

The mobile revolution meets B2B

door Robin Dekkers

The mobile revolution meets B2B

Student

Naam: Robin Dekkers
Studentnr: 2125468
Studie: ICT Media Design Voltijd
Instelling: Fontys Hogeschool ICT
Telefoon: 06 – 51 98 59 78
E-mail: info@robindekkers.nl

Bedrijf

Naam: Relate4u / APS Group
Adres: Esp 405
Postcode: 5633 AJ Eindhoven
Telefoon: +31 (0)40 280 23 45
E-mail: info@apsgroup.nl
Website: www.apsgroup.com

Afstudeerbegeleider

Naam: Joost Meijer
Functie: Development Manager
E-mail: joost.meijer@apsgroup.nl

Afstudeerdocent

Naam: Michiel Groenemeijer
E-mail: m.groenemeijer@fontys.nl

Apple Marketing Technologie
Smartphones
Mobile
Tablets iPad
Business to business Android iPhone
Content Communicatie
CSS Development HTML
Social media
jQuery
Blackberry Usability
CMS



Voorwoord

Na een periode van vier jaar ICT Media Design op de Fontys Hogescholen te Eindhoven ligt hier dan mijn afstudeerscriptie. In de periode van 6 februari 2012 tot 16 juni 2012 heb ik gewerkt aan dit afstudeerproject voor het bedrijf Relate4u.

Mijn dank gaat uit naar Joost Meijer voor de begeleiding en ondersteuning tijdens dit afstudeertraject. Mede door zijn feedback, ideeën en expertise heb ik het gewenste eindresultaat kunnen opleveren. Verder wil ik iedereen van het development team bedanken voor hun ondersteuning en leuke werksfeer. Daarnaast wil ik Mischa Zabransky bedanken voor de ondersteuning op het gebied van design. Ook wil ik Koen Luijten bedanken voor het mogelijk maken van deze stageplek. Verder wil ik Michiel Groenemeijer en Peter Verbeek bedanken voor de begeleiding, ondersteuning en feedback vanuit Fontys.

Ik wens jullie veel plezier toe bij het lezen van dit report.

Robin Dekkers
Eindhoven, 1 juni 2012

Inhoudsopgave

Samenvatting	11	5. Smartphones en tablets	47
Summary	13	5.1 Smartphones	47
Verklarende woordenlijst	15	5.2 Tablets	47
1. Inleiding	24	5.3 De groei van smartphones	48
2. Bedrijfsbeschrijving	27	5.4 De groei van tablets	49
3. Projectdefinitie	31	5.5 Het gebruik van smartphones en tablets	50
3.1 Probleemstelling	31	5.6 Mobile vs Desktop	51
3.2 Gekozen oplossing of aanpak	31	5.7 Besturingssysteem	51
3.3 Deelvragen met betrekking tot het onderzoek	33	5.8 De gevolgen van de groei	52
3.4 Scope van het project	34	5.9 Conclusies & Aanbevelingen	54
3.5 Producten c.q. eindresultaat	34	6. Business to business	57
4. Analyse Relate4u	37	6.1 B2B Marketing	57
4.1 De klanten en opdrachten	37	6.2 B2B Marketingmiddelen	57
4.2 De marketing applicatie	37	6.3 Contentmarketing	58
4.3 Front-end programmeertalen	40	6.4 Wat valt er onder content marketing?	59
4.4 Toekomst Relate4u	41	6.5 Welke marketingmiddelen?	59
4.5 Conclusie	43	6.6 Social media als B2B marketingmiddel?	61
		6.7 Smartphones en tablets als B2B marketingmiddel?	63
		6.8 Conclusies & Aanbevelingen	66
		7. Technieken	69
		7.1 Mobile development	69
		7.2 Development problemen	71
		7.3 Welke CMS voor mobile development?	77
		7.4 Conclusies & Aanbevelingen	81

8. Algehele conclusie & aanbevelingen	85
9. De realisaties	89
9.1 Conceptvoorstellen	89
9.2 Definitieve concept	90
9.3 Uitwerking	91
10. Reflectie	97
10.1 Onderzoek	97
10.2 Aanbevelingen	97
10.3 Bijdrage binnen Relate4u	97
10.4 Persoonlijke ontwikkeling	98
10.5 Theorie en praktijk	98
Nawoord & Dankwoord	100
Literatuurlijst en bronnen	101
Digitale bijlage	108

Samenvatting

Deze scriptie is uitgevoerd in opdracht van Relate4u om antwoord te geven op de vraag hoe business to business bedrijven kunnen inspelen op de verandering omtrent smartphones en tablets. Relate4u is een business to business bedrijf dat marketing applicaties ontwikkeld voor bedrijven zoals Philips, Volvo, Adidas en nog vele meer. Doormiddel van deze marketing applicaties kunnen bedrijven hun marketing campagnes, projecten en print materiaal gemakkelijk beheren en zo kosten en tijd besparen. Relate4u wil zich graag naar haar bestaande klanten en nieuwe klanten profileren als innovatief en vernieuwend. Maar is het al interessant voor Relate4u en B2B bedrijven om in te spelen op smartphones en tablets?

Dit project biedt inzicht of het voor Relate4u en B2B bedrijven interessant is om in te spelen op smartphones en tablets. Tijdens het onderzoek zijn verschillende fases en onderwerpen behandeld. Allereerst is er gekeken naar de kennis, toekomstvisie en mogelijkheden binnen Relate4u. Vervolgens is er onderzoek gedaan naar smartphones en tablets. Er is gekeken naar de groei ervan, wat de gevolgen ervan zijn, welke besturingssystemen populair zijn en het verschil tussen mobile en desktop. Daarna is er gekeken welke marketingmiddelen gezien worden als efficiënt en welke daarvan kunnen worden ingezet op het gebied van smartphones en tablets. Vervolgens is er onderzocht door middel van welke technieken het beste een mobiele applicatie kan worden ontwikkeld. Tot slot zijn er conclusies gemaakt welke weg Relate4u het beste kan inslaan.

Relate4u is eind 2010 overgenomen door APS Group, daardoor zal de huidige website van Relate4u verdwijnen. De huidige content van Relate4u zal terug moeten komen in een nieuw concept. In dit concept staan de marketing applicaties van Relate4u centraal. Doormiddel van jQuery mobile en Wordpress is er uiteindelijk een mobiele website ontwikkeld waarmee Relate4u haar marketing applicaties kan communiceren naar de klant. Daarnaast is er een Wordpress plugin gerealiseerd waarmee Relate4u eenvoudig de content vanuit één punt kan beheren. Verder maakt de website gebruik van content marketing (case studies & social media) om de klantloyaliteit te verbeteren en leads en website traffic te generen. Het advies richting Relate4u is dan ook om actief bezig te blijven met het generen van content op de website. Verder is het ook aanbevolen om de ontwikkelingen op het gebied van mobile te blijven volgen zodat er ook in de toekomst verder op ingespeeld kan worden.

Summary

This thesis was commissioned by Relate4u to answer the question how business to business companies can response to the growing use of smartphone and tablet. Relate4u is a business to business company that provides marketing applications to companies like Philips, Volvo, Adidas and many more. With these marketing applications companies can easily manage their marketing campaigns, projects and print productions that way they can save cost and time. Relate4u is an innovative company that always is looking for new opportunities. But is it already interesting for Relate4u and business to business companies to make use of mobile marketing?

This project gives insights for business to business companies like Relate4u how to respond to the growing use of smartphones en tablets. The research is executed in several phases. First there has been looked at the knowledge, vision and opportunities within Relate4u. Then the growth, the effects on people, which operating systems are popular and the difference between mobile and desktop has been analyzed. After that, research has been done to business to business marketing and which tools are seen as effective and can be used for a mobile application. Then different techniques for mobile application development has been analyzed. In the end, conclusions where made that reflect the best way Relate4u should use smartphones and tablets in communication.

Relate4u is end 2010 acquired by APS Group, therefore will the current website of Relate4u disappear. The content of Relate4u shall be incorporated into a new concept. The core of the new concept are the marketing applications of Relate4u. There is a new mobile website developed for Relate4u. With this mobile website Relate4u can communicate their marketing applications. The mobile website also shows that Relate4u is an innovative company. Also a new Wordpress plugin was developed, with this plugin Relate4u can easily manage there content from a single source. To improve the brand loyalty, leads, and website traffic the mobile website makes use of content marketing (case studies & social media). The advice towards Relate4u is to keep publishing content on their website to keep the content interesting. It is also recommended to follow the developments on the mobile marketing in the future. That way Relate4u can response to changes in the market.

Verklarende woordenlijst

B2B – Business-to-Business

B2B is een internationale aanduiding voor Business-to-Business: bedrijven aan bedrijven. Meestal betreft het hier bedrijven die specifiek zaken doen met andere bedrijven. Voorbeelden hiervan zijn zakenbanken en hostingbedrijven die niet op de particuliere markt actief zijn.

B2C – Business-to-Consumer

B2C is een internationale aanduiding voor Business-to-Consumer (bedrijven aan consumenten). Meestal betreft het hier bedrijven die specifiek zaken doen met consumenten. Te denken valt aan de meeste retailers zoals supermarkten of kledingwinkels, maar ook reisbureaus gericht op particulieren en online boekhandels vallen onder de definitie van B2C.

Browser

Een browser is een computerprogramma om websites te bezoeken. Er zijn verschillende browsers in omloop zoals Internet Explorer, Firefox, Chrome, Safari, Opera, etc.

Caching

Caching is het opslaan van gegevens zodat wanneer ze een tweede keer nodig zijn eenvoudig aangesproken kunnen worden. Op deze manier kan bijvoorbeeld een website sneller functioneren omdat niet alle afbeeldingen en andere bestanden weer van internet gedownload hoeven worden.

Contentmarketing

Contentmarketing is het maken, aanbieden en verspreiden van content die aansluit op een vooraf geïdentificeerde behoefte om zo nieuwe relaties aan te gaan en bestaande relaties te versterken.

Content Management Systeem (CMS)

Is een systeem dat gebruikt wordt om een website of applicatie te beheren. In dergelijke applicaties is het bijvoorbeeld mogelijk om de inhoud van webpagina's te wijzigen of webpagina's toe te voegen. Ook is het vaak mogelijk om bijvoorbeeld nieuwsbrieven te versturen.

Crossplatform

Crossplatform betekent dat een website of applicatie op alle platformen te bekijken is. Voorbeelden van platformen zijn mobiele telefoons, computers en tablets zoals de iPad.

CSS 2.1

CSS staat voor Cascading Style Sheets. CSS wordt gebruikt om voor HTML elementen te definiëren hoe ze er visueel uit moeten zien. Zo wordt bijvoorbeeld aangegeven welk lettertype gebruikt moet worden. CSS 2.1 is de versie die op dit moment het meest gebruikt wordt.

CSS3

Staat voor Cascading Style Sheets 3 en is de laatste versie van CSS. Deze versie is nog in ontwikkeling en nog geen standaard. Met deze versie zijn vele nieuwe effecten mogelijk. Zo kunnen elementen eenvoudig geanimeerd worden, kan er schaduw worden toegevoegd aan een tekst. (zie ook CSS 2.1).

Framework

Een softwareframework is een geheel van softwarecomponenten dat gebruikt kan worden bij het programmeren van applicaties. Echter ook afspraken hoe die componenten gebruikt worden binnen een groep ontwikkelaars en welke code-standaarden en bibliotheken gebruikt worden kunnen ook onderdeel zijn van een framework.

Front-end programmeren

Front-end programmeren is vooral het programmeren in HTML, CSS en JavaScript. Vaak is het front-end de interface tussen de gebruiker en een systeem. Het worden vooral gebruikt voor de visuele presentatie van tekst en andere content.

HTML 4

HTML staat voor HyperText Markup Language en wordt gebruikt om tekst op te maken voor het web. Door tags toe te voegen weet een browser hoe een pagina weergegeven moet worden. HTML 4 is de versie van HTML die op dit moment het meeste gebruikt wordt.

HTML 5

HTML5 staat voor HyperText Markup Language 5 en is de nieuwste versie van de HTML standaard. HTML5 is nog niet volledig gedefinieerd maar is wel al deels toe te passen. HTML5 is daarnaast in de volksmond een verzamelnaam voor de technieken HTML5, CSS3 en JavaScript. HTML5 biedt meer mogelijkheden dan HTML4 op het gebied van mobile.

HTTP

HTTP staat voor Hypertext Transfer Protocol en is het protocol dat gebruikt wordt om een webbrowser te laten communiceren met een webserver (locatie waar bijvoorbeeld een website staat). Het verkeer van het protocol is in één richting tegelijk. Eerst stelt de browser een vraag aan de server waarna die antwoord geeft. Welke vragen en antwoorden er zijn staat vastgesteld in het protocol.

JAVA

Java is een objectgeoriënteerde programmeertaal. Historisch gezien is Java een platformafhankelijke taal die qua syntaxis grotendeels gebaseerd is op de programmeertaal C++. De applicaties van Android en Blackberry zijn gebaseerd op het JAVA programmeertaal.

JavaScript

JavaScript is een front-end programmeertaal die gebruikt wordt om een website of andere applicatie interactief te maken. JavaScript wordt gebruikt om extra functionaliteiten als animaties en visuele feedback toe te voegen aan HTML en CSS.

jQuery

Is een bibliotheek met daarin verschillende JavaScript functies en daarnaast een uitgebreide database aan bestaande elementen als menu's, slideshows, kalenders enzovoort. Het voordeel van jQuery is dat het ervoor zorgt dat JavaScript cross browser werkt en dat de code eenvoudiger te hergebruiken is.

Lead

Een lead is een begrip wat in de verkoop en marketing gebruikt wordt als synoniem van potentiële klant.

Objective-C

Objective-C is een programmeertaal die gebruikt kan worden voor het ontwikkelen van applicaties. Objective-C is de laatste tijd populairder geworden omdat Apple iPhone, iPad, en iPod applicaties gebaseerd zijn op deze programmeertaal.

Phonegap

Phonegap is een opensource mobile development framework waarmee mobile applicaties ontwikkeld kunnen worden. Met dit framework kan er gebruik gemaakt worden van functionaliteiten van smartphones en tablets zonder daarvoor kennis te hebben van programmeertalen zoals Objective-C of JAVA. In Phonegap kan er namelijk geprogrammeerd worden in HTML, CSS en JavaScript.

Smartphone

Een smartphone is een mobiele telefoon die uitgebreidere computermogelijkheden biedt. Een smartphone kan ook beschouwd worden als een handcomputer of pda die tegelijk ook een telefoon is.

Social media

Social media is de verzamelnaam voor alle websites waarbij de gebruikers zelf de waarde/content van de website creëren. Het belangrijke hieraan is het sociale aspect namelijk het communiceren met andere mensen. Denk hierbij aan websites als: Facebook, Twitter, LinkedIn, Youtube.

Stylesheet

Een stylesheet is een document waarin de opmaak van een webpagina of gestructureerde content zoals XML en databases gedefinieerd staat. Met een stylesheet worden alle elementen van een website vormgegeven en op de juiste positie geplaatst. Een website kan gebruik maken van meerdere stylesheets. Vaak zijn er aparte stylesheets wanneer een gebruiker een webpagina wil afdrukken of wanneer een pagina door een mobiele telefoon bezocht wordt.

Tablet

Een tablet-pc is een computer die in de hand kan worden gebruikt. Hij kan worden gezien als een grotere smartphone(zie smartphone) of als een kleine laptop. Het belangrijkste verschil met een laptop is het (meestal) ontbreken van een toetsenbord, al kan wel vaak een los toetsenbord worden aangesloten.

Usability

Is de gebruiksvriendelijkheid van een toepassing. Als de usability van bijvoorbeeld een applicatie hoog is dan is deze efficiënt te gebruiken, is het makkelijk om te leren hoe er mee omgegaan moet worden en voelt de gebruiker zich goed bij het gebruik. De applicatie reageert zoals de gebruiker verwacht dat deze reageert.

Webgebaseerd

Webgebaseerd 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.

Webstandaarden

Beschrijven de technische specificaties van diverse programmeertalen. Een organisatie die zich hier mee bezig houdt is het World Wide Web Consortium (W3C). World Wide Web Consortium (W3C) Is een organisatie die webstandaarden voor het internet ontwerpt en documenteert. HTML, CSS en XML zijn voorbeelden van talen die door het W3C ontworpen zijn.

XML

XML is de afkorting voor eXtensible Markup Language. XML wordt gebruikt om gestructureerde gegevens vorm te geven als platte tekst. Het wordt gebruikt om gegevens op te slaan en te versturen.

Deel 1

Inleiding





1. Inleiding

Relate4u is een bedrijf dat marketing applicaties aanbiedt aan grote bedrijven zoals Philips. Relate4u wil zich graag naar haar bestaande klanten en nieuwe klanten profileren als innovatief en vernieuwend. Relate4u ziet dat steeds meer mensen gebruik maken van smartphones en tablets. Is het al interessant voor business to business bedrijven zoals Relate4u om in te spelen op deze verandering? Deze scriptie zal antwoord en inzicht geven op deze vraag op basis van een onderzoek. Het onderzoek bestaat uit drie onderwerpen die naar een antwoord leiden. Allereerst is er gekeken of er werkelijk steeds meer gebruik gemaakt wordt van smartphones en tablets. Vervolgens is er gekeken naar welke marketingmiddelen business to business bedrijven interessant vinden bij het verbeteren van klantenrelaties en het werven van nieuwe klanten. Daarna is er gekeken welke technieken er gebruikt kunnen worden bij het ontwikkelen voor mobiele applicaties. Daarbij is het belangrijk dat de content vanuit één punt beheerd kan worden.

Het rapport is opgebouwd uit verschillende hoofdstukken. In hoofdstuk 2 wordt er informatie gegeven over het bedrijf Relate4u, in hoofdstuk 3 wordt het project gedefinieerd. Hoofdstuk 4 bevat een analyse met betrekking tot de huidige situatie en toekomstvisie van Relate4u. In hoofdstukken 5, 6 en 7 is onderzoek gedaan naar smartphones / tablets, business to business marketing en technieken. Vervolgens wordt er in hoofdstuk 8 een conclusie gemaakt waarom er een mobiele website ontwikkeld is en in hoofdstuk 9 is uitgewerkt hoe dit gerealiseerd is. Hoofdstuk 10 bevat een reflectie op het gehele afstudeertraject.



Deel 2

Bedrijfsbeschrijving

2. Bedrijfsbeschrijving

Relate4u start in het jaar 2000, het kwam voort uit het bedrijf Paro. Paro is een digitale drukkerij die voornamelijk folders, leaflets en flyers drukte. Haar grootste klant was op dat moment Philips Medical Systems.

Philips Medical Systems had meer wensen, er kwam namelijk steeds meer vraag naar IT oplossingen. Paro speelde hierop in en besloot een aantal IT projecten te realiseren. De oplossing die Paro realiseerde viel ver buiten de service die Paro normaal leverde. Drukken was de corebusiness van Paro en zodoende ontstond er een aparte bedrijfstak. Deze bedrijfstak besloot Paro af te splitsen naar een nieuw bedrijf, het bedrijf dat ontstond is Relate4u.

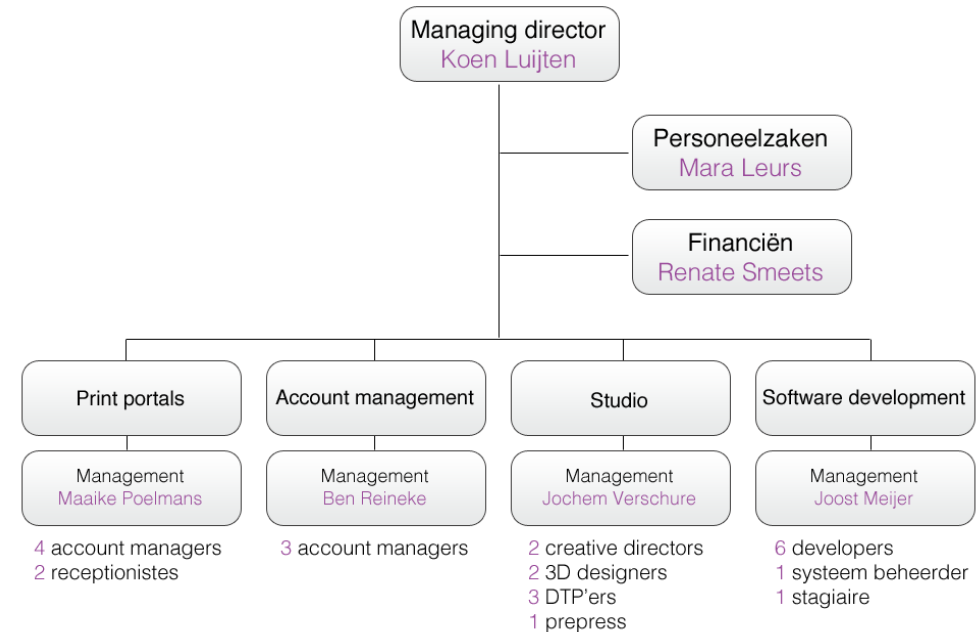
Het idee achter Relate4u was er op gericht om meer services aan te bieden dan alleen maar drukwerk. Relate4u richtte zich daarom op IT solutions. Kort na het ontstaan van Relate4u werd al snel duidelijk dat er ook een grote vraag was naar ontwerp en creatie. Dit zorgde er voor dat Relate4u al snel opgedeeld werd in 2 afdelingen, Een IT afdeling en een design studio.

De groei van Relate4u was in 4,5 jaar zo snel gegaan dat ze hadden besloten om naar een eigen pand te verhuizen. In 2005 verhuisden ze naar een eigen bedrijvenpand op Esp in Eindhoven. Relate4u is de afgelopen jaren doorgeroeid naar een goed georganiseerd bedrijf waarbij ze IT en marketing diensten aanbieden aan bedrijven zoals Philips, Adidas, Volvo en GEA.

Met de software applicaties van Relate4u kunnen bedrijven heel gemakkelijk hun marketing en projecten beheren. Met deze webgebaseerde applicaties kunnen zij hun hele workflow beheren, analyseren en realiseren. Hierdoor kunnen de klanten besparen op tijd en kosten.

In december 2010 wordt Relate4u overgenomen door het Engelse bedrijf APS Group, een bedrijf dat ongeveer dezelfde diensten aanbiedt als Relate4u. APS Group wil doormiddel van Relate4u verder uitbreiden in Europa. Hieronder staat de organogram van Relate4u.

Organogram





Deel 3

Projectdefinitie

3. Projectdefinitie

3.1 Probleemstelling

Relate4u ziet dat er steeds meer mensen gebruik maken van tablets en smartphones hierdoor komt er steeds meer vraag naar mobiele websites en applicaties. Tablets en smartphones zijn er in verschillende types, afmetingen, besturingssystemen en functies maar welke tablets en smartphones zijn nou populair in Nederland en Europa? Wat doen gebruikers op hun tablet en smartphone? En hoe kan er als B2B bedrijf op worden ingespeeld?

3.2 Gekozen oplossing of aanpak

Om deze vragen te beantwoorden zal er onderzoek gedaan worden naar 3 verschillende aspecten, er zal onderzoek gedaan worden naar

- Mobile, om er achter te komen wat er speelt op de markt van smartphones en tablets, welke activiteiten gebruikers op deze devices hebben en wat het verschil is ten opzichten van desktop gebruikers.
- Business to business, om er achter te komen welke marketing middelen interessant zijn voor B2B bedrijven en welke daarvan gebruikt kunnen worden in samenwerking met smartphones en tablets.
- Technieken, om er achter te komen welke technieken en tools er beschikbaar zijn op het gebied van smartphones en tablets en hoe deze ingezet kunnen worden voor Relate4u.

De onderzoeksvraag is

“Hoe kan er optimaal een mobiele website voor de business to business markt ontwikkeld worden?”

Om het onderzoek toe te kunnen passen is er voor gekozen om een nieuwe website en mobiele website te maken voor Relate4u. De realisatie van de desktop website valt buiten de scope van dit project en zal door collega's gerealiseerd worden. Het eind-resultaat zal gebaseerd zijn op de onderzoekresultaten en de wensen en doelstellingen van Relate4u.

Het project is verdeeld in drie fases die hieronder verder gespecificeerd worden.

Fase 1 – Analyse en Onderzoek

In fase 1 wordt er een analyse gemaakt met betrekking tot welke technieken, kennis, wensen en doelstellingen Relate4u heeft op het gebied van mobile. Vervolgens wordt er onderzoek gedaan naar mobile, business to business en verschillende technieken die gebruikt kunnen worden bij de ontwikkeling van mobiele applicaties.

Fase 2 – Aanbevelingen en verdieping

Aan de hand van de onderzoeksresultaten zullen er een aantal aanbevelingen komen op het gebied van mobiele, business to business en technieken. Wanneer er een akkoord is met betrekking tot de aanbevelingen en de wensen van Relate4u zal er een mobiele website ontwikkeld worden waarbij de resultaten van het onderzoek zullen worden toegepast op de mobiele website.

Fase 3 – Concepting en realisatie

In fase 3 zal er daadwerkelijk een mobiele website ontwikkeld worden, tijdens de ontwikkeling van de mobiele website zullen alle onderzoeksresultaten meegenomen worden. De realisatie van de mobiele website zal laten zien hoe een optimaal mobiele website gerealiseerd kan worden voor de B2B markt.

3.3 Deelvragen met betrekking tot het onderzoek

Wat is de huidige situatie van Relate4u?

- Welke technieken worden gebruikt binnen Relate4u?
- Welke frameworks en technieken worden er gebruikt op het gebied van front-end development?
- Wat voor klanten heeft Relate4u op dit moment?
- Wat voor soort opdrachten heeft Relate4u gerealiseerd?
- Wat zijn de doelstellingen van Relate4u?
- Wie is de doelgroep?

Wat is mobile?

- Wat is mobile internet?
- Wat is het verschil tussen mobile internet en desktop internet?
- Wat zijn smartphones?
- Wat zijn tablets?
- Wat zijn activiteiten op smartphones en tablets?
- Wat zijn trends en ontwikkelingen op het gebied van mobile web?
- Welke besturingssystemen zijn populair in Nederland?

Wat is business to business?

- Wat is business to business communicatie?
- Wat is business to business marketing?
- Wat is business to business content marketing?
- Hoe zorgen we ervoor dat prospects met Relate4u in contact komen?
- Hoe kunnen we content het beste mobiel optimaliseren?
- Hoe kan B2B communicatie ingezet worden op het gebied van mobile?
- Welke marketing middelen worden gebruikt door b2b bedrijven op het gebied van web?

Welke technieken zijn er beschikbaar om voor mobile te ontwikkelen?

- Hoe kan content optimaal beheerd worden vanuit één punt?
- Welke tools en frameworks zijn er beschikbaar voor mobile websites?
- Welke tools en frameworks zijn er beschikbaar voor mobile applicaties?
- Welke tools en frameworks zijn er beschikbaar voor desktop websites?
- Wat zijn de voor- en nadelen van deze technieken, tools en frameworks ten opzichte van elkaar?

3.4 Scope van het project

Het project besteedt aandacht aan het onderzoek naar mobile, business to business communicatie en mobile technologie. Aan de hand van de resultaten en aanbevelingen zal er een nieuwe mobiele website voor Relate4u ontwikkeld worden, deze website zal een showcase zijn waar alle diensten en producten van Relate4u beschreven zijn. Buiten de scope van het project valt de realisatie van een desktop website.

3.5 Producten c.q. eindresultaat

De producten die opgeleverd zullen worden zijn:

- Analyse rapport waar de huidige technieken, kennis, opdrachten en doelstellingen binnen Relate4u aan bod komen.
- Onderzoeksrapport waarin de onderwerpen mobile, business to business en technieken in staan beschreven en aanbevelingen naar Relate4u hoe zij dit kunnen toepassen.
- Aan de hand van de onderzoeksresultaten en aanbevelingen zal er een mobiele website ontwikkeld worden.



Deel 4

Analyse Relate4u

4. Analyse Relate4u

4.1 De klanten en opdrachten van Relate4u

Relate4u werkt momenteel voor grote internationale bedrijven zoals Philips, Volvo, Adidas en DSM. Philips is momenteel de grootste klant van Relate4u, Relate4u werkt namelijk al sinds 2003 voor Philips waarbij ze voornamelijk werkzaam zijn geweest met het vinden van IT oplossingen op het gebied van marketing. Hierdoor heeft Relate4u in de loop van de jaren verschillende marketing applicaties ontwikkeld die ervoor zorgen dat bedrijven zoals Philips hun marketing communicatie makkelijk kunnen beheren. Met deze marketing applicaties kunnen bedrijven besparen op tijd en kosten. Naast de marketing applicaties komt er ook steeds meer vraag naar webdevelopment oplossingen. Klanten zijn steeds vaker opzoek naar totaal oplossingen en websites / mobiele applicaties zijn daar een onderdeel van. Daarbij is het hergebruiken van marketing materiaal en content over verschillende kanalen steeds belangrijker. Content moet daarbij vanuit één punt op meerdere plekken ingezet kunnen worden.

4.2 De marketing applicatie

De marketing applicaties van Relate4u zijn allemaal ontwikkeld in Java, Java is grotendeels gebaseerd op de programmeertaal C++ echter beschikt Java over een uitgebreidere klassenbibliotheek in vergelijking tot C++. Java wordt vaak verward met JavaScript echter zijn het twee totaal verschillende programmeertalen. JavaScript is vooral bedoelt als scripttaal wat vaak een ondersteunende functies biedt aan websites. Terwijl Java juist een compleet pakket is die eerder vergelijken kan worden met C++ programmeren.

Hieronder worden alle marketing tools die ontwikkeld zijn door Relate4u beschreven.



Operations Manager, Asset Manager en Marcom Store vallen alle 3 onder de categorie Print Competence Center (PCC). PCC is een webbased applicatie die het gehele printproces vereenvoudigt en verbetert. PCC centraliseert project bestanden en informatie zodat er gemakkelijk vanuit één punt de status van een project, de kosten en het geprinte materiaal beheerd kan worden.

4.2.1 Operations Manager

De Operations Manager centraliseert alle project gegevens. Hierdoor kan er gemakkelijk projecten beheerd, geanalyseerd en/of gerealiseerd worden. Dit zorgt voor een goed gestructureerd overzicht waardoor bedrijven tijd en kosten kunnen besparen.

4.2.2 Asset Manager

De Asset Manager centraliseert alle gemaakte marketing bestanden dit kunnen foto's, huisstijlen, printmateriaal en nog veel meer zijn. Hierdoor kunnen er gemakkelijk oude marketing campagnes gebruikt of veranderd worden naar nieuwe producten.

4.2.3 Marcom Store

De Marcom Store is een online webshop waar dealers, managers en klanten het gemaakte marketing materiaal kunnen inzien, bestellen en laten afdrukken. Omdat de Marcom Store direct gekoppeld is aan regionale leveranciers kan er direct gereageerd worden op de bestellingen. In de Marcom Store kunnen items(jaarboeken, leaflets, flyers, etc) gedownload, besteld of afgedrukt worden.

4.2.4 Media Publisher

Met de Media Publisher kan doormiddel van een online editor nieuwe documenten ontwikkeld en gerealiseerd worden. Zodra de gewenste content en stijl ontwikkeld is in de editor, kan het gebruikt worden voor meerdere doeleinde. Zo kan de content worden omgezet in een PDF voor drukwerk, XML of HTML code voor websites en / of applicaties.

4.2.5 Media Localizer

De Medialocalizer biedt een volledige vertaling workflow aan, waardoor er gemakkelijk vanuit één centraal punt meerdere vertalingen en versies gerealiseerd kunnen worden. De bestanden worden vertaald door een vertalingsbureau zodat de content optimaal vertaald wordt. Er kan vanuit één centraal dashboard verschillende vertalingen doorgevoerd worden voor verschillende Pdf's, websites en mobiele applicaties terwijl de content maar eenmalig vertaald hoeft te worden.

4.2.6 Socialnetworker

Met de Socialnetworker kunnen medewerkers marketing kennis in het bedrijf met elkaar delen en toetsen. Als er bijvoorbeeld een marketing campagne met een winkeldisplay succesvol was in Nederland dan kan die informatie en de winkeldisplay gedeeld worden met het rest van het bedrijf. Zo kunnen medewerkers buiten Nederland ook gebruik maken van de kennis en materiaal wat gebruik is in Nederland.

4.3 Front-end programmeertalen Relate4u

4.3.1 Webstandaarden

Relate4u gebruikt op dit moment verschillende front-end programmeertalen. Voor het ontwikkelen van web applicaties gebruikt Relate4u de webstandaard van tegenwoordig HTML en CSS. Met HTML kan er gemakkelijk een structuur van een web applicaties opgesteld worden, met HTML zijn er een heleboel mogelijkheden. Zo kan er bijvoorbeeld afbeeldingen, teksten, tabellen, formulieren en blokken geplaatst worden die voor de structuur van de website en / of applicatie zorgen. Met behulp van CSS kan de HTML structuur aangepast worden naar een gewenste stijl. Er kan hierbij gedacht worden aan kleuren, breedte en hoogte, wit ruimte en omlijning van bepaalde elementen. Er kan uiteraard nog veel meer gedaan worden met HTML en CSS. HTML en CSS zijn echter wel vrij statisch en bieden niet veel mogelijkheden op het gebied van interactie en animaties.

4.3.2 JavaScript en jQuery

Binnen Relate4u wordt er ook gebruikt gemaakt van JavaScript in samenwerking met de JavaScript library jQuery. Met dit framework kan de interactie tussen de gebruiker en de web applicatie vergroot worden. Daarnaast wordt jQuery ondersteunt door alle browsers en platformen. Een ander groot pluspunt is dat achter jQuery een grote community zit die zorgt voor support en telkens werkt aan het uitbreiden en verbeteren van het framework. Een nadeel van JavaScript is dat sommige mensen het hebben uitgeschakeld om bijvoorbeeld veiligheidsredenen. Deze mensen zullen dan ook niet de animaties en interactieve element zien. Door deze animaties en interactieve elementen wordt een web applicatie een stuk aantrekkelijker voor gebruikers. JavaScript kan echter gewoon prima gebruikt worden want de groep mensen die het hebben uitgeschakeld is erg klein.

4.3.3 Wordpress CMS / Phonegap

Om de content gemakkelijk de kunnen beheren maakt Relate4u op dit moment gebruik van Wordpress. Voorheen is er ook gebruik gemaakt van ander soortgelijke CMS platformen zoals Joomla en Drupal echter kreeg Wordpress de voorkeur vanuit het bedrijf. Wordpress maakt gebruik van PHP en MySQL maar de front-end is vooral gebaseerd op HTML en CSS. Daarnaast biedt Wordpress een heleboel plugins die de website een stuk interactiever kunnen maken. Echter wordt Wordpress momenteel alleen gebruikt voor webdevelopment op het gebied van desktop gebruik. Voor de ontwikkeling van mobile applicaties wordt momenteel gebruik gemaakt van Phonegap in samenwerking met jQuery Mobile. Ze maken dus momenteel gebruik van 2 losse frameworks.

4.4 Toekomst Relate4u

Relate4u ziet dat er steeds meer vraag komt naar smartphones en tablets oplossingen. Ze willen daarom graag weten hoe zij zich als business to business bedrijf kunnen profileren op dit gebied. Maar om een goede strategie te kunnen bepalen op het gebied van smartphone en tablets zal er eerst onderzoek gedaan moeten worden naar een aantal onderwerpen. Ze willen daarom weten waar de markt van smartphones en tablets uit bestaat en welke besturingssystemen er veel worden gebruikt. Verder willen ze weten welke marketingmiddelen ze het beste kunnen inzetten op het gebied van smartphones en tablets. Daarnaast willen ze weten doormiddel van welke technieken en CMS-en ze dit het best kunnen realiseren en beheren. Het is daarbij belangrijk dat content en marketing materiaal vanuit één punt naar meerdere kanalen beheerd kan worden. Omdat Relate4u innoverend wil zijn moeten ze inspelen op verandering.

Relate4u houdt daarbij rekening met de theorie “Diffusion of innovations”. Deze theorie laat zien hoe, waarom en met welke tempo nieuwe ideeën en technologieën verspreid en gebruikt worden. De grafiek hiernaast weergeeft de theorie. In het begin worden de nieuwe ideeën en technologieën door een kleine groep gebruikt, waarna het bij “Early Majority” en “Late Majority” de mainstream bereikt. Daarna komen de “Laggards” gebruikers die vaak (bijna) niet open staan voor veranderingen.

(innovators) (2,5%) - Deze groep mensen zijn de eerste die nieuwe ideeën en technologieën willen hebben of gebruiken. Ze zijn op zoek naar het nieuwste van het nieuwste. Innovators zijn vaak bereid risico's te nemen.

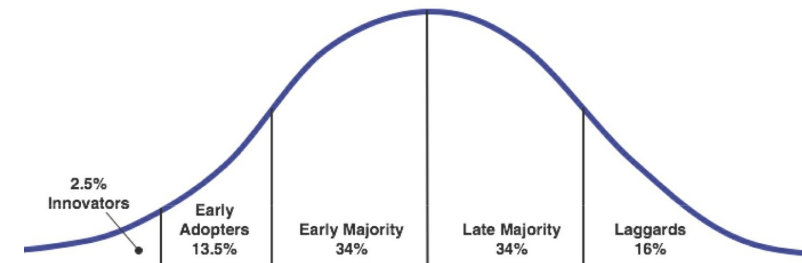
(early adopters) (13,5%) - Net na de innovators bestaat de groep early adopters deze mensen zijn ook uit op nieuwe ideeën en technologieën. Deze groep heeft een sterke opinie en wil op de rest voorlopen. Zij lopen minder risico dan de innovators.

(early majority) (34%) - Dit is de eerste grote groep mensen die de technologie gaat gebruiken. De technologie wordt door de massa opgenomen en bereikt zijn volwassenheidsfase.

(late majority) (34%) - De technologie is volwassen, het overgrote deel van de markt is bekend met de technologie en gebruikt het ook.

(laggards) (16%) - De laatste fase van een idee of technologie. Deze personen staan vaak niet open voor veranderingen en zijn erg terughoudend over nieuwe ideeën en technologieën.

Relate4u wil zich profileren als innoverend bedrijf, daarom moeten ze haar klanten en de mainstream voorblijven. Relate4u zal zich dus moeten profileren op “Innovators” / “Early Adopters” niveau. De klanten van Relate4u zitten op “Early Adopters” niveau en de mainstream zit op “Early Majority” en “Late Majority”. Relate4u is dus op zoek naar nieuwe technologieën en ideeën die ze kunnen aanbieden naar hun klanten, de klanten van Relate4u zullen dit dan weer aan kunnen bieden aan de mainstream.



4.5 Conclusie

Relate4u wil zich als business to business bedrijf profileren als innovatief en vernieuwend. Daarom willen ze graag meer weten over smartphones en tablets en hoe zij dit als bedrijf kunnen inzetten. Zo kunnen ze Relate4u haar klanten ook passende oplossingen aan bieden. De kern van alle onderdelen worden hieronder kort samengevat.

4.5.1 De huidige situatie

Relate4u is een bedrijf dat goed inspeelt op ontwikkelingen van de markt en is daarbij constant opzoek naar nieuwe oplossingen. Het bedrijf werkt voor een uiteenlopend aantal internationalen bedrijven waarbij Philips haar grootste klant is. De corebusiness van Relate4u is het aanbieden van marketing applicaties. Relate4u is daarom altijd bezig met het verbeteren en het communiceren van deze marketing applicaties.

4.5.2 De huidige technieken

Voor de marketing applicaties wordt gebruik gemaakt van de programmeertaal Java, XML, XLS, HTML/CSS en een aantal frameworks. Op het gebied van webdevelopment wordt er gebruikt gemaakt van het open source CMS Wordpress wat vooral gebaseerd is op het programmeren in HTML/ CSS en jQuery. Voor de ontwikkeling van mobile applicaties wordt er gebruikt gemaakt van het framework Phonegap.

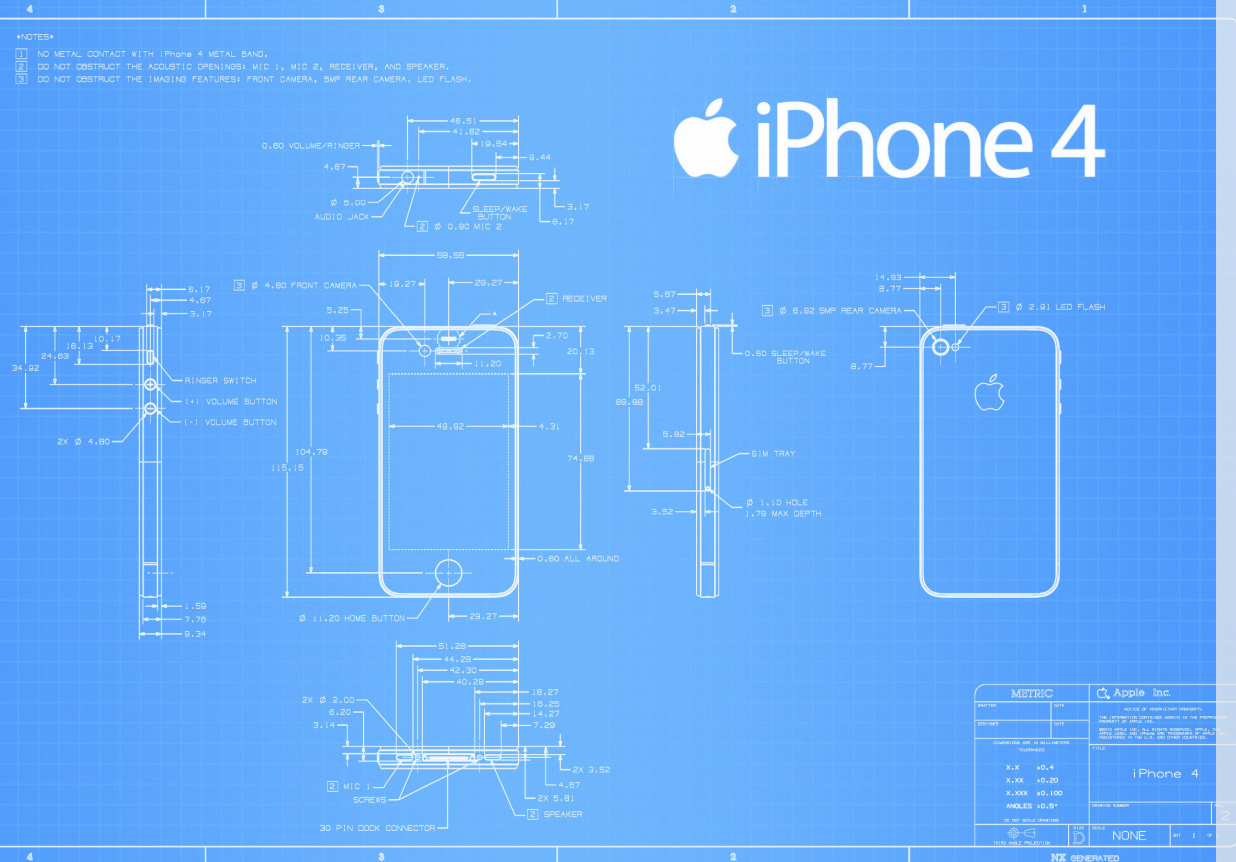
4.5.3 De toekomst

Relate4u wil graag in de toekomst meer inspelen op smartphones en tablets. Ze willen daarom graag weten hoe zij zich als business to business bedrijf het beste kunnen profileren op dit gebied.



Deel 5

Smartphones & tablets



5. Smartphones en tablets

We zien de laatste jaren steeds meer mensen rondlopen met smartphones en tablets spreken we hier van een tijdelijk hype of breekt er een nieuwe tijdperk aan waar mensen steeds mobieler worden? Waarom zien we steeds meer mensen rondlopen met deze toestellen, en waarom gebruiken ze deze toestellen eigenlijk? Wat betekent dit voor bedrijven en hoe gaan we om met deze verandering?

5.1 Smartphones

Smartphones zijn niet van de laatste jaren, 10 a 20 jaar geleden bestonden al de eerste vormen van smartphones. Eerst waren er de PDA's, toen kwamen de eerste PDA's waar ook mee gebeld kon worden "smartphones", en vervolgens zorgde het succes van de iPhone voor de smartphone hoe we hem nu kennen. Dat de iPhone een succes werd is te danken aan het besturingssysteem dat geoptimaliseerd is voor een compact scherm. Daarnaast beschikt de iPhone over een multi-touch interface in plaats van fysieke knoppen. Eerdere smartphones waren grotendeels gebaseerd op een desktop besturingssysteem en werkte daarom ook niet optimaal op een kleiner scherm. Het succes van de iPhone en tegenwoordige ook andere smartphones is mede te danken aan de App Store die in 2008 beschikbaar werd [22,23,24]. Hiermee kunnen gebruikers gemakkelijk applicaties installeren op zijn of haar smartphone en zo de smartphone helemaal personaliseren.

5.2 Tablets

Rond 2000 zijn de eerste bruikbare tablet modellen op de markt gekomen. Deze tablets waren gebaseerd op het besturingssysteem van Windows en waren niet goed geoptimaliseerd voor een compact scherm. Daarnaast werkte deze tablets met een stylus pen, daardoor was het gebruiksgemak niet optimaal omdat er doormiddel van de stylus pen getypt moest worden, dit werkte niet zo snel en gemakkelijk als een normaal toetsenbord.

Hierdoor bereikte de markt van tablets nooit een groot publiek. Door de komst van de iPad 1 in 2010 is dit in een klap omgeslagen. Dit mede omdat de iPads net zoals de iPhones werken doormiddel van een multi-touch scherm. Het succes van de iPad is voor grotendeels gebaseerd op zijn voorganger de iPhone, het heeft namelijk precies dezelfde functies alleen is het scherm een stuk groter wat ervoor zorgt dat het beeld duidelijk en gebruiksvriendelijker is.

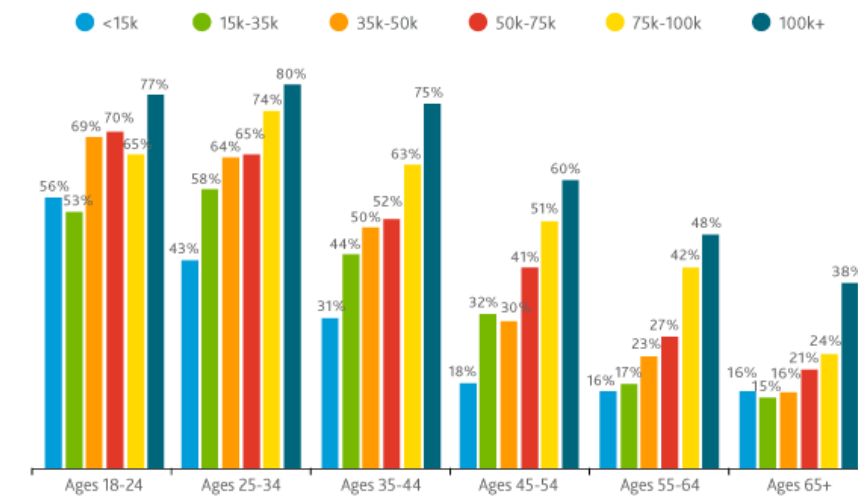
5.3 De groei van smartphones

Volgens het onderzoeks rapport Dutch Smartphone User - Q2 is de afgelopen jaren het gebruik van smartphones sterk toegenomen, zo maakt in het tweede kwartaal van 2011 42% [10,12] van de Nederlanders gebruik van een smartphone, eind 2011 is dit gestegen naar 51% [11]. Een jaar eerder had nog maar 34% [10,12] van de Nederlanders een smartphone.

Vooral onder jongeren zijn smartphones populair, naarmate de leeftijd toeneemt is er een terugloop op het aantal smartphone bezitters [11]. De hoogte van het inkomen speelt ook een belangrijke rol in het aantal smartphone gebruikers, hoe hoger het inkomen hoe meer er van smartphones gebruik gemaakt wordt [13].

Smartphone Penetration by Age and Income

January 2012



Source: Nielsen

nielsen

5.4 De groei van Tablets

Toen de iPad 1 in april op de markt kwam waren er binnen 80 dagen al 3 miljoen verkocht ^[18]. In 2010 verkocht Apple in totaal 14.7 ^[19, 20] miljoen iPads over de hele wereld en had daarmee ongeveer 75% ^[27] van de tablet markt in één keer in handen.

Het aantal Nederlanders dat in het bezit is van een tablet is het afgelopen jaar gestegen naar 1,7 miljoen ^[28], 12% van de Nederlanders beschikt daarmee over een tablet wat neerkomt op 14% van de internet gebruikers ^[26,28]. Waar in 2010 nog rond de 250,000 tablets waren verkocht ^[29] was in 2011 het aantal verkochte tablets gestegen naar 1 miljoen ^[29], dit is een verviervoudiging ten opzichte van 2010. Verder is 15% van plan een tablet in de periode van januari 2012 t/m juni 2012 aan te schaffen ^[26].

Tablets zijn niet alleen erg populair onder jongeren maar ook onder ouderen ^[40]. Waar er bij smartphones een afname is naarmate de leeftijd toeneemt zien we bij tablets het aantal gebruikers per leeftijd categorie gelijk blijft of zelfs licht toeneemt naarmate de leeftijd stijgt ^[40]. Ook bij tablets speelt het inkomen weer een belangrijken rol, hogere inkomen staat gelijk aan meer tablet gebruikers ^[30].

Er kan geconcludeerd worden dat smartphones vooral populair zijn onder jongeren en mensen met een boven modaal inkomen. Tablets zijn populair onder elke leeftijdsgroep, echter is het onder ouderen iets populairder. Volgens de Diffusion of Innovations theorie hebben smartphones op dit moment met 51% net de “Late Majority” fase bereikt ^[54].

Smartphones zijn dus al geaccepteerd door het grote publiek, smartphones zullen nog verder blijven groeien maar volgens de definition of innovation theorie zal de groei nu licht gaan afnemen. Tablets zitten met 12% nog in de “Early Adopters” fase, het wordt dus nog niet gebruikt door de grote groep. Het gebruik van tablets zal volgens de definition of innovation theorie sterk toenemen ^[54].

5.5 Het gebruik van smartphone en tablets

Het aantal smartphone en tablet gebruikers is flink aan het stijgen, maar wat doen de gebruikers op deze toestellen? Wanneer maken ze er gebruik van? En welke activiteiten zijn populair op smartphones en tablets?

5.5.1 Activiteiten op smartphones & tablets

Smartphones worden dagelijks door 89% van de gebruikers gebruikt voor activiteiten niet gerelateerd aan bellen of smsen ^[1]. Smartphones worden vaak thuis en onderweg gebruikt. Vooral internetten, informatie zoeken, apps gebruiken en video's bekijken worden veel genoemd als activiteiten op smartphones ^[1].

De meest voorkomende activiteiten op een tablet zijn, email, game en social media ^[45]. Doordeweeks worden tablets vaker gebruikt voor kortere sessies, snel email bekijken, snel wat opzoeken en social media ^[32,36]. In het weekend wordt de tablet minder vaak gebruikt maar de sessies zijn dan langer. Zo worden er in het weekend vooral veel video's, TV, films en games gespeeld en bekeken ^[16,32,36]. Tablets en smartphones worden vaak gebruikt naast andere activiteiten. Emailen, gamen, social media en informatie zoeken wordt veel gedaan tijdens het kijken van tv ^[16]. Muziek luisteren is vooral populair tijdens het koken. Emailen tijdens het eten komt ook veel voor ^[16]. Het is daarom belangrijk om op een snelle, interactieve en leuke manier informatie te tonen. Om er zo voor te zorgen dat de aandacht van de gebruiker bij de smartphone of tablet blijft ^[2].

Tablets worden vaker gezien als een kleine computer in de plaatst van een grote smartphone ^[31]. Het is dus belangrijk dat alle content die op een desktop terug te vinden is ook beschikbaar is voor de tablet.

In tegenstelling tot smartphones en laptops blijven de meeste tablets thuis. Waar buitenshuis de smartphones gebruikt worden voor persoonlijke zaken en de laptops voor werk gerelateerde zaken ^[31]. Echter worden er wel steeds vaker tablets meegenomen op vakantie of zakenreizen ter vervanging van de laptop ^[31,46].

5.5.2 Websites

Van alle websites wordt er op smartphones en tablets het meest gebruik gemaakt van zoekmachines ^[1]. De meeste zoekacties worden uitgevoerd naar aanleiding van mond tot mond communicatie, social media en traditionele media ^[1]. Bijna al deze zoekopdrachten worden gedaan via google ^[7].

5.6 Mobile vs Desktop

Wanneer er gekeken wordt naar hoeveel procent van de websites wordt benaderd door mobiele telefoons in vergelijking tot desktop pc's. Dan zie we dat in Nederland 5% ^[7] van de website bezocht wordt vanaf een mobiel toestel in de United Kingdom is dit bijna 10%, het gemiddelde van Europa ligt rond de 4% ^[7]. Desktop domineert nog steeds met 95% ^[7] maar we zien dat het verkeer van mobiele toestellen steeds verder aan het groeien is. Mede omdat er steeds meer smartphone en tablet gebruikers bijkomen. De meeste nieuws en social media website worden op dit moment al vaker bezocht door smartphones en tablets dan desktop pc's ^[17].

5.7 Besturingssysteem

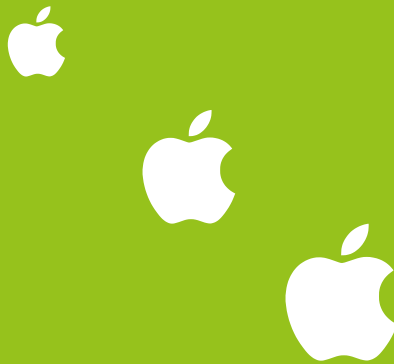
In Nederland is iOS het populairst met 48% van de gebruikers ^[7]. Android is na iOS het populairst met 39%, Blackberry heeft slechts 5% ^[7]. In de rest van Europa is iOS ook het populairst met 42%, Android staat weer op de 2^e plek met 26%. Blackberry met 15% en Symbian met 10% beschikken over ¼ van de Europese smartphone markt ^[7]. Onder de tablets heeft de iPad het grootste marktaandeel met 61%, Android tablets hebben afgelopen jaar een marktaandeel van rond de 30% weten te veroveren van Apple. Één jaar eerder had Apple namelijk 94% van de tablet markt in handen ^[25].

Het besturingssysteem iOS is dus het populairst zowel onder smartphones als onder de tablets. Via iOS kan ongeveer de helft van de smartphone en tablet gebruikers benaderd worden. Wanneer er een zo groot mogelijke groep benaderd moet worden kan er het best ook voor de andere besturingssystemen worden ontwikkeld.

5.8 De gevolgen van de groei

Mensen beschikken door de sterke groei van smartphones en tablets overal ter wereld over een heleboel informatie. Alles kan achterhaalt worden, elke informatie kan gevonden worden en mensen maken en delen zelf deze informatie. Hierdoor hebben de mensen steeds meer macht in handen. Als bedrijf kan er niet langer alles achter gesloten deuren worden gehouden, transparantie en in contact komen met de mensen is daarom belangrijk. Zo kan het vertrouwen bij de mensen gewonnen worden en zullen ze positiever tegenover het bedrijf staan ^[2].

We krijgen tegenwoordig vanuit alle hoeken informatie binnen, door smartphones en tablets is dit alleen maar toegenomen. Van alle informatie die we binnen krijgen kunnen we nog geen fractie onthouden. Hierdoor zijn we steeds meer opzoek naar betere filtering van informatie. Als bedrijf kan hierop ingespeeld worden, door bijvoorbeeld teksten minder lang te maken en meer gebruik te maken van beelden en animatie. Op deze manier kan de informatie beter verwerkt en onthouden worden. ^[2].



5.9 Conclusies & Aanbevelingen

De aantal smartphones en tablets gebruikers is de afgelopen tijd sterk toegenomen. Smartphones hebben het grote publiek al bereikt terwijl tablets net wordt opgenomen door het kleinere publiek. De groei van smartphones zullen volgens de definition of innovation theorie nu licht gaan afnemen. Tablets daarintegen zullen volgens de theorie nog sterk verder groeien. Gebruikers beschikken door smartphones en tablets overal ter wereld over een heleboel informatie. Ze gaan ook zelf opzoek naar deze informatie. Ondanks de grote groei van smartphones en tablets worden websites voor een groot deel nog steeds door desktop pc's bezocht. Echter blijft het aantal mobiele bezoekers toenemen, vooral bij nieuwswebsites en social media websites zien we dat er een grote toename is in mobiele bezoekers. Van alle besturingssystemen wordt er het meest gebruik gemaakt van iOS, Android is na iOS het populairste maar ook Blackberry heeft in Europa nog steeds een aanzienlijk marktaandeel in handen.

Het is aanbevolen om in te spelen op de groei van smartphones en tablets. Zo kunnen gebruikers overal beschikken over de juiste content en informatie. Het is daarbij belangrijk dat de informatie geoptimaliseerd wordt voor mobiel gebruik, zodat gebruikers niet verzuimen in het overvloed aan informatie en geïnteresseerd blijven in de content. Dit houdt in dat teksten korter moeten en er meer gebruik gemaakt moet worden van beeld en beweging. Om een zo groot mogelijk groep te bereiken zou ik Relate4u aanbevelen om de informatie en content voor elke besturingssysteem te optimaliseren.



Deel 6

Business to Business

6. Business to business

Business to business wil zeggen dat een bedrijf zijn producten of diensten verkoopt aan andere bedrijven. Er wordt dus niet rechtstreeks verkocht aan consumenten maar de transacties gaan tussen bedrijven. In dit hoofdstuk wordt onderzocht hoe smartphones en tablets ingezet kunnen worden voor business to business bedrijven. Er zal gekeken worden naar welke marketingmiddelen B2B-organisaties inzetten, hoe marketingmiddelen op smartphones en tablets kunnen worden ingezet en welke gevolgen de groei van smartphones en tablets hebben de marketingmiddelen die worden ingezet.

6.1 B2B Marketing

In dit hoofdstuk wordt er gebruik gemaakt van gegevens uit het TNS NIPO B2B Marketing Barometer 2012 onderzoek. Wat is uitgevoerd onder 246 Nederlandse professionals die verantwoordelijk zijn voor het marketing- sales- en/of communicatiebeleid in een B2B-organisatie. Daarnaast wordt er gebruik gemaakt van het Amerikaanse onderzoek B2B Content Marketing:2012 Benchmarks, Budgets & Trends waarbij bijna 1,100 B2B-marketeers werden ondervraagd.

6.2 B2B Marketingmiddelen

Er zijn verschillende marketingmiddelen die B2B-organisaties kunnen inzetten. In 2011 was het marketingbudget van B2B-organisaties iets gestegen ten opzichte van 2010 [3]. Ruim de helft van het marketingbudget wordt besteed aan traditionele marketinginstrumenten (beurzen, print, telemarketing, CRM, marktonderzoek, DM en PR) [3]. De beurs is het marketinginstrument waar het meeste aan wordt uitgegeven, gemiddelde 14% van alle marketinguitgaven [3]. Aan de digitale marketinginstrumenten wordt gemiddelde 28% van het marketingbudget uitgegeven daaronder valt onder andere de website van de organisatie, email-marketing, online advertising, mobile marketing en social media [3]. Net als in 2010 heeft men meer aan de website van het bedrijf uitgegeven. Aan dit marketinginstrument wordt gemiddeld 13% van het marketingbudget besteed en is daarmee na de beurs de grootste kostenpost [3]. Daarnaast wordt er 5% van het budget besteed aan social media, wat een stuk hoger is dan de 3% die besteed wordt aan online advertising. “De ‘owned’ media acht men dus belangrijker dan de ‘bought’ media. Verder wordt er steeds meer van het marketingbudget besteed aan digitale media [3].

6.3 Content marketing

Door het internet en de groei van smartphones en tablets beschikken mensen overal ter wereld over een heleboel informatie, mensen gaan zelf opzoek naar informatie en ze kunnen dan ook weer deze informatie delen bijvoorbeeld via social media. Organisaties willen natuurlijk niet dat er een heleboel negatieve informatie te vinden of gedeeld wordt over hun organisatie. Organisaties willen juist hun informatie krijgen bij de juiste mensen, de mensen zoeken zelf deze informatie op het internet dus de organisaties zullen dan de informatie / content moeten maken, aanbieden en verspreiden.

“Content marketing is het maken, aanbieden en verspreiden van content die aansluit op een vooraf geïdentificeerde behoefte om zo nieuwe relaties aan te gaan en bestaande relaties te versterken.”

Steeds meer B2B organisaties zetten content marketing in, inmiddels doet de helft van de Nederlandse B2B organisaties aan content marketing, 20% doet dit met een minimale maandelijkse frequentie. Uit het onderzoek B2B Content Marketing, 2012 blijkt dat 9 van de 10 organisaties gebruik maakt van content marketing. Vaak realiseren organisatie niet dat ze aan content marketing doen, maar een simpele tweet is in feite ook content marketing.

Doormiddel van content marketing kunnen b2b-organsiaties

- Brand awareness creëren
- Leads genereren
- Klantloyaliteit verbeteren
- Website traffic genereren
- Sales verbeteren

6.4 Wat valt er onder content marketing?

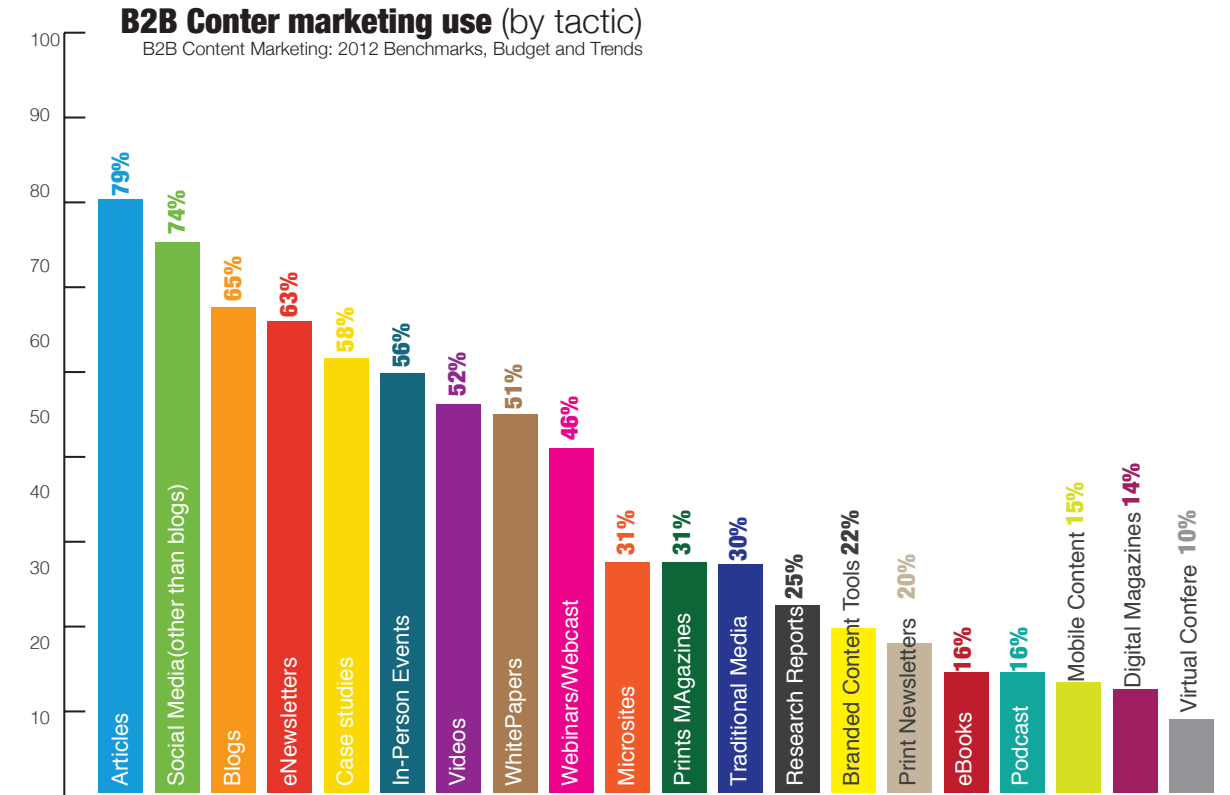
Content marketing gaat dus over het maken, aanbieden en verspreiden van content. Dit kan op verschillende manier gedaan worden, uit het onderzoek blijkt dat het schrijven van artikelen het meest gebruikt worden als content marketing middel 79%, vlak gevolgd door social media 74% en blogs 65% [4].

Het afgelopen jaar zijn bloggen, videos en white papers gestegen in populariteit. Zo werd in 2010 blogs door 51% van de marketeers gebruikt waar in 2011 dit gestegen was naar 65%, videos steeg van 41% naar 52% en white papers steeg van 43% naar 51% [4]. Wat opvalt is dat mobile marketing niet hoog scoort in gebruik [3,4]. Niet veel b2b bedrijven doen dus aan mobile marketing. Dit komt omdat grotendeels van het internetverkeer nog steeds van desktopcomputers komt [7]. Veel bedrijven vinden het dus nog niet belangrijk om aan mobile marketing te doen.

6.5 Welke marketingmiddelen?

Er wordt veel gebruik gemaakt van artikelen, social media, blogs, e-nieuwsbrieven en case studies. Echter wordt vooral bloggen, e-nieuwsbrieven en case studies gezien als efficiënt middel [4]. Deze marketing middelen zouden dus goed ingezet kunnen worden bij het gebruik van content marketing.

Over social media en mobile marketing zijn de marketeers sterk verdeeld of het wel of niet efficiënt is voor de organisatie [7]. Social media wordt namelijk wel veel gebruikt maar veel marketeers twijfelen aan de efficiëntie ervan [7]. Mobile marketing wordt niet veel gebruikt en daarnaast twijfelen ook veel marketeers aan de efficiëntie [3,4]. Om die reden zal er verder gekeken worden waar deze onzekerheid vandaan komt en of het doorgond is of niet.



6.6 Social media als B2B marketingmiddel?

Social media is een onderdeel van content marketing en het is daarom voor business to business belangrijk om te weten waarvoor ze het kunnen inzetten. Er kan namelijk wel content gemaakt worden maar het moet vervolgens ook verspreid worden, hiervoor is social media een handig hulpmiddel.

Het gebruik van social media is de afgelopen jaren sterk gestegen. Niet alleen op het consumenten vlak maar ook op zakelijk gebied is social media de afgelopen jaar flink gestegen. Volgens TNS NIPO stijgt het gebruik van social media onder b2b-professionals naar een percentage van 58% , een jaar geleden maakte nog maar 40% gebruik van social media. Volgens het Amerikaanse onderzoek MarketingProfs, 2011 steeg het gebruik van social media het afgelopen jaar naar 74%, waar een jaar eerder ongeveer 50% van de b2b-professionals gebruik maakte van social media. Vooral Twitter en LinkedIn blijken populair te zijn, beiden social media platformen stegen bijna 20% in het afgelopen jaar. Het gebruik van Youtube is ook flink gestegen met 18%, dit komt mede doordat b2b marketeers steeds meer gebruik maken van video content ^[4].

De meeste b2b-professionals 40% ^[3] hebben nog geen doordachte strategie voor social media en zijn ze vooral aan het uitproberen. 18% ^[3] geeft aan dat ze wel een social media strategie hebben en 17% ^[3] van de respondenten zijn nog niet actief op social media maar denken er over na. Bij een groot deel van de b2b organisaties ontbreekt er dus een structurele strategie die gehandhaafd en toegepast kan worden op het gebied van social media, de organisaties zitten momenteel voor een groot deel in de fase van uitproberen en kijken wat wel en niet werkt.

Ondanks dat het gebruik van social media het afgelopen jaar is gestegen met 18% ^[3], zijn de meningen over de efficiëntie van social media en het belang voor de organisatie sterk verdeeld. Zo wordt door 35% ^[3] het gebruik van social media als (zeer) belangrijk gezien, 33% ^[3] vindt het noch belangrijk / noch onbelangrijk, en 31% ^[3] vindt het (zeer) onbelangrijk. Er is een sterke samenhang tussen de grootte van een organisatie en het belang van social media.

Waarom geen social media?



Waarom wel social media?

Voor organisaties die wél gebruik maken van social media, is het karakter van hun zakelijke doelgroep geen barrière maar juist een extra reden om ermee aan de slag te zijn. Voornaamste redenen zijn om in contact te komen met de doelgroep, om er meer over te weten te komen en om relaties te onderhouden. Daarnaast zijn online exposure, branding en “horen wat er in de markt speelt” een belangrijke rol.



Wat levert social media marketing op?

Volgens het TNS Nipo onderzoek schatten een op de drie (31%) B2B-marketeers de opbrengsten van social media (iets) hoger in dan de investeringen, 32% schat de opbrengsten even hoog in als de investeringen en 37% schat in dat de investeringen hoger zijn dan de opbrengsten. Waar in 2011 nog 41% van de marketeers inschatten dat social media meer zou opbrengen dan de investeringen, is er nu een kleine meerderheid die zegt dat opbrengsten niet meer opleveren dan de investeringen (37%). Er is overigens een sterk verband met de omvang van het totale marketingbudget: hoe hoger dit is – en wellicht daarmee ook de marketingprofessionaliteit – hoe positiever men over het rendement van social media oordeelt ^[3].

6.7 Smartphones en tablets als B2B marketingmiddel?

Wat opvallend is dat ondanks dat smartphones en tablets sterk aan het groeien zijn, er nog niet veel gedaan wordt aan mobile marketing. De voornaamste reden daarvoor is dat het grootste deel van de internetverkeer nog altijd via desktop komt. Daarnaast is mobile marketing een vrij nieuw middel en daardoor is de efficiëntie ervan ook nog niet echt duidelijk voor de meeste marketeers ^[3,4]. Verder blijkt ook dat veel marketeers momenteel bezig zijn met het uitzoeken hoe ze social media kunnen inzetten voor de organisaties ^[3].

Wat we een aantal jaren geleden zagen bij social media zien we nu bij mobile marketing. Bedrijven zijn terughoudend om iets nieuws te proberen ^[55], wanneer eenmaal de grote groep het gaat gebruiken zal de rest volgen ^[54]. Nu gebruikt grotendeels van de B2B bedrijven social media ^[3,4] waar een paar jaar geleden nog maar een aantal er gebruik van maakte als marketingmiddel ^[55]. Dit verwijst ook weer terug naar de theorie diffusion of innovations. B2B bedrijven zitten nu op het “Early Adopters” niveau bij mobile marketing. De markt laat echter zien dat gebruikers al actief bezig zijn met smartphones en tablets. Bijna 90% gebruikt zijn smartphone dagelijks voor internet activiteiten ^[7], er wordt informatie gezocht via smartphones ^[1] en tablets en mensen verwachten betere informatie filtering door het overvloed aan informatie ^[2].

Mensen verwachten daardoor dat websites, informatie en content geoptimaliseerd wordt voor smartphones en tablets. In de toekomst zal er ook steeds meer internetverkeer komen van smartphones en tablets ^[25, 41]. Wanneer Business to business bedrijven nu gebruik gaan maken van mobile marketing kan dat de volgende voor- en nadelen met zich meebrengen.

Voordelen bij het toepassen van mobile marketing.

- Innovatie en vernieuwing uitstralen
- De concurrentie voorblijven
- Smartphone en tablet gebruikers blijven geïnteresseerd in de informatie en content
- Inspelen op de toenemende markt van smartphones en tablets

Nadelen bij het toepassen van mobile marketing.

- Er wordt nog maar een kleine groep bereikt ^[7]
- Meer gebruik via desktop

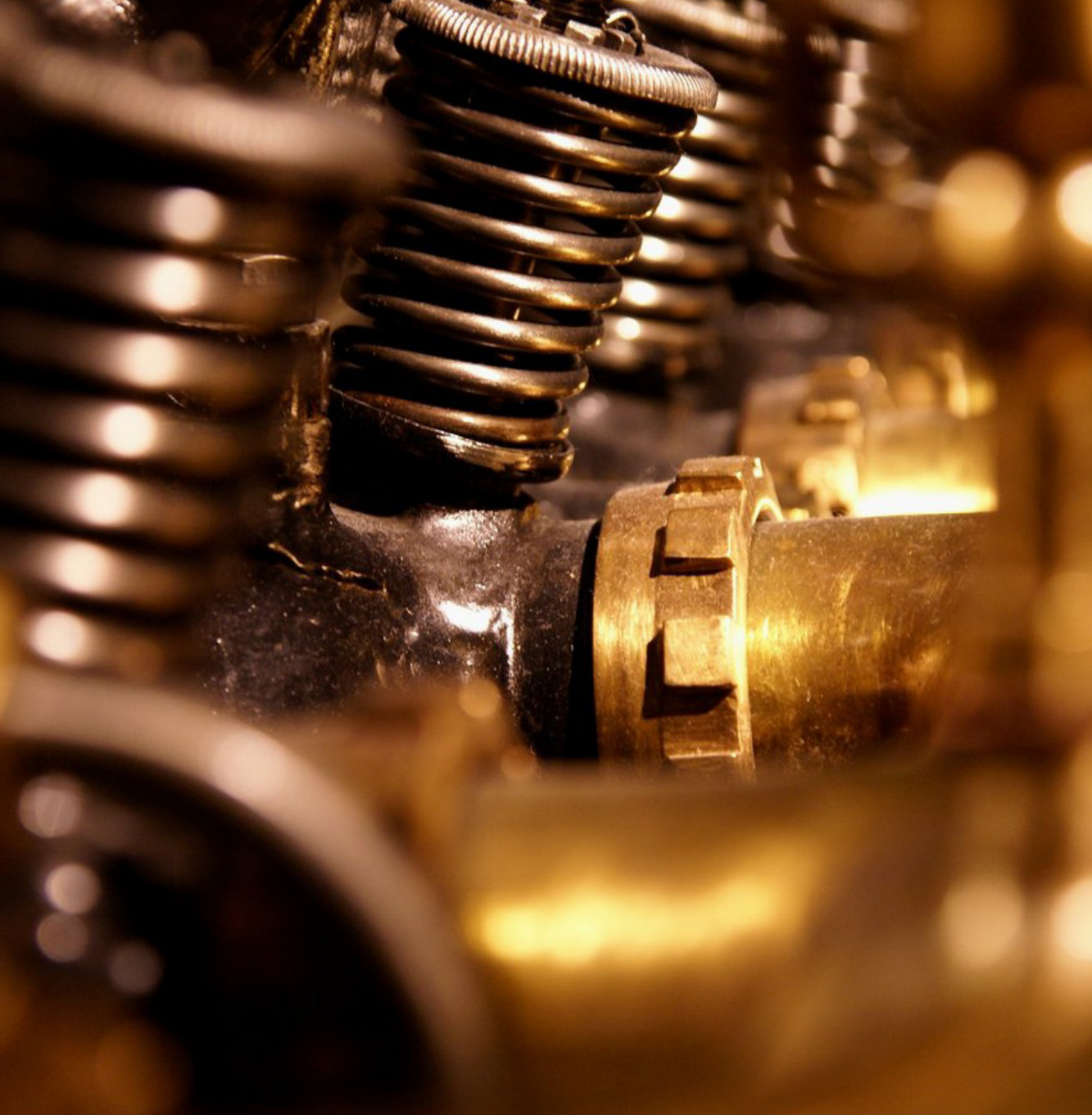


6.8 Conclusies & Aanbevelingen

Als B2B-organisaties kunnen er verschillende marketingmiddelen ingezet worden, op digitaal gebied blijkt vooral content marketing populair te zijn. Dit komt omdat steeds meer mensen zelf opzoek gaan naar informatie en met content marketing kunnen organisaties deze informatie maken, aanbieden en verspreiden. Vooral bloggen, nieuwsbrieven en case studies worden gezien als efficiënt middel. Aan de efficiëntie van social media wordt getwijfeld, vaak omdat de marketeers het niet gebruikelijk vinden voor hun branche. Aan de andere kant zijn er wel veel marketeers die aangeven er profijt van te hebben. Social media kan dus een meerwaarde hebben voor een organisaties mits de organisaties en de mensen ook daadwerkelijk geloven in de efficiëntie ervan.

Mobile marketing wordt door niet veel b2b marketeers toegepast velen zijn niet overtuigd van de efficiëntie. Dit komt door een aantal redenen, het grotendeel van de traffic komt nog steeds van desktop, mobile marketing is een vrij nieuw middel, en veel bedrijven zijn bezig met het uitzoeken van social media. Echter biedt mobile marketing juist nu een aantal grote voordelen, zo blijkt dat smartphones en tablets sterk aan het groeien zijn en zal dus ook de traffic naar websites toenemen, kijk naar social media websites en nieuwswebsites die worden door grotendeels al bezocht door mobile gebruikers. Verder kan de concurrentie voorgebleven, innovatie en vernieuwen uitgestraald worden en ingespeeld worden op de toenemende markt van smartphones en tablets. Nadelen van het inzetten van mobile marketing zijn dat er maar een kleine groep benaderd wordt en grotendeels van het verkeer komt nog altijd via desktop.

Relate4u kan het beste content marketing toepassen om zo meer brand awareness, website traffic en leads te genereren. Daarnaast kan doormiddel van content marketing klantenrelaties verbeterd worden. Om content marketing toe te passen kan Relate4u het beste gebruik maken van blogs of case studies, social media en mobile marketing. Relate4u kan doormiddel van mobile marketing voorop lopen op de markt en aan haar klanten laten zien hoe ze mobile marketing kunnen toepassen. Daarnaast kunnen ze daarmee inspelen om de toenemende markt van smartphones en tablets.



Deel 7

Technieken

7. Technieken

Uit voorgaande hoofdstukken blijkt dat smartphones en tablets sterk aan het groeien zijn, daarnaast blijkt dat het publiceren van content doormiddel van content marketing steeds belangrijker wordt voor B2B bedrijven.

In dit hoofdstuk zal er gekeken worden welke technieken er beschikbaar zijn bij de ontwikkeling van websites en mobile website. Er zal gekeken worden naar welke problemen er zijn bij het ontwikkelen voor een mobiel platform, op welke manieren er voor een mobiel platformen ontwikkeld kan worden en welk CMS het beste gebruikt kan worden voor de ontwikkeling daarvan.

7.1 Mobile webdevelopment

Er kan op verschillende manieren een mobiele applicatie ontwikkeld worden. Er kan bijvoorbeeld een “native apps”, “hybrid apps” of “mobile web app” ontwikkeld worden. Wat is het verschil tussen deze mobiele applicaties en wat zijn de voor- en nadelen ervan?

7.1.1 Native app

Een native app is een mobiele applicatie die in een specifieke programmeertaal is ontwikkeld, voor iOS kan er geprogrammeerd worden in de programmeertaal Objective C ^[47] en Android applicaties kunnen geprogrammeerd worden in JAVA^[48] en Blackberry doormiddel van C/C++ ^[49]. Het voordeel van het ontwikkelen van een Native app is dat ze vaak erg snel zijn, heel erg betrouwbaar en veel flexibiliteit bieden. Verder kan er optimaal gebruik gemaakt worden van smartphone functionaliteiten zoals camera, GPS, contacten, accelerometer, bestanden en locale opslag. Met locale opslag wordt de applicatie een stuk sneller omdat het niet meer bestanden hoeft te laden van het internet. Het nadeel van een native app is dat er voor elke platform (iOS, Android, Blackberry, Windows mobile) een aparte applicatie ontwikkeld moet worden. Daarnaast zal er kennis aanwezig moeten zijn voor deze verschillende programmeertalen. Vaak zijn mobiele games native apps, dit komt omdat native apps gebruik kunnen maken van hardware rendering dit zorgt voor een snellere en vloeiendere game ^[38].

7.1.2 Hybrid app

Een hybrid app is een applicatie die gebruikt maakt van een framework. Doormiddel van dit framework kunnen smartphone functionaliteiten zoals camera, GPS, contacten gebruikt worden. Echter is dit wel in beperkte maten in vergelijking tot native apps. Dit komt omdat de functionaliteiten vooraf zijn gedefinieerd. Op basis van HTML, CSS en JavaScript kan in frameworks zoals Phonegap, Sencha en Titanium een smartphone applicatie ontwikkeld worden. Deze frameworks vertalen vervolgens dan automatisch de HTML, CSS en JavaScript naar instructies voor iOS, Android, Blackberry. Het voordeel hiervan is dat er maar één keer een applicatie ontwikkeld hoeft te worden die gebruikt kan worden op verschillende toestellen en dat smartphone functionaliteiten gebruikt kunnen worden ^[50,51,52]. Het nadeel hiervan is dat het in vergelijking met een native app vaak een stuk langzamer is, de functionaliteiten beperkte mogelijkheden bieden en er tijd verloren gaat aan het debugging op verschillende platformen ^[38].

7.1.3 Mobile web app

Een mobile web app is een feite een website die geoptimaliseerd is voor smartphone en tablets. Vaak wordt er bij mobile web apps gebruik gemaakt van HTML, CSS en Javascript. Dit komt dus veel overeen met het ontwikkelen voor Hybrid apps. Mobile web apps kunnen echter (bijna) niet gebruik maken van smartphone functionaliteiten. Doormiddel van HTML5 kan er in hele beperkte maten toch gebruik gemaakt worden van deze functionaliteiten ^[5, 6]. Er kan daarbij gedacht worden aan locale opslag. Daarnaast kunnen mobile web apps gevonden worden door zoekmachines zoals google. Native en Hybrid apps worden gepubliceerd in de App Store of Play store en zullen dus ook niet gevonden worden in zoekmachines. De voordelen van een mobile web app zijn dat ze gemakkelijk te realiseren zijn, kan gebruik maken van serverside informatie zoals PHP en MySQL en kan gevonden worden door zoekmachines zoals google. Het nadeel van een mobile web app is dat het geen gebruik kan maken van smartphone of tablet functionaliteiten.

7.2 Development problemen

7.2.1 Schermgrote en resoluties

Smartphones en tablets zijn een stuk compacter in vergelijking tot desktop computers. Hierdoor hebben smartphones en tablets vaak een kleiner scherm en beeld resolutie. De meeste smartphones beschikken over een resolutie van rond de 480 X 800 / 640 X 960 met een aantal uitschieters naar hogere en lagere resoluties. Nieuwere Android toestellen zoals de HTC One X, Sony Xperia S, Samsung Galaxy Nexus en Samsung Galaxy S3 beschikken over grotere scherm afmetingen en schermresoluties.

In Nederland is de iPad de meest populaire tablet, de iPad beschikt over een schermgrote van 9,7 inch en heeft een beeldscherm resolutie van 768 X 1024. De nieuwste iPad beschikt over een schermgrote van 9,7 inch maar beschikt over een resolutie van 1536 X 2048. De meeste tablets beschikken over een schermgrote tussen de 7 en 10 inch, en ze zijn vaak uitgerust met een resolutie van 768 X 1024 of 800 X 1280 ^[53].

Dit heeft als gevolg dat er alleen voor iOS met standaard hoogtes en breedtes kan worden ontwikkeld. Voor Android en Blackberry is dit bijna niet mogelijk omdat er zoveel verschillende resoluties en schermgroottes zijn. Voor deze platvormen zal er ontwikkeld moeten worden in relatieve waarden.

7.2.2 Snelheid

Internetten op smartphones en tablets gaat in verhouding tot desktop stukken langzamer. Dit komt grotendeels omdat ze gebruik maken van draadloos internet zoals een 3G netwerk. Het is dus belangrijk dat de mobiele website zo snel mogelijk gemaakt wordt.

Op de volgende pagina's zijn een aantal manieren uitgewerkt hoe een websites sneller gemaakt kan worden.

Het combineren van CSS en Javascript files

De meeste browsers kunnen maar 2 http requests tegelijkertijd doen, dit wil zeggen dat ze maar 2 bestanden tegelijkertijd van een server kunnen halen, dit geldt dus voor css files, javascript files, afbeeldingen en alle andere files die van een server moeten komen. Wanneer er verschillende CSS en javascript files samenvoegt worden kan de snelheid van de site verbeteren.

Verminder het aantal DOM elementen

Meer code is meer bytes dus ook langer laden, het is altijd belangrijk om ervoor te zorgen dat je code zo class georiënteerd is. Dit zorgt ervoor vaak voor dat er minder elementen gebruikt hoeven te worden en het maak je code ook nog eens een stuk overzichtelijker.

Minder content

Minder content zorgt er niet alleen voor dat de website sneller wordt, maar ook dat er beter gekeken wordt naar de informatie. Op smartphones is het namelijk een stuk beter om puntsgewijze en beknopte informatie te geven.

Afbeeldingen

Het ligt misschien voor de hand maar het gebeurt nog steeds te vaak dat er afbeeldingen worden gebruikt die niet geoptimaliseerd zijn voor web. Om 10 afbeeldingen in te laden die allemaal een grote hebben van 3MB duurt een stuk langer dan wanneer het 10 afbeeldingen zijn met een grote van 0,1MB. Het is dus belangrijk dat de afbeeldingen omgezet worden naar web afbeeldingen.

Image lazyloading

Image lazyloading is een manier om eerst de zichtbare plaatjes te laden. Alle plaatjes die als eerst in beeld komen worden getoond vervolgens wanneer er bijvoorbeeld naar beneden wordt gescrold worden de andere plaatjes geladen.

Minification

Minification is niks minder dan het comprimeren van de code, het haalt alle comments en whitespace uit de code en dit zorgt ervoor dat de CSS en javascript files een stuk kleiner worden.

CSS3 image sprites

Soms kun je niet voorkomen om toch afbeeldingen te gebruiken. Dan kun je het best gebruik maken van CSS3 sprites. Wanneer je bijvoorbeeld voor je website een menu aan het maken bent en je kan het niet oplossen met CSS3 dan maak je al snel gebruik van verschillende afbeeldingen. Want je hebt plaatjes nodig voor het normale, hover en actieve menu en dan ook nog eens het zelfde voor het begin van het menu want die is namelijk rond afgesneden, dan kom je al op 6 afbeeldingen. Wanneer je gebruikt maakt van CSS3 image spriting kun je dit verminderen naar 1 afbeelding. Je maakt één afbeelding en met behulp van CSS3 background-position geef je aan welk gedeelte getoond moet worden van de afbeelding ^[5,6].

CSS3 in de plaats van afbeeldingen

Het gebruik maken van box-shadow, linear-gradienten border-radius bespaard niet alleen op de http requests maar zorgt er ook voor dat je gemakkelijk aanpassingen kunt doen aan de afbeeldingen. Heb je net iets meer schaduw nodig kun je het gemakkelijk aanpassen zonder heel het plaatje weer aan te passen ^[4,5].

CSS selectors

Met CSS kan ook vaak veel code bespaard worden, bijvoorbeeld voor je website maak je vaak gebruik van één font de volgende code kan ook samengevoegd worden naar het volgende ^[5,6].

3 H tags met de zelfde lettertype

```
h1 { font-family: sans-serif }
```

```
h2 { font-family: sans-serif }
```

```
h3 { font-family: sans-serif }
```

Kan ook samen gevoegd worden in 1 regel

```
h1, h2, h3 { font-family: sans-serif }
```

http compressie

Http compressie wordt vaak toegepast door de server zelf een bekend framework daarvoor is Gzip. Gzip comprimeert alle bestanden op de server en zorgt er zo voor dat de files een stuk kleiner zijn ^[39].

Media queries

Doormiddel van media queries kun je achterhalen door wat voor apparaat met welke resolutie je website wordt bezocht. Vervolgens kan er een specifieke CSS stijl of afbeeldingen getoond worden zodat er bijvoorbeeld niet verschillende CSS stijlen ingeladen hoeven te worden.

Stylesheets in de head, scripts onderaan de pagina

Wanneer Stylesheets bovenin de head worden gezet en scripts onderaan de pagina dan zal die eerst de stijl van de pagina laden, vervolgens de content en daarna de scripts. Door eerst de stylesheets en content te laden zal de website er sneller goed uitzien. Vervolgens zullen de scripts een fractie later bepaalde elementen toevoegen. Natuurlijk is het soms onmogelijk om alle scripts onderaan de pagina te plaatsen.

Cache beheren

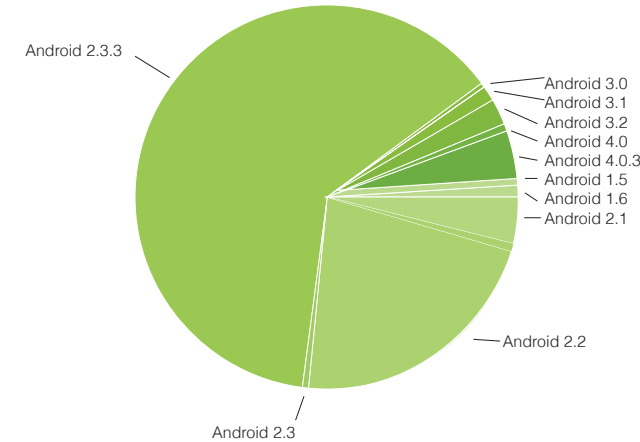
Er kan doormiddel van cache bepaalde elementen zoals CSS, afbeeldingen en javascript opgeslagen worden. Voor nieuwe bezoekers zal het geen verschil maken, maar wanneer ze de website nog een keer zullen bezoeken zal deze grotendeels opgeslagen zijn in de cache waardoor de snelheid toeneemt. Wanneer je een bestand wil aanpassen of update is het verstandig om de naam te veranderen omdat anders de gebruikers de oude versie uit de cache blijven gebruiken. Daarnaast is het belangrijk voor smartphones dat de bestanden niet groter zijn dan 25kb anders kunnen ze niet opgeslagen worden als cache bestand.

7.2.3 Problemen met besturingssystemen

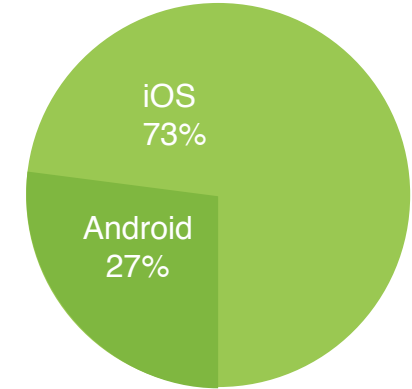
Ondanks dat Android en iOS heel dicht bij elkaar liggen qua aantal gebruikers worden er toch steeds meer iOS applicaties ontwikkeld. Dit komt door een aantal redenen, Android is erg gefragmenteerd, er zijn veel verschillende versies van Androids besturingssysteem en er zijn een heleboel verschillende Android toestellen met verschillende beeldschermresoluties. Dit maakt het lastig om voor alle Android devices een goede applicatie te maken en kost dus ook meer tijd om te ontwikkelen. Daarnaast besteden iPhone, iPad en iPod gebruikers meer geld aan mobiele applicaties dan Android gebruikers doen. Als er een applicatie voor zowel iOS als Android ontwikkeld wordt levert de Android applicatie slechts 24% van de inkomsten op in vergelijking tot iOS. Eind 2011 waren daarnaast 73% van de nieuw gestartte applicatie projecten iOS [8,41,42].

Developers geven aan dat ze veel meer tijd kwijt zijn aan het ontwikkelen van Android applicaties en dat opbrengsten vervolgens achterblijven hierdoor verliezen steeds meer ontwikkelaars de interesse om te blijven ontwikkelen voor Android. Wanneer een bedrijf applicaties wil ontwikkelen om er vervolgens geld aan te verdienen doormiddel van de App Store of Play Store. Dan is het verstandig om rekening te houden dat ontwikkelen voor Android waarschijnlijk langer duurt en minder geld oplevert. Een goed alternatief kan dan zijn om een native iOS applicatie te maken en vervolgens voor alle andere smartphones / tablets een Hybrid applicatie te maken. Aan de andere kant is er een beweging waar juist bedrijven afstappen van het ontwikkelen van iOS applicaties [40]. Redenen daarvoor zijn dat 30% van de omzet afgestaan moet worden aan Apple en omdat Apple geen inzicht geeft in de gebruikers die de applicatie downloaden.

Android gefragmenteerd

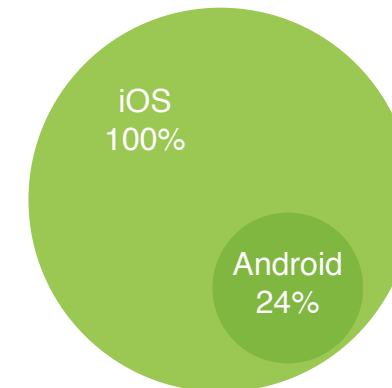


Nieuwe projecten gestart
Q4 2011



Source: Flurry Analytics

Inkomstenvergelijking



7.3 Welke CMS voor mobiel development?

Om te beslissen welke CMS het beste bij deze uitgangspunten past zal er onderzoek gedaan worden naar de volgende vier CMS systemen: Wordpress, Joomla, Drupa en Hippo. Er zal gekeken worden hoe gemakkelijk er van een normale website een mobile web app gemaakt kan worden, welke mogelijkheden deze CMS-en hebben op het gebied van content beheren en publiceren, hoe gemakkelijk deze CMS-en te gebruiken zijn voor niet webdevelopers.

7.3.1 Joomla

Joomla is een open source CMS wat in 2005 is ontstaan. Het is geschreven in PHP en het werkt met een MySQL database. Joomla maakt gebruik van templates waarmee de structuur en stijl van de website bepaald kan worden, daarnaast kan het CMS aangevuld worden met extensies waarmee bepaalde functionaliteiten kunnen worden toegevoegd aan de website. In vergelijking met Drupal en Wordpress zijn er echter een stuk minder extensies te verkrijgen. Ook achter Joomla zit een grote community die actief bezig is met de ontwikkeling van het CMS.

De core code van Joomla is veel uitgebreider dan die van Wordpress. er zitten namelijk meer functionaliteiten in. Daardoor is de core code van Joomla iets onduidelijker dan die van Wordpress. Verder heeft Joomla wat problemen bij het verwijderen van code, zo kan niet heel eenvoudig alles verwijderd worden en zal je vaak op meerdere plekken elementen moeten verwijderen.

Voor Joomla zijn er ook een aantal plugins beschikbaar om een mobiele website te realiseren. Vooral de plugin Mobile Joomla springt eruit, met deze plugin kunnen er thema's gemaakt worden voor de verschillende smartphones en tablets. Het werkend krijgen van deze plugin is iets lastiger dan die van Wordpress maar het werkt wel hetzelfde als de Wordpress Mobile pack plugin. De voordelen van deze plugin tegenover de Wordpress Mobile pack is dat deze plugin onderscheid kan maken tussen iPhones, iPads en iPods. Nadeel van deze plugin is dat die gebruik maakt van verschillende pagina's en menu items. Dit zorgt ervoor dat het lastig is om de content vanuit één centraal punt te laden. ^[45]

7.3.2 Wordpress

WordPress was in eerste instantie opgezet als Blog CMS maar is de afgelopen jaren ontwikkeld naar een volwaardig CMS systeem. WordPress maakt gebruik van PHP. Alle content wordt opgeslagen in een MySQL-database. Wordpress heeft een erg uitgebreide community en op bijna alle vragen zijn antwoorden te vinden. Door middel van thema's kan de vormgeving eenvoudig worden aangepast. Op internet staan honderden thema's de meeste zijn gratis, maar er kan ook gekozen worden voor een betaalde thema. De structuur van Wordpress is gebaseerd op verschillende categorieën zoals posts, pages, comments, links, categories and tags. De website wordt aan de hand hiervan opgebouwd. Omdat Wordpress in eerste instantie werd opgezet als Blog CMS heeft Wordpress een heel gemakkelijk systeem om content te publiceren en te beheren. Hierdoor is de core code van ook vrij eenvoudig en gemakkelijk aan te passen.

Op het gebied van mobile heeft Wordpress een aantal plugins en thema's beschikbaar. Doormiddel van plugins zoals WordPress Mobile Pack kan bepaald worden of de website wordt bezocht door een desktop of een mobile devices. Aan de hand daarvan kan er een ander thema getoond worden, dit thema kan zelf geheel aangepast worden naar eigen wensen. In dit geval zou er een thema geoptimaliseerd kunnen worden voor smartphones en tablets. ^[43]

7.3.3 Drupal

Drupal is een CMS dat in 2001 opgezet is door Dries Buytaert, ook Drupal wordt door een grote community ondersteund. Drupal is begonnen als volwaardig CMS en dat is het nog steeds. Een Drupal website beschikt over een heleboel functionaliteit. Zo kan er eenvoudig een website omgezet worden naar een webwinkel, corporate website of blog. Drupal is gebaseerd op een database abstraction layer systeem, hierdoor kan er een verbinding gemaakt worden verschillende database types zoals SQL Server, DB2, MySQL, PostgreSQL, Oracle or SQLite. De structuur van Drupal is gebaseerd op zogeheten nodes, nodes kunnen gezien worden als een object die gebruikt kunnen worden als bijvoorbeeld een blog post, nieuws item, artikel, etc. Ontwikkelaars hebben zelf de vrijheid op de structuur te bepalen van de website. Ook Drupal maakt gebruik van thema's waarmee de vormgeving van de website kan worden aangepast. Al deze functionaliteit zorgt ervoor dat Drupal een vrij complex CMS is. Dit zorgt ervoor dat Drupal niet gemakkelijk te begrijpen is voor mensen die er nog nooit mee hebben gewerkt. Drupal heeft een vrij complexe maar toch minimale core code. Het biedt de mogelijkheid om erg veel functionaliteit toe te voegen of te verwijderen. Drupal biedt in vergelijking tot Wordpress veel meer mogelijkheden op het gebied van functionaliteit, er kan gemakkelijk een uitgebreide webshop van gemaakt worden waar dit bij Wordpress een stuk lastiger is.

Ook heeft Drupal de nodige modules om een mobiele website te realiseren. Er zijn modules beschikbaar waarmee voor elke smartphone en tablet een verschillend ontwerp en site getoond kan worden, maar ook modules waarmee er één thema ontwikkeld kan worden voor elke apparaat. Wanneer je bekend bent met Drupal is het installeren van de modules eenvoudig en werken ze goed. ^[44]

7.3.4 Hippo

Hippo is een CMS dat in 1999 opgezet is door Jeroen Verberg, Tjeerd Brenninkmeijer en Arjé Cahn. Het is een open source CMS en kan dus door iedereen gebruikt worden. In vergelijking met Wordpress, Joomla en Drupal beschikt het Hippo CMS over een minder grote community. Hippo is geschreven in JAVA en maakt gebruik van Apache Wicket framework. Omdat Relate4u JAVA developers in dienst heeft zou het Hippo CMS geheel aangepast kunnen worden naar de wensen van Relate4u.

Hippo werkt iets anders dan de vorige CMSen, wanneer Hippo geïnstalleerd is worden er standaard verschillende “channels” gemaakt deze channels kunnen dienen voor verschillende doeleinden. Zo kan een channel een normale desktop website zijn, maar ook vertaling van de website in het Chinees of bijvoorbeeld een mobiele versie van je website. De content kan vervolgens per channel aangepast worden. Bij de andere CMSen wordt de content vanuit één punt beheerd, bij Hippo heb je dus verschillende channels en in de channels staat weer de content die erbij past. Voor elke channel zal je dus apart de content moeten invullen en beheren.

Het CMS van Hippo is in eerste instantie gemakkelijk te gebruiken, er is de mogelijkheid om alles live in de lay-out aan te passen. Op deze manier kan er meteen gezien worden wat er aangepast is. Echter zorgt dit systeem ervoor dat veranderingen aan de stijl en opbouw van de website beperkt en lastig kan zijn.

Voor mobile maakt Hippo standaard een channel aan, er is dus meteen een werkende mobiele website. Echter wordt het lastig wanneer de stijl, opbouw en/of structuur aangepast moet worden. Veel code is namelijk standaard ingebouwd en er is weinig speling om het te veranderen. ^[46]

7.4 Conclusies & Aanbevelingen

Relate4u heeft JAVA developers in dienst, daardoor biedt het Hippo CMS veel mogelijkheden doormiddel van de verschillende channels die geheel kunnen worden aangepast. Zo zou Relate4u een custom CMS kunnen ontwikkelen die gebruikt kan worden voor verschillende doelen. Echter voor de ontwikkeling van enkel een desktop en mobiele websites is het niet ideaal omdat het lastig is om de structuur en opbouw te veranderen. Tussen Wordpress, Joomla en Drupal is er niet veel verschil. Ze hebben allemaal ongeveer dezelfde plugins beschikbaar voor een mobiele website.

Echter omdat Wordpress gemakkelijk te gebruiken is voor mensen zonder enige kennis van webdevelopment en voor het publiceren van content is Wordpress de beste keuzen. Daarnaast heeft Wordpress een hele minimalistische en simpele core code, hierdoor is het gemakkelijk om veranderingen toe te passen aan de website. Verder maakt Relate4u al gebruik van Wordpress hierdoor hoeven ze niet nog meer CMSen te gaan gebruiken.

Joomla en Drupal bieden meer functionaliteiten dan Wordpress, bijvoorbeeld een webshop maken met Wordpress wordt lastig, maar met Joomla en Drupal is dit een stuk eenvoudiger. Echter zorgt deze extra functionaliteiten voor een complexer CMS. De community van Joomla is een stuk kleiner dan die van Wordpress, achter Drupal zit een community die ongeveer even groot is als die van Wordpress.

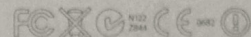
De keuze van een CMS hangt af van welke functionaliteit een bepaalde website nodig heeft. Voor een simpele website die makkelijk te begrijpen is voor niet webdevelopers en waar content op een eenvoudige manier mee beheerd en gepubliceerd kan worden zou Wordpress de beste oplossingen zijn. Voor websites die meer functionaliteit vereisen of over hele geavanceerde custom eigenschappen moeten beschikken zou er misschien eerder gekozen worden voor Drupal of Joomla. Hippo bied vooral veel mogelijkheden door de verschillende channels die doormiddel van JAVA helemaal geoptimaliseerd en aangepast kunnen worden.

In het geval van Relate4u kan er het beste gekozen worden voor een mobile web applicatie. Dit omdat de Relate4u applicatie geen gebruik zal maken van de functionaliteit van de smartphone en omdat de applicatie voor meerdere toestellen beschikbaar moet zijn. Daarnaast moet de informatie van Relate4u terug te vinden zijn in zoekmachines.

In dit project kan Relate4u het beste kiezen voor het Wordpress CMS. Wordpress is namelijk gemakkelijk te begrijpen voor niet developers en er kan eenvoudig content mee beheerd en gepubliceerd worden wat belangrijk is voor content marketing. Verder heeft Wordpress een minimalistische core code waardoor er niet onnodige code geladen wordt. Dit zorgt voor een beter laadsnelheid van de mobiele website. Daarnaast maakt Relate4u voor verschillende projecten al gebruik van Wordpress, op deze manier blijven ze consistent in hun CMS keuzen.



Designed by Apple in California. Assembled in China. Model A1219.
Rated 5V 772.2A max. EMC 2311. Complies with the Canadian ICES-003
Class B specifications. FCC ID: BCG-E2381A and IC: 579C-E2381A.
Serial: D4G1D7T3Z3B



Deel 8

Conclusies
& Aanbeveling

8. Algehele conclusie

In de toekomst zal er steeds meer internetverkeer komen van smartphones en tablets. Op dit moment komt 5% van het internetverkeer van mobiele apparaten, grotendeel van het internetverkeer komt nog steeds van desktop. Echter worden social media en nieuws websites al vaker bezocht door mobiele apparaten dan desktop computers. Daarnaast zijn grotendeel van de smartphone en tablet gebruikers dagelijks actief op het internet, vooral social media, informatie zoeken en game zijn populaire activiteiten.

Door de toenemende markt en internetverkeer van smartphones en tablets is het voor elk bedrijf interessant om in te spelen op deze verandering. Voor business to business bedrijven is het vooral interessant om de concurrentie voor te blijven, innovatie uit te stralen en klantenrelaties te verbeteren.

Wanneer het grote publiek bereikt wil worden kan er het beste voor gekozen worden om een mobiele website te maken mede omdat mobiele websites gevonden kunnen worden via zoekmachines. Voor business to business bedrijven werkt een mobiele website het beste in samenwerking met content marketing. Op deze manier worden klantenrelaties verbeterd, leads gegenereerd en brand awareness gecreëerd. Een mobile website kan daarnaast ook dienen als een showcase waarmee aangetoond kan worden welke kennis en expertise er aanwezig is binnen een bedrijf.

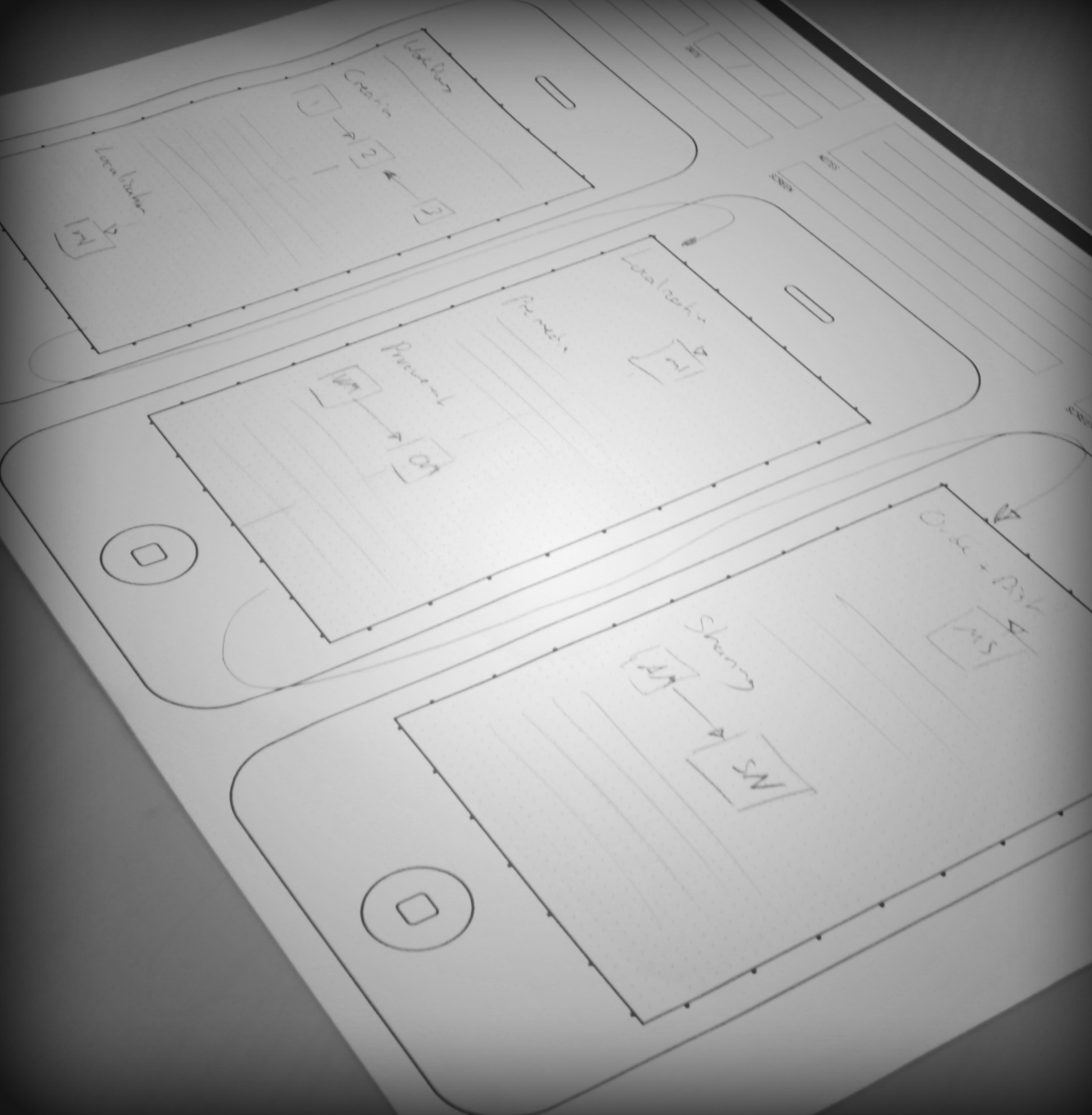
Bij de ontwikkeling van een mobile website moet er rekening gehouden worden met de verschillende resoluties, de snelheid van de website en moet de website interactief zijn om zo de aandacht van de gebruikers vast te houden. Om terug te komen op de onderzoeksvraag “Hoe kan er optimaal een mobiele website voor de business to business markt ontwikkeld worden?”. Dan is het antwoord “Een optimale mobiele website voor de business to business markt beschikt over content marketing, geoptimaliseerde teksten, snel ladende pagina's, en een interactief design”.

8.1 Aanbevelingen

We staan midden in de groei van smartphones en tablets dit zorgt voor de nodige complicaties. Gelukkig biedt deze ontwikkeling vele mogelijkheden en kansen voor bedrijven. Aan de hand van vorige hoofdstukken zijn er diverse aanbevelingen richting Relate4u.

Het is Relate4u aanbevolen om te starten met het inspelen op de toenemende markt voor smartphones en tablets. Daarnaast kan doormiddel van de mobiele website de externe communicatie van Relate4u en daarmee de innovatie uitstraling worden verbeterd. Relate4u kan op de mobiele website het best gebruik maken van cases studies, social media en geoptimaliseerde teksten voor smartphones en tablets. Zo blijft de content van de website interessant voor lezers. Verder kan Relate4u hiermee innovatie uitstralen en dit communiceren met de klanten.

Relate4u wil een zo groot mogelijk mobiele publiek bereiken en heeft geen functionaliteiten van smartphones of tablets nodig. Daarnaast moet de informatie van Relate4u terug te vinden zijn in zoekmachines. Daarom is het aanbevolen om een mobiele website te maken boven een native of hybrid applicatie. Bij de realisatie van de mobiele website is het aanbevolen om rekening te houden met de laadsnelheid. Wordpress is de beste keuze voor een mobiele website van Relate4u, dit komt omdat er met Wordpress gemakkelijk content beheerd kan worden, Wordpress heeft een eenvoudige core code en Relate4u maakt momenteel zelf ook gebruik van Wordpress.



Deel 9

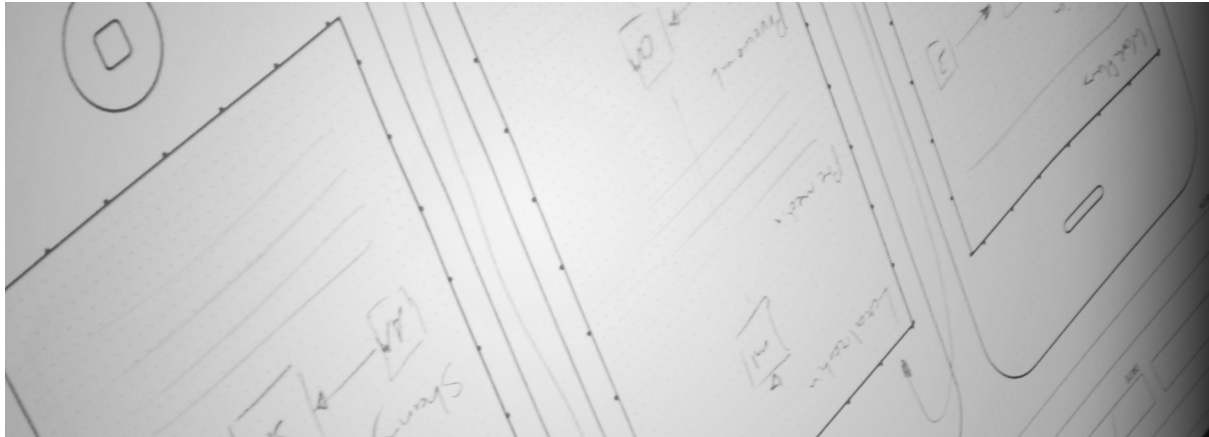
De realisatie

9. Concept- en productontwikkeling

In dit hoofdstuk zal het volledige proces van de realisatiefase beschreven worden. Er is een definitieve keuze gemaakt welk concept het beste aansluit bij de wensen van Relate4u. Vervolgens is het concept uitgewerkt en uiteindelijk gerealiseerd.

9.1 Conceptvoorstellen

In de aanloop naar een nieuw concept is er rekening gehouden met het feit dat Relate4u vorig jaar is overgenomen door het Engelse bedrijf APS Group. Hierdoor zal de huidige website van Relate4u verdwijnen, de content die daar beschikbaar was zal terug moeten komen in het nieuwe concept. Aan de hand van besprekingen en brainstormen is eerst gekeken waar de content op getoond moet worden. We hadden daarbij de keuze om alleen een desktop website, alleen een mobiele website of beiden te maken. Vervolgens is er nagedacht over welke content terug moest komen in de website. Met in ons achterhoofd dat content marketing steeds belangrijker wordt moesten we keuzen maken welke content marketing middelen we willen inzetten voor de website.



9.2 Definitieve concept

Er is eerst gekeken waar de content op getoond moet worden. We hebben er voor gekozen om de huidige informatie en content van Relate4u terug te laten komen op zowel een desktop website als een mobiele website. Dit omdat grotendeel van het internetverkeer nog steeds van desktop komt. Er is voor een mobiele website gekozen om innovatie uit te stralen en in te spelen op de toenemende markt van smartphones en tablets en omdat een mobiele website de mogelijkheid geeft om dit te communiceren naar de klant. Vervolgens is er gekeken welke content er terug moet komen op de websites. Omdat de marketing applicaties de core business zijn van Relate4u is er gekozen om deze content centraal te stellen. Verder wordt er gebruik gemaakt van case studies om de klantloyaliteit te verbeteren en leads en website traffic te generen. Social media zal nadrukkelijker aanwezig zijn op de mobiele website. Daarvoor zal Twitter en LinkedIn ingezet worden. Door middel van Twitter kan content verspreid en gedeeld worden wat weer belangrijk is voor content marketing. Er is specifiek voor gekozen om geen Facebook in te zetten omdat dit niet aansluit bij het huidige beleid van APS Group.

Om de mobiele website te optimaliseren is ervoor gekozen om minder pagina's en content te tonen ten opzichten van de desktop website. Daarnaast zal bij de mobiele website de nadruk liggen op de modules en voor welke projecten deze gebruikt kunnen worden. De verschillende modules zijn dus gekoppeld aan de case studies en visa versa. Zo kunnen lezers gemakkelijk en snel zien wat ze met welke module kunnen doen en bij wat voor soort projecten er gebruik van gemaakt wordt.

9.3 Ontwikkeling

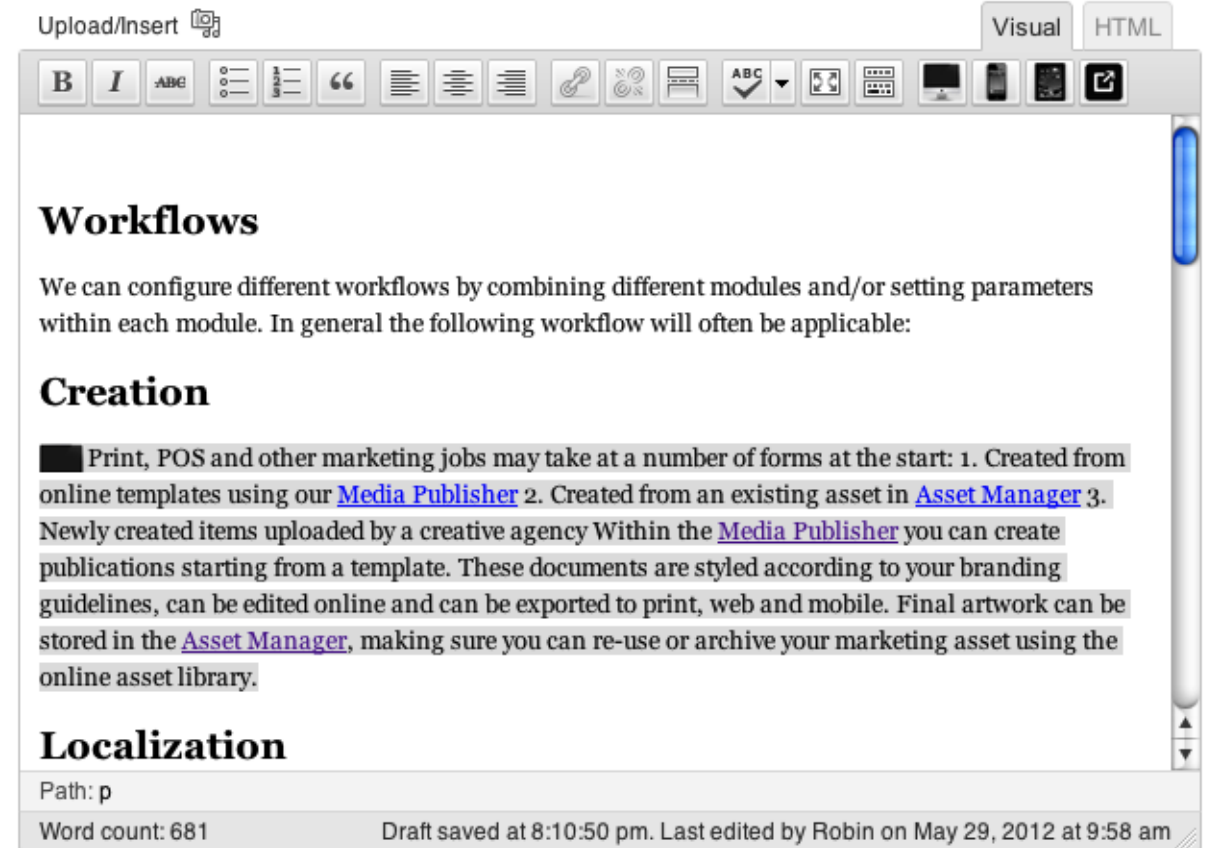
De realisatiefase behandelt alleen de realisatie van de mobiele website de desktop website is gerealiseerd door een collega en zal dus niet behandeld worden in de scriptie.

9.3.1 Ontwerp

Eerst is er aan de hand van het concept een functioneel ontwerp gemaakt. In het functioneel ontwerp staat de structuur en functies van de mobiele website beschreven. Aan de hand van het functioneel ontwerp is een grafisch ontwerp gemaakt. Er is ervoor gekozen het ontwerp niet in de huisstijl van Relate4u maar in de huisstijl van APS Group te maken. Dit omdat Relate4u zal verdwijnen en verder zal gaan onder APS Group. De mobiele website heeft dus ook veel overeenkomsten met de huisstijl van APS Group. Vooral de kleurstellingen en vormgeving zijn hetzelfde gebleven. Er is er echter voor gekozen om de huidige APS Group font te vervangen door Helvetica. Er is hiervoor gekozen omdat het APS Group font NeoSans geen standaard webfont is, dit zorgt ervoor dat er afbeeldingen van de fonts gemaakt zouden moeten worden. Wat als gevolg heeft dat de mobiele website een stuk langzamer zou worden.

9.3.2 CMS & Plugins

De website is gerealiseerd op basis van het Wordpress CMS. Er is gebruikt gemaakt van de plugin Wordpress Mobile Pack om te detecteren of de website wordt benaderd door desktop of een smartphone / tablet. Omdat er geen plugin beschikbaar waren voor Wordpress waarmee gebruikers gemakkelijk content kunnen selecteren en aangeven of het wel of niet getoond moet worden op de desktop, mobiele website of tablet. Is er een Wordpress plugin gerealiseerd waarmee dit wel kan. De plugin maakt gebruik van de Wordpress tinymce editor en maakt in dit geval 3 nieuwe knoppen aan(desktop/ smartphone / tablet). Doormiddel van deze knoppen kunnen gebruikers tekst selecteren en aangeven of de content niet getoond moet worden op desktop, smartphone of tablets. Vervolgens wordt er in de tekst weergegeven welk deel niet getoond wordt doormiddel van een achtergrondkleur en icoon. De plugin is gemaakt doormiddel van HTML, CSS en JavaScript. De plugin kan naast dit project ook gebruikt worden in andere projecten.



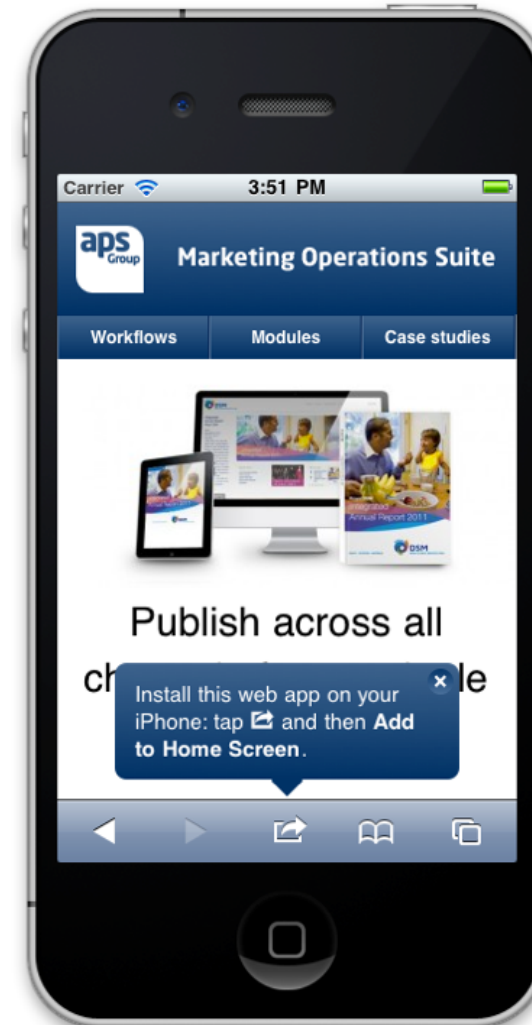
9.3.3 Development

De mobiele website en desktop website zijn in hetzelfde CMS ontwikkeld. De content die op de desktop website beschikbaar is wordt ook gebruikt op de mobiele website. Relate4u kan zo gemakkelijk vanuit één systeem de content van hun website beheren. Op de mobiele website zijn de case studies verbonden aan de modules van Relate4u. Op deze manier kunnen lezers zien welke modules worden ingezet voor bepaalde projecten. Wanneer er een nieuwe case studie wordt aangemaakt in het CMS kan doormiddel van tags aangegeven worden welke modules er zijn gebruikt voor die bepaalde case. De mobiele website heeft standaard een aantal pagina's gefilterd, zo worden de pagina's overview, technology en de homecontent niet getoond. Met behulp van de gerealiseerde plugin is de content op de andere pagina's verminderd om zo het leesgemak op de mobiele website te verbeteren.

Wordpress maakt gebruik van thema's met deze thema kan de opmaak en stijl gemaakt worden. Het mobiele thema is ontwikkeld met behulp van HTML, CSS, jQuery mobile en JavaScript. Doormiddel van HTML en CSS is de structuur en stijl ontwikkeld. Ook is er gebruik gemaakt van een aantal HTML5 elementen om de mobiele website automatische te laten schalen naar verschillende schermformaten. Met behulp van jQuery mobile zijn animaties zoals page transition en hovers toegevoegd. Voor gebruikers die de Marketing Operation Suite website binnen 1 maand via een iOS apparaat nog een keer benaderen wordt er een tekstballon getoond. Hiermee kunnen ze de website toevoegen aan hun home screen. Wat ervoor zorgt dat de website eruit ziet als een native applicatie (geen browserbalken). De mobiele website is voor grotendeel al in gebruik, echter zal de website de komende tijd nog uitvoering getest en verbeterd worden.

9.3.4 Werkende website

De basis van de nieuwe website is onlangs gerealiseerd en kan bekeken worden via de link op de volgende pagina. Op het moment dat deze scriptie geschreven is zal de mobiele website verder ontwikkeld worden. De mobiele website zal nog getest worden op snelheid en usability aan de hand daarvan zal de website verbeterd worden.





Deel 10

Reflectie

10. Reflectie

10.1 Onderzoek

Het onderzoek was erg leerzaam en heeft mijn ogen geopend naar de mogelijkheden die mobile bieden. Vooral het business to business gedeelte was verassend. Ik had namelijk niet gedacht dat er maar zo weinig bedrijven zich bezig zouden houden met mobile marketing. Ik denk dan ook dat dit in de toekomst wel enorm zal toenemen.

Aan het begin van mijn stage had ik moeite met het vaststellen van een goede opbouw en structuur. Maar gaande weg het onderzoek werd steeds duidelijk wat het gewenste eindresultaat moest opleveren. Het onderzoek heeft voor deze duidelijkheid gezorgd, en aan de hand daarvan weten we precies hoe het eindproduct er uit moet komen zien.

10.2 Aanbevelingen

Ik wil Relate4u aanbevelen om de ontwikkelingen op het gebied van mobile te blijven volgen zodat er ook in de toekomst verder op ingespeeld kan worden. Verder wil ik ze aanbevelen om regelmatig case studies toe te voegen aan de website zodat het up-to-date blijft en het interessant blijft voor lezers. Ook kan de mobiele website naar mijn mening goed gebruikt worden als show case naar klanten, zo kan Relate4u laten zien wat ze kunnen op het gebied van mobile.

10.3 Bijdrage binnen Relate4u

Mijn bijdrage binnen Relate4u is vooral op het gebied van het onderzoek naar smartphones en tablets, business to business marketing en technieken. Er is nu een duidelijk beeld hoe de markt van smartphones en tablets is verdeeld in Europa en Nederland. Welke marketing middelen er ingezet kunnen worden en wat verstandig is bij het ontwikkelen voor smartphones en tablets. Uiteindelijk heb ik ook meegedacht over de nieuwe website van Relate4u en heb ik de mobiele website daarvan gerealiseerd.

10.4 Persoonlijke ontwikkeling

Aan het begin van mijn stage wilde ik mezelf ontwikkelen op het gebied van mobile development en het verbeteren van mijn planning. Ik heb zeker veel geleerd op het gebied van mobile development en naarmate mijn stage vorderde raakte ik steeds meer geïnteresseerd in het ontwerp mobile en alles eromheen. De ontwikkelingen op de gebied fascineren mij en de mogelijkheden die het bied zet mij aan het denken om er zelf iets mee te doen. Wie weet in de toekomst. Verder heb ik het plannen van opdrachten ook verbeterd. Dit is mede te danken aan mijn bedrijfsbegeleider die erg gestructureerd te werk gaat, hier heb ik dus ook mijn graantje van mee kunnen pikken. Al met al ben ik zeer tevreden over mijn persoonlijke ontwikkeling.

10.5 Theorie en praktijk

De theorie en praktijk ligt bij het webdevelopment vaak dicht bij elkaar. Maar door onderzoek te doen naar verschillende onderwerpen om vervolgens tot een concept en product te komen leid tot veel inzicht en duidelijkheid. Je weet dan immers dat je het juiste concept / product hebt gemaakt. Binnen Relate4u heb ik ook veel geleerd op het gebied van projectmanagement. Elke ochtend bespraken we met het software development team wat we de dag ervoor hadden gedaan en wat we die dag gingen doen. In het begin dacht ik *“is dat niet een beetje overbodig?”* maar uiteindelijk heeft het zeker geholpen. Op deze manier maakte ik namelijk per dag een doelstelling met wat ik die dag ging doen. Die doelstellingen zorgde ervoor dat ik op het eind van de dag klaar wou zijn met wat ik in de ochtend had verteld. Hierdoor bleef ik dag in dag uit bezig met mijn opdracht.

Nawoord & dankwoord

Als ik terug kijk op mijn stageperiode dan denk ik terug aan een prettige en leerzame periode. De collega's waren erg vriendelijke en behulpzaam en er was een leuke werksfeer. Ik heb van Relate4u alle vrijheid gekregen om te werken aan mijn opdracht. Ik kon daarnaast altijd bij collega's terecht met vragen over of ondersteuning van het project. Ik wil daarom ook iedereen van Relate4u bedanken voor de ondersteuning en leuke tijd. Mijn onderzoek is na mijn mening goed gelukt, mede dankzij de goede begeleiding vanuit Relate4u en mijn docentbegeleider. Ik ben zeer tevreden over het resultaat en mijn stageperiode. Ik ben erachter gekomen dat mobile me erg interessierend en dat de ontwikkeling op dat gebied me erg boeien. Ik wil me hier dan ook in de toekomst meer mee bezig gaan houden en mezelf nog beter ontwikkelen op dit gebied. Ik wil een aantal personen uitlichten die mij erg geholpen hebben tijdens mijn stageperiode en dat zijn Joost Meijer mijn bedrijfsbegeleider, Koen Luijten de projectborger en Michiel Groenemeijer mijn docentbegeleider.

Literatuurlijst en bronnen

Boeken & research reports

1. Think Insights, 2011, The Mobile Movement Study
2. Sogeti, 2012, The App Effect
3. TNS NIPO, 2012, B2B Marketing Barometer door spotONvision en TNS NIPO
4. MarketingProfs, 2012, B2B Content Marketing: 2012 Benchmarks, Budgets & Trends
54. Everett M. Rogers, 2003, Diffusion of Innovations,

Vakbladen

5. Webdesigner Magazine 44, 2012 tekenen en animeren met HTML5, F&L Corporate.
6. Webdesigner Magazine 39, 2011, CSS3: de standaard wordt volwassen, F&L Corporate.

Internetbronnen

7. StatsCounter Global Stats, bedrijf dat webstatistieken bij houdt.
<http://gs.statcounter.com/>
8. Flurry Analytics, 2011, App Developers Bet on iOS over Android
<http://blog.flurry.com/bid/79061/App-Developers-Bet-on-iOS-over-Android-this-Holiday-Season>
9. Louis Basenes, 2011, The Mobile Industry: The Biggest Tech Trend Ever...,
<http://www.investментu.com/2011/July/mobile-industry-biggest-tech-trend.html>
10. Tine Niezink, 2011, Dutch Smartphone User - Q2,
<http://www.telecompaper.com/research/dutch-smartphone-user-q2-2011>

11. Tine Niezink, 2012, Dutch Tablet User Q4 2011,
<http://www.telecompaper.com/research/dutch-tablet-user-q4-2011>
12. Michiel Ebeling, 2011, Mobile update: stand van zaken in Nederland,
<http://www.emerce.nl/achtergrond/mobile-update>
13. Nielsen, 2012, New U.S. Smartphone Growth by Age and Income,
http://blog.nielsen.com/nielsenwire/online_mobile/survey-new-u-s-smartphone-growth-by-age-and-income/
14. Nielsen, 2011, Social Media Report: Spending Time, Money and Going Mobile,
http://blog.nielsen.com/nielsenwire/online_mobile/social-media-report-spending-time-money-and-going-mobile/
15. Nielsen, 2011, Changing Demographics of Tablet and eReader Owners in the US,
http://blog.nielsen.com/nielsenwire/online_mobile/changing-demographics-of-tablet-and-ereader-owners-in-the-us/
16. Nielsen, 2011, In the U.S., Tablets are TV Buddies while eReaders Make Great Bedfellows,
http://blog.nielsen.com/nielsenwire/online_mobile/in-the-u-s-tablets-are-tv-buddies-while-ereaders-make-great-bedfellows/
17. NU.nl, 2011, Helft bezoekers bekijkt NU.nl via mobiel,
<http://www.nu.nl/internet/2662614/helpt-bezoekers-bekijkt-nu.nl-via-mobiel.html>
18. Apple, 2010, Apple Sells Three Million iPads in 80 Days,
<http://www.apple.com/pr/library/2010/06/22Apple-Sells-Three-Million-iPads-in-80-Days.html>
19. Apple, 2010, Quarter Results Q1, Q2, Q3, Q4,
<http://www.apple.com/pr/library/2010/01/25Apple-Reports-First-Quarter-Results.html>
<http://www.apple.com/in/pr/library/2010/04/20Apple-Reports-Second-Quarter-Results.html>

20. Apple, 2010, Quarter Results Q3, Q4,
<http://www.apple.com/pr/library/2010/07/20Apple-Reports-Third-Quarter-Results.html>
<http://www.apple.com/pr/library/2010/10/18Apple-Reports-Fourth-Quarter-Results.html>
21. Apple, 2011, Quarter Results,
<http://www.apple.com/pr/library/2011/01/18Apple-Reports-First-Quarter-Results.html>
22. Apple, 2008, iPhone App Store Downloads Top 10 Million in First Weekend,
<http://www.apple.com/pr/library/2008/07/14iPhone-App-Store-Downloads-Top-10-Million-in-First-Weekend.html>
23. Apple, 2009, Apple's App Store Downloads Top 1.5 Billion in First Year
<http://www.apple.com/pr/library/2009/07/14Apples-App-Store-Downloads-Top-1-5-Billion-in-First-Year.html>
24. Apple, 2011, Apple's App Store Downloads Top 15 Billion
<http://www.apple.com/pr/library/2011/07/07Apples-App-Store-Downloads-Top-15-Billion.html>
25. IDC and Gartner PC, 2011, iPad to dominate tablet sales until 2015 as growth explodes,
<http://www.guardian.co.uk/technology/2011/sep/22/tablet-forecast-gartner-ipad>
26. Telecompaper, 2012, 12 procent van de Nederlanders heeft een tablet,
<http://www.telecompaper.com/nieuws/12-procent-van-de-nederlanders-heeft-een-tablet>
27. BBC, 2011, iPad 2 tablet launched by Apple's Steve Jobs,
<http://www.bbc.co.uk/news/technology-12620077>
28. GfK, 2011, Trends in Digitale Media,
<http://www.telecompaper.com/nieuws/gfk-sterke-opmars-tablets-en-smartphones>
29. GfK, 2011, Verkoop tablets in Nederland in een jaar verviervoudigd,
<http://tweakers.net/nieuws/78586/gfk-verkoop-tablets-in-nederland-in-een-jaar-verviervoudigd.html>

30. Experian Marketing Services, 2012, Gebruik van tablets gerelateerd aan inkomen,
<http://www.connexie.nl/actueel/4923/gebruik-van-tablets-gerelateerd-aan-inkomen.html>
31. Brennan Browne, 2011, Five Lessons from a Year of Tablet UX Research,
<http://uxmag.com/articles/five-lessons-from-a-year-of-tablet-ux-research>
32. Jenny Gove and John Webb, 2011, Consumers on tablet devices: having fun, shopping and engaging with ads, <http://googleretail.blogspot.com/2011/11/consumers-on-tablet-devices-having-fun.html>
33. JoeryBruijntjes, 2012, Wat is contentmarketing?,
<http://joerybruijntjes.nl/contentmarketing/definitie>
34. Kathy Hanbury, 2011, The Future of Content Marketing,
<http://www.contentmarketinginstitute.com/2011/05/future-of-content-marketing/>
35. Projectplace, 2012, Zakelijk gebruik social media stijgt,
<http://www.nu.nl/internet/2711964/zakelijk-gebruik-social-media-stijgt.html>
36. Journalism, 2011, How people use tablets and what it means for the future of news
http://www.journalism.org/analysis_report/tablet
37. Jeff Adelson, 2012, Tablet Usage: Where & How They're Most Often Used,
<http://www.askingsmarterquestions.com/study-tablet-usage-where-how-theyre-most-often-used/>
38. Techcrunch, 2012, HTML5 Is An Oncoming Train, But Native App Development Is An Oncoming Rocket Ship,
<http://techcrunch.com/2011/02/09/html5-versus-native-apps/>
39. Gzip, 2007, How To Optimize Your Site With GZIP Compression,
<http://betterexplained.com/articles/how-to-optimize-your-site-with-gzip-compression>

40. Financial Times, 2011, Krantenuitgever Financial Times stapt in HTML5 webapp,
<http://www.luit.nl/weblog/2011/11/krantenuitgever-financial-times-stapt-in-html5-webapp-wie-volgt>

41. Alex Cocotas and Henry Blodget, 2012, The future of mobile,
<http://www.businessinsider.com/the-future-of-mobile-deck-2012-3?op=1>

42. IDC, 2012, Ontwikkelaars verliezen interesse in Android,
<http://tweakers.net/nieuws/80797/idc-ontwikkelaars-verliezen-interesse-in-android.html>

43. Wordpress NL, 2012, Wordpress plugins en informatie,
<http://nl.wordpress.org>

44. Drupal, 2012, Drupal plugins en informatie,
<http://drupal.org/>

45. Joomla, 2012, Joomla plugins en informatie,
<http://www.joomla.org/>

46. Hippo, 2012 Hippo uitleg en informatie,
<http://www.onehippo.com/z>

47. Apple, 2012, iOS Development,
<https://developer.apple.com/devcenter/ios/index.action>

48. Android, 2012 Android Development,
<http://developer.android.com/index.html>

49. Blackberry, 2012 Blackberry Development,
<https://developer.blackberry.com/>

50. Phonegap, 2012 Phonegap Development,
<http://phonegap.com/>

51. Sencha, 2012 Sencha Development,
<http://www.sencha.com/products/touch>

52. Appcelerator, 2012 Titanium Development,
<http://www.appcelerator.com/platform>

53. Robin Dekkers, 2012, Overzicht Populaire smartphones en tablets
Bijlage G

55. Twelpforce, 2009, De 6 Sociale Media Trends,
<http://www.chainconnection.com/de-6-social-media-trends>

Digitale bijlage

De bijlage van dit document is beschikbaar op de bijgevoegde USB.

Bijlage A	PID
Bijlage B	Logboek
Bijlage C	Analyse Relate4u
Bijlage D	Onderzoeksrapport
Bijlage E	Functioneel ontwerp
Bijlage F	Grafische ontwerp
Bijlage G	Overzicht populaire smartphones & tablets