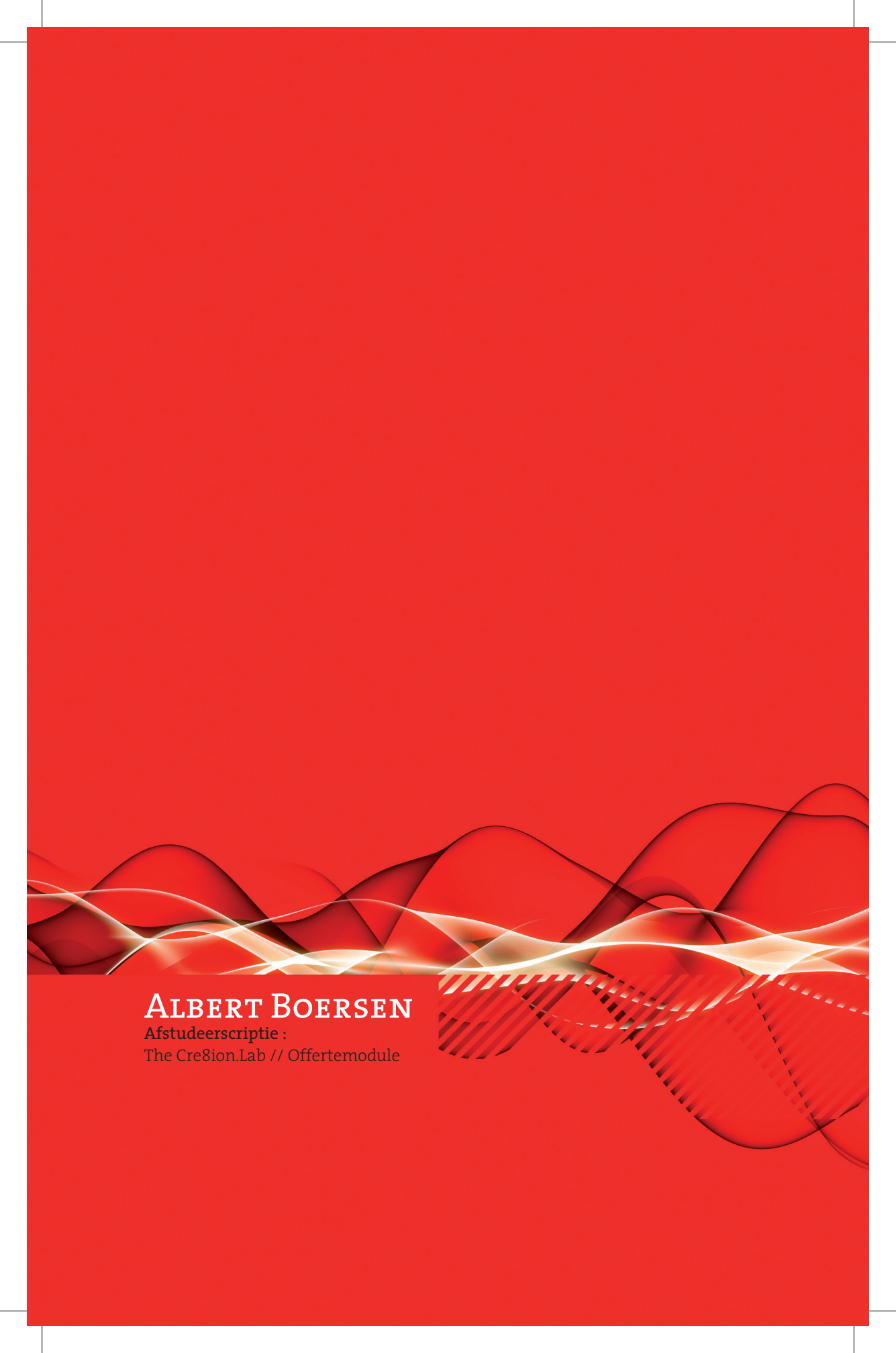


The background is a solid red color. In the lower half, there are several overlapping, wavy, translucent lines in shades of red and orange, creating a sense of movement. On the right side, there is a rectangular area with a diagonal hatched pattern in a darker red color.

ALBERT BOERSEN

Afstudeerscriptie :

The Cre8ion.Lab // Offertemodule

The Cre8ion.Lab // Offertemodule

Auteur: Albert Boersen

Periode: februari 2010 – juni 2010

Organisatie: The Cre8ion.Lab

Locatie: Schijndel

Bedrijfsbegeleider: Bas van Hout

Opleiding: ICT en Media Design

Instituut: Fontys Hogescholen ICT, te Eindhoven

Stagedocent: Jan Oonk

Tweede docent: Ben Veld

Externe deskundige: Mvr. H. Dam

Voorwoord

U staat aan het begin van deze afstudeerscriptie welke het resultaat is van mijn afstudeerperiode bij The Cre8ion.Lab. Tijdens deze periode heb ik veel geleerd, geobserveerd en onderzocht.

Tijdens het onderzoek en de ontwikkeling is er regelmatig vergaderd over de tot dan bereikte resultaten.

De titel van deze scriptie geeft in het kort weer waar mijn afstudeerscriptie over gaat, namelijk het ontwikkelen van een nieuw product voor The Cre8ion.Lab. Voorafgaand van de ontwikkeling is een onderzoek gepleegd.

Als men zoekt in het woordenboek op het woord offerte krijgt men dit resultaat: “of·fer·te de; v(m) -s, -n aanbod om iets tegen een bep. prijs te doen of te leveren”. Dit omschrijft in het kort wat een offerte inhoudt en waaraan hij primair moet voldoen.

Graag wil ik mijn dank uitbrengen aan Dhr. Pieter Wels voor het introduceren van mij aan Dhr. Bas van Hout. Hierdoor ben ik aangenomen bij The Cre8ion.Lab voor de afstudeerstage en heb ik goede ervaringen op kunnen doen in een professionele werkomgeving met fijne collega's.

Graag wil ik ook mijn collega's bedanken, deze hebben mij geholpen als ik ergens niet mee verder kwam door mee te denken, advies te geven of uitleg te geven.

Daarnaast wil ik mijn vriendin, mijn familie en mijn bandleden bedanken voor het meedenken en advies geven tijdens mijn afstudeerperiode.

Inhoudsopgave

Samenvatting	1
Summary	3
Verklarende woordenlijst	5
Figurenlijst	7
Inleiding	8
Probleemstelling	9
Doelstellingen	11
Opdrachtgever	12
The Cre8ion.Lab	12
Identiteit	12
De doelgroep	14
Positionering	15
Concurrentie en reputatie	15
Conclusie	15
Onderzoek	16
Onderzoeksmethodieken	16
Presentatie en analyse van het onderzoeksmateriaal	18
Wat maakt een offerte succesvol?	18
Enquête	20
Offertes bestuderen	21
Bestaande modules zoeken en analyseren	22
Onderzoek over de meest voorkomende fouten tijdens programmeren	28
Conclusies en aanbevelingen	29
Must Have	31
Should have	31
Could Have	32
Would have	32
Concept- en productontwikkeling	35
Flow-structuur	35
Functioneel ontwerp	37
Database structuur	38
Gemaakte keuzes tijdens ontwikkeling	40
Het prototype	42
Promotie van de offerte module	45
Mailing	46
Folder	46
Presentatie op de website	47
Procesverslaglegging	48
Trajectbeschrijving	48
Reflectie	50
Bronnen	52

Samenvatting

De offertemodule wordt een product voor The Cre8ion.Lab welke zij zelf gaan gebruiken. Daarnaast wordt de module in eerste instantie verkocht aan een zogenaamde “pilot-groep”.

De huidige werkwijze van The Cre8ion.Lab die wordt gehanteerd bij het maken van een offerte is niet effectief genoeg volgens de directie.

De afstudeeropdracht is als volgt omschreven: “Ontwikkel een offertemodule en verzorg het daar bijbehorende promotiemateriaal.”

Aan de hand van de doelstelling is er begonnen met het onderzoek. Het onderzoek is onder te verdelen in desk-research en field-research.

Naast onderzoek over de huidige werkwijze bij The Cre8ion.Lab is er ook onderzocht wat er in een offerte hoort te staan, wat er al voor systemen of modules op de markt aanwezig zijn en wat veel voorkomende programmeerfouten zijn.

De resultaten van het onderzoek zijn meegenomen in de ontwikkeling van de module.

Uit de enquête blijkt dat men liever een ander systeem heeft om offertes in te maken, als deze sneller en beter is dan het huidige systeem.

Een offerte is opgebouwd uit een aantal vaste gegevens en een aantal variabele gegevens. De vaste gegevens kunnen worden opgeslagen in de module als zijnde een template. De variabele gegevens moeten per offerte geselecteerd kunnen worden.

De beveiliging van de offertemodule moet ten alle tijden ingeschakeld zijn. Dit voorkomt eventuele beveiligingslekken in de module als de beveiliging er later ingemaakt moet worden.

Doordat uit het onderzoek een aantal gegevens duidelijk zijn geworden kan er het een en ander geconcludeerd worden.

Er kan een indeling gemaakt worden van de inhoud en mogelijkheden van de offertemodule. Dit wordt gedaan via het MoSCoW-principe (Must have, Should have, Could have, Would have) dit is een manier om de module in te delen in prioriteit per onderdeel.

De volgende gegevens vallen onder het deel “Must have”.

De module wordt een Web-based product.

De beveiliging van de module moet aanwezig zijn zodat onbevoegden geen gebruik van de module kunnen maken. De module moet een kostencalculatie kunnen genereren op basis van de prijzen die in de module zijn aangegeven. De offertes moeten op basis van een standaardlayout(template) gegenereerd worden.

Summary

The tender module is supposed to be a product which they will use for making their own tenders. Besides that will the module be sold to a so called “pilot-group”.

The current way of working for making a tender which is being handled by The Cre8ion.Lab isn't as effective as the direction wants it to be.

The goal of the assignment can be formed as followed: “Develop a tender module and make the promotion material to sell the module.”

The goal is the red line through the research. The research is divided in two kinds, field research and desk research.

The current way of working in The Cre8ion.Lab is not the only thing that has been researched. There has also been research to the contents of a tender, what kind of systems already exist and what the most common programming errors are in developing software.

The results of the research are content in the developing process of the module.

The inquiry gives as a result that the people rather use another system if that system is faster, better then the current system.

A tender's content is build from a number of fixed data and a number of variable data. The variable data can be saved in the module. This content will be known as the template of the tender. The variable data must be selectable per different tender.

The security of the module must be enabled at all times during the developing process. This will secure the module from any security leaks because the module will be widely tested during the developing process.

Based on the research there can be concluded a number of points.

A classification can be made of the content and possibilities of the tender module. This has been done by using the MoSCoW-principle (Must have, Should have, Could have, Would have).

Following items belong to the “Must have” item.

The tender module will be a Web-based product.

The module will be secured with username and password, this way no unregistered users can use the module. It must be able to generate a overview of costs on base of the prices stored in the module. The tenders must be generated with a default content (the template).

Verklarende woordenlijst

MoSCoW

Deze afkorting staat voor Must have, Should have, Could have, Would have. Het is een eenvoudige manier om een project inhoudelijk inzicht te geven binnen een bepaald tijdsaspect.

PHP

PHP is een scripttaal, die bedoeld is om op webserver dynamische webpagina's te creëren.

ASP

Active Server Pages. Een specificatie waarmee webpagina's dynamisch kunnen worden gemaakt met HTML, scripts en ActiveX-serveronderdelen die opnieuw kunnen worden gebruikt.

Sitemap

Een sitemap is een pagina waarin alle links van een webpagina staan, die normaal gesproken op belangrijkheid zijn gesorteerd.

Hosting

Het beschikbaar maken van een website voor bezoekers door een hosting provider (gastheer op internet).

CRM

CRM staat voor Customer Relationship Management. Het is een IT-aangestuurde business strategie die zich concentreert op de ontwikkeling en het onderhoud van een win-win relatie tussen de verkoper en de koper.

Webbased

Webbased is een term om een groep van computersoftware aan te duiden die via het World Wide Web of een intranet werkt. De gebruiker hoeft dus geen software op zijn/haar eigen computer te installeren, maar kan via een webbrowser direct van het programma gebruikmaken.

PDF

Het Portable Document Format, of kortweg PDF, is sinds ongeveer 1993 een de facto standaard voor de uitwisseling van elektronische documenten en formulieren die in hun oorspronkelijke vorm gereproduceerd moeten kunnen worden. PDF is een universele bestandsindeling waarmee lettertypen, afbeeldingen en lay-out van elk willekeurig brondocument behouden blijven, ongeacht het programma of het platform waarmee het document werd gemaakt, dit in tegenstelling tot bijvoorbeeld HTML.

6

Googledocs

Google Docs is een online dienst van Google. Met deze dienst kunnen opgemaakte documenten, spreadsheets en presentaties aangemaakt worden, die online worden opgeslagen. De dienst is vergelijkbaar met de betaalde programma's Word, Powerpoint en Excel van Microsoft.

CSS

Cascading Style Sheets. De moderne methode om de opmaak van een HTML document of een hele website te regelen. Een extern CSS document regelt de opmaak van meerdere documenten (webpagina's dus) in een keer.

jQuery

jQuery is een vrij JavaScript-framework voor dynamische en interactieve websites, onder andere voor het bewerken van het DOM en CSS en interactie met de webserver (ook bekend als AJAX). De ontwikkeling van jQuery is begonnen door John Resig.

HTML

HyperText Markup Language. Hecht opmaakcodes aan bepaalde tekst- of figuurelementen. Een browser interpreteert deze codes en vertaalt ze in de juiste schermopmaak. voorbeeld: `<h1><font face="CourierNew">Omeros</font></h1>`

WYSIWYG

WYSIWYG is een acroniem voor What You See Is What You Get of in het Nederlands: Je krijgt wat je ziet. De term wordt gebruikt voor computerprogramma's, en betekent dat je direct op het beeldscherm ziet hoe het resultaat op papier eruit komt te zien, inclusief alle opmaak: vet, letterafmeting, etc.

Crumblepath

Een hulpmiddel op de website voor bezoekers, waarmee de structuur van de website inzichtelijk wordt gemaakt. Met de kruimelpad wordt exact aangegeven in welke laag de bezoeker zich bevindt en hoe hij weer een niveau (of meerdere niveau's) terug kan gaan.

Figurenlijst

Figuur 1

http://www.jeansonline.nl/images/e6786489_small.jpg

Figuur 2

Voorbeeld van Azor Software.

Figuur 3

Foutmeldingen in het TenderSystem.

Figuur 4

Voorbeeld van het pakket Xait.

Figuur 5

Visualisatie Flow-structuur.

Figuur 6

Voorbeeld functioneel model

Figuur 7

Database structuur

Figuur 8

Een eerste schets van de module

Figuur 9

Visualisatie F-model.

Figuur 10 t/m 13

Verschillende screenshots van de offertemodule.

Figuur 14

Voorbeeld van de mailing

Figuur 15

Voorbeeld van de presentatie op de website

Inleiding

Mijn eerste kennismaking met The Cre8ion.Lab was bij het sollicitatiegesprek voor mijn afstudeerstage.

Via Dhr. Pieter Wels, docent Fontys Hogescholen te Eindhoven, ben ik in contact gekomen met Dhr. Bas van Hout.

Tijdens het sollicitatiegesprek bij The Cre8ion.Lab heb ik mijn portfolio laten zien aan Dhr. Bas van Hout. Hij was vooral geïnteresseerd in mijn kennisniveau van programmeren in PHP omdat The Cre8ion Lab een programmeertaal gebruikt welke ik, op dat moment, geen kennis van had. Deze programmeertaal is ASP.

Daarnaast is tijdens het sollicitatiegesprek de afstudeeropdracht globaal behandeld. Deze opdracht werd nog duidelijker na het voeren van een aantal telefoongesprekken. Nadat de doelstellingen vanuit school waren besproken, is de afstudeeropdracht concreet omschreven als: “Ontwikkel een offertemodule en verzorg het daar bijbehorende promotiemateriaal.”

Om dit te kunnen samenstellen, is eerst een onderzoek gedaan bij een aantal bedrijven om kennis op te doen wat een offerte zal moeten bevatten. Aan de hand van deze informatie zal eerst een eisenpakket worden samengesteld waaraan een dergelijke module moet voldoen.

Daarnaast zal ook een optimale routing ontwikkeld moeten worden. Dit wil zeggen: Wat is de beste manier om een offertemodule te doorlopen?

The Cre8ion.Lab heeft meerdere gebruikers die op basis van bestaande Word documenten een offerte opstellen, dus men verliest veel tijd met het knippen en plakken uit bestaande documenten.

Het doel van deze, nieuw te ontwikkelen, offertemodule is om een offerte correct, snel en overzichtelijk op te stellen en/of aan te passen voor de potentiële klant.

Volgens The Cre8ion.Lab is er geen bestaande offerte module op de markt welke, naast de toepassing voor producten, ook gebruikt kan worden voor diensten. De modules voor producten betreffen vaak een database of voorraadbeheer module.

Het is de bedoeling dat de module voor een bedrijf als The Cre8ion.Lab te gebruiken is, maar ook voor een bedrijf als een aannemer of een autodealer. Door een universele module te maken, kan dit voor allerlei bedrijven een uitkomst zijn om een offerte te kunnen opstellen.

Probleemstelling

De huidige werkwijze van The Cre8ion.Lab die wordt gehanteerd bij het maken van een offerte is niet effectief genoeg volgens de directie.

Er wordt nu gebruik gemaakt van het Microsoft Office programma Word om offertes te maken. Hierbij wordt een vorige offerte geopend en deze wordt bewerkt tot hij verstuurd kan worden naar de potentiële klant.

Omdat meerdere mensen in The Cre8ion.Lab verantwoordelijk zijn voor het maken van offertes gaan er verschillende versies rondzwerven op het bedrijfsnetwerk.

Iemand kan bijvoorbeeld de algemene voorwaarden aanpassen, omdat er nog geen reiskosten in stonden vermeld. Maar het wordt vergeten dit te melden bij de rest van de verantwoordelijken of het bestand wordt opgeslagen op een eigen laptop (welke dan bijvoorbeeld mee naar huis wordt genomen).

De anderen hebben dan een verschillende versie van de algemene voorwaarden en hebben het gedeelte van de reiskosten niet vermeld in de offerte.

Mocht er dan een offerte aangemaakt worden met de oude algemene voorwaarden voor een klant in Amsterdam, dan kan dit duur uitpakken. In de offerte staat niets over reiskosten en iedere keer dat er iemand naar de klant in Amsterdam toe moet gaan moet The Cre8ion.Lab de reiskosten betalen.

De noodzaak voor The Cre8ion.Lab is dus duidelijk aanwezig om een snel en efficiënt systeem te hebben om daar de offertes in te maken.

Om tot een goede module te komen moet er onderzocht worden wat er in een correcte offerte staat en wat daarin de terugkerende gegevens zijn. Hierbij kan gedacht worden aan een afbeelding van het bedrijfslogo in de koptekst, de gegevens van de potentiële klant en dergelijke.

Daarnaast moet er ook onderzocht worden of er op de markt behoefte is aan een offerte module, en op welke wijze de offerte module gepromoot kan worden, deze wijze moet een zakelijk karakter hebben omdat er niet wordt gericht op de privé-markt.

The Cre8ion.Lab komt ook vaker bedrijven tegen die (net zoals The Cre8ion.Lab) ook een niet efficiënte werkwijze hebben bij het maken van een offerte.

Sommige bedrijven sturen via mail een compleet bestand op waarin de berekeningen van de prijzen staan en ook aanpasbaar zijn. Dit is natuurlijk enorm fraudegevoelig. Logischerwijs wil geen enkel bedrijf dat er gefraudeerd wordt met offertes die het bedrijf heeft verzonden.

De offerte module moet een uitkomst bieden voor deze organisaties.

De module moet ook eenvoudig in gebruik zijn, zodat mensen die minder ervaring hebben met het werken met computers, of er kortom niet zo goed in zijn, er goed mee overweg kunnen.

Doelstellingen

Omdat het probleem nu helder is kan de volgende doelstelling worden gevormd. “Het ontwikkelen van een offerte module, welke eenvoudig in gebruik is en is te gebruiken voor aanbod in diensten en of producten.”

Toelichting op de doelstelling

Om het prototype te ontwikkelen moet er gebruikt worden van de programmeertaal ASP.

Dit is noodzakelijk omdat deze taal wordt ondersteund door The Cre8ion.Lab. De module moet ook een product worden voor The Cre8ion.Lab. Dat geeft als eis dat de module ook er uit moet zien als een product dat als dusdanig te verkopen is. Ook moet er voldaan worden aan bepaalde grafische eisen, net zoals bij de andere producten van The Cre8ion.Lab.

Het doel van mijn afstudeeropdracht is ten eerste een prototype opleveren aan The Cre8ion.Lab. Met dit prototype kunnen er al offertes gemaakt worden. Tijdens de ontwikkeling van het prototype worden er punten meegenomen die in de toekomst nog ontwikkeld kunnen worden maar nog niet in het prototype zitten. Deze punten worden nog verder besproken in dit verslag. De punten worden dan ook als advies gegeven en kunnen later ontwikkeld worden door The Cre8ion.Lab zelf. De offerte module dient in eerste instantie voor The Cre8ion.Lab. Zij bepalen zelf of de module verkocht gaat worden aan een klant.

Ten tweede moet er Een manier komen om dit product op een juiste manier aan te kunnen bieden aan de doelgroep. Hiervoor moet er worden bekeken wat de doelgroep is en hoe deze het beste bereikt kan worden. En op welke manier deze overtuigd kan worden van het nut van het product.

De conclusies en resultaten zijn op basis van verschillende onderzoeken. Dat betreft onder andere een enquête, desk-research, vergaderingen, briefings en brainstorm sessies.

Opdrachtgever

In dit hoofdstuk staat wie The Cre8ion.Lab is, waar The Cre8ion.Lab voor staat en hoe er te werk wordt gegaan. Dit is noodzakelijk om te weten omdat het product wel aan de missie en visie van The Cre8ion.Lab moet voldoen. Hier moet gedurende het gehele traject rekening mee worden gehouden.

The Cre8ion.Lab

Identiteit

Kernassociaties

Design studio, webdesign, marketing, new media, creatief.

Merkconcept

“Wij beschikken over kennis, ervaring en creativiteit om hoogwaardige ondersteuning te geven aan alle communicatielijnen.”

Merkvisie

De concurrentiepositie en het imago van de opdrachtgever versterken.

Merkmissie

“Onze missie is het verbeteren van alle mogelijke communicatielijnen door het ontwerpen en ontwikkelen van originele, functionele en esthetische oplossingen.”

Merkwaarden

Ambitieuw, behulpzaam, betrouwbaar, creatief, deskundig, grensverleggend, innovatief, kritisch, specialistisch, vakkundig.

13

Merkpersoonlijk

Het merk als persoon omschreven.

Een sociaal en open persoon die graag iets wil betekenen voor de huidige zakenwereld. Hij heeft veel verstand van de zaken waar hij zich mee bezig houdt. Hij is een creatief persoon, en laat dit ook merken. Zijn kleding is een blouse met daaronder een nette spijkerbroek.

Figuur 1



Merkbelofte

The Cre8ion.Lab belooft dat emotie, vakmanschap en techniek worden samengesmeed. Daardoor kan er op alle fronten contact worden gemaakt met consument, leveranciers, medewerkers en zakelijke relaties. Deze belofte kan worden nagekomen doordat The Cre8ion.Lab vakkundige mensen in huis heeft die enthousiast met een project aan de gang willen gaan.

Kernconcept

Het kernconcept van The Cre8ion.Lab is het verbeteren van de markt positie van de opdrachtgever. Daarbij hoort dan natuurlijk de visuele uitingen en de communicatie van de opdrachtgever.

Waarden

Betrokken, deskundig, ondernemend, klantvriendelijk, vooruitstrevend, open communicerend, teamplayers.

De waarden maken deel uit van een dynamische organisatie.

Deze organisatie heeft met regelmaat groepsgesprekken over het functioneren van het bedrijf. Dit is belangrijk zodat iedereen weet wat de stand van zaken zijn. Mochten er problemen zijn met het een en ander dan wordt er tijdens deze gesprekken naar een oplossing gezocht. Dit resulteert in een betere werkomgeving, welke weer betere prestaties oplevert.

De doelgroep

The Cre8ion.Lab heeft als doelgroep verschillende ondernemingen die op zoek zijn naar een nieuwe manier van communicatie. Dit kan voor de doelgroep zowel interne als externe communicatie zijn.

Met een nieuwe manier van communicatie wordt niet altijd de nieuwe media bedoeld maar ook de traditionele media (huisstijlen, flyers, posters, affiches en dergelijke).

Deze traditionele media worden nog steeds op innovatieve wijze ontworpen en uitgedacht zodat het opvalt tussen de andere traditionele media.

De ondernemingen zijn op zoek naar een oplossing voor een bepaald probleem (zoals een hogere positie in de zoekmachine “Google” of een manier om met de vrachtwagens van “Haribo” tussen de andere vrachtwagens uit te springen). Dit probleem willen ze graag opgelost hebben en de oplossing wordt door The Cre8ion.Lab aangeboden.

De grootte van de ondernemingen kunnen onderling nogal verschillen. De klanten kunnen startende eenmanszaken zijn die een webshop willen beginnen, maar ook grote telecombedrijven die regelmatig met een nieuw merk of bedrijfsnaam komen om de positie op de markt te verbeteren.

Positionering

De doelgroep van The Cre8ion.Lab is op zoek naar een nieuwe manier van communiceren. The Cre8ion.Lab kan veel betekenen voor deze doelgroep omdat het bedrijf innovatief omgaat met communicatie en alle nieuwe ontwikkelingen op dit gebied. The Cre8ion.Lab positioneert zich daarnaast als een bedrijf dat deskundigheid en kwaliteit hoog in het vaandel heeft staan. De doelgroep is hier van op de hoogte en stelt hier ook de normen op af. Daarnaast is de positionering in zoekmachines erg hoog. Dit houdt in dat het bedrijf snel gevonden is.

Concurrentie en reputatie

Op het moment zijn er veel communicatiebureaus op de markt actief. De reputatie van The Cre8ion.Lab is daarom erg belangrijk. Het bedrijf moet zorgen dat de klant tevreden is en blijft, de overstap naar een ander communicatiebureau kan snel gemaakt zijn.

Desondanks biedt The Cre8ion.Lab dusdanige nieuwe producten aan dat dit het bedrijf weer een unieke waarde in de markt geeft.

SWOT-analyse

Strengths	Weaknesses
Innovatief Vernieuwend Betrokken	Afhankelijk van aanvraag verbetering Veel concurrentie op bijvoorbeeld webdesign
Opportunities	Threats
Dynamisch Jong Groeimogelijkheden	Bedrijven die dezelfde nieuwe media gebruiken en de klanten voor zich proberen te winnen

Conclusie

The Cre8ion.Lab is een communicatiebureau dat zich richt op nieuwe media. Dit is ook op te merken in de verschillende missies en visies van het bedrijf.

Het wil meer aanbieden dan alleen een product of dienst, het wil graag helpen.

De doelgroep is vrij breed maar dat is ook logisch als je een breed aanbod van producten en diensten hebt.

Doordat The Cre8ion.Lab in nauw contact staat met de opdrachtgever ontstaat er een positieve relatie tussen hen.

Onderzoek

In dit hoofdstuk volgt een omschrijving op welke wijze er onderzoek is gedaan. Het volledige onderzoek is te vinden in de digitale bijlage.

Onderzoeksmethodieken

Field-research

Field-research is het verzamelen van gegevens, welke nog niet bestaan of bekend zijn. Deze gegevens worden verwerkt tot bruikbare informatie voor in een onderzoek.

Brainstormsessies

Gedurende de stage zijn er meerdere brainstormsessies geweest om te achterhalen wat de mogelijkheden zijn van de module. Deze sessies zijn geweest met de directie en de stage opleider. Dit wil zeggen, wat kan er allemaal met de module en wat kunnen we ermee in de toekomst.

Briefings

Omdat de opdrachtgever zijn opdracht duidelijk wil verwoorden heeft er een briefing over de opdracht plaatsgevonden. Hieruit zijn veel punten duidelijk geworden. Deze punten zullen meegenomen worden in het onderzoek.

Vergaderingen

Tijdens vergaderingen zijn er veel punten behandeld welke (soms direct) invloed hebben op de ontwikkeling van de module. Ook zijn er tijdens deze vergaderingen tussendoor presentaties gehouden van bijvoorbeeld schetsen van de module en schetsen van wat er in het systeem moet komen (database structuur).

Enquête

Om te weten te komen wat er in de module moet komen en of er interesse is in een offertemodule is er een enquête verzonden waarbij er vooral is gelet op de kwaliteit van de ge-enquêteerden.

Desk-research

Desk-research is het opsporen van bestaande gegevens en deze verwerken tot bruikbare informatie voor in een onderzoek.

Wat maakt een offerte succesvol?

Voordat een offertemodule ontwikkeld kan worden moet de ontwikkelaar weten wat een offerte succesvol maakt. Hiervoor zijn een aantal artikelen onderzocht over dit onderwerp.

Offertes bestuderen

Om een module te ontwikkelen waar een bepaald product uit moet komen, moet er eerst een juiste analyse worden gemaakt van dat product. In dit geval zou het een offerte betreffen. Maar omdat er meerdere versies in het bedrijf zijn, betreft het meerdere offertes. Om een ideale module te maken is er ook een analyse gemaakt van offertes van andere bedrijven.

Bestaande modules zoeken en analyseren

Een analyse van bestaande offertemodules is noodzakelijk om erachter te komen wat een module goed of juist slecht maakt.

Het is belangrijk om te onderzoeken wat er al voor modules op de markt aanwezig zijn. Hierbij is er goed gelet op de grootte van de modules. Daarnaast op wat voor manier de gebruiker door het systeem wordt geloodst.

Er waren een aantal Nederlandse modules, waarvan ik praktisch geen demonstratiemateriaal van heb kunnen analyseren. Wel heb ik een Engelstalig pakket gevonden waarin veel slechte punten zaten.

Tijdens de ontwikkeling is er op deze punten gelet zodat ze niet in de module kunnen komen te zitten.

De meest voorkomende fouten tijdens programmeren

Omdat de offerte module vrij gevoelige informatie gaat bevatten, moet er goed en veilig worden geprogrammeerd. Om te weten op welke punten moet worden gelet is een analyse naar de meest voorkomende programmeerfouten (of gewoon fouten tijdens het programmeren) goed op zijn plaats.

Presentatie en analyse van het onderzoeksmateriaal

In dit hoofdstuk volgen de resultaten van de onderzoeken, waarbij de onderstaande onderzoeksmethodieken worden omschreven.

Wat maakt een offerte succesvol?

Enquête

Offertes bestuderen

Bestaande modules zoeken en analyseren

Onderzoek over de meest voorkomende fouten tijdens het programmeren

Wat maakt een offerte succesvol?

Een offerte waarin een klant zijn vraag niet herkent en waar hij niets van snapt. Een ontwerp dat anders is dan de klant zich had voorgesteld. Een leverancier die bij levering op problemen stuit omdat de locatie niet klaar is. Drie voorbeelden uit de MKB-praktijk die leiden tot frustratie en onnodige kosten voor opdrachtgever en opdrachtnemer. Voorkom teleurstellingen: zorg voor duidelijkheid over doelen, uitgangspunten en condities en leg afspraken helder vast in een offerte.

Voorbeelden van wat er niet in een offerte moet staan:

- Een potentiële klant die een onduidelijke offerte ontvangt met ellenlange leveringsvoorwaarden, vindt dit risicovol en kiest dus voor een ander.
- Een trappenleverancier levert trappen voor een nieuwbouwproject. Bij levering blijkt dat de trappen gemaakt zijn volgens een verouderde tekening. Bovendien kunnen de trappen niet geplaatst worden op het afgesproken moment omdat het beton niet droog blijkt te zijn. Het gevolg: teleurstelling, tijdverlies en onnodige kosten voor opdrachtgever en opdrachtnemer. Wat voor de trappenleverancier geldt, geldt ook voor zakelijke dienstverleners. Een belangrijke oorzaak is dat offertes vaak incompleet zijn, (te) veel zaken in het midden laten en niet uitnodigen tot lezen.

Investeren in een heldere offerte loont. Een offerte is meer dan een prijsopgave. Het is het referentiedocument in het proces “van vraag tot betalen”. De offerte is het document waarin vraag en aanbod uiteindelijk bij elkaar komen en waaraan getoetst wordt in de uitvoering en de levering van de opdracht. Voorwaarde voor succes is dat de doelen van opdrachtgever en opdrachtnemer matchen. De opdrachtgever wil een oplossing voor zijn probleem realiseren tegen een goede prijs en kwaliteit. De opdrachtnemer is uit op tevreden klanten en streeft daarnaast naar een aantrekkelijke werkomgeving voor zijn medewerkers en een goede boterham.

Analyse van de faal- en succesfactoren van vorige offertes.

Om erachter te komen waarom een offerte wel of niet aangenomen wordt moet er geanalyseerd worden wat de reden daarvan is. Hierbij is het essentieel om aan de klant die de offerte heeft afgewezen te vragen waarom hij dit heeft gedaan. Op deze wijze is te achterhalen wat het succes van een bepaalde offerte is, of juist niet.

Wie brengen er nog meer offertes uit, en waarom maakt men deze keuze?

Op deze wijze is het inzichtelijk te maken wat uw directe concurrenten zijn bij de desbetreffende klant. Het kan zijn dat de klant op de bovenstaande vraag geen antwoord wil geven, maar niet geschoten is altijd mis.

Gebruik geen overdreven taal in de offerte.

Vaak is de taal in offertes erg overdreven. Er moet nadrukkelijk op gelet worden dat het probleem van de klant centraal staat in de offerte. Niet het bedrijf welke de offerte opstelt. Geef het probleem van de klant aan in de offerte en noem duidelijk de investering die de klant moet doen om de oplossing in bezit te krijgen. Geef in de offerte ook niet teveel keuzes voor de klant, hij weet dan niet meer wat hij moet kiezen.

Verkoop in de offerte

Het is het beste om in de offerte de oplossing te verkopen in plaats van de prijs. Maak de lijst van wat de klant krijgt zo lang mogelijk en zorg dat de prijs er zo klein mogelijk op staat. Een voorbeeld van een prijsweergave is bijvoorbeeld: 75 euro per gebruiker per maand.

Greep houden op de offerte

Vaak staat de volgende zin als afsluiting van de offerte: "..... en zie met belangstelling uw bericht tegemoet." Dit is te passief, het is beter om greep te houden op de offerte. Probeer nog voordat de offerte is verzonden om een vervolgspraak te maken. Communiceer met de klant hoeveel tijd hij nodig heeft om de offerte te bestuderen en zorg dan dat er persoonlijk of telefonisch contact met de klant is over de offerte. Eigen initiatief tonen is vaak een goede eigenschap.

Enquête

Om te weten te komen welke functionaliteiten de gebruikers verwachten, of op dit moment erg fijn vinden in de huidige manier van werken, heb ik een korte enquête opgesteld. Bij deze enquête is de kwaliteit van de geënquêteerden belangrijker dan de kwantiteit. Bij deze personen is vooral gelet op wat voor functie zij hebben in het bedrijf waarin zij werkzaam zijn. Een van de werkzaamheden die ze als vereiste moeten hebben is dat ze met enige regelmaat offertes moeten maken.

Om deze reden is de enquête naar een selectieve groep mensen verzonden. De enquête is door 50% van de aangesproken mensen ingevuld, welke het resultaat geeft van twintig enquêtes. De resultaten van de enquête zijn erg interessant.

Hieruit blijken onder andere de volgende uitkomsten:

Hoe snel wilt u een offerte verzenden?	< Drie werkdagen (70%)
Past u de layout van een offerte vaak aan?	Nee (90%)
Moet er een handtekening op een offerte voor akkoord?	Ja (90%)
Mag een offerte digitaal zijn (bijvoorbeeld Adobe PDF)?	Ja (100%)
Wat voor software/techniek gebruikt u voor het maken van een offerte?	Microsoft Word (60%)
Hoeveel tijd besteed u gemiddeld aan een offerte?	Gemiddeld 2 uur.
Bent u ooit wel eens iets vergeten in een offerte waarvan u later spijt heeft gekregen?	Ja (80%)
Wilt u op iedere werkplaats van uw kantoor een offerte kunnen maken?	Ja (70%)

Gezien deze feiten zijn er een aantal dingen te concluderen.

De layout van de offerte wordt haast nooit aangepast.

Dit geheel is standaard te maken in de module, zodat de gebruiker zich er ook geen zorgen over hoeft te maken.

Ook zegt 90% dat de klant de offerte getekend moet hebben om aan te tonen dat de klant er akkoord mee is gegaan..
Dit is iets waar dus ook in de layout van de offerte rekening mee moet worden gehouden.

Het opmerkelijkste is dat 80% ooit wel eens iets in een offerte is vergeten waar hij later spijt van heeft gekregen.
Een aanleiding hiervoor is dat men werkt met bepaalde software wat hiervoor niet specifiek is toegespitst (bijvoorbeeld Microsoft Word). Daardoor wordt er geknipt en geplakt in een document waarbij er snel fouten kunnen worden gevormd.

Offertes bestuderen

Om te weten te komen wat de offertes inhoudelijk moeten hebben als ze straks worden gegenereerd door de offertemodule, zijn er een aantal offertes bestudeerd. Deze offertes zijn gemaakt voor klanten van The Cre8ion.Lab.

Huidige offertes van The Cre8ion.Lab

Er zijn veel verschillende items die terugkomen op iedere offerte.
Dit begint al met de kop van iedere offerte, hier staan een aantal basisgegevens.
Aan deze gegevens hoort iedere offerte te voldoen.

- Standaard kopgegevens (1^e pagina)
- Bedrijfslogo en gegevens
- Klantgegevens
- Datum en factuurnummer
- Bijlage
- Titel (prijsindicatie)
- Betreft
- Inleidende tekst
- Plan van aanpak / proces
- Kostenberekening / investering
- Afsluiting (voorwaarden)
- Afsluiting (groet en handtekeningruimte)

Daarnaast zijn er nog per verschillende offerte een aantal dingen anders. Deze gegevens zijn anders omdat het gaat over een ander product of dienst.

Bijvoorbeeld:

Bij het restylen van een huisstijl hoeft er geen sitemap (inhoudsopgave van een website) gemaakt te worden. Een sitemap hoort namelijk alleen bij het ontwikkelen van een website.

De verschillende onderdelen kunnen worden opgedeeld in een aantal standaarden. Met als gevolg dat als er een offerte gemaakt wordt voor een nieuwe huisstijl, er al

standaard geen mogelijkheid is om een sitemap te kiezen. Dit hoort namelijk bij het ontwikkelen van een website.

In de offerte kan naast een huisstijl ook de ontwikkeling van een website zitten. Dan hoort de sitemap niet bij de huisstijl maar bij het gedeelte van de ontwikkeling van de website maar dan zit de sitemap wel in de offerte.

De onderdelen van de behandelde offertes zijn op te delen in de volgende categorieën:

- Grafisch ontwerp
- Huisstijl ontwerp
- Animaties
- Fotografie
- Websites
- Plan van aanpak
- Vormgeving
- Sitemap
- Techniek
- Zoekmachine Optimalisatie
- Testing
- Projectmanagement
- CMS (Ecolus)
- Hosting

De categorie structuur van producten moet dynamisch aanpasbaar zijn, dit komt doordat ieder bedrijf andere producten aanbiedt.

De module moet in dit opzicht compleet gevuld kunnen worden door de gebruikers van de module. Op deze wijze is de module niet alleen te gebruiken (en uit te breiden) door de gebruikers van The Cre8ion.Lab, maar ook door de klanten die van de module gebruik gaan maken. De gebruikers kunnen dan zelf de module gaan invullen met hun eigen producten en/of diensten.

Offertes van andere bedrijven

Een kenmerk van deze offertes is dat ze snel zijn verzonden en een standaardproduct aanbieden met een standaardprijs. Zo betreft het bijvoorbeeld een website met een Content Management Systeem (CMS-systeem) als achterliggend systeem. Deze website heeft dus een standaard prijs. In de offerte wordt er vermeld dat als de klant een ingewikkeldere website wil hebben, dat hij in een duurdere prijsklasse komt met de website. Deze standaardprijzen staan in de offerte weergegeven. Positief aan deze offertes zijn de algemene voorwaarden. Deze voorwaarden beperken de diensten van het bedrijf, iets waarmee ze zichzelf beschermen tegen onvoorziene werkzaamheden.

De opbouw van de offertes zijn vrijwel gelijk aan de offertes van The Cre8ion.Lab.

Bestaande modules zoeken en analyseren

PerfectView XRM

Helaas was er geen proefversie ter beschikking ten tijde van het onderzoek. Desondanks stond er op de website genoeg informatie over het systeem.

Perfectview XRM is een systeem waar alles in zit, het is namelijk ontstaan uit een CRM pakket.

Een CRM pakket is een softwarepakket waarin men de klantgegevens kan bijhouden.

Ook de interacties die er met een betreffende klant zijn kunnen erin bijgehouden worden.

Bijvoorbeeld: e-mail contacten, telefoongesprekken, afspraken, offertes enzovoorts.

PerfectView XRM ziet zichzelf als een oplossing voor het automatiseren van werkprocessen.

Volgens de website van Perfectview zijn ze flexibel, aanpasbaar, schaalbaar en gebruiksvriendelijk.

Het is een web-based product, dat heeft als voordeel dat er vanaf iedere locatie een offerte gemaakt kan worden.

Het product wordt aangeboden op basis van een prijs per gebruiker per maand. Naast het product zelf wordt er ook een gebruikerstraining aangeboden. Dit is natuurlijk een goede manier om de gebruikers meer kennis te geven van het systeem. Als men het van de andere kan bekijken kan het systeem ook dusdanig ingewikkeld zijn dat deze trainingen nodig zijn om het systeem te leren.

Bedrijvenweb, Online Offerte Systeem

Van dit systeem was er ten tijde van het onderzoek geen proefversie ter beschikking. De volgende informatie is duidelijk geworden gedurende het onderzoek.

Volgens de website van bedrijvenweb is het mogelijk om van te voren aan te geven welke producten er mogelijk kunnen voorkomen in een offerte. Deze worden dan door het bedrijf zelf in het systeem gezet.

De klant kan zelf producten toevoegen aan het systeem en tevens de producten kan aanpassen.

Of dit in de module ook daadwerkelijk geïntegreerd is, wordt niet helemaal duidelijk.

Omdat er duidelijk wordt omschreven dat de producten van te voren worden

toegevoegd is het mogelijk niet vanzelfsprekend dat de gebruiker zelf nog producten kan aanpassen.

De mogelijkheid om een PDF te mailen naar een klant vanuit het systeem is natuurlijk ideaal.

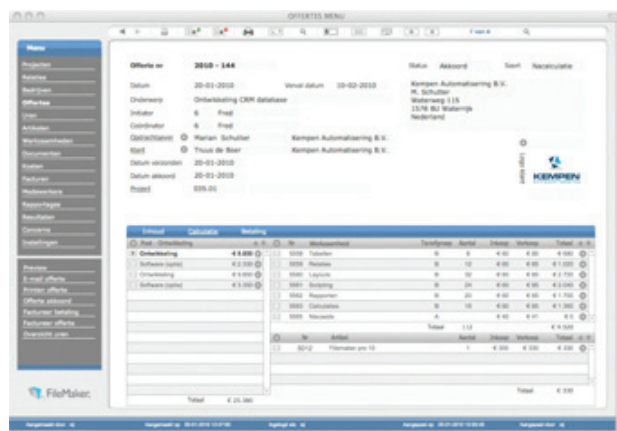
Azor

Kempen Automatisering wil met het pakket Azor een totaaloplossing bieden aan het bedrijfsleven.

Hierdoor is Azor opgebouwd uit verschillende modules.

Zo bevat het pakket een urenregistratiemodule, facturatiemodule maar wat betrekking heeft tot mijn onderzoek is de offertemodule.

Figuur 2



Wat wel als nadeel kan worden ervaren is de omvang van het pakket.

Om alleen de offertemodule te gebruiken moeten alle andere modules uitgeschakeld worden.

Dit is misschien een omslachtige manier maar desondanks wel effectief op beveiligingsniveau. Door het uitschakelen van andere modules hebben gebruikers zonder die rechten daar ook geen toegang toe.

De mogelijkheid om direct een PDF naar een klant te mailen is natuurlijk erg goed.

Wat toch wel een nadeel is van direct een PDF genereren, is dat er op het allerlaatste moment geen klantspecifieke aanpassingen zijn te maken.

TenderSystem

TenderSystem is een open source online offerte systeem welke ook online te testen is. Hierdoor is het niet beschikbaar om door te verkopen als zijnde een eigen product van The Cre8ion.Lab. Er zijn twee verschillende versies, een OS versie (gratis maar met minder mogelijkheden) en een OS PRO versie.

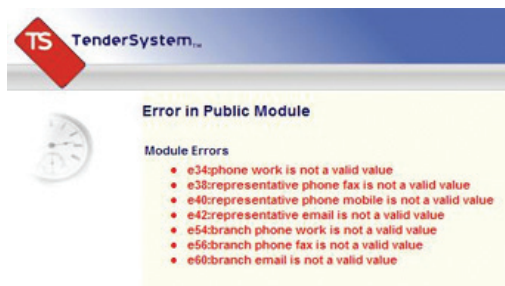
De OS versie heeft geen analyse functies. Dit heeft de OS PRO versie wel.

Het testen van het systeem was, naast dat er vrij ingewikkeld taalgebruik gebruikt werd, vrij lastig door de traagheid van het systeem.

Na het gebruik van het systeem blijkt dat het niet heel ingewikkeld is om er gebruik van te maken. In de beginfase zijn er wel teveel mogelijkheden tegelijk aanwezig, dit kan tot verwarring leiden voor de gebruikers. Het is namelijk niet goed duidelijk in welke stap de gebruiker zich bevindt. Het gebrek van een terugknop of link maakt het navigeren lastig. Natuurlijk kan er gebruik gemaakt worden van de navigatie van de browser, maar iedere pagina die bezocht is krijgt de status verlopen in het systeem. Als men nu weer vooruit wil navigeren blijkt dat de ingevoerde data verloren is gegaan.

Het verloren raken van gegevens komt niet alleen voor bij fouten in de navigatie. Als er data wordt ingevoerd en de data is niet correct volgens de controle, dan krijgt men een foutmelding te zien (figuur 3). Als men op deze pagina is aangekomen komt het probleem met de navigatie weer ter sprake. Dit houdt in dat al de ingevoerde gegevens verloren zijn geraakt omdat men een foutieve invoer heeft gemaakt.

Figuur 3



Het systeem zit vol met programmeerfouten. Dit was de directe aanleiding in meer onderzoek naar veel voorkomende programmeerfouten. Dergelijke fouten moeten ten alle tijden voorkomen worden.

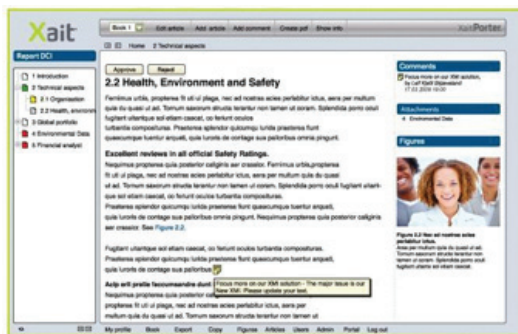
Een positief punt van dit systeem is het rechtensysteem. Een gewone gebruiker kan offertes toevoegen en wijzigen maar meer niet. De beheerder van het systeem kan de offertes goedkeuren, afkeuren of bewerken.

Als er teveel tijd geïnvesteerd wordt in functionaliteiten die niet essentieel zijn voor het systeem dan is de kans groot dat het systeem onverzichtelijk wordt. Waarschijnlijk zijn de ontwikkelaars van dit systeem het overzicht kwijt geraakt bij het bedenken van meer functionaliteiten voordat de eerste punten af zijn gewerkt. De vele functionaliteiten zijn ten koste gegaan van een van de primaire eisen van een dergelijk systeem, namelijk een goede navigatie.

XaitPorter

De ontwikkelaars van Xaitporter (Xait) hebben goed gekeken naar een pakket van Google, namelijk "Googledocs". In dit pakket van Google kunnen er meerdere mensen tegelijk in hetzelfde bestand werken. Deze functionaliteit zit ook in Xaitporter.

Figuur 4



Daarnaast is het pakket visueel goed uitgewerkt en is er de mogelijkheid om een eigen huisstijl aan de offertes / bestanden te koppelen.

Dit pakket heeft hele handige functionaliteiten waarvan het met meerdere personen in één bestand heel fijn is. Maar de directe meerwaarde hiervan is vrij onduidelijk, het komt namelijk niet vaak voor dat meerdere personen op verschillende werkplaatsen aan dezelfde offerte zitten te werken.

Resultaten

Door het analyseren van deze modules en systemen is er meer informatie over wat de module moet gaan inhouden of juist niet.

Een online module is een ideale omgeving voor veel bedrijven. Op deze wijze kunnen de gebruikers altijd en overal offertes maken. Tegenwoordig komt het steeds vaker voor dat er bij een bedrijf met flexibele werktijden en verschillende kantoren gewerkt wordt (denk hierbij bijvoorbeeld ook aan thuis werken) en dan is het ideaal als men altijd en overal offertes kan maken. Hierbij in acht genomen dat als het systeem snel en eenvoudig genoeg werkt er bij wijze van spreken tijdens een gesprek met een mogelijke klant er al een offerte gemaakt kan worden.

Een punt wat zeker mee moet worden genomen bij de ontwikkeling van de module is dat de offerte na het gebruiken van het systeem nog geopend kan worden in bijvoorbeeld Microsoft Word. Op deze wijze kan de offerte nog voor het verzenden aangepast worden. Een aanpassing waaraan gedacht kan worden is bijvoorbeeld een extra witregel invoegen tussen verschillende alinea's. Daarom moet er geen gesloten document (PDF) als offerte gegenereerd worden, maar een open document (Microsoft Word) zodat deze functionaliteit behouden kan worden. Deze conclusie kwam voort uit het onderzoek en is ook mede een eis van The Cre8ion.Lab.

Het systeem dat beschikbaar was waarmee getest kon worden was de module van TenderSystem. Uit deze test bleek dat een module snel onoverzichtelijk kan worden doordat er een teveel aan informatie wordt aangeboden. Daarnaast moet een gebruiker graag gebruik willen maken van de module omdat het prettig werkt en aan te passen is aan eigen instellingen. Daarnaast moet de module natuurlijk duidelijk en effectief zijn.

De module moet eenvoudig en functioneel zijn, daarom moet er een goede structuur gemaakt worden. Deze structuur houdt in dat er moet gekeken worden welke stappen een gebruiker moet doorlopen om een offerte te maken. Daarnaast houdt deze structuur ook in welke gegevens door de gebruiker ingevoerd mogen worden en welke automatisch ingevuld worden. Deze automatisch ingevulde gegevens zijn dan ook niet zichtbaar tijdens het maken van een offerte. Op deze wijze wordt de module niet onoverzichtelijk en kan men er snel een offerte uit genereren.

Onderzoek over de meest voorkomende fouten tijdens programmeren

Fouten maken is menselijk, dat is een gegeven. Maar als veel voorkomende programmeerfouten bekend zijn dan kan daarop gelet worden.

Een aantal van de resultaten van dit onderzoek staan hier omschreven.

Tijdens het ontwikkelen van software wordt er getest of het gedeelte wat is aangepast ook daadwerkelijk werkt. Omdat de offertemodule beveiligd moet zijn (niet iedereen mag ervan gebruik maken) is een beveiliging noodzakelijk. Het komt vaak voor dat programmeurs de wachtwoorden in de code zetten. Dit gebeurt vooral als er meerdere mensen in de code werken. Op deze wijze scheelt het tijd omdat er niet gecommuniceerd hoeft te worden naar de collega's met betrekking tot het wachtwoord.

Maar als de broncode bekend is bij mensen die daar niet bij hoeven te komen, kunnen zij het wachtwoord achterhalen. Dat moet natuurlijk voorkomen worden.

Het is ook een veelvoorkomende fout dat de invoer van de gebruiker niet wordt gecontroleerd.

Daardoor zou het mogelijk kunnen zijn dat een gebruiker de code kan beïnvloeden. Op deze wijze zou het ontwikkelde systeem kunnen worden ontregeld, met alle gevolgen van dien.

Als er programmeer-code wordt gebruikt die door derden is ontwikkeld, bestaat er een kans dat deze mensen de code met een soort achterdeur hebben geprogrammeerd. Deze mensen zouden via deze weg misbruik kunnen maken van het systeem. Daarom moet er ten alle tijden goed bekeken worden of de desbetreffende code als veilig kan worden beschouwd.

Conclusies en aanbevelingen

Uit het onderzoek blijkt een aantal punten over de offertemodule. Daarnaast is er ook het een en ander duidelijk geworden over de ontwikkeling van een dergelijke module.

Enquête

Uit de enquête blijkt dat er vaak een office pakket wordt gebruikt voor het maken van een offerte. Daarnaast blijkt dat men het lastig vindt om een correcte offerte te maken en daarom wordt het een kostbare tijdsbesteding.

De behoefte naar een betere oplossing blijkt niet echt uit de enquête. Men denkt dat er geen betere oplossing bestaat.

Onderzoek over de meest voorkomende fouten tijdens programmeren

Tijdens het ontwikkelen moeten de punten die uit dit onderzoek blijken in acht worden genomen.

Vooraf de controle op de invoer is erg belangrijk, omdat de gebruiker continu gegevens in de module gaat invoeren.

Daarnaast moet er ook een veilige manier komen om tijdens het ontwikkelen in te loggen.

Als er correct is ingelogd moet dat geregistreerd worden in een sessie.

Deze sessie moet een bepaalde verlooptijd hebben, dit moet ook zo geregeld zijn tijdens het ontwikkelen.

Dit kan misschien wat vertraging of irritatie opleveren tijdens het ontwikkelen. Maar het is wel een stuk veiliger.

Doordat er onderzoek is gedaan naar de verschillende offertes en offertemodules(systemen) kan er een advies gemaakt worden over wat er in de module moet komen te zitten, en wat niet. Daarom kan er op een correcte wijze de offerte module ingedeeld worden volgens het MoSCoW-principe.

Wat is het MoSCoW-principe?

M - Must Have

Dit is een kritisch onderdeel van de applicatie en moet in het eindresultaat aanwezig zijn. Zonder dit onderdeel kan de applicatie niet opgeleverd worden.

S - Should Have

Dit onderdeel is zeer gewenst en zou in de applicatie aanwezig kunnen zijn voor een optimale functionaliteit.

C - Could Have

Dit onderdeel heeft geen hoge prioriteit en kan uit de applicatie worden gelaten. Het is niet nodig voor een optimale functionaliteit van de applicatie, maar mag aan bod komen als er tijd over is.

W - Would Have

Deze eis zal nu niet aan bod komen, maar kan wellicht in de toekomst interessant zijn.

Must Have

- Web-based product
- Verschillende users
- Beveiliging
- Uitbreidbare inhoud naar wensen gebruiker
- Aanpasbare inhoud door gebruiker
- Standaardprijzen
- Uurprijzen (berekening)
- Kostencalculatie
- Standaardlayout
- Eventuele allerlaatste aanpassingsmogelijkheden in Word

Should have

- Direct mail naar klant
- Eenvoudig aanpasbare css
- Aanpasbare standaard layout
- Administrator statuscheck verschillende offertes per gebruiker
- Status van offerte

Could have

- Afbeeldingen upload, een voorbeeld van een ontwerp
- Links naar sites voor look and feel
- Externe bestandskoppelingen

Would have

- Urenregistratie
- Projectvoortgang
- Direct in te delen aan werknemers
- Automatisch herinneringssysteem

Alle punten van het “Must Have” en “Should Have” gedeelte zijn verwerkt in de module. Daarnaast is van het “Could Have” gedeelte de links naar sites voor look and feel gerealiseerd.

Must Have*Webbased product*

Om de bereikbaarheid van de module zo eenvoudig mogelijk te maken wordt het een web based product. De module komt op een server van The Cre8ion.Lab te staan. Uiteindelijk kan de module dan geïntegreerd worden in de website van de klant (intranet). Of de module kan “los” van de website blijven. Doordat het een webbased product wordt is er overal en altijd toegang mogelijk tot de module. Daardoor zijn de gebruikers niet gekoppeld aan een bepaalde werkplaats of werktijd om gebruik te maken van de module.

Verskillende users

Omdat er meerdere gebruikers toegang moeten hebben tot het systeem moet er dus een inlogstelsel komen. Natuurlijk moeten deze gebruikers ook onderhouden kunnen worden door een administrator. Maar de gebruikers moeten zelf de wachtwoorden kunnen wijzigen.

Beveiliging

Omdat er een onderscheid wordt gemaakt tussen de verschillende gebruikers zal er een beveiliging moeten worden ingebouwd. Dit zal gebeuren door een aantal rechten toe te kennen in het systeem. De administrator heeft overal toegang toe en dus geen beperkingen. De standaardgebruiker heeft een aantal standaard rechten maar deze rechten zijn eventueel aan te passen door de administrator. In de toekomst wordt de module steeds verder ontwikkeld met nieuwe functionaliteiten.

De standaardgebruiker wil misschien geen nieuwe functionaliteiten gebruiken, als hij dat niet wil mag hij de nieuwe functionaliteiten ook niet zien. Dit kan de administrator dan aanpassen.

Uitbreidbare inhoud naar wensen gebruiker

In principe wordt het systeem leeg opgeleverd, natuurlijk staan er een aantal basisgegevens in maar dit terzijde. Door gebruik te maken van het systeem wordt deze vanzelf gevuld. Dit komt doordat tijdens het doorlopen van de stappen in de module alles in de database wordt opgeslagen. Als een gebruiker een nieuwe offerte maakt waarin er een nieuw product of dienst aangeboden wordt zal hij deze aan moeten maken in de juiste categorie. Dit product wordt dan opgeslagen in die categorie en zal voor iedere gebruiker beschikbaar zijn om te kiezen.

Aanpasbare inhoud door gebruiker

Doordat gebruikers zelf content toe gaan voegen kan dit nog wel eens veranderen, denk aan beschrijvingen of randvoorwaarden. De gebruikers moeten niet direct alles kunnen wijzigen maar het zal wel mogelijk zijn. Op deze wijze wordt de content alleen maar verbeterd en wordt alles nog meer standaard.

Standaardprijzen

In de module kunnen producten worden aangeboden deze producten moeten een standaardprijs hebben. Dit kan worden meegenomen als er een nieuw product in de module wordt gezet of gewijzigd wordt.

Alle prijzen worden op een rij gezet in de kostencalculatie welke volledig automatisch gegenereerd wordt.

Uurprijzen (berekening)

De module kan ook gebruik gaan maken van diensten. Diensten hebben een prijs op basis van een uurtarief en daarbij een schatting naar hoeveel uren het gaat kosten om de dienst te verlenen.

Daarom moet er in de module ook een mogelijkheid komen om te kiezen voor een uurtarief en schatting van de hoeveelheid uren.

Hierbij wordt dan een prijs berekend voor het product en dit zal mee worden genomen in de kostencalculatie.

Kostencalculatie

De kostencalculatie zal automatisch moeten worden gegenereerd op basis van de opgegeven product en dienstenprijzen. Dit zal allemaal moeten worden berekend, net zoals het BTW bedrag. Hierbij worden ook de kortingen berekend.

Standaardlayout

Een offerte bestaat uit een standaard layout. Uit de enquête blijkt dat deze vrijwel nooit wordt aangepast. Op voorwaarde dat deze is goedgekeurd, zal de module gebruik maken van een standaard layout van de offerte. Deze zal op iedere pagina van de offerte terugkomen met een afwijkende voorpagina en daarna een inleiding.

Eventuele allerlaatste aanpassingsmogelijkheden in Word

Soms moet een offerte nog specifiek aangepast worden voor een bepaalde klant. Dit zal op het laatste moment gebeuren, voordat de gebruiker de offerte daadwerkelijk verzendt aan de klant. Dit zal niet bij standaard offertes voorkomen en daardoor zullen deze aanpassingen pas op het laatst te maken zijn.

Should have*Direct mail naar klant*

Uit de enquête blijkt dat 100% van de geënquêteerden de offerte direct naar de klant wil sturen. Daarnaast is 100% het eens met de stelling dat een offerte digitaal mag zijn.

Om hierop aan te sluiten kan de offerte direct vanuit het systeem gemaild worden naar de klant.

Natuurlijk is het ook mogelijk om de offerte te printen en deze daarna via post of fax te verzenden.

Eenvoudig aanpasbare css

De module gaat gebruikt worden door verschillende bedrijven, daarom moet de stijl van de module ook aan te passen zijn aan de stijl van het bedrijf of een stijl die het bedrijf aanspreekt. Dit zal door The Cre8ion.Lab gedaan worden door op een eenvoudige wijze de stylesheet (CSS) aan te passen. Hierbij moet dus rekening gehouden worden tijdens het ontwikkelen van de module.

Aanpasbare standaard layout

De layout van de offerte moet aan te passen zijn aan de bedrijfshuisstijl van de verschillende bedrijven die er gebruik van maken.

Deze aanpassingen worden gedaan door The Cre8ion.Lab, dit is een deel wat bij de implementatie van de module meegenomen kan worden.

De module maakt op basis van deze template de offerte.

Administrator statuscheck verschillende offertes per gebruiker

Er moet een overzicht komen wat vermeld welke gebruiker bij een bepaalde offerte hoort. Op deze wijze kan de administrator zien of een bepaalde gebruiker veel meer offertes verstuurd dan een andere en daaruit zijn conclusies trekken.

Status van offerte

De administrator moet kunnen zien hoeveel offertes er nog openstaan, zijn geaccepteerd of nog in behandeling zijn. De administrator weet hierdoor de slagingskans van een gemiddelde offerte. Hieruit kan hij concluderen dat er bijvoorbeeld meer offertes verzonden moeten worden in de komende maanden.

Automatisch herinneringssysteem

Als een offerte gaat verlopen en hij is nog niet geaccepteerd of geweigerd, dan krijgt de gebruiker die de offerte heeft aangemaakt een automatische herinnering met het verzoek om contact op te nemen met de klant. Op deze wijze wordt de status van de offerte duidelijk gecontroleerd.

Could Have*Afbeeldingen upload, een voorbeeld van een ontwerp*

Bij een dienst als het ontwerpen van een huisstijl is het mogelijk dat er al een aantal afbeeldingen zijn om de "look and feel" aan de klant te geven. Misschien kan er al direct een ontwerp voorstel gemaakt worden voor de klant. Daarom kan het handig zijn dat dit al direct wordt meegenomen in de offerte. Natuurlijk moet hierbij uitgekeken worden dat er niet teveel tijd aan wordt besteed, aangezien het risico nog bestaat dat de klant niet akkoord gaat met de offerte.

Links naar sites voor look and feel

Misschien dat afbeeldingen niet de "look and feel" bepalen maar een bepaalde website. Deze kunnen dan ook worden ingevoegd.

Externe bestandskoppelingen

Als een klant de behoefte heeft om een bepaald bestand te ontvangen samen met de offerte, dan moet deze mogelijkheid ook worden gecreëerd. De directe toepassing hiervan is op het moment nog onduidelijk, maar het is een stuk functionaliteit wat meegenomen kan worden.

Would have*Urenregistratie*

Om een nog completer product aan te bieden aan klanten kan de module ook uitgebreid worden met een urenregistratie. Deze kan dan gekoppeld worden aan de offerte en dan zou er ook direct een waarschuwing melding kunnen komen mocht de prijs van het project worden overschreden.

Direct in te delen aan werknemers

Als een offerte geaccepteerd is en het project dus van start moet gaan, dan is het handig als een leidinggevende direct de werknemers aan het project kan koppelen. Deze kunnen dit dan gaan verwerken in de agenda en op die manier gaat het project lopen.

Projectvoortgang

Naast een urenregistratie kan er ook een projectvoortgang gemaakt worden. Deze kan bijhouden hoe ver een project is en welke milestones er nog gemaakt moeten worden. Dit is dan ook terug te koppelen aan de klant, die dan weet hoe ver het project is en wat er nog moet gebeuren.

Concept- en productontwikkeling

Naar aanleiding van het onderzoek, de conclusies en aanbevelingen is het volgende concept ontwikkeld.

Voordat het concept wordt gepresenteerd worden de verschillende manieren gepresenteerd hoe tot het uiteindelijke concept/product is gekomen.

Dit is gedaan door het maken van een Flow-structuur, functioneel ontwerp en een database structuur.

Flow-structuur

Om een indruk te geven wat de beste manier is om het systeem door te lopen is er een Flow-structuur gevisualiseerd.

Deze structuur is gepresenteerd aan de opdrachtgever en aangepast waar dit nodig bleek te zijn.

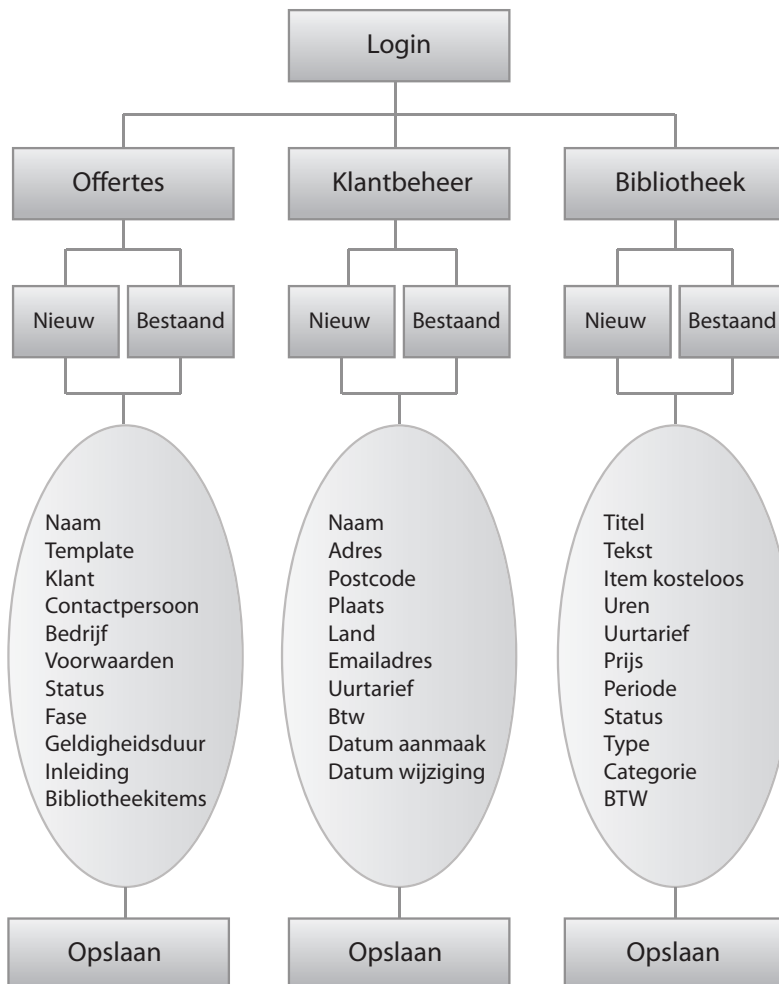
Aan de hand van de overzichtelijk gemaakte structuur kan er worden bekeken welke gegevens benodigd zijn in de module. Daarom is dit een stap welke als eerste moet worden gezet in het bepalen wat er in de module moet komen.

Hieronder aangegeven staat de structuur van het systeem. Dit is een beknopte versie welke de richtlijn is geweest in het begin van de ontwikkeling. De volledige structuurafbeelding kunt u vinden in de digitale bijlage.

Figuur 5

 - Keuze

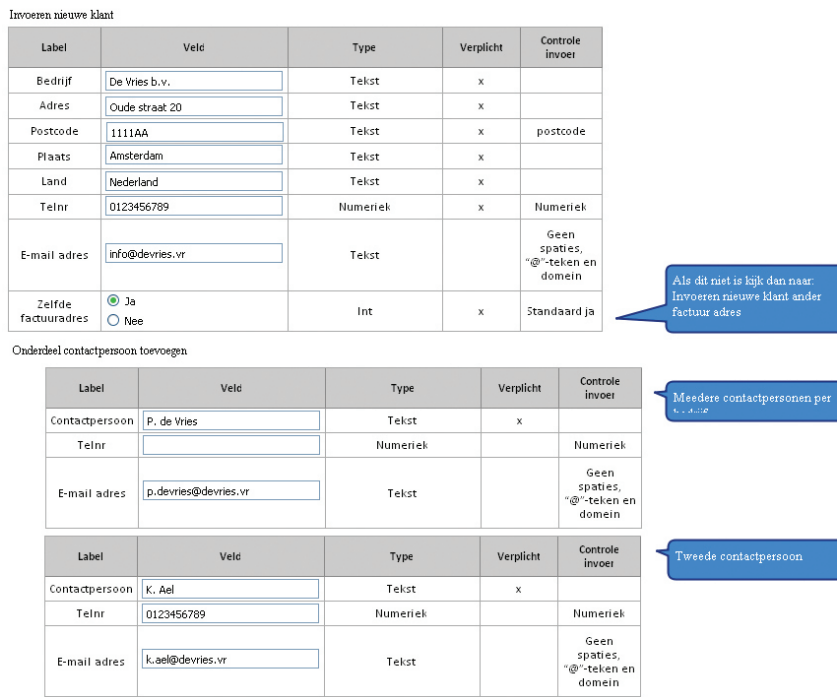
 - Proces, invoeren gegevens



Functioneel ontwerp

Aan de hand van het flowchart kan er duidelijk worden gemaakt welke gegevens bij welke stap moeten worden ingevoerd.
Dit wordt per stap in een functioneel ontwerp omschreven. Hiervoor wordt gebruik gemaakt van een Firefox plugin, genaamd “Pencil”.
In onderstaande afbeelding een voorbeeld van zo’n stap.

Figuur 6



In bovenstaande afbeelding ziet u weergegeven hoe er wordt bepaald wat voor waarden er ingevoerd mag kunnen worden. Daarnaast kunt u er ook in zien of een veld verplicht is of niet.

Deze stap, welke voorafgaat aan de stap van het ontwikkelen van de database, maakt het duidelijk of er nog gegevens missen, of dat er gegevens dubbel zijn. Dit vereenvoudigd het maken van de database en de relaties die daarbij horen. Wat relaties zijn wordt nog nader verklaard in het hoofdstuk “Database structuur”.

Database structuur

In dit hoofdstuk wordt verklaard wat een database is en waarvoor deze dient. Daarnaast wordt er ook een afbeelding weergegeven met alle verschillende tabellen, hun velden en de relaties die de tabellen onderling hebben.

Een database is een gestructureerde verzameling van gegevens. Voorbeelden hiervan is bijvoorbeeld een klassieke telefoonklapper (wellicht bekend van het kantoor van een secretaresse) of een database bestand systeem zoals Microsoft Access, of PhpMyAdmin.

De gegevens van een database zijn gestructureerd op basis van verschillende tabellen. Deze structuur wordt gehandhaafd omdat iedere tabel een unieke naam moet hebben. In de verschillende tabellen staan dan de velden waarin de gegevens kunnen worden opgeslagen.

Deze velden kunnen verschillende eigenschappen hebben. Zo kan een veld alleen numeriek zijn, en is het dus onmogelijk om er tekst in te plaatsen. Op deze wijze kan de database beveiligd worden van foutieve invoering van de gegevens.

Een tabel moet altijd een unieke sleutelveld hebben. Dit wordt een sleutelveld genoemd omdat het veld altijd uniek is en het de sleutel is naar de desbetreffende rij gegevens.

Verschiedende tabellen moeten nog wel aan elkaar gekoppeld worden. Op deze wijze kan een database dynamisch gemaakt worden. In het voorbeeld dat ingevoegd is in de bijlage kunt u inzicht krijgen van de database.

Men heeft een tabel genaamd “klanten” hierin staan klantgegevens opgeslagen. Maar een klant kan meerdere contactpersonen hebben. Als de contactpersoon in de tabel “klanten” staat moet dezelfde klant nogmaals in de database ingevoerd worden, maar dan met een ander contactpersoon. Op deze wijze komen er dus dubbele gegevens in de database te staan. Met dubbele gegevens in de database wordt het haast onmogelijk om de juiste gegevens te selecteren. Dit gaat dus nooit goed werken.

Daarom moet er een aparte tabel komen genaamd “contactpersonen”. Deze tabel wordt dan gekoppeld aan de tabel “klanten”. Zo’n koppeling heet een relatie. Een relatie zegt dus welke tabellen bij elkaar horen.

In de tabel contactpersonen wordt de unieke sleutel van de desbetreffende klant opgeslagen. Op deze wijze is het duidelijk welke contactpersonen bij welke klanten horen en kan één klant meerdere contactpersonen bevatten.

Omdat de database voor deze module nogal ingewikkeld in elkaar zou gaan zitten met, onder andere betrekking tot de relaties, is er gekozen om eerst een database in Microsoft Access te maken. In die database worden alle tabellen, velden en relaties gemaakt.

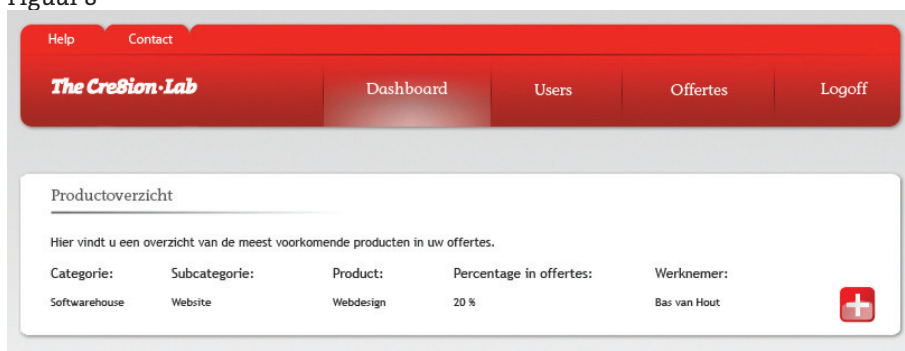
Het resultaat hiervan is gepresenteerd aan de opdrachtgever, welke na een aantal keer wat aanpassingen uiteindelijk voor de versie gekozen welke in de afbeelding op de volgende pagina getoond wordt.

Figuur 7 (Database structuur inclusief tabellen, velden en relaties) kunt u vinden in de bijlage.

Gemaakte keuzes tijdens ontwikkeling

In de onderstaande afbeelding ziet u een eerste ontwerp van de offerte module. Tijdens een bijeenkomst met de opdrachtgever is dit ontwerp afgekeurd. Met als voornamelijke reden dat het niet functioneel voldoende is voor de module.

Figuur 8



In dit ontwerp wordt gebruik gemaakt van vakken die kunnen worden vergroot door op de plus te klikken.

Op deze wijze wordt de module steeds verder uitgebreid naar de onderkant van het scherm. Dat heeft als gevolg dat de module op een gegeven moment heel erg “hoog” wordt. Daardoor zal men moeten gaan scrollen. Op deze wijze raakt het overzicht snel verloren en wordt de module onduidelijk.

Het uiteindelijke model waarin de offerte module is gemaakt is daarom een “F-Model” geworden met daarbij “tab-functionaliteit”.

Dit houdt in dat het model is opgebouwd als een F, zoals u kunt zien in de onderstaande afbeelding.

Figuur 9



De gebruiksvriendelijkheid van dit F-model is de voornaamste reden dat The Cre8ion.Lab voor deze layout heeft gekozen. Dit komt mede doordat men van links naar rechts leest.

Hierdoor begint men met lezen bij de kop, daarna het menu, en daarna naar het content gedeelte. Daarnaast is deze layout goed te integreren in de AJAX/jQuery engine die gebruikt gaat worden.

Dynamisch ontwerp

De offerte module maakt gebruik van jQuery (een engine die veel functionaliteiten beschikbaar maakt naast de standaard functies in HTML). Hierdoor kan bijvoorbeeld het menu links groter gemaakt worden, of het vak rechts waarin het meest gewerkt wordt groter of kleiner gemaakt worden. Daarnaast past de module zich dynamisch aan het venster van de browser aan. Gebruikers met een lage scherm-resolutie kunnen daardoor ook gebruik maken van de module.

Menu structuur

Het menu is dusdanig opgebouwd dat er standaard niet alles te zien is. Hiervoor moeten de gebruikers menu items openklappen, waardoor ze dan verder in het systeem kunnen komen. De menu items en dergelijke kunnen aangemaakt worden in de database, hier kan ook de sorteervolgorde aangepast worden.

Omdat dit het begin is van het maken van een offerte staat bij de module het stappenplan bovenaan.

Tab-functionaliteit

De “engine” die gebruikt wordt voor de tab-functionaliteit is een extra toegevoegde functie voor de “jQuery-engine”. Hierdoor is de module erg overzichtelijk omdat er regelmatig een nieuwe tab wordt geopend. Dat heeft tot gevolg dat er meerdere schermen in het rechter vak kunnen komen.

Tree-functionaliteit

Om de producten snel te kunnen ordenen en selecteren in het stappenplan is er gekozen voor een boomstructuur. Deze boomstructuur geeft de categorieën weer waar de producten onder vallen.

Als deze categorieën worden opengeklapt dan kan men de producten die daaronder vallen selecteren.

Naast de tree view wordt een tijdelijke kostencalculatie gegenereerd. Op deze wijze is het direct mogelijk om te zien wat deze offerte mogelijk gaat kosten.

Grid-functionaliteit

De gegevens die uit de database worden gehaald moeten op een overzichtelijke manier worden weergegeven. Om veel gegevens netjes te ordenen wordt er gebruik gemaakt van een tabel. Een extra toegevoegde functie van de op “jQuery” gebaseerde engine (genaamd “Grid”) heeft de mogelijkheid om extra functies hieraan toe te voegen.

Deze functie bevat de mogelijkheid om de selectie van het aantal regels aan te passen (per 10 weergeven, per 20 weergeven). Daarnaast werkt het ook erg snel met een zoekfunctie in de bestaande lijst. Tevens kan er via een snelkoppeling een nieuw item worden aangemaakt door het gebruik van de interface.

Tekstvelden

Bij het opmaken van tekst wil de gebruiker niet bezig zijn met het invoeren van bepaalde codes (HTML) voor de opmaak. Daarom wordt er gebruik gemaakt van een “What You See Is What You Get-editor” (WYSIWYG-editor) genaamd TinyMCE. De gebruikers kunnen nu eenvoudig de tekst koppen geven of gewoon dikgedrukt maken. Het tekstveld kan het beste gezien worden als een kleine Microsoft Word applicatie in de module.

Het prototype

In dit hoofdstuk krijgt u een idee van de offertermodule. U kunt al enigszins zien hoe de module er uit is komen te zien. Daarnaast staan er een aantal functionaliteiten omschreven die ook visueel ondersteunt worden.

Figuur 10



The Cre8ion.Lab

Login

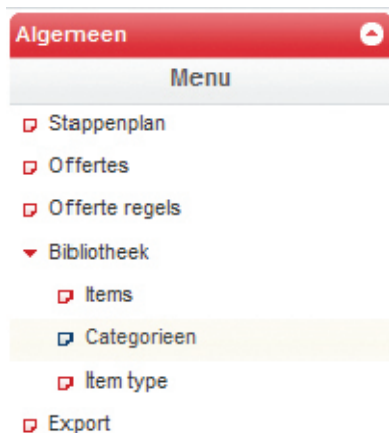
Gebruikersnaam: test@test.nl

Wachtwoord: ●●●●

Enter

Om in te loggen heeft u een gebruikersnaam en wachtwoord nodig. Om ervoor te zorgen dat de gebruikersnaam uniek is, moet er gebruik gemaakt worden van uw e-mail adres. Een e-mail adres is namelijk altijd uniek en betreft alleen de persoon die gebruik kan maken van de mailbox.

Figuur 11



Een deel van de huidige menustructuur staat in de bovenstaande afbeelding weergegeven. Zo kan de bibliotheek uitgeklaapt worden en kan er daarna pas iets met de onderliggende items gedaan worden. Daarnaast staat, zoals eerder omschreven, het stappenplan bovenaan in het menu.

Figuur 12



De tab-functionaliteit wordt in bovenstaande afbeelding visueel verklaard. Zoals al omschreven is dit een functionele toevoeging van de module omdat er niet steeds een nieuwe pagina wordt geopend. Op deze wijze ontstaat er een soort “Crumble path” al kan er met deze wijze ook gewoon tussen de tabs worden gewisseld in plaats van dat er alleen maar vooruit of achteruit genavigeerd kan worden.

Figuur 13

Dashboard

Stappenplan

Categorieën ✕

Factuuradres

Offertes

Item type

ID	Titel	Subrubriek	Sorteervolgorde	Datum sammaak	Datum	
22	Exact	11	20	30-3-2010	27-4-2010	✕
21	Atlas	11	10	30-3-2010	27-4-2010	✕
20	Debugger	0	60	30-3-2010	27-4-2010	✕
19	Testen	0	50	30-3-2010	27-4-2010	✕
18	Media-behoor	13	50	30-3-2010	27-4-2010	✕
17	Navoedbehoor	13	40	30-3-2010	27-4-2010	✕
16	Nieuwabehoor	13	30	30-3-2010	27-4-2010	✕
15	Pagina-behoor	13	20	30-3-2010	27-4-2010	✕
14	Startup	13	10	30-3-2010	27-4-2010	✕
13	Elocus	0	40	30-3-2010	27-4-2010	✕

Nieuw artikel toevoegen

pagina 1 van 3

10

In de bovenstaande afbeelding wordt de Grid-functionaliteit gevisualiseerd. Tevens ziet u op de afbeelding de interface waar gebruikt van gemaakt kan worden voor het eenvoudig toevoegen van een nieuw item, of voor het aanpassen van de selectie van de gegevens die op dit moment zichtbaar zijn.

De offertemodule is een uitkomst voor The Cre8ion.Lab. Er kan veel sneller een offerte gemaakt worden. En het is ook minder risicovol om een offerte te maken doordat alles is gestandaardiseerd.

Het stappenplan begeleidt de gebruiker op een correcte manier door de offertemodule heen. Hierdoor hebben de gebruikers een beter overzicht in het maken van een offerte omdat ze niet continu hoeven te scrollen in een Microsoft Word document, waarbij ze ook per ongeluk iets kunnen verslepen en dergelijke.

Het stappenplan is getest op de eerste toekomstige gebruiker van de offertemodule. Een personeelslid welke bij The Cre8ion.Lab verantwoordelijk is voor het maken van offertes. De punten die uit deze tests zijn gebleken zijn aangepast tijdens de ontwikkeling.

Doordat de gebruikers sneller offertes kunnen maken kunnen er meer in hetzelfde tijds aspect gemaakt worden. Dit houdt in dat er (bijvoorbeeld per maand) meer offertes verzonden kunnen worden. The Cre8ion.Lab is daar natuurlijk enorm blij mee omdat de kans groter is dat er meer opdrachten ingewonnen worden en dus meer omzet gemaakt kan worden.

Promotie van de offerte module

Om het product te kunnen verkopen moet er eerst gekeken worden aan welke doelgroep het product verkocht gaat worden en op wat voor manier deze doelgroep bereikt kan worden.

Tijdens een vergadering over de promotie heeft The Cre8ion.Lab ervoor gekozen om de offertemodule te verkopen aan een “pilot groep”. Deze groep bestaat uit klanten van The Cre8ion.Lab, die uitsluitend diensten aanbieden.

Dit houdt in dat er een selectie gemaakt wordt in het huidige klantenbestand van The Cre8ion.Lab.

De doelgroep omvat dus ongeveer 70 klanten van The Cre8ion.Lab.

De module kan verder ontwikkeld worden naar de verbeterpunten die de klant tegen kan komen tijdens het gebruik van het systeem. Deze doorontwikkelingen zijn altijd gunstig voor de bestaande klanten die de module al gebruiken maar natuurlijk ook voor nieuwe klanten in de toekomst.

De goede ervaringen met The Cre8ion.Lab zorgen ervoor dat de doelgroep open staat voor nieuwe producten. Zeker als deze producten uiteindelijk veel geld kunnen besparen.

Voorbeelden van klanten welke in de doelgroep vallen zijn “Het Inventief”, “Reclamebureau Aliens”, “Smart Management” en “Bierens Incasso Advocaten”.

De verschillende reclamemiddelen moeten de uitstraling van The Cre8ion.Lab hebben. Op deze wijze weet men ook dat het product (de offertemodule) een serieuze verbetering kan betekenen voor de klant. Aangezien eerdere producten van The Cre8ion.Lab dit ook al hebben bewezen.

Daarom zijn de volgende reclamemiddelen gekozen ter promotie van de offertemodule.

Mailing

Via een digitale nieuwsbrief wordt de doelgroep op de hoogte gesteld van het bestaan van een nieuw product. Tevens staat hierin vermeld dat er een volledig functionerende demonstratieversie online staat.

Er is gekozen voor deze wijze van informatievoorziening en prikkeling van de doelgroep omdat de contactgegevens al bekend zijn bij The Cre8ion.Lab. Deze mensen hebben al eerder samengewerkt met The Cre8ion.Lab en willen ook graag op de hoogte blijven van nieuwe oplossingen.

Figuur 14



Folder

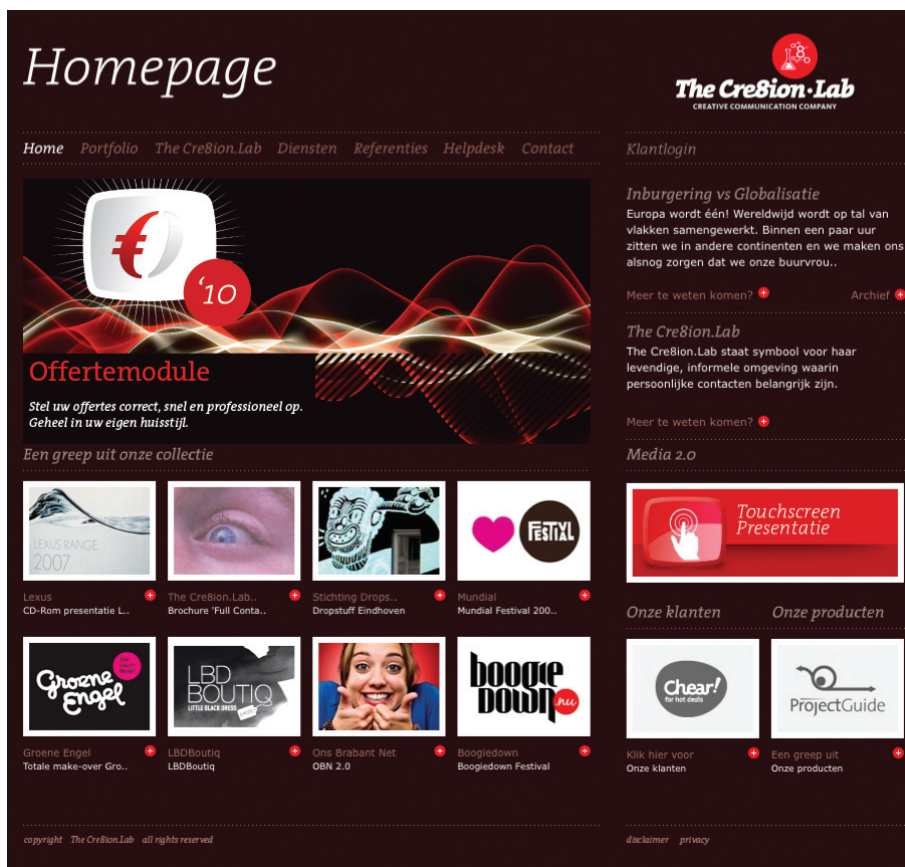
Het kan zijn dat tijdens een gesprek met een medewerker van The Cre8ion.Lab een klant meer informatie wil hebben over de offertemodule. Hiervoor dient de folder. Deze folder geeft niet alleen informatie maar moet ook de lezer prikkelen om gebruik te gaan maken van de online demonstratieversie. Deze gesprekken kunnen plaatsvinden bij het The Cre8ion.Lab of bij de klant. In beide gevallen is het interessant om altijd zo'n aantrekkelijke folder aan te kunnen bieden zodat de klant op zijn gemak nog wat kan nalezen. Op deze wijze weet de klant ook waar hij moet zijn voor meer informatie of de demonstratieversie.

Presentatie op de website

Alle producten van The Cre8ion.Lab staan op de website. De offertemodule komt hier natuurlijk bij te staan. Maar om de module tijdelijk extra aandacht te geven komt er op de “Home” pagina een vermelding. Deze vermelding moet de bezoeker nieuwsgierig maken zodat ze meer te weten willen komen van de offerte module. De bezoekers van The Cre8ion.Lab zijn altijd op zoek naar nieuwe innovatieve en ook geld besparende oplossingen. Hier valt de offertemodule onder. Daarom wordt er een deel van de huidige website ingericht om de module te promoten. De stijl van deze promotie moet ook de huidige uitstraling van The Cre8ion.Lab hebben.

Het voorstel van de promotie op de huidige website kunt u werkend zien op de digitale bijlage.

Figuur 15



Procesverslaglegging

Trajectbeschrijving

Om een goede indicatie te geven van het proces wordt dit opgedeeld in verschillende fases.

Afstudeeropdracht

Om de opdracht duidelijk te maken is dit allereerst besproken met de opdrachtgever. De opdracht is daarna naar de examencommissie gestuurd, welke het uiteindelijk goed heeft gekeurd.

De opdracht werd steeds duidelijker gedurende de eerste stage dagen, dit is dan ook in het plan van aanpak duidelijk.

Oriëntatiefase

Tijdens deze fase is er georiënteerd op de werkzaamheden bij The Cre8ion.Lab. Tevens is er georiënteerd met de programmeertaal ASP, waarin de module geprogrammeerd moet worden. Daarnaast is de werkwijze van The Cre8ion.Lab ook erg leerzaam geweest, vooral met betrekking tot een aantal praktische zaken zoals het geven van structuur in bestandsnamen.

Onderzoeksfase

De onderzoeksfase houdt in het onderzoek plegen betreffende de ontwikkeling van de offertemodule. Het onderzoek resulteert in een aantal documenten die alle ingewonnen informatie bevatten. Doordat er een gedegen onderzoek is gedaan kan er een goede analyse van de informatie gemaakt worden.

Analysefase

Tijdens de analysefase is de informatie van de onderzoeksfase verwerkt tot gegevens. Op basis van deze gegevens zijn er beslissingen genomen over de inhoud van de offertemodule. Dit betreft bijvoorbeeld welke functionaliteiten in de module zitten, hoe is de grafische opbouw van de module. Daarnaast wordt door de analyse ook duidelijk welke functionaliteiten in de toekomst nog ontwikkeld kunnen worden.

Ontwerpfase

De ontwerpfase is een heel belangrijk onderdeel geweest voor de afstudeeropdracht. Niet alleen voor het visuele uiterlijk van de opdracht maar ook voor de structuur van de database. Hiervoor zijn veel verschillende modellen gemaakt, besproken en aangepast (bijvoorbeeld een dataflow diagram, een database structuur inclusief relaties en verschillende ontwerpen).

Conceptfase

Tijdens de conceptfase is het resultaat te zien van de analysefase en de ontwerpfase. Het prototype heeft alle basisfunctionaliteiten om de module te gebruiken. Op deze wijze kan er een goed idee gegeven worden van de functie van de module. Daarnaast zijn in deze fase ook de verschillende manieren van promotie gemaakt.

Drempels

Er zijn wel een aantal drempels geweest gedurende het gehele traject. In de ontwerpfase heb ik schetsen gemaakt van de module. Deze schetsen heb ik helemaal uitgewerkt in Photoshop. Na deze schetsen een aantal maal te hebben herzien zijn ze alsnog afgekeurd. Het was niet functioneel genoeg en daarom is er gekozen voor het huidige F-model. Een model waarin veel verschillende data gestructureerd weer kan worden gegeven.

De (voor mij) nieuwe programmeertaal ASP is ook een drempel gebleken. Regelmatig ondervond ik een probleem waarbij ik niet begreep waarom iets niet werkte. Gelukkig heb ik hierbij altijd hulp kunnen vragen aan mijn collega's. Die gaven me dan uitleg over wat ik wilde doen en hoe dat dan het beste gedaan kon worden.

Sommige bedrijven wilden geen tot weinig informatie geven, de reden hiervoor is onduidelijk. Mijn oplossing voor deze drempel was het verder zoeken naar systemen welke online beschikbaar waren en deze dan uitgebreid testen. Daarbij heb ik een aantal punten gevonden welke wel of niet in de module zijn meegenomen.

De taak van eerstelijns telefonist is een vertragende factor geweest in het project. Ik moest vaak van mijn werk af om de telefoon op te nemen en de klanten te woord staan. Ik heb geen problemen met mensen te woord te staan, ik vind dit zelfs leuk, maar het was soms wel vervelend om (weer) van mijn werk te moeten.

Reflectie

Kritisch constructieve terugblik op onderzoek, resultaten en realisatie.

In het begin was de opdracht nog niet helemaal helder. Dit werd na een aantal gesprekken met de opdrachtgever goed opgelost.

Doordat ik onderzoek ben gaan plegen naar de verschillende onderwerpen heb ik veel informatie verwerkt gedurende de stageperiode. Niet alleen van hoe The Cre8ion.Lab werkt met offertes, maar ook hoe andere bedrijven er naar kijken.

De resultaten van het onderzoek zijn niet alleen interessant voor dit project. De informatie van het deel van het onderzoek naar de bekende programmeerfouten is vooral te gebruiken bij toekomstige projecten. In dat deel van het onderzoek herkende ik ook een aantal dingen waar ik zelf ook wel eens fouten mee heb gemaakt.

De realisatie van de offertemodule is goed gelukt, zeker omdat er veel gebruik gemaakt wordt van jQuery en de plugins daarvan. Deze kennis is goed te gebruiken bij toekomstige projecten. Maar natuurlijk kan de module er nog verder mee ontwikkeld worden.

Eventuele aanbevelingen voor de toekomst

In de toekomst kunnen natuurlijk de punten in het MoSCoW-onderdeel (Would Have) meegenomen worden.

Urenregistratie

Om een nog completer product aan te bieden aan klanten kan de module ook uitgebreid worden met een urenregistratie. Deze kan dan gekoppeld worden aan de offerte en dan zou er ook direct een waarschuwingsmelding kunnen komen mocht de prijs van het project worden overschreden.

Direct in te delen aan werknemers

Als een offerte geaccepteerd is en het project dus van start moet gaan, dan is het handig als een leidinggevende direct de werknemers aan het project kan koppelen. Deze kunnen dit dan gaan verwerken in de agenda en op die manier gaat het project lopen.

Projectvoortgang

Naast een urenregistratie kan er ook een projectvoortgang gemaakt worden. Deze kan bijhouden hoe ver een project is en welke milestones er nog gemaakt moeten worden. Dit is dan ook terug te koppelen aan de klant, die dan weet hoe ver het project is en wat er nog moet gebeuren.

Een andere punt wat ik The Cre8ion.Lab kan aanbevelen, is het ondersteunen van meer programmeertalen dan alleen ASP en HTML. PHP is namelijk ook een veelgevraagde taal en is makkelijk te gebruiken, mits de kennis van programmeertalen hoog genoeg is. ASP en PHP zijn namelijk tegenhangers van elkaar en verschillen misschien in taal maar het wordt welk ongeveer hetzelfde geschreven.

Theorie Versus Praktijk

Er is altijd een groot verschil tussen de theorie en de praktijk. Dit komt omdat de theorie van het onderwijs altijd op invloed is van de huidige praktijk. Maar in de praktijk vinden er dusdanig vaak veranderingen plaats dat het onderwijs altijd een beetje achterloopt.

Tijdens mijn oriënterende stage heb ik al enorm veel geleerd van het bedrijfsleven. En dat is tijdens deze afstudeerstage nog meer geworden.

Zo blijkt dat er een hele andere wijze is van database opbouw bij The Cre8ion.Lab dan welke ik heb geleerd op school. Deze wijze maakt gebruik van een aantal aparte tabellen waarin de instellingen, rubrieken en relaties zijn gedefinieerd. Op deze wijze is het heel eenvoudig om aanpassingen aan de database te maken en bijvoorbeeld extra gegevens op te slaan welke standaard niet getoond worden.

Daarnaast heeft ieder bedrijf een andere manier van werken met bijvoorbeeld de bestanden. Zo werkt het ene bedrijf met het kopiëren van de bestanden in een nieuwe map alvorens iets aan de bestanden te wijzigen. Dit wordt bij de opleiding ook altijd aanbevolen. Nu blijkt dit in de praktijk geen goede manier van werken, met een klein aantal klanten gaat dit nog, maar als het er veel worden gaat de hoeveelheid data aanzienlijk omhoog.

Tijdens de opleiding wordt er nooit iets behandeld over hoe je een klant te woord moet staan tijdens een telefoongesprek. Hier had ik ook niet veel ervaring mee voordat ik begon met mijn afstudeerstage bij The Cre8ion.Lab. Daar kreeg ik dan ook de taak om als eerste lijn de telefoon op te nemen en boodschappen aan te nemen of door te verbinden. Hierbij heb ik een hoop ervaring daarmee opgedaan en de mensen met veel plezier geholpen.

Bronnen

Boeken

Hofstede, Gert Jan, Databases ontwerpen, bouwen en gebruiken

Documenten

Deze bestanden zijn te vinden op de digitale bijlage in de map offertes.

Beuk 180110-BVH1.doc, GroeneEngel_Huisstijl_160309-J1.doc, offerte webshop 300709.doc, Offerte webshop Bobplaza logo en huisstijl 261009BV1.doc

Websites

wiki.edu-lab.nl

Dit is een variant van het bekende wikipedia.

<http://tinyurl.com/2ws7f22>

<http://nl.wiktionary.org/wiki/database>

Heldere offerte basis voor succesvol zakendoen

<http://tinyurl.com/38d5las>

Offertes beter laten scoren

<http://tinyurl.com/3amym6o>

<http://www.lancelots.nl/marketing/acquisitie/offerte/training>

<http://www.perfectviewxrm.com/>

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

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

<http://www.tendersystem.com/>

<http://www.xait.no/>

Definities van woordenlijst:

Php: <http://nl.wikipedia.org/wiki/PHP>

Asp: <http://webmaster.multimania.nl/glossary/>

Sitemap: <http://nl.wikipedia.org/wiki/Sitemap>

Hosting: <http://www.eigenhandiginternet.nl/?RubriekID=1936>

CRM: <http://tinyurl.com/2utxzmj>

Web-based: <http://nl.wikipedia.org/wiki/Webbased>

PDF: <http://nl.wikipedia.org/wiki/.pdf>

Googledocs: http://nl.wikipedia.org/wiki/Google_Docs

CSS: <http://www.katinkahesselink.net/webvisie/terminologie.html>

jQuery: <http://nl.wikipedia.org/wiki/JQuery>

HTML: <http://www.compra.nl/support/woordenboek.htm>

WYSIWYG: <http://nl.wikipedia.org/wiki/WYSIWYG>

Crumblepath: <http://tinyurl.com/3a669z4>