast zou een minimum aantal van vijf personen geschikt zijn voor het tijdsbestek beschikbaar in de planning.

### Omgeving:

Omgeving kiezen was ook van belang, want de omgeving van de usability test kan het gebruik van het testen beïnvloeden. Doorgaans voelt een testpersoon zich het meest comfortabel in zijn eigen woonomgeving.

- Is de omgeving aangenaam, is er genoeg licht aanwezig, is de temperatuur in de ruimte aangenaam, is de ruimte waar de testpersoon zit schoon, is de ruimte luidruchtig, etc.
- Welke ondersteuning krijgt de testpersoon. Een computer/laptop, mobiel en tablet met toegang tot internet.

De omgeving zal waarschijnlijk of op het kantoor worden, waar de testpersonen worden uitgenodigd of het zal de locatie worden waar zijn zelf werken.

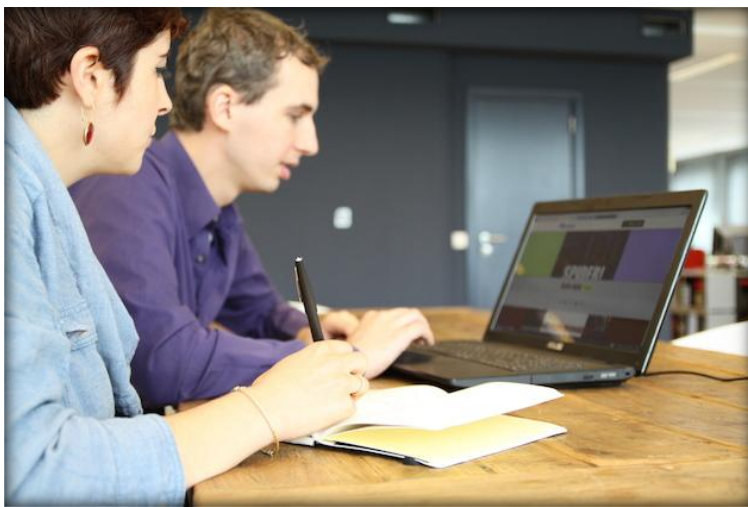
## Een datum en tijd:

Een datum is erg belangrijk voor het uitvoeren van een usability test. Is er iets mis gegaan, dan wordt er een andere datum gepland. Voor de usability test wil ik 15-25 minuten inplannen. Een usability test wil ik zo snel mogelijk en efficiënt mogelijk kunnen uitvoeren.

## Een notitieblokje / observatieformulieren:

Observatieformulieren zorgen ervoor dat je details van de testtaken noteert. Hoewel het belangrijk kan zijn dat je extra details noteert, zoals gedrag of feedback. Ik moet er dus voor zorgen dat ik tijdens de usability test aantekeningen vast leg, zodat ik achteraf niets vergeet.

## Beschrijving testopstelling



*Figuur 1: Opstelling van het testen*

De testopstelling ziet er als volgt uit. De testpersoon zit achter de desktop of laptop met een begeleider naast zich. De begeleider zal de testpersoon op zijn gemak stellen door middel van uit te leggen waarvoor de persoon wordt getest. Daarnaast zal de begeleider ook de testpersoon observeren. Door naast de persoon te zitten heb je een zo goed mogelijk zicht op de testpersoon en desktop/laptop scherm. Tijdens de test zal er gevraagd worden aan de testpersonen om de taken uit te voeren. Vanuit elke taak wordt er gevraagd wat de gedachte proces is achter het uitvoeren van een testtaak. Dit zal worden geobserveerd met behulp van de observatieformulier. Na de test zullen de testpersonen nog een vragenlijst moeten invullen.

## A.1 OBSERVATIE FORMULIEREN

Testtaak: **1. Zoek informatie op over de dienst websites zonder de zoekfunctie te gebruiken.**

Testpersoon:

| Testscenario                                                                                                                      | Klikken | Seconden | Hulp gevraagd | Opmerkingen |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|----------|---------------|-------------|
| <b>Scenario 1.1</b><br><br>Ga naar<br><a href="http://www.icreativ.nl/studiomone.nl">www.icreativ.nl/studiomone.nl</a>            |         |          |               |             |
| Gebruik het menu om te navigeren naar diensten (er verschijnt een submenu)                                                        |         |          |               |             |
| Klik op de submenu websites                                                                                                       |         |          |               |             |
| Zoek de informatie op de pagina                                                                                                   |         |          |               |             |
| <b>Scenario 1.2</b><br><br>Ga naar<br><a href="http://www.icreativ.nl/studiomone.nl">www.icreativ.nl/studiomone.nl</a>            |         |          |               |             |
| Op de startpagina kunt u onderaan informatie teksten zien over de verschillende diensten. Daar staan hyperlinks zoals "Lees meer" |         |          |               |             |
| Druk op de link die onder websites staat                                                                                          |         |          |               |             |
| Zoek de informatie op de pagina                                                                                                   |         |          |               |             |

|                                                                                                                                                           |  |  |  |  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|
| <b>Scenario 1.3</b><br><br>Ga naar<br><a href="http://www.icreativ.nl/studiomone.nl">www.icreativ.nl/studiomone.nl</a><br>Zoek de informatie op de pagina |  |  |  |  |
| Op de startpagina kunt u via de interactieve slider klikken op tekst linken                                                                               |  |  |  |  |
| Druk op de link "websites"                                                                                                                                |  |  |  |  |
| Zoek de informatie op de pagina                                                                                                                           |  |  |  |  |

| Testtaak: <b>2. Zoek op de site een project op waar het bedrijf aan heeft gewerkt.</b><br><br>Testpersoon: |         |          |               |             |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|----------|---------------|-------------|
| Testscenario                                                                                               | Klikken | Seconden | Hulp gevraagd | Opmerkingen |
| Ga naar<br><a href="http://www.icreativ.nl/studiomone.nl">www.icreativ.nl/studiomone.nl</a>                |         |          |               |             |
| Gebruik het menu om te navigeren naar "Portfolio"                                                          |         |          |               |             |
| Klik op één van de sorteer linkjes                                                                         |         |          |               |             |
| Klik op een project-item                                                                                   |         |          |               |             |

Testtaak: **3. Zoek informatie op over de dienst fotografie met behulp van de zoekfunctie.**

Testpersoon:

| Testscenario                                                                             | Klikken | Seconden | Hulp gevraagd | Opmerkingen |
|------------------------------------------------------------------------------------------|---------|----------|---------------|-------------|
| Ga naar <a href="http://www.icreativ.nl/studiomone.nl">www.icreativ.nl/studiomone.nl</a> |         |          |               |             |
| Klik op het zoek icoontje naast het hoofdmenu                                            |         |          |               |             |
| Typ een beschrijving van een woord in ("fotografie")                                     |         |          |               |             |
| Druk enter of op het icoontje                                                            |         |          |               |             |
| Op de zoekresultaten pagina klik op de link fotografie                                   |         |          |               |             |
| Zoek de informatie op de pagina                                                          |         |          |               |             |

Testtaak: **4. Laat een reactie achter op een verhaal in de blog pagina.**

Testpersoon:

| Testscenario                                                                             | Klikken | Seconden | Hulp gevraagd | Opmerkingen |
|------------------------------------------------------------------------------------------|---------|----------|---------------|-------------|
| Ga naar <a href="http://www.icreativ.nl/studiomone.nl">www.icreativ.nl/studiomone.nl</a> |         |          |               |             |
| Klik op "Laatste nieuws" in het hoofdmenu                                                |         |          |               |             |
| Klik op één van de verhalen die hier op de pagina staan                                  |         |          |               |             |
| Vul de gemarkeerde invulvelden in                                                        |         |          |               |             |
| Vul een reactie in                                                                       |         |          |               |             |
| Druk op de knop "Reactie plaatsen"                                                       |         |          |               |             |



Testtaak: **5. Reageer op een reactie in de blog pagina.**

Testpersoon:

| Testscenario                                                                                | Klikken | Seconden | Hulp<br>gevraagd | Opmerkingen |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|---------|----------|------------------|-------------|
| Ga naar<br><a href="http://www.icreativ.nl/studiomone.nl">www.icreativ.nl/studiomone.nl</a> |         |          |                  |             |
| Klik op "Laatste nieuws" in het<br>hoofdmenu                                                |         |          |                  |             |
| Klik op één van de verhalen die hier<br>op de pagina staan                                  |         |          |                  |             |
| Kies een reactie en klik op<br>beantwoorden                                                 |         |          |                  |             |
| Vul de gemarkeerde invulvelden in                                                           |         |          |                  |             |
| Vul een reactie in                                                                          |         |          |                  |             |
| Druk op de knop "Reactie plaatsen"                                                          |         |          |                  |             |

Testtaak: **6. Stuur een test bericht op via de contactformulier.**

Testpersoon:

| Testscenario                                                                             | Klikken | Seconden | Hulp gevraagd | Opmerkingen |
|------------------------------------------------------------------------------------------|---------|----------|---------------|-------------|
| Ga naar <a href="http://www.icreativ.nl/studiomone.nl">www.icreativ.nl/studiomone.nl</a> |         |          |               |             |
| Klik op "Contact" in het hoofdmenu                                                       |         |          |               |             |
| Vul de gemarkeerde invulvelden in                                                        |         |          |               |             |
| Vul de beveiligingsvraag in                                                              |         |          |               |             |
| Druk op de knop "Verzenden"                                                              |         |          |               |             |

## A.2 VRAGENLIJST

| Vragenlijst usability test                                                                                |        |       |           |      |            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|-------|-----------|------|------------|
| Testpersoon:                                                                                              |        |       |           |      |            |
| 1. Wat vindt u van het ontwerp van de website ?                                                           | Slecht | Matig | Voldoende | Goed | Uitstekend |
| 2. Hoe tevreden bent u over het kleurgebruik op de website?                                               | Slecht | Matig | Voldoende | Goed | Uitstekend |
| 3. Hoe duidelijk waren de elementen (knoppen, links etc.) op de website?                                  | Slecht | Matig | Voldoende | Goed | Uitstekend |
| 4. Hoe goed werd u geïnformeerd over het bedrijf en de diensten?                                          | Slecht | Matig | Voldoende | Goed | Uitstekend |
| 5. Hoe ervaarde u de functionaliteit op de blog pagina, waar u kon reageren en antwoorden op een verhaal? | Slecht | Matig | Voldoende | Goed | Uitstekend |
| 6. Hoe ervaarde u het gebruik van het contact formulier?                                                  | Slecht | Matig | Voldoende | Goed | Uitstekend |

# BIJLAGE F - USABILITY TESTRAPPORT

EEN INTERACTIEVE WEBSITE ONTWIKKELEN VOOR STUDIO MONÉ



Student: Yong-sing Hu

Begeleiders: Marcus Turckenburgh en Wouter Moné

Examinatoren: Alice van Duuren, Nick van 't End

Datum: 22 Maart 2015

Plaats: Haarlem

## INHOUDSOPGAVE

|                                                                             |    |
|-----------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. Inleiding .....                                                          | 1  |
| 2. Analyse van de testresultaten .....                                      | 2  |
| 2.1 Analyse van de testtaken.....                                           | 2  |
| 2.2 Analyse vragenlijst resultaten .....                                    | 11 |
| 2.3 Conclusie testresultaten .....                                          | 12 |
| 3. Verbetervoorstellen .....                                                | 14 |
| Bijlage                                                                     |    |
| A.1 Gestructureerde data per persoon                                        |    |
| A.2 Gestructureerde data per taak                                           |    |
| A.3 Gestructureerde vragenlijst en overzicht gemiddelde klikken en seconden |    |

## 1. INLEIDING

Dit document is geschreven om de lezer inzicht te geven over de testresultaten de usability testrapport. Het document is geschreven voor de examinatoren, de gecommitteerde en overige geïnteresseerden.

In de usability testrapport analyseer ik de resultaten die voortkomen uit de usability test. Deze resultaten worden aan de hand van usability principes van Quesenbery beschreven. Daarna geef ik rapportadvies over de prototype website. Hierin komen aantal punten aan bod verbeterd kunnen worden in de prototype website.

In dit document geef ik antwoord op:

- In hoeverre is de prototype website Studio Moné gebruiksvriendelijk op basis van de usability principes van Quesenbery 5E's?
- Wat kan er verbeterd worden aan prototype website?

In de hoofdstuk twee worden de resultaten uit de resultaten uit de usability test geanalyseerd. Hierin wordt een analyse uitgevoerd over de testtaken in verband met hoeveel klikken en hoeveel seconden de testpersonen erover deden. Daarnaast wordt er ook beschreven of er opmerkingen of minpunten waren over de prototype website bij die taak. Na de analyse van taken, wordt er een conclusie getrokken en deze zal beschreven worden met behulp van de usability richtlijnen van Quesenbery. In het laatste hoofdstuk worden er verbetervoorstellen op basis van de opmerkingen en feedback van de testpersonen.

## 2. ANALYSE VAN DE TESTRESULTATEN

In dit hoofdstuk analyseer ik de resultaten van de usability test uitgevoerd bij verschillende ondernemers in het netwerk van Studio Moné uitgevoerd over een periode van 2-2-15 tot 7-2-15.

### 2.1 ANALYSE VAN DE TESTTAKEN

De gegevens zijn vastgelegd door middel van observatieformulieren tijdens het testen en een vragenlijst achteraf. Vervolgens heb ik de klikken en secondes hieruit gehaald zoals hieronder beschreven, zodat ik een makkelijk overzicht heb over de verzamelde gegevens in de vorm van tabellen.

In bijlage A.1, A.2, A.3 staan de complete gestructureerde data.

#### Testtaak 1

Deelvraag: Hoe is het voor de gebruiker om door de website te navigeren?

1. Zoek informatie op over de dienstwebsites zonder de zoekfunctie te gebruiken.

Aangegeven bereik in de testplan: 2-5 klikken/10-20 seconden

| Testpersoon         | Klikken | Seconden |
|---------------------|---------|----------|
| Wouter Moné         | 1       | 3        |
| Liek Egmond         | 1       | 4        |
| Willem Lorie        | 1       | 2        |
| Marcus Turckenburgh | 3       | 10       |
| Colette Reijnierse  | 1       | 5        |
| Dennis Kaestner     | 3       | 11       |

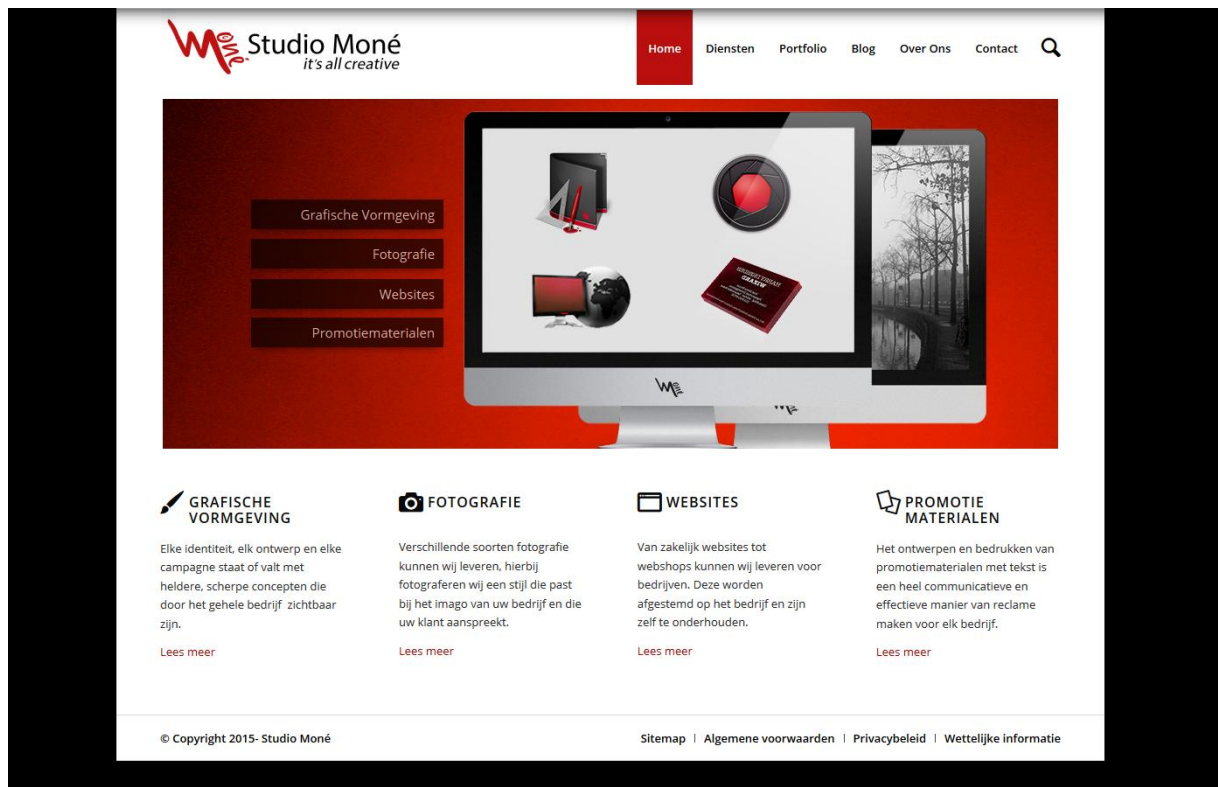
| Testtaak | Tijd (Seconden)                                 |                                                | Klikken                                |                                               |
|----------|-------------------------------------------------|------------------------------------------------|----------------------------------------|-----------------------------------------------|
|          | Gemiddelde<br>(afgerond<br>in 1/10<br>seconden) | Bereik<br>(laagst/hogst<br>aantal<br>seconden) | Gemiddelde<br>(afgerond<br>naar getal) | Bereik<br>(laagst/hogst<br>aantal<br>klikken) |
| 1        | 5.6                                             | 3-11                                           | 2                                      | 1-3                                           |

Alle testpersonen konden deze taak zonder moeite voltooien. Dit deden zij door de snelste manier van navigeren, namelijk door een hyperlink op de pagina of in de interactieve slider, die de testpersoon direct naar de pagina stuurde.

## Opmerkingen

- Niet alle bewegende elementen binnen de interactieve slider waren clickable. De afbeeldingen waren niet clickable.

In de interactieve slider op de prototype konden teksten en afbeeldingen bewegen, alleen de teksten waren clickable.



Figuur 1: Startpagina site



## Testtaak 2

Deelvraag: Hoe is het voor de gebruiker om door de website te navigeren?

2. Zoek op de site een project op waar het bedrijf aan heeft gewerkt.

Aangegeven bereik in de testplan: 2-5 klikken/10-20 seconden

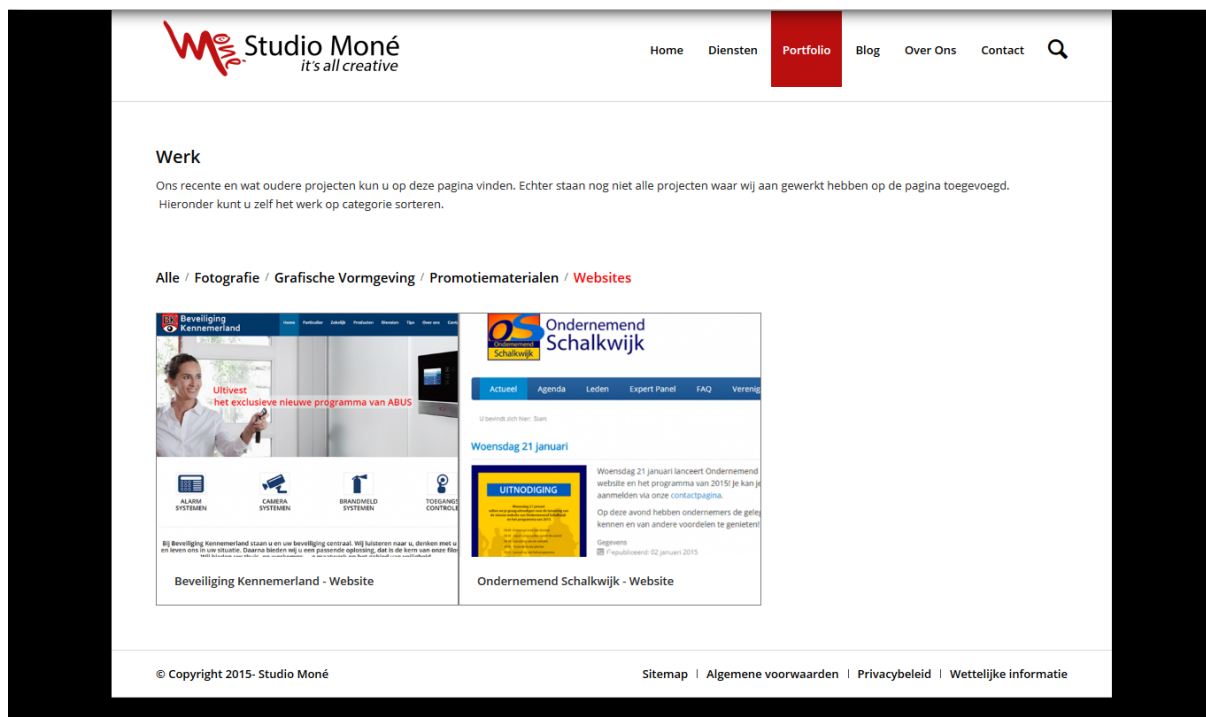
| Testpersoon         | Klikken | Seconden |
|---------------------|---------|----------|
| Wouter Moné         | 4       | 7        |
| Liek Egmond         | 3       | 11       |
| Willem Lorie        | 2       | 4        |
| Marcus Turckenburgh | 3       | 12       |
| Colette Reijnierse  | 2       | 7        |
| Dennis Kaestner     | 3       | 10       |

| Testtaak | Tijd (Seconden)                                 |                                                | Klikken                                |                                               |
|----------|-------------------------------------------------|------------------------------------------------|----------------------------------------|-----------------------------------------------|
|          | Gemiddelde<br>(afgerond<br>in 1/10<br>seconden) | Bereik<br>(laagst/hogst<br>aantal<br>seconden) | Gemiddelde<br>(afgerond<br>naar getal) | Bereik<br>(laagst/hogst<br>aantal<br>klikken) |
| 2        | 8.5                                             | 4-12                                           | 3                                      | 2-4                                           |

Testpersonen konden al snel via de navigatie menu navigeren naar de portfoliopagina. Waren ze daar eenmaal gekomen, was het duidelijk, dat ze de categorieën konden sorteren en daarna een op een item konden klikken. Boven in de tabel deden de testpersonen er gemiddeld 8.5 seconden en 3 klikken over, deze testtaak was ook geslaagd.

### Opmerkingen

- Er staan geen referenties op de startpagina over het werk van het bedrijf
- Weinig hyperlinks op pagina's te vinden.



Figuur 2: Portfolio pagina

## Testtaak 3

Deelvraag: Hoe is het voor de gebruiker om door de website te navigeren?

3. Zoek informatie op over de dienst fotografie met behulp van de zoekfunctie.

Aangegeven bereik in de testplan: 2-5 klikken/10-20 seconden

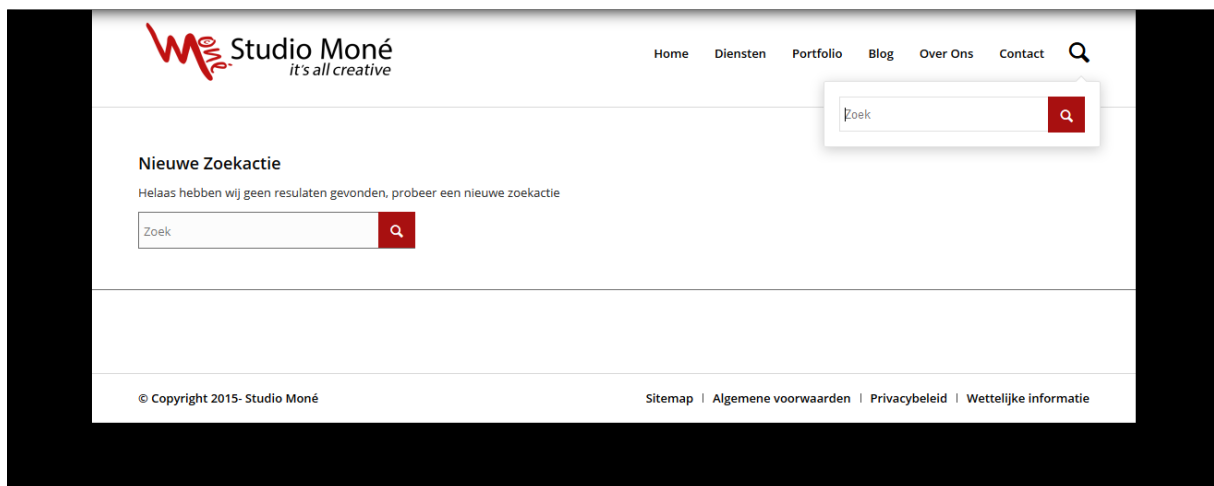
| Testpersoon         | Klikken | Seconden |
|---------------------|---------|----------|
| Wouter Moné         | 2       | 15       |
| Liek Egmond         | 10      | 25       |
| Willem Lorie        | 6       | 33       |
| Marcus Turckenburgh | 4       | 14       |
| Colette Reijnierse  | 5       | 15       |
| Dennis Kaestner     | 2       | 9        |

|          | Tijd (Seconden)                                 |                                                | Klikken                                |                                               |
|----------|-------------------------------------------------|------------------------------------------------|----------------------------------------|-----------------------------------------------|
| Testtaak | Gemiddelde<br>(afgerond<br>in 1/10<br>seconden) | Bereik<br>(laagst/hogst<br>aantal<br>seconden) | Gemiddelde<br>(afgerond<br>naar getal) | Bereik<br>(laagst/hogst<br>aantal<br>klikken) |
| 3        | 17.6                                            | 9-33                                           | 5                                      | 2-10                                          |

De testpersonen konden de taak voltooien binnen de gegeven tijd en klikken. In de bovenstaande tabel hebben de testpersonen er gemiddeld 17.6 en 5 klikken over gedaan, deze testtaak was ook geslaagd.

## Opmerkingen

- Zoekfunctie mag meer functionaliteiten aanbieden. Ook was de zoekfunctie door één testpersoon niet in één keer te zien.



Figuur 3: Zoekfunctie

## Testtaak 4

Deelvraag: Hoe ervaart de gebruiker het gebruik van functionaliteiten op de website? (Blog en contactformulier)

4. Laat een reactie achter op een verhaal in de blog pagina.

Aangegeven bereik n in de testplan: 5-10 klikken/45-60 seconden

| Testpersoon         | Klikken | Seconden |
|---------------------|---------|----------|
| Wouter Moné         | 7       | 38       |
| Liek Egmond         | 9       | 45       |
| Willem Lorie        | 8       | 49       |
| Marcus Turckenburgh | 8       | 45       |
| Colette Reijnierse  | 8       | 29       |
| Dennis Kaestner     | 9       | 32       |

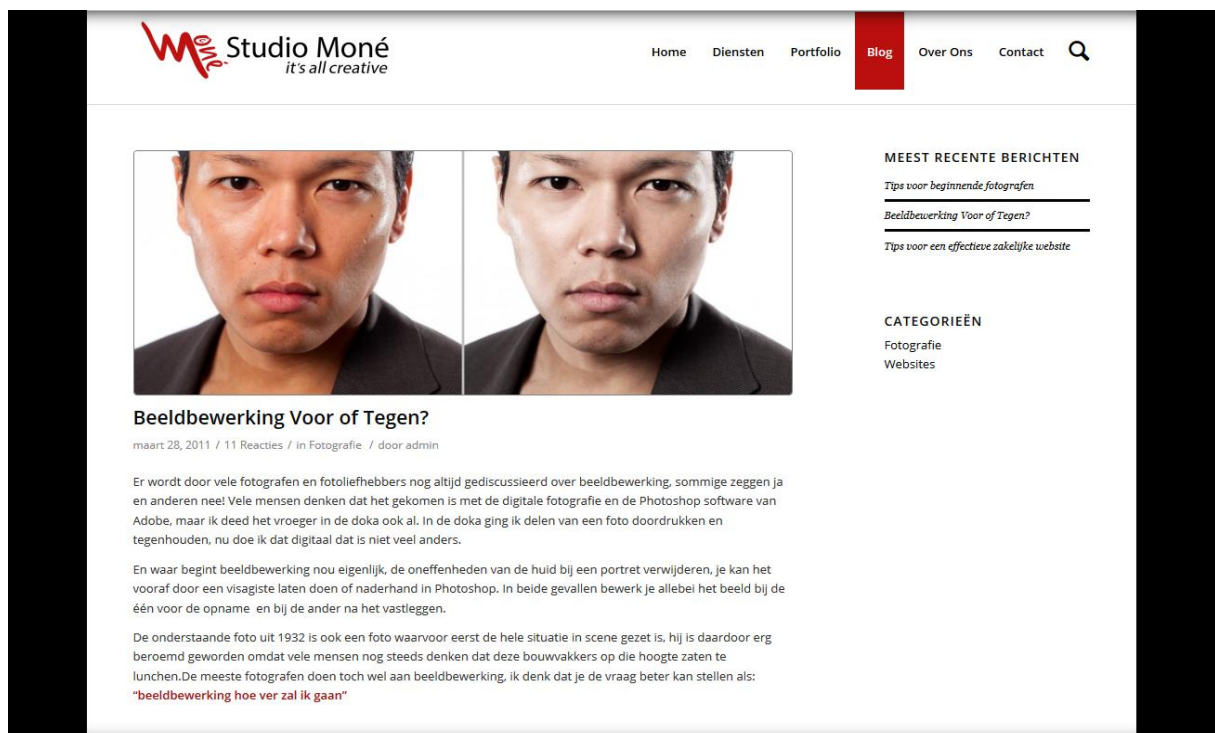
| Testtaak | Tijd (Seconden)                                 |                                                | Klikken                                |                                               |
|----------|-------------------------------------------------|------------------------------------------------|----------------------------------------|-----------------------------------------------|
|          | Gemiddelde<br>(afgerond<br>in 1/10<br>seconden) | Bereik<br>(laagst/hogst<br>aantal<br>seconden) | Gemiddelde<br>(afgerond<br>naar getal) | Bereik<br>(laagst/hogst<br>aantal<br>klikken) |
| 4        | 40.5                                            | 31-49                                          | 8                                      | 7-9                                           |

De meeste testpersonen moesten zich eerst oriënteren op de blog pagina, omdat het een lange pagina was. Als je eenmaal de pagina had genavigeerd, was het logisch voor de testpersonen wat ze konden doen op de blog pagina. In de bovenstaande tabel hebben de testpersonen er gemiddeld 40.5 seconden en 8 klikken gedaan. Testtaak 4 was ook geslaagd.

### Opmerkingen

- Volgorde van gedeeltes in de blog pagina mag anders worden geplaatst

Een testpersoon wou een andere volgorde, waar de reacties geplaatst waren zien. Waar er een reactie kan worden achtergelaten en waar er reacties zijn gegeven.



Figuur 4: Blog pagina

test  
februari 5, 2015 op 2:25 pm  
test  
Beantwoorden

Laat een reactie achter

Naam \*

E-mail \*

Site

Reactie plaatsen

Figuur 5: Reactie gedeelte

## Testtaak 5

Deelvraag: Hoe ervaart de gebruiker het gebruik van functionaliteiten op de website? (Blog en contactformulier)

5. Reageer op een reactie in de blog pagina.

Aangegeven bereik in de testplan: 5-10 klikken/45-60 seconden

| Testpersoon         | Klikken | Seconden |
|---------------------|---------|----------|
| Wouter Moné         | 7       | 40       |
| Liek Egmond         | 8       | 46       |
| Willem Lorie        | 7       | 45       |
| Marcus Turckenburgh | 7       | 33       |
| Colette Reijnierse  | 8       | 36       |
| Dennis Kaestner     | 8       | 41       |

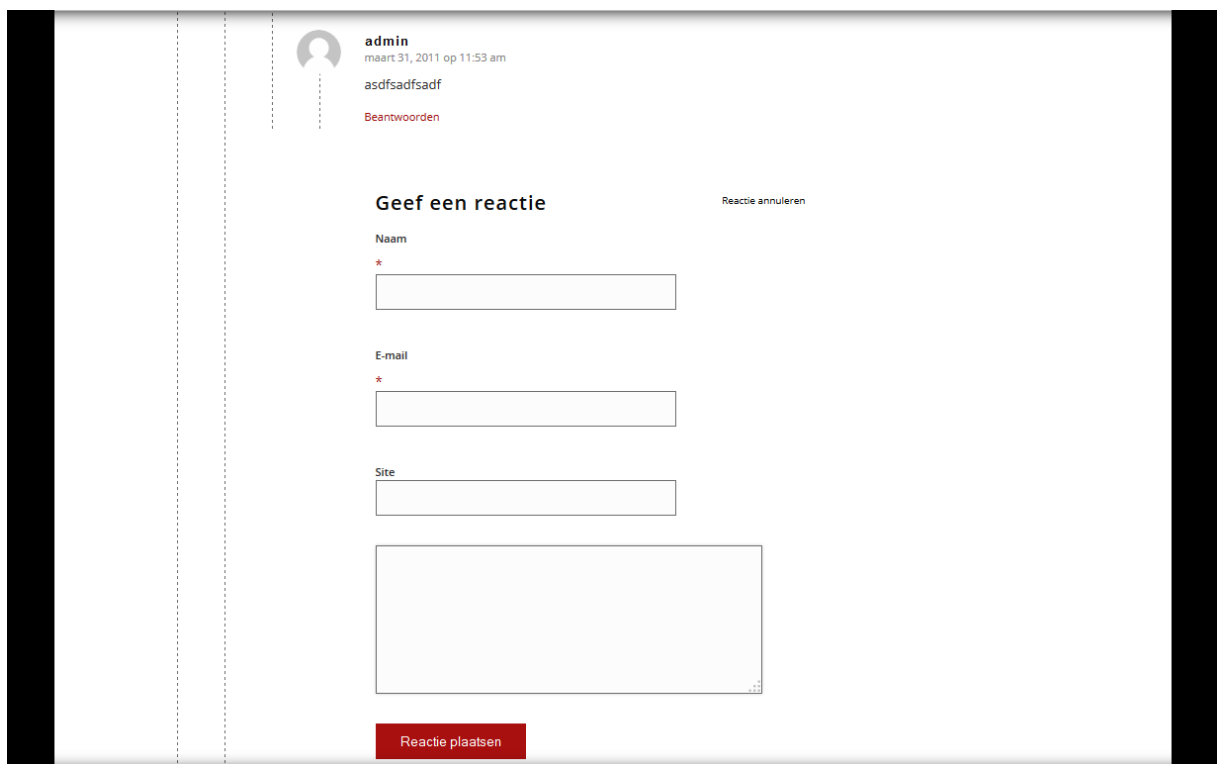
|          | Tijd<br>(Seconden)                              | Klikken                                        |                                        | Tijd<br>(Seconden)                            |
|----------|-------------------------------------------------|------------------------------------------------|----------------------------------------|-----------------------------------------------|
| Testtaak | Gemiddelde<br>(afgerond<br>in 1/10<br>seconden) | Bereik<br>(laagst/hogst<br>aantal<br>seconden) | Gemiddelde<br>(afgerond<br>naar getal) | Bereik<br>(laagst/hogst<br>aantal<br>klikken) |
| 5        | 40.1                                            | 33-46                                          | 8                                      | 7-8                                           |

Na testtaak 4 was deze taak ook duidelijk voor alle testpersonen. Hoewel testpersonen aangaven dat door veel reacties de pagina's erg langdradig werden. In de bovenstaande tabel hebben de testpersonen er gemiddeld 40.1 en 8 klikken over gedaan, waarmee deze taak ook geslaagd is.

### Opmerkingen

- Blog pagina's zijn erg lang

Doordat er veel reacties in de blog waren, werden de pagina's erg lang, waardoor de gebruiker veel moesten scrollen.

A screenshot of a web form titled 'Geef een reactie' (Give a reaction). At the top left, there is a user profile for 'admin' with a timestamp 'maart 31, 2011 op 11:53 am' and a placeholder text 'asdfsadfsadf'. Below this is a red link 'Beantwoorden'. The form itself has a title 'Geef een reactie' and a link 'Reactie annuleren' on the right. It contains three input fields: 'Naam' (Name) with a red asterisk, 'E-mail' (Email) with a red asterisk, and 'Site'. Below these is a large text area for the reaction. At the bottom is a red button labeled 'Reactie plaatsen' (Place reaction).

Figuur 6: Reactie geven op

### Testtaak 6

Deelvraag: Hoe ervaart de gebruiker het gebruik van functionaliteiten op de website? (Blog en contactformulier)

6. Stuur een test bericht op via de contactformulier.

Aangegeven bereik in de testplan: 5-10 klikken/45-60 seconden

| Testpersoon  | Klikken | Seconden |
|--------------|---------|----------|
| Wouter Moné  | 8       | 35       |
| Liek Egmond  | 8       | 43       |
| Willem Lorie | 8       | 51       |

|                     |   |    |
|---------------------|---|----|
| Marcus Turckenburgh | 9 | 31 |
| Colette Reijnierse  | 8 | 29 |
| Dennis Kaestner     | 8 | 32 |

|          | Tijd (Seconden)                                 |                                                 | Klikken                                |                                                |
|----------|-------------------------------------------------|-------------------------------------------------|----------------------------------------|------------------------------------------------|
| Testtaak | Gemiddelde<br>(afgerond<br>in 1/10<br>seconden) | Bereik<br>(laagst/hoogst<br>aantal<br>seconden) | Gemiddelde<br>(afgerond<br>naar getal) | Bereik<br>(laagst/hoogst<br>aantal<br>klikken) |
| 6        | 35.8                                            | 29-51                                           | 8                                      | 8-9                                            |

Tot slot de laatste testtaak. De testpersonen herkenden de lay-out van het contactformulier en wisten hier als snel wat ze moesten doen. Niet iedereen was een beveiligingsmethode gewend, maar vulde deze wel in. Twee testpersonen wilde deze beveiligingsmethode ook testen. In de bovenstaande tabel ziet u dat de testpersonen er gemiddeld 35.8 seconden en 8 klikken over deden. Deze laatste testtaak was ook geslaagd.

**Studio Moné**  
it's all creative

Home Diensten Portfolio Blog Over Ons **Contact**

### Contact

Heeft u vragen, of wilt u advies? Wij zijn op werkdagen van 08.00 – 17.00 uur telefonisch te bereiken op 023 303 02303.  
U kunt natuurlijk ook onze contactformulier invullen. Een van onze collega's zal dan zo spoedig mogelijk contact met u opnemen.

Studio Moné  
Telefoon: 023 303 02303  
Email: info@studiomone.nl

**\* Gaarne alle gemarkeerde velden invullen**

Naam \* E-mail \*

Kies hier uw Onderwerp: \*

Grafische Vormgeving

Bericht \*

Bewijs a.u.b. dat u een mens bent door de volgende vergelijking op te lossen. \*

7 + 0 = ?

Verzenden

Figuur 7: Contact pagina

## 2.2 ANALYSE VRAGENLIJST RESULTATEN

Deelvraag: Hoe ervaart de gebruiker het ontwerp van de website?

Deelvraag: Hoe goed wordt de gebruiker geïnformeerd over het bedrijf en de diensten?

1. Wat vindt u van het ontwerp van de website ?
2. Hoe tevreden bent u over het kleurgebruik op de website?
3. Hoe duidelijk waren de elementen (knoppen, links etc.) op de website?
4. Hoe goed werd u geïnformeerd over het bedrijf en de diensten?
5. Hoe ervaarde u de functionaliteit op de blog pagina, waar u kon reageren en antwoorden op een verhaal?
6. Hoe ervaarde u het gebruik van het contactformulier?

Hieronder in de tabel, ziet u dat de prototype website goed geeft gescoord op alle vragen.

| Resultaat / Vragen | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|--------------------|---|---|---|---|---|---|
| 1 (Slechts)        |   |   |   |   |   |   |
| 2 (Matig)          |   |   |   |   |   |   |
| 3 (Voldoende)      | 1 | 2 |   | 1 | 2 |   |
| 4 (Goed)           | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 |
| 5 (Uitstekend)     | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |



## 2.3 CONCLUSIE TESTRESULTATEN

### Engaging, Effective, Efficiency, Easy-to-learn

**Deelvraag:** *Hoe is het voor de gebruiker om door de website te navigeren?*

Uit de analyse van alle testtaken was al snel duidelijk dat de gebruiker snel informatie kon vinden in de prototype. De gemiddelde aantal klikken en seconden bij testtaken werden binnen het bereik voltooid. Interface elementen waren duidelijk en te herkennen voor de gebruiker en daardoor konden de testpersonen ook de testtaken voltooien zonder enige moeite.

### Engaging, Error-tolerant, Effective, Easy-to-learn

**Deelvraag:** *Hoe ervaart de gebruiker het gebruik van functionaliteiten op de website? (Blog en contactformulier)*

Uit de analyse van testtaken 4 en 5 en de vragenlijst bleek dat deze was geslaagd. Wel moesten twee testpersonen zich eerst oriënteren op de blog pagina. Had de testpersoon zich eenmaal georiënteerd, sprak het voor zich wat de testpersoon kon doen op de blog pagina. De andere testpersonen konden al snel de taken uitvoeren. De invulden werden allemaal ingevuld, waardoor er geen fouten werden gemaakt.

Uit de analyse van testtaak 6 werkt de functionaliteit van het contactformulier ook naar behoren. De testpersonen gaven aan dat ze het contactformulier gelijk herkenden en wisten ook direct wat ze moesten doen. Twee testpersonen wilden de verificatiemethode in testen. Ze moesten en som berekenen en als deze ook goed werd beantwoord konden ze de bericht sturen. Hier vulden de testpersonen ook netjes alle invulvelden.

### Engaging, Efficiency, Easy-to-learn

**Deelvraag:** *Hoe ervaart de gebruiker het ontwerp van de website?*

Uit resultaten bij vraag 1 tot 3 in de vragenlijst is gebleken dat de testpersonen tevreden waren met ontwerp, kleurgebruik en de interface elementen. De testpersonen gaven aan dat de prototype website overzichtelijk was, waardoor de informatie snel gevonden kon worden.

**Deelvraag:** *Hoe goed wordt de gebruiker geïnformeerd over het bedrijf en de diensten?*

Uit de resultaten bij vraag 4 in de vragenlijst bleek dat de testpersonen tevreden waren met de informatieteksten op de prototype website, ze werden goed geïnformeerd over het bedrijf en de diensten.

## Onderzoeksvraag

In hoeverre is de prototype website Studio Moné gebruiksvriendelijk op basis van de usability principes van Quesenbery 5E's?

Gebaseerd op de usability richtlijnen van Quesenbery en alle testresultaten, concludeer ik dat de prototype website gebruiksvriendelijk is.

### 3. VERBETERVOORSTELLEN

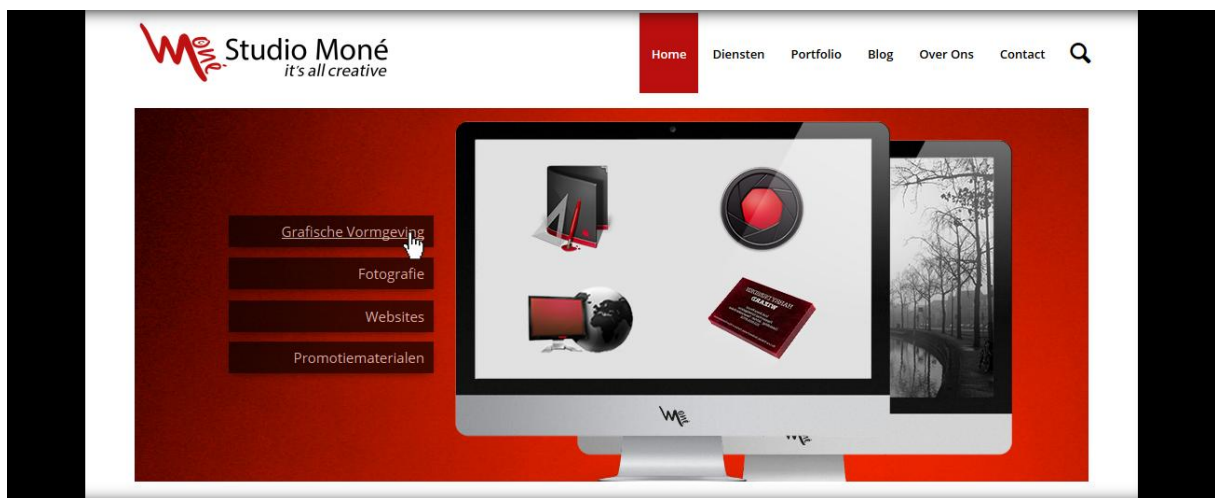
In dit hoofdstuk bedenik verbetervoorstellen met de opdrachtgever, gebaseerd op de opmerkingen en feedback.

De feedback van de testpersonen kunt u hieronder vinden.

- Niet alle bewegende elementen (teksten/afbeeldingen) binnen de interactieve slider waren, clickable.
- Er staan geen referenties op de startpagina over het werk van het bedrijf.
- Weinig hyperlinks op pagina's te vinden.
- Zoekfunctie mag meer functionaliteiten aanbieden. Ook was de zoekfunctie door één testpersoon niet in één keer te zien.
- Volgorde van gedeeltes in de blog pagina mag anders worden ingedeeld.
- Blog pagina's zijn erg lang.

#### **Niet alle bewegende elementen (teksten/afbeeldingen) binnen de interactieve slider waren, clickable.**

In de interactieve slider op de prototype konden teksten en afbeeldingen bewegen, alleen de teksten waren clickable.



*Figuur 8: Alleen de teksten waren clickable*

Hierboven in figuur 8 ziet u dat door middel van de muis cursor over een tekstlink dat de muiscursor is veranderd in een handje. Dit geeft aan dat het een link is naar een andere pagina.

### Oplossing:

Alle bewegende elementen moeten clickable zijn, want dit is ook de verwachting van de gebruiker. De opdrachtgever en ik hebben besloten om dit op te lossen door middel van codering. Er wordt een code toegevoegd aan de afbeeldingen, zodat deze wel clickable worden. We hebben hier gelet op de richtlijn Engaging en Easy to learn, we wilden dat het duidelijk was voor de gebruiker dat het een clickable element is.

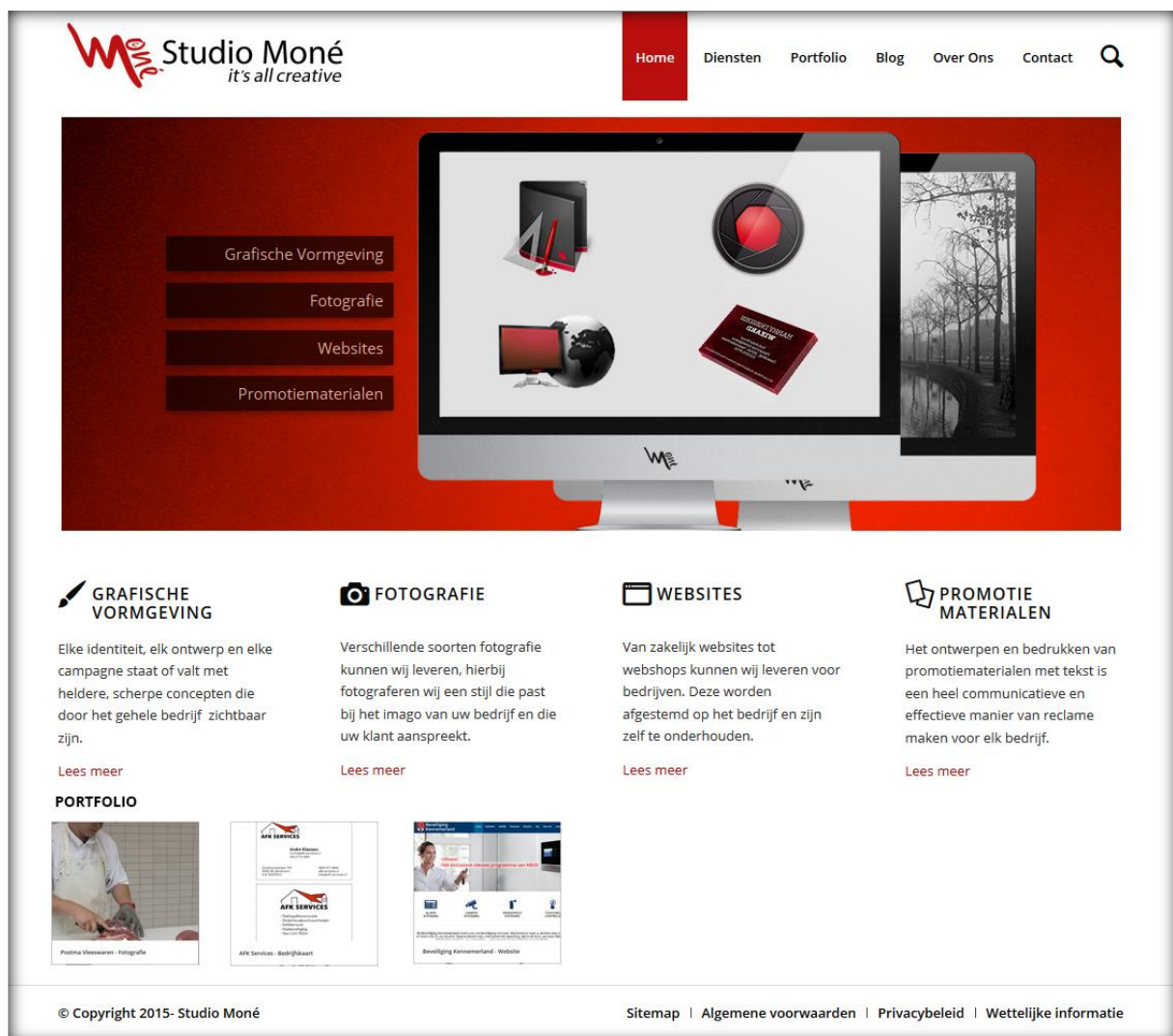


*Figuur 9: De imac beeldscherm is clickable*

## Er staan geen referenties op de startpagina over het werk van het bedrijf

Een testpersoon wou direct op de startpagina kunnen zien, wat voor werk Studio Moné voor andere bedrijven had uitgevoerd.

**Oplossing:** Door middel van de afbeelding links op startpagina te plaatsen kunnen referenties gezien worden over het werk van het bedrijf op de startpagina. Dit kan ook gedaan worden door middel van codering. Hierdoor kan de gebruiker direct de referenties zien op de website, zie figuur 10. We hebben hier gelet op de volgende richtlijnen Engaging, omdat deze oplossing de gebruiker moet aantrekken tot interactie.



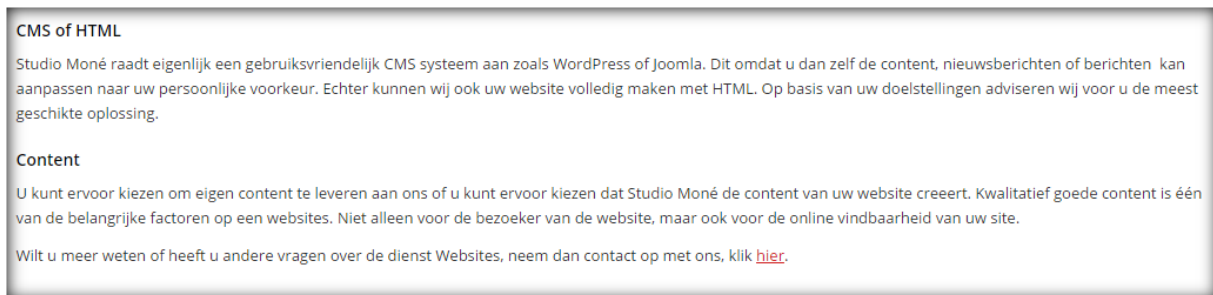
Figuur 10: Referenties over het werk op de startpagina

## Weinig hyperlinks op pagina's te vinden.

Niet op alle pagina's waren er hyperlinkjes te vinden die de gebruiker kon doorsturen naar relevante pagina's.

### Oplossing:

**Oplossing:** Meer hyperlinks plaatsen op pagina's waardoor gebruikers deze linkjes kunnen gebruiken om naar andere pagina's van de website te kunnen navigeren. Dit kan worden gedaan door middel van codering op de pagina's. Zie figuur 11. We hebben hier gelet op Easy-to-learn. We wilden dat een hyperlink hier te zien is en te herkennen is.



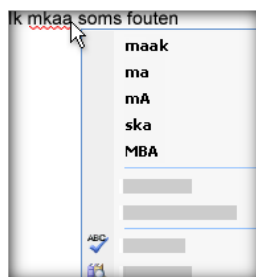
Figuur 11: Hyperlinks in de pagina's

## Zoekfunctie mag meer functionaliteiten aanbieden. Ook was de zoekfunctie door één testpersoon niet in één keer te zien.

Een testpersoon gaf aan dat de zoekfunctie bijvoorbeeld een functionaliteit spellingscontrole mag hebben. De zoekfunctie

### Oplossing:

Door middel van plugins via Wordpress meer functionaliteiten implementeren in de zoekfunctie, waardoor deze wel meer mogelijkheden aanbied. De oplossing voor de interface van de zoekfunctie hebben de opdrachtgever en ik besloten om een invulveld naast de zoekicoon te zetten, zodat gebruikers de zoekfunctie niet over het hoofd zien. Dit wordt gedaan met codering. Zie figuur 12 en 13. We hebben hier opgelet op de richtlijn Engaging en Easy-to-learn, omdat deze functionaliteit aangenaam moet zijn om te gebruiken, maar ook te herkennen moet zijn.



Figuur 12: Spellingscontrole



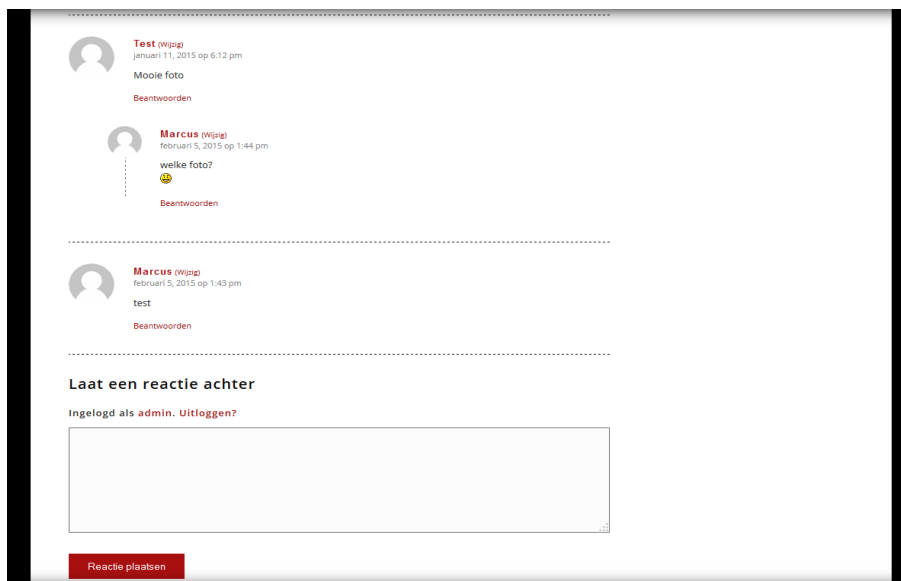
Figuur 13: Invulveld naast het zoekicoon

## Volgorde van gedeeltes in de blog pagina mag anders worden ingedeeld.

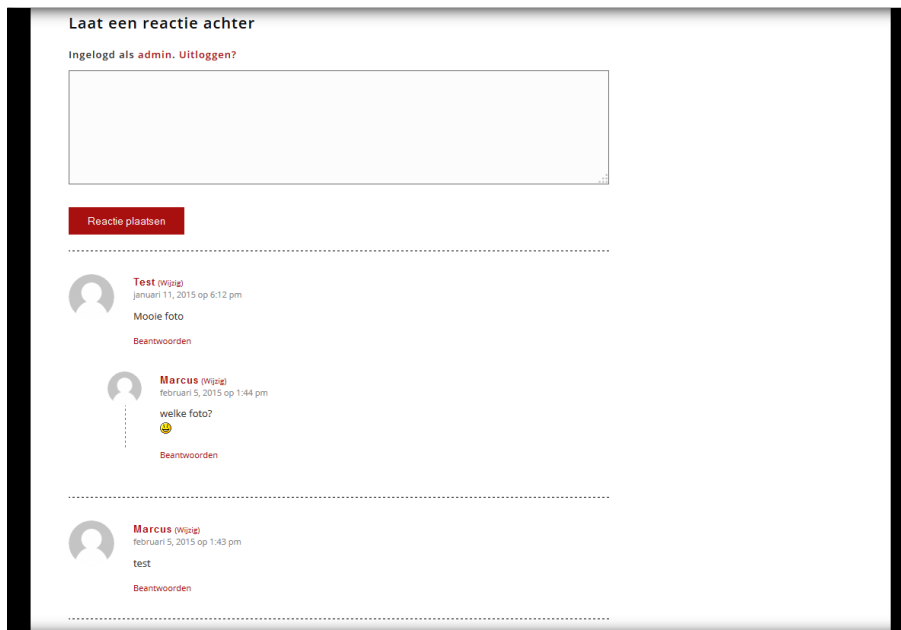
Een testpersoon wou een andere volgorde, waar de reacties geplaatst waren zien. Waar er een reactie kan worden achtergelaten en waar er reacties zijn gegeven.

### Oplossing:

**Oplossing:** De opdrachtgever en ik hebben hier besloten om eerst een gedeelte te creëren, waar je reacties kan achterlaten en daaronder kan je de gedeelte vinden waar je de reacties ziet van andere bezoekers. Dit is het tegenovergestelde van de blog indeling die in de prototype is ingedeeld. Ook kan dit door middel van codering worden opgelost. Bij deze oplossing hebben we gelet op Engaging en Easy-to-learn, omdat de interface aangenaam moet zijn voor de gebruiker, maar ook makkelijk te leren en herkennen moet zijn.



Figuur 12: Prototype site blog indeling



*Figuur 13: Andere oplossing voor de indeling*

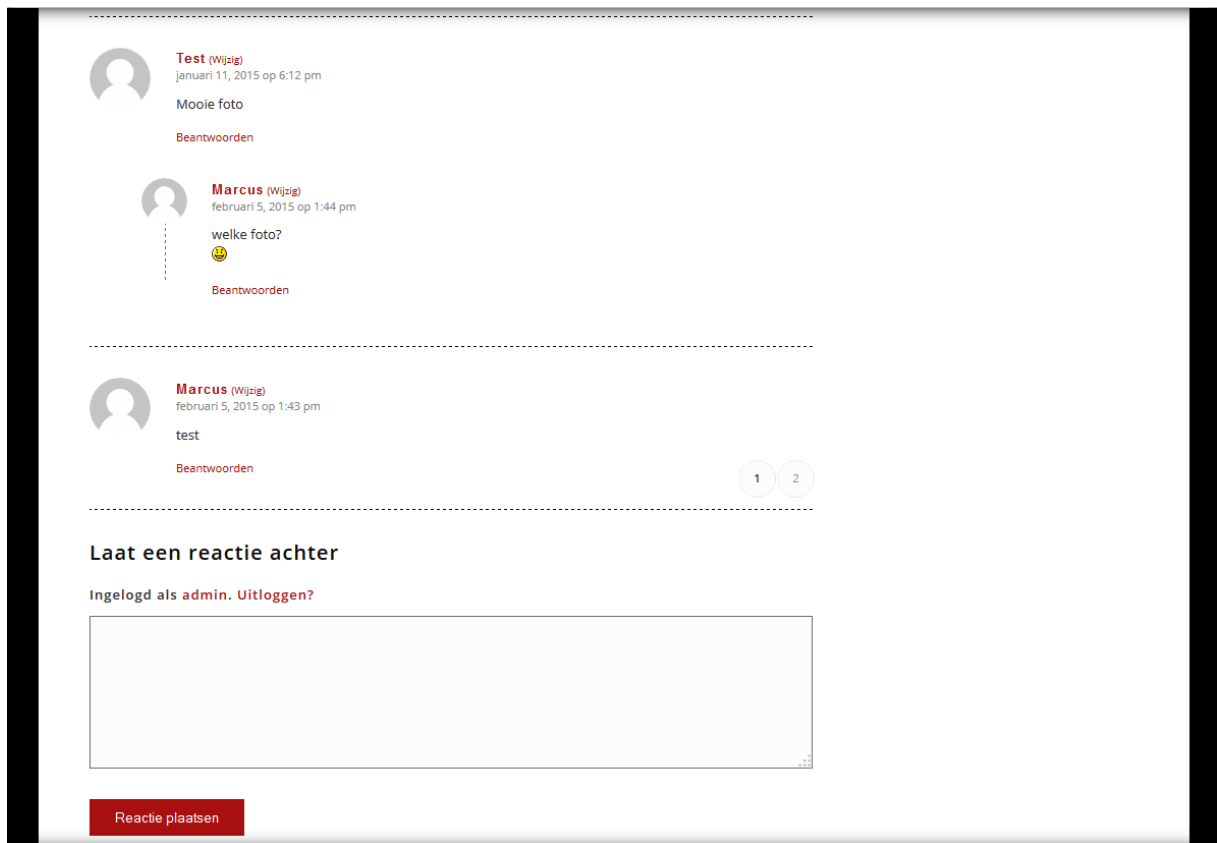
## **Blog pagina's zijn erg lang**

Pagina's in de blog waren erg lang, doordat er veel reacties in de blog pagina stonden waardoor de gebruiker veel moesten scrollen.

### **Oplossing:**

Door middel van paginanummering toe te voegen in de blog, wordt de pagina verkort. Dit wordt ook door middel van codering gedaan. Ook bij deze oplossing hebben we gelet op Engaging en Easy-to-learn, omdat de interface aangenaam moet zijn voor de gebruiker, maar ook makkelijk te leren en herkennen moet zijn.





Figuur: 14: Pagina nummering in de blog pagina

# A.1 GESTRUCTUREERDE DATA PER PERSOON

## Wouter Moné

| Testtaak | Klikken | Seconden |
|----------|---------|----------|
| 1        | 1       | 3        |
| 2        | 4       | 7        |
| 3        | 2       | 15       |
| 4        | 7       | 38       |
| 5        | 7       | 40       |
| 6        | 8       | 35       |

## Liek Egmond

| Testtaak | Klikken | Seconden |
|----------|---------|----------|
| 1        | 1       | 4        |
| 2        | 3       | 11       |
| 3        | 10      | 25       |
| 4        | 9       | 45       |
| 5        | 8       | 46       |
| 6        | 8       | 43       |

## Willem Lorie

| Testtaak | Klikken | Seconden |
|----------|---------|----------|
| 1        | 1       | 2        |
| 2        | 2       | 4        |
| 3        | 6       | 33       |
| 4        | 8       | 49       |
| 5        | 7       | 45       |
| 6        | 8       | 51       |

## Marcus Turckenburgh

| Testtaak | Klikken | Seconden |
|----------|---------|----------|
| 1        | 3       | 10       |
| 2        | 3       | 12       |
| 3        | 4       | 14       |
| 4        | 8       | 45       |
| 5        | 7       | 33       |
| 6        | 9       | 31       |

## Colette Reijnierse

| Testtaak | Klikken | Seconden |
|----------|---------|----------|
| 1        | 1       | 5        |
| 2        | 2       | 7        |
| 3        | 5       | 15       |
| 4        | 7       | 31       |
| 5        | 8       | 36       |
| 6        | 8       | 29       |

## Dennis Kaestner

| Testtaak | Klikken | Seconden |
|----------|---------|----------|
| 1        | 3       | 11       |
| 2        | 3       | 10       |
| 3        | 2       | 9        |
| 4        | 7       | 35       |
| 5        | 8       | 41       |
| 6        | 8       | 32       |

## A.2 GESTRUCTUREERDE DATA PER TESTTAAK

### Testtaak 1

| Testpersoon         | Klikken | Seconden |
|---------------------|---------|----------|
| Wouter Moné         | 1       | 3        |
| Liek Egmond         | 1       | 4        |
| Willem Lorie        | 1       | 2        |
| Marcus Turckenburgh | 3       | 10       |
| Colette Reijnierse  | 1       | 5        |
| Dennis Kaestner     | 3       | 11       |

|          | Tijd (seconden)                                 |                                   |                                                 | Klikken                                |                                   |                                                |
|----------|-------------------------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------------------|----------------------------------------|-----------------------------------|------------------------------------------------|
| Testtaak | Gemiddelde<br>(afgerond<br>in 1/10<br>seconden) | Mediaan<br>(2 midden<br>getallen) | Bereik<br>(laagst/hoogst<br>aantal<br>seconden) | Gemiddelde<br>(afgerond<br>naar getal) | Mediaan (2<br>midden<br>getallen) | Bereik<br>(laagst/hoogst<br>aantal<br>klikken) |
| 1        | 5.6                                             | 3-5                               | 3-11                                            | 2                                      | 1-1                               | 1-3                                            |

### Testtaak 2

| Testpersoon         | Klikken | Seconden |
|---------------------|---------|----------|
| Wouter Moné         | 4       | 7        |
| Liek Egmond         | 3       | 11       |
| Willem Lorie        | 2       | 4        |
| Marcus Turckenburgh | 3       | 12       |
| Colette Reijnierse  | 2       | 7        |
| Dennis Kaestner     | 3       | 10       |

|          | Tijd (seconden)                                 |                                   |                                                 | Klikken                                |                                   |                                                |
|----------|-------------------------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------------------|----------------------------------------|-----------------------------------|------------------------------------------------|
| Testtaak | Gemiddelde<br>(afgerond<br>in 1/10<br>seconden) | Mediaan<br>(2 midden<br>getallen) | Bereik<br>(laagst/hoogst<br>aantal<br>seconden) | Gemiddelde<br>(afgerond<br>naar getal) | Mediaan (2<br>midden<br>getallen) | Bereik<br>(laagst/hoogst<br>aantal<br>klikken) |
| 2        | 8.5                                             | 7-10                              | 4-12                                            | 3                                      | 3-3                               | 2-4                                            |

### Testaak 3

| Testpersoon         | Klikken | Seconden |
|---------------------|---------|----------|
| Wouter Moné         | 2       | 15       |
| Liek Egmond         | 10      | 25       |
| Willem Lorie        | 6       | 33       |
| Marcus Turckenburgh | 4       | 14       |
| Colette Reijnierse  | 5       | 15       |
| Dennis Kaestner     | 2       | 9        |

|          | Tijd (seconden)                                 |                                   |                                                | Klikken                                |                                   |                                               |
|----------|-------------------------------------------------|-----------------------------------|------------------------------------------------|----------------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------------------|
| Testtaak | Gemiddelde<br>(afgerond<br>in 1/10<br>seconden) | Mediaan<br>(2 midden<br>getallen) | Bereik<br>(laagst/hogst<br>aantal<br>seconden) | Gemiddelde<br>(afgerond<br>naar getal) | Mediaan (2<br>midden<br>getallen) | Bereik<br>(laagst/hogst<br>aantal<br>klikken) |
| 3        | 17.6                                            | 12-15                             | 9-33                                           | 5                                      | 3-5                               | 2-10                                          |

### Testaak 4

| Testpersoon         | Klikken | Seconden |
|---------------------|---------|----------|
| Wouter Moné         | 7       | 38       |
| Liek Egmond         | 9       | 45       |
| Willem Lorie        | 8       | 49       |
| Marcus Turckenburgh | 8       | 45       |
| Colette Reijnierse  | 8       | 29       |
| Dennis Kaestner     | 9       | 32       |

|          | Tijd (seconden)                                 |                                   |                                                | Klikken                                |                                   |                                               |
|----------|-------------------------------------------------|-----------------------------------|------------------------------------------------|----------------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------------------|
| Testtaak | Gemiddelde<br>(afgerond<br>in 1/10<br>seconden) | Mediaan<br>(2 midden<br>getallen) | Bereik<br>(laagst/hogst<br>aantal<br>seconden) | Gemiddelde<br>(afgerond<br>naar getal) | Mediaan (2<br>midden<br>getallen) | Bereik<br>(laagst/hogst<br>aantal<br>klikken) |
| 4        | 40.5                                            | 38-45                             | 31-49                                          | 8                                      | 7-8                               | 7-9                                           |

## Testaak 5

| Testpersoon         | Klikken | Seconden |
|---------------------|---------|----------|
| Wouter Moné         | 7       | 40       |
| Liek Egmond         | 8       | 46       |
| Willem Lorie        | 7       | 45       |
| Marcus Turckenburgh | 7       | 33       |
| Colette Reijnierse  | 8       | 36       |
| Dennis Kaestner     | 8       | 41       |

|          | Tijd (seconden)                                 |                                   |                                                | Klikken                                |                                   |                                               |
|----------|-------------------------------------------------|-----------------------------------|------------------------------------------------|----------------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------------------|
| Testtaak | Gemiddelde<br>(afgerond<br>in 1/10<br>seconden) | Mediaan<br>(2 midden<br>getallen) | Bereik<br>(laagst/hogst<br>aantal<br>seconden) | Gemiddelde<br>(afgerond<br>naar getal) | Mediaan (2<br>midden<br>getallen) | Bereik<br>(laagst/hogst<br>aantal<br>klikken) |
| 5        | 40.1                                            | 40-41                             | 33-46                                          | 8                                      | 7-8                               | 7-8                                           |

## Testaak 6

| Testpersoon         | Klikken | Seconden |
|---------------------|---------|----------|
| Wouter Moné         | 8       | 35       |
| Liek Egmond         | 8       | 43       |
| Willem Lorie        | 8       | 51       |
| Marcus Turckenburgh | 9       | 31       |
| Colette Reijnierse  | 8       | 29       |
| Dennis Kaestner     | 8       | 32       |

|          | Tijd (seconden)                                 |                                   |                                                | Klikken                                |                                   |                                               |
|----------|-------------------------------------------------|-----------------------------------|------------------------------------------------|----------------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------------------|
| Testtaak | Gemiddelde<br>(afgerond<br>in 1/10<br>seconden) | Mediaan<br>(2 midden<br>getallen) | Bereik<br>(laagst/hogst<br>aantal<br>seconden) | Gemiddelde<br>(afgerond<br>naar getal) | Mediaan (2<br>midden<br>getallen) | Bereik<br>(laagst/hogst<br>aantal<br>klikken) |
| 6        | 35.8                                            | 32-35                             | 29-51                                          | 8                                      | 8-8                               | 8-9                                           |

## A.3 GESTRUCTUREERDE VRAGENLIJST EN GEMIDDELE KLIKKEN EN SECONDEN

### Vragenlijst

| Resultaat / Vragen | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|--------------------|---|---|---|---|---|---|
| 1 (Slechts)        |   |   |   |   |   |   |
| 2 (Matig)          |   |   |   |   |   |   |
| 3 (Voldoende)      | 1 | 2 |   | 1 | 2 |   |
| 4 (Goed)           | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 |
| 5 (Uitstekend)     | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |

### Resultaten gemiddelde klikken en seconden per testtaak

| Testtaak | Seconden                                        |                                                | Klikken                                |                                               |
|----------|-------------------------------------------------|------------------------------------------------|----------------------------------------|-----------------------------------------------|
|          | Gemiddelde<br>(afgerond<br>in 1/10<br>seconden) | Bereik<br>(laagst/hogst<br>aantal<br>seconden) | Gemiddelde<br>(afgerond<br>naar getal) | Bereik<br>(laagst/hogst<br>aantal<br>klikken) |
| 1        | 5.6                                             | 3-11                                           | 2                                      | 1-3                                           |
| 2        | 8.5                                             | 4-12                                           | 3                                      | 2-4                                           |
| 3        | 17.6                                            | 9-33                                           | 5                                      | 2-10                                          |
| 4        | 40.5                                            | 31-49                                          | 8                                      | 7-9                                           |
| 5        | 40.1                                            | 33-46                                          | 8                                      | 7-8                                           |
| 6        | 35.8                                            | 29-51                                          | 8                                      | 8-9                                           |

# PLAN VAN AANPAK

EEN INTERACTIEVE WEBSITE ONTWIKKELEN VOOR STUDIO MONÉ



Student: Yong-sing Hu

Begeleiders: Marcus Turckenburgh en Wouter Moné

Examinatoren: Alice van Duuren, Nick van 't End

Datum: 26 November 2014

Plaats: Haarlem



## INHOUDSOPGAVE

|                                |   |
|--------------------------------|---|
| 1. Inleiding .....             | 1 |
| 2. Bedrijfsomschrijving .....  | 2 |
| 3. Opdrachtsomschrijving ..... | 4 |
| 4. Projectorganisatie .....    | 6 |
| 5. Project inrichting .....    | 8 |

## 1. INLEIDING

Dit document is geschreven om de lezer inzicht te geven over de aanpak van het afstudeerproject. Het is geschreven voor de opdrachtgever, de bedrijfsmentor, de examinatoren, de gecommitteerde en overige geïnteresseerden.

De huidige website is door de ontwikkelingen binnen Studio Moné niet meer relevant voor de huidige doelgroep. Binnen dit project wordt er een nieuw prototype website ontwikkeld. De prototype website moet niet alleen afgestemd zijn op de wensen van het bedrijf, maar ook op die van de doelgroep.

Dit document is als volgt opgebouwd. In hoofdstuk twee wordt beschreven wie het bedrijf is en wat het doet. Daarna wordt de opdracht in detail beschreven in hoofdstuk drie. In hoofdstuk vier wordt er duidelijk gemaakt, hoe er wordt gewerkt in het project en wat de risico's en gevolgen kunnen zijn. En in het laatste hoofdstuk wordt een project en-ontwerpmethode gekozen. Daarnaast worden er ook producten gekozen die bijdragen aan het project. Hieruit wordt het project ingericht en is er een globale planning gemaakt.

## 2. BEDRIJFSOMSCHRIJVING



*Figuur 1: Studio Moné*

### **Wat doet het bedrijf**

Studio Moné is een eenmansbedrijf opgericht door Wouter Moné. Hij begon na een succesvol afgeronde opleiding op de fotoacademie als programmeur op de ICT-afdeling bij “BullNederland NV” ([www.bull.nl](http://www.bull.nl)). Bij het bedrijf BullNederland is hij vijf jaar werkzaam geweest. Daarna besloot hij weer om zich met fotografie bezig te houden. Hierdoor is de huidige website [www.woutermone.nl](http://www.woutermone.nl) ontstaan.

De website bestaat al meer dan drie jaar en in die tijd heeft Wouter Moné ervaring opgedaan op andere gebieden zoals grafische vormgeving, het maken van websites en het ontwerpen en leveren van promotiematerialen. Hierdoor ontstond er een grote vraag naar een nieuwe website en verschoof de focus naar een andere doelgroep. De huidige Studio Moné website richt zich alleen op fotografie en diens doelgroep is ook gericht op fotografie. Met de nieuwe ontwikkeling binnen het bedrijf leek het meneer Moné lucratief om zich ook te richten op andere doelgroep(en).

De diensten die Studio Moné wil gaan aanbieden worden hier onder kort uitgelegd.

### **Grafische vormgeving**

Met grafische vormgeving wilt Studio Moné een visueel idee vormgeven door middel van verschillende media voor de doelgroep. Dit kan bijvoorbeeld gedaan worden in de vorm van website-design, logo-design, huisstijl, promotie materialen etc.

### **Websites**

Naast het ontwerpen van websites, wilt Studio Moné ook websites gaan ontwikkelen voor de doelgroep. Studio Moné wilt websites opmaken, bouwen en functionaliteiten implementeren. Daarnaast wilt het bedrijf ook een Content Management Systeem (CMS) aanbieden, zodat de doelgroep zelf hun eigen content op de website kunnen bewerken.

## Fotografie

Door middel van fotografie kan een individu een boodschap overbrengen, omdat een foto al meer dan een paar woorden zegt. Studio Moné wilt zich gaan richten op bedrijfsfotografie, dat ook onder te verdelen is in portret, product en omgeving fotografie. Deze foto's kunnen onder andere gebruikt worden in brochures, websites en posters. Naast het maken van foto's, kan Studio Moné deze ook professioneel bewerken.

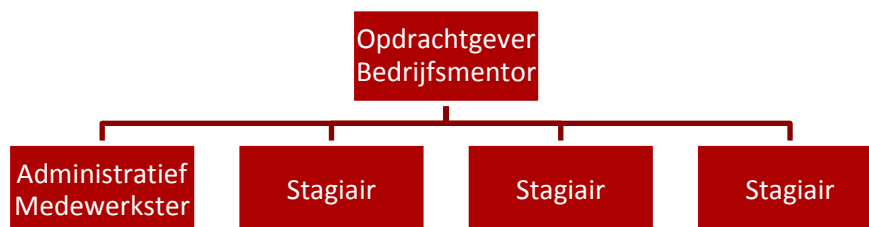
## Promotiematerialen

Tot slot verzorgt Studio Moné het ontwerpen en de drukwerk van promotiematerialen voor de doelgroep. Het gaat hier om het ontwerpen en bedrukken van brochures, affiches, verpakkingen en boekomslagen en digitale producten zoals een website. Daarnaast wilt het bedrijf bedrukken van bedrijfskleding als dienst gaan aanbieden.

## Bedrijfsmentor en opdrachtgever

Mijn bedrijfsmentor Marcus Turckenburgh, is de bedrijfsmentor. Hij heeft een paar jaar in Taiwan gewoond en kan vloeiend Engels en Mandarijn Chinees spreken. In Taiwan werkte hij bij MTI Communications. MTI Communications is een bedrijf dat communicatieve oplossingen biedt voor andere internationale bedrijven of organisaties. Hij was de Managing director en Client relations manager voor het bedrijf. Marcus zal de rol als begeleidend/aansturende bedrijfsmentor op zich nemen en zal mij helpen met de stage op inhoudelijke vlak.

De opdrachtgever (Wouter Moné) begon na een succesvol afgeronde opleiding op de fotoacademie als programmeur op de ICT-afdeling bij Bull Nederland NV ([www.bull.nl](http://www.bull.nl)). Na de ervaring bij Bull wilde hij een andere richting in slaan, namelijk fotografie. Dit was altijd zijn passie geweest. Zijn functie binnen het bedrijf ligt dan vooral bij het technische en niet-technische deel van Studio Moné. Wouter zal de rol als expert op zich nemen en zal daarbij helpen met het technische en creatieve vlak van de opdracht.



### 3. OPDRACHTSOMSCHRIJVING

In dit hoofdstuk wordt de afstudeeropdracht in detail beschreven. Er wordt een aanleiding, probleem –en doelstellingen beschreven. Tot slot wordt er een klein stukje over het resultaat beschreven.

#### **Aanleiding**

Wouter Moné heeft in de loop der jaren een eigen website ([www.woutermone.nl](http://www.woutermone.nl)) gebouwd, die zich volledig richt op fotografie. Hierop zijn foto's te zien van verschillende beelden van sociale, straat, sfeer en concertfotografie. Daarnaast heeft hij ook jaren ervaring in professionele beeldbewerking. De opdrachtgever had uiteindelijk besloten andere richtingen op te gaan met het bedrijf.

#### **Probleemstelling**

De huidige Studio Moné website ([www.woutermone.nl](http://www.woutermone.nl)) richt zich volledig op fotografie. Het bedrijf wil niet alleen fotografie aanbieden als dienst, maar ook andere diensten zoals grafische vormgeving, websites en promotiematerialen. De bezoekers die nu kennis maken met het bedrijf via de website zijn niet volledig op de hoogte van alle mogelijkheden en diensten van het bedrijf en kunnen daardoor ook een verkeerd verwachtingspatroon hebben.

#### **Doelstelling**

Na een afstudeerperiode van 17 weken wil Studio Moné het aantal leads (hiermee wordt bedoeld de bezoekers die geïnteresseerd zijn in de diensten van het bedrijf) verhogen. Dit wordt gedaan door middel van een nieuw ontwikkelde en geteste prototype website. De geteste prototype website zal op basis van Quesenbery usability richtlijnen (oftewel de 5 E's, die nader worden beschreven in het afstudeerverslag) getest worden op gebruiksvriendelijkheid. Deze usability richtlijnen zullen bepalen of de geteste prototype website daadwerkelijk gebruiksvriendelijk is. De prototype website zal Studio Moné online profileren, waarbij rekening wordt gehouden met de huidige klanten en diverse diensten van het bedrijf en nieuwe leads of klanten worden aangetrokken.

## Eisen van de opdrachtgever

De interactieve website moet:

- De bezoeker informeren over het bedrijf en de diensten.
  - De huidige website niet relevante informatie meer aanbied aan de bezoekers, is het noodzakelijk dat de prototype website dat wel doet, zodat bezoekers de juiste informatie krijgen over de diensten.
- Een blog bevatten waar bezoekers kunnen reageren op verhalen of ervaringen van het bedrijf.
  - Het bedrijf wil via een blog interactie creëren tussen de bezoekers en het bedrijf
- Een forum bevatten voor gebruikers waar er interactie ontstaat tussen gebruikers en het bedrijf.
  - Het bedrijf wil via een forum op de website interactie creëren tussen gebruikers en het bedrijf (voorbeeld: door middel van een forum, kan de gebruiker vragen kunnen stellen over de diensten)
- Een ontwerp hebben dat afgestemd moet worden op het bedrijf en de doelgroep.
  - De ontwerpkeuzes die besloten worden met de opdrachtgever en de ontwerpkeuzes die gebaseerd worden op doelgroep

## 4. PROJECTORGANISATIE

Ik heb aan het begin van het afstudeerproject een aantal regels vastgesteld om ervoor te zorgen dat het project goed verloopt. Niet alleen wil ik een afstudeerproject van kwaliteit afronden, maar wil ik ook een resultaat opleveren dat bruikbaar is voor het bedrijf. Het is daardoor van belang, dat dit project overzichtelijk is door middel van een planning. De bedrijfsmentor en opdrachtgever zullen het project toezien en bijsturen bij waar nodig is.

Verder vond ik het belangrijk, dat er om de week of om de twee weken een bijeenkomst plaats zou vinden met de bedrijfsmentor of opdrachtgever. Hier konden we eventuele problemen bespreekbaar maken of eventuele vragen beantwoorden. Wanneer er niet direct contact gelegd kon worden met de bedrijfsmentor of opdrachtgever, zou ik hen via email of telefonische gesprekken op de hoogte houden.

De werkzaamheden zullen plaatsvinden op het kantoor in Haarlem. Ik vind direct contact belangrijk. De manier van communiceren zal worden gedaan door direct vragen te stellen, zodat er ogenblikkelijk antwoord of feedback kan worden gegeven. Wat betreft de werkruimte en omgeving, bij Studio Moné was er geen sprake van afdelingen. Het pand bestaat uit één kantoor, met meerder werkruimtes. Mijn werkruimte deelde ik met de administratieve medewerkster. De bedrijfsmentor en de opdrachtgever zaten in een aparte kamer naast deze werkruimte. De communicatie tussen ons verliep op die manier zeer vlot. Als iemand vragen wilde stellen, werd dat vrijwel altijd direct met elkaar besproken. In waarin situaties ik de opdrachtgever meteen nodig had, kon hij me vrijwel direct kan helpen met een probleem.

Tot slot is het voor mij cruciaal dat de documenten waarmee ik bezig ben tijdens het project worden een back-up van gemaakt. Er kunnen gevallen zijn waar ik belangrijke data kan verliezen, bijvoorbeeld in het geval van een defecte laptop, harde schijf of het kwijtraken van een usb-stick. Ik ga werken met dropbox, dit is een online back-up programma. Tijdens het maken van documenten kunnen deze documenten direct worden bewaard via dropbox.

### Risicofactoren

Voor de voortgang vind ik het belangrijk dat de risico's duidelijk zijn voor mij, de planning kent namelijk een aantal uitgangspunten. Zodra er iets veranderd heeft dat gevolgen. Die gevolgen heb ik in beeld gebracht door middel van een overzicht. Dit overzicht laat ook de mogelijke oplossingen zien. Het overzicht te vinden op de volgende pagina.

| Risico                                                                       | Mogelijke gevolgen                                                | Te voorkomen door                                                                                               | Te herkennen aan                                                               | Schade te beperken door                                                                          |
|------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Gebrek aan expertise</b>                                                  | Kwaliteit van de applicatie is onvoldoende                        | Onverwachte complexiteit binnen een “simpele” taak; heeft al veel tijd gekost, maar dreigt niet af te komen     | Problemen, te veel tijd besteden aan een onderdeel                             | Inroepen van hulp (Begeleidend docent)                                                           |
| <b>Crashen van computer of laptop</b>                                        | Verlies van alle gegevens, het product kan niet opgeleverd worden | Regelmatig (online)back-ups maken op verschillende opslagapparatuur en/of door meerdere personen                | Blue screen BSOD, laptop/pc gaat niet meer aan, val schade enz.                | N.v.t.                                                                                           |
| <b>Verlies / overschrijven van back-up en/of belangrijke werkdocumenten.</b> | Opnieuw moeten beginnen                                           | Opletten bij het opslaan van documenten. Werken met versienummers, meerdere back-ups maken van dezelfde back-up | Afwijking in data: iets werkte eerst wel/was compleet, en plotseling niet meer | Regelmatig (online)back-ups maken op verschillende opslagapparatuur en/of door meerdere personen |
| <b>Miscommunicatie</b>                                                       | Onbruikbare documenten t.g.v. langs elkaar heen werken            | Strakke organisatie en sterke communicatie, samenvatten en terugkoppelen, duidelijk notulen                     | Chaos: verdeelde taken worden niet gemaakt, deadlines worden niet gehaald      | Hulp inschakelen, projectorganisatie herstructureren.                                            |
| <b>Tijdnood</b>                                                              | Het eindproduct kan niet opgeleverd worden                        | N.v.t.                                                                                                          | weinig/geen inzet, afwezigheid, ziekte, onvoorspelbaarheid                     | zoveel mogelijk vooruit te werken.                                                               |



## 5. PROJECT INRICHTING

Ik kies voor de watervalmethode als projectmethode. De traditionele watervalmethode houdt in dat het project wordt ingedeeld in verschillende fases. Wanneer een fase compleet is, kan er niet meer teruggegaan worden naar de vorige fase. Ik ga in mijn afstudeerproject gebruik maken van de aangepaste versie van de traditionele watervalmethode. Namelijk de Watervalmethode “Model van Royce”. Als ontwerpmethode gebruik ik Jesse James Garrett, het vijf lagen model gericht op de doelgroep. Hieronder kunt u de projectinrichting vinden:

### Het model van Royce - Analysefase

#### Jesse James Garrett - Strategy plane

- Plan van aanpak
- Vooronderzoek
  - Uitvoeren quickscan
  - Uitvoeren concurrentieanalyse
  - Uitvoeren doelgroeponderzoek

### Het model van Royce - Ontwerpfase

#### Jesse James Garrett - Scope, Structure, Skeleton, Surface plane

- Ontwerprapport
  - Scope plane
    - Opstellen functionele specificaties (eisen)
  - Structure plane
    - Bepalen informatie architectuur oftewel navigatiemenu
    - Beschrijven interactie tussen de gebruiker en het systeem
    - Opstellen schematisch overzicht van navigatiemenu
  - Skeleton plane
    - Beschrijven manier van navigeren
    - Ontwerpen wireframes ontwerpen
    - Testen papieren wireframe
  - Surface plane
    - Bepalen kleuren en typografie
    - Realiseren het grafisch ontwerp oftewel mockup

### Het model van Royce - Bouwfase

- Ontwikkelen hi-fi prototype website

### Het model van Royce - Testfase

- Opstellen testplan (voorbereiding op het testen)
- Uitvoeren usability test
- Usability testrapport (test resultaten analyseren en advies formuleren)

## Globale planning

| Week           | Activiteiten                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1, 2, 3, 4, 5  | <b>Analysefase - Strategy plane (25 dagen)</b><br><br>Plan van aanpak<br><br>Vooronderzoek: <ul style="list-style-type: none"><li>• Quicksan uitvoeren huidige website</li><li>• Doelgroep onderzoek uitvoeren</li><li>• Card sorting met de doelgroep</li><li>• Beschrijving van de doelgroep<ul style="list-style-type: none"><li>○ Segmentatie van de doelgroep</li><li>○ Interview met de doelgroep</li></ul></li><li>• Concurrentie analyse maken</li></ul>                                                                                                            |
| 6, 7           | <b>Ontwerpfase - Scope, Structure, Skeleton, Surface planes (10 dagen)</b><br><br>Ontwerprapport: <ul style="list-style-type: none"><li>• Functionele specificaties opstellen</li><li>• Informatie architectuur ordenen, Card sorting</li><li>• Interaction design bepalen</li><li>• Schematisch overzicht navigatiemenu maken</li><li>• Navigatiemenu structuur bepalen</li><li>• Navigatie manier bepalen</li><li>• Wireframes ontwerpen</li><li>• Papieren wireframes testen</li><li>• Kleuren en typografie bepalen</li><li>• Het grafisch ontwerp realiseren</li></ul> |
| 8, 9, 10       | <b>Bouwfase (15 dagen)</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Interactieve prototype website ontwikkelen<ul style="list-style-type: none"><li>○ HTML/CSS met Content Management Systeem Wordpress</li></ul></li><li>• Content voor de website met de opdrachtgever creëren (afbeeldingen teksten)</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 11, 12, 13, 14 | <b>Testfase (20 dagen )</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Testplan opstellen</li><li>• Usability testen (met gebruikers)</li><li>• Usability testrapport opstellen (advies formuleren)</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |