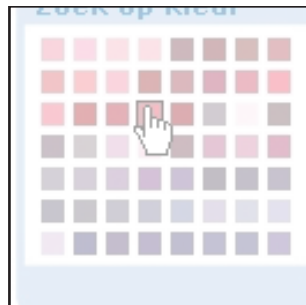
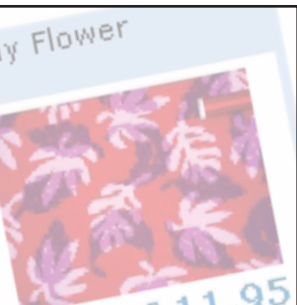




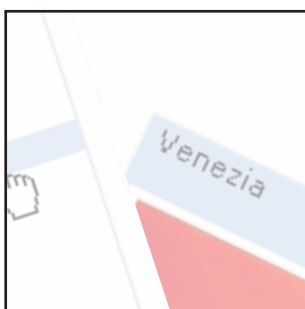
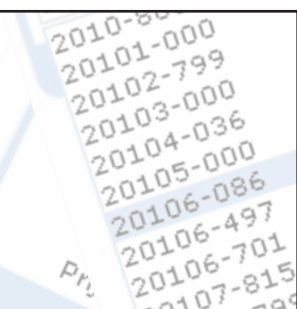
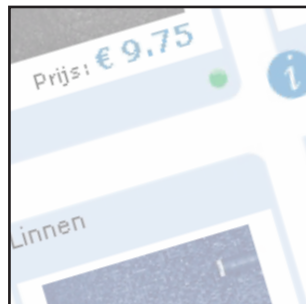
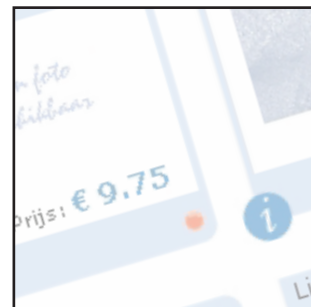
PODISE WEBSHOP SCRIPTIE



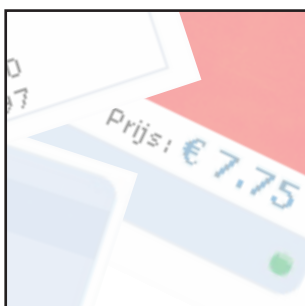
Auteur: Kevin Arkesteijn
Kruisstraat 64
5014 HV Tilburg

Student Nr: 2061529
Datum: 20 Mei 2008

Stagebedrijf: PODISE
Ringbaan 103 c
5046 AA Tilburg



“E-commerce op maat” Afstudeerscriptie van Kevin Arkesteijn



Voorwoord

Voor u ligt de afstudeerscriptie van Kevin Arkesteijn, gemaakt in opdracht van Fontys Hogescholen voor de opleiding IMD te Eindhoven. Mijn scriptie is het eindproduct van een 6 maanden durende eindstage. Mijn afstudeeropdracht heb ik mogen uitvoeren bij Podise, een stoffen en furnituren groothandel uit Tilburg. Het doel van de opdracht was het ontwikkelen van een op maat gemaakte webshop die naadloos moest samenwerken met bestaand intern systeem. Dit verslag geeft uitleg over het ontwikkelproces en de uiteindelijke totstandkoming van deze webshop. Mede door het grote enthousiasme van de medewerkers van Podise is deze opdracht succesvol afgerond. Mijn dank gaat dan ook uit naar de personen die mijn begeleid hebben tijdens dit project. Eddie Lahaije van de firma Podise voor de hulp en ondersteuning op de werkplek, en Judith Gaffert van Fontys hogescholen die het afstudeerproject heeft begeleid. Natuurlijk moet ik alle medewerkers van Podise bedanken voor hun extra inzet om dit project tot een goed einde te brengen.

Kevin Arkesteijn

INDEX

1. Inleiding	
2. Achtergrond en probleemstelling	
2.1 Organisatieomschrijving	7
2.2 Probleemstelling	8
3. Doelstelling en deelvragen	
3.1 Doelstelling	9
3.2 Deelvragen	9
4. Onderzoeksmethode en instrumenten	
5. Resultaten	
5.1. Wat is het MIS en welke functie heeft het MIS binnen Podise?	12
5.1.1 Inleiding	12
5.1.2 Resultaten Deelvraag 1	12
5.1.3 Conclusie Deelvraag 1	15
5.2. Hoe kan de nieuwe webshop in het MIS geïntegreerd worden?	
5.2.1 Inleiding	16
5.2.2 Resultaten Deelvraag 2	17
5.2.3 Conclusie Deelvraag 2	18
5.3. Aan welke eisen moet de webshop voldoen?	
5.3.1 Inleiding	19
5.3.2 Resultaten Deelvraag 3	19
5.3.3 Conclusie deelvraag 3	26
5.4. Welke informatie uit het MIS heb ik nodig om aan de technische eisen te voldoen?	
5.4.1 Inleiding	27
5.4.2 Resultaten Deelvraag 4	27
5.4.3 Conclusie Deelvraag 4	28
5.5. Welke productgerelateerde problemen kom ik mogelijk tegen?	
5.5.1 Inleiding Deelvraag 5	29
5.5.2 Resultaten Deelvraag 5	29
5.5.3 Conclusie Deelvraag 5	30
5.6. Wat moet er gedaan worden om de bezoekersaantallen van de webshop te vergroten?	
5.6.1 Inleiding	31
5.6.2 Resultaten Deelvraag 6	32
5.6.3 Conclusie Deelvraag 6	34
6. Samenvatting	35
7. Woordenlijst	36
8. Literatuurlijst	37
9. Bijlage	38

1. Inleiding

Het internet is een fenomeen waar geen ondernemer meer omheen kan. Elke mailbox zit vol met reclame en een winkel zonder webshop lijkt geen bestaansrecht meer te hebben. Iedereen wil graag profiteren van het toenemende consumentenvertrouwen betreffende internet aankopen. Een vervelend gevolg hiervan zijn de amateuristische webshops die vaak slecht werken en daarmee het consumentenvertrouwen weer teniet doen. Standaard pakketten voldoen vaak niet aan de eisen van het bedrijf met als gevolg dat er aanpassingen worden gemaakt die eigenlijk niet blijken te werken. Als het dan toch gelukt is om werkende webshop te realiseren blijven de verkopen achter omdat de webshop niet opvalt tussen commerciële geweld op het internet. Dit verslag laat zien dat een webshop niet alleen bestaat uit een aantal regels code, of een standaard e-commerce pakket. Een webshop hoort deel uit te maken van het bedrijf, zowel het management als het personeel zal moeten erkennen dat de webshop een onderdeel is van het bedrijf. Tijdens het ontwikkelen van een webshop wordt niet alleen rekening gehouden met de producten die verkocht worden de uitstraling en de structuur van het bedrijf zijn even belangrijk. De webshop wordt vaak onterecht vergeleken met een etalage, een webshop is meer als een etalage, een webshop begint pas bij de etalage en heeft veel meer mogelijkheden. Hoe deze etalage er uit moet zien is afhankelijk van het bedrijf. Daarom is elke webshop uniek, lees in dit verslag verder wat de webshop van Podise en dit project uniek maakt

2. Achtergrond en probleemstelling

2.1 Organisatieomschrijving

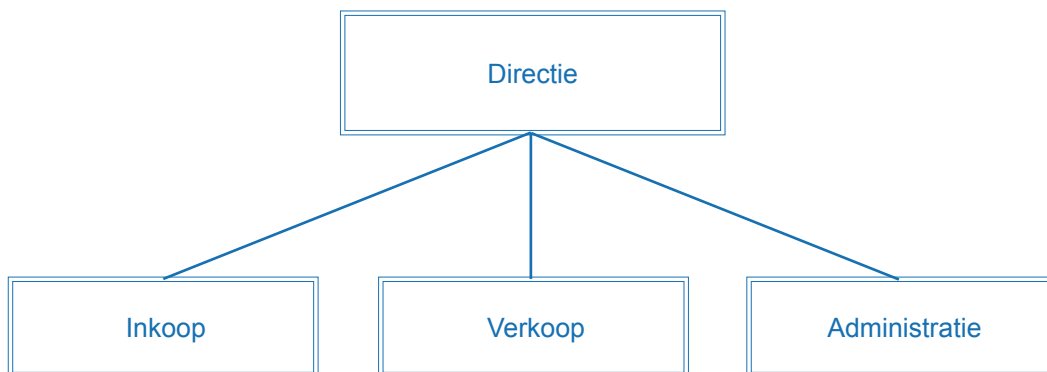
PODISE is een groothandel, postorderbedrijf en winkel in stoffen, fournituren en voeringen. Voortgekomen uit de derde generatie textielondernemers, waaronder Huub van de Wouw (1930) en Stoffenhuis Oude Lind / Lahaije (1947). Al sinds 1995 houdt Podise zich ook intensief bezig met het samenstellen van een mooie hoogwaardige fournituren- en stofstalencollectie die uitblinkt in zijn diversiteit.

PODISE staat voor P**O**st D**I**rect S**E**rvice.

De klanten van Podise, voornamelijk winkels, ateliers, modevakscholen en aanverwante bedrijven, ondervinden dagelijks dat Direct en Service bij Podise hoog in het vaandel staan.

Omdat we leven in een tijd waarin we de vrije hand hebben onze creativiteit naar eigen zin vorm te geven, is het de uitdaging om zelf te bepalen wat onze "look" is ten opzichte van de wereld om ons heen. De textielbranche is een branche die nooit stilstaat, waarin nieuwe trends elkaar in een hoog tempo opvolgen. Podise kan geen standaardcollectie bedenken die werkt, rustig gaan zitten en dezelfde formule seizoen na seizoen herhalen. Eenieder die hiervan bewust is en zich aanpast en inspringt op de veranderende trends zal succesvol blijven.

Het uitgangspunt van Podise is dat het bedrijf makkelijk moet kunnen groeien in de richting waar de mogelijkheden op dat moment het grootst zijn. Zijn er nieuwe mogelijkheden op de markt dan zal Podise hier zo snel mogelijk in stappen. Dit heeft al geleid tot de verkoop van software en andere producten die niet direct binnen de branche vallen.



Organigram PODISE

2.2 Probleemstelling

Podise wil haar klanten graag de mogelijkheid geven online bestellingen te plaatsen. Ondanks een aantal pogingen om dit te verwezenlijken is dit tot op heden nog niet gelukt. De grootste reden hiervoor is het grote assortiment en de verscheidenheid aan producten die Podise verkoopt. Het uitgebreide assortiment zorgt ervoor dat er een complex systeem nodig is om online bestellingen te kunnen plaatsen. De grote verscheidenheid aan producten zorgt er voor dat er enorm veel verschillende producteigenschappen zijn die allemaal verwerkt moeten worden in de nieuwe webshop. Met een assortiment van meer dan 30.000 producten moet er bij het ontwerp van het systeem goed gedacht worden aan de presentaties en efficiëntie van het systeem. Daarnaast biedt de stoffenbranche een aantal eigenaardige producteigenschappen die alleen in deze branche voorkomen. De probleemstelling is dan ook:

“Hoe kan Podise haar complete assortiment online verkopen?”

Podise kan geen klant en klaar pakket aanschaffen voor het openen van een webshop. Er zijn te veel extra eisen waaraan de website moet voldoen, willen de producten volledig tot hun recht komen. Er zijn al meerdere pogingen gedaan om een klant en klaar pakket te verbouwen naar de wensen van Podise, maar telkens stuit men op de productspecifieke eigenschappen van het uitgebreide assortiment.

Deze probleemstelling biedt de mogelijkheid tot een grote opdracht. Een opdracht die vooral praktisch ingevuld zal worden en die uiteindelijk zal leiden tot een fysiek eindresultaat, namelijk een goed functionerende webshop. Dit verslag is dan ook vooral gericht op het technische gebied van de opleiding IMD. De zwaarte van de opdracht ligt dan ook vooral bij de grote hoeveelheid code die moeten worden opgeleverd. Naast de grote hoeveelheid weegt ook de factor maatwerk erg zwaar mee tijdens dit project, alle code die geschreven wordt is uniek voor dit systeem en zal dus niet op het internet beschikbaar zijn.

Tijdens het ontwikkelen van deze webshop kan ik rekenen op één ding:

“Niks is Standaard! “

PODISE
Modestoffen en meer

3. Doelstelling en deelvragen

3.1 Doelstelling

De doelstelling van mijn stageopdracht is:

“Het ontwikkelen van een webshop waar Podise haar complete assortiment online kan aanbieden”

Podise heeft een webshop nodig die geïntegreerd wordt in het huidige informatiesysteem dat momenteel intern gebruikt wordt. Dit interne informatiesysteem is een Modulair Informatie Systeem, oftewel MIS. De webshop moet de informatie uit het MIS zo goed als mogelijk benutten om de klant van dienst te zijn. Het MIS zal daarom ook altijd een leidende rol krijgen in een systeem waar de website wordt gevoed door informatie uit het MIS.

3.2 Deelvragen

1. Wat is het MIS en welke functie heeft het MIS binnen Podise?

Wat is het MIS eigenlijk? En hoe is het MIS opgebouwd? Welke informatie is er te vinden en waar wordt die informatie voor gebruikt? Dat zijn vragen die beantwoordt moeten worden willen we de informatie uit het MIS efficiënt kunnen gebruiken.

2. Hoe kan de nieuwe webshop in het MIS geïntegreerd worden?

Hoe kunnen we ervoor zorgen dat de webshop een onderdeel wordt van het MIS? Daarvoor zullen we moeten uitzoeken hoe de informatie uit het MIS benadert moet worden en hoe deze informatie verwerkt geïnterpreteerd moet worden.

3. Aan welke eisen moet de webshop voldoen?

Wat moeten de klanten straks te zien krijgen wanneer deze de website van Podise bezoeken? Welke functies moet de webshop krijgen en wat zijn de veiligheidseisen waaraan het systeem moet voldoen. Welke uitstraling moet de website krijgen en hoe wordt de interface opgebouwd. Hoe moet het bestel en betalingsproces via de website verlopen?

4. Welke informatie uit het MIS heb ik nodig om aan de gestelde eisen te voldoen?

Om de klanten van de juiste informatie te kunnen voorzien zullen we moeten onderzoeken welke informatie er nodig is en of deze informatie beschikbaar is. Moet de informatie uit het MIS nog bewerkt worden of kan deze direct gebruikt worden.

5. Met welke specifieke producteigenschappen moet er rekening worden gehouden tijdens de ontwikkelingsfase?

Om problemen te voorkomen zullen we moeten onderzoeken welke producten in de webshop verkocht worden. Zo kunnen we per product bekijken of er specifieke eigenschappen zijn die later mogelijk problemen opleveren bij het programmeren van de webshop. Wat maakt de producten van Podise uniek en wat kan er aan gedaan worden om deze problemen te voorkomen.

6. Wat moet er gedaan worden om de bezoekersaantallen van de webshop te vergroten?

Als de website eenmaal gebouwd is zullen we er ook voor moeten zorgen dat de website goed bezocht wordt. Hoe zoekt onze doelgroep en waar zoekt deze naar? Hoe wordt het internet door deze doelgroep gebruikt? Welke unieke eigenschap van de website kunnen gebruiken voor Search Engine Optimalisation?

4. Onderzoeksmethode en instrumenten

Tijdens mijn afstudeerstage ga ik gebruik maken van een aantal instrumenten zodat in de eerder gestelde deelvragen efficiënt kan beantwoorden. Het oplossen van de deelvragen zal mij helpen een gedegen eindproduct af te leveren. In het onderstaande hoofdstuk zal ik per deelvraag toelicht welke instrumenten/methode ik ga gebruiken om antwoord te vinden op mijn vragen.

1. Wat is het MIS en welke functie heeft het MIS binnen Podise?

Methode: [Field research](#)

De eerste deelvraag zal vooral in de eerste weken beantwoord worden. Door te praten met de medewerkers wil ik het antwoord op deze vraag vinden. Het is belangrijk dat ik alle in en outs van dit systeem beheers om het uiteindelijk te kunnen toepassen. Ik zal de werkzaamheden van alle werknemers nauwlettend in de gaten houden om het MIS te doorgronden.

2. Hoe kan de nieuwe webshop in het MIS geïntegreerd worden?

Methode: [Interview](#)

Samen met de ontwikkelaar van het MIS zal ik een manier moeten vinden om het MIS te koppelen aan een website. Door middel van een interview wil ik zijn ervaring met het MIS gebruiken om een goede en vooral veilige koppeling te maken met het MIS. Als we zijn kennis over het MIS combineren met mijn PHP kennis moeten we tot een goed eindresultaat kunnen komen.

3. Aan welke eisen moet de webshop voldoen?

Methode: [Interview en Deskresearch](#)

Mijn stagebegeleider weet wat zijn klanten willen en aan welke eisen de webshop moet voldoen. Onder zijn toezicht is er al onderzoek gedaan naar de wensen en eisen waaraan deze webshop moet voldoen. Er is dus al een duidelijk beeld waaraan de webshop moet voldoen, het is nu mijn taak om dit op papier te zetten. Dit wil ik vooral doen door veel gesprekken te houden met mijn opdrachtgever. Verder zullen de voorgaande onderzoeken mij helpen om een beter beeld te krijgen van de probleemstelling en de eerdere pogingen die gedaan zijn om deze problemen op te lossen.

4. Welke informatie uit het MIS heb ik nodig om aan de gestelde eisen te voldoen?

Methode: [Desk research](#)

Op basis van het huidige systeem moet ik vaststellen welke gegevens we nodig hebben voor de webshop. Ik wil dan ook de broncode van het huidige systeem gebruiken om dit te onderzoeken. Door het uitpluizen van deze broncode kan ik vaststellen welke data ik nodig heb en waar ik deze kan vinden. Het internet kan mij vervolgens weer helpen om deze broncode te ontcijferen.

5. Welke productgerelateerde problemen kom ik mogelijk tegen?

Methode: [Desk en Field Research](#)

Hier probeer ik problemen te voorkomen door vooruit te denken over het uiteindelijke resultaat. Het is natuurlijk heel moeilijk om problemen te voorspellen maar ik kan gebruik maken van de kennis van mijn stagebegeleider, deze heeft namelijk het ontwikkelingsproces van het MIS begeleid en is al vele problemen tegengekomen. Deze interne problemen moeten we bespreken om te bekijken of de webshop hier ook last van gaat krijgen.

6. Wat moet er gedaan worden om de bezoekersaantallen van de webshop te vergroten?

Methode: [Desk en Field Research, Interviews](#)

Middels interviews met de klanten probeer ik te achterhalen hoe de klanten van Podise naar producten zoeken op het internet. Desk research zal vooral gebruikt worden voor het onderzoeken tutorials over SEO. In deze onderzoeken en tutorials hoop ik meer informatie te vinden over de wijzigingen die we kunnen maken om de website beter zichtbaar te maken.

5. Resultaten

Tijdens dit onderzoek ben ik op zoek gegaan naar de antwoorden op de deelvragen. Vaak werd het antwoord al gevonden tijdens het houden van een goed gesprek over de vraag. In sommige gevallen moest er verder gezocht worden naar de beste manier of het juiste antwoord. Zoals bij vele andere onderzoeken is ook bij dit onderzoek het internet een grote hulp geweest. Hoewel de antwoorden vaak niet “kant en klaar” te vinden zijn kan het internet gebruikt worden om kleine delen van de puzzel op te lossen. Het zoeken naar kleine stukjes informatie heeft geholpen bij het oplossen van moeilijke vraagstukken. In dit hoofdstuk worden deze puzzelstukjes weer aan elkaar gezet om een duidelijk antwoord te krijgen op de verschillende deelvragen.

5.1. Wat is het MIS en welke functie heeft het MIS binnen Podise?

5.1.1 Inleiding

De basis van dit project ligt bij het huidige systeem dat Podise gebruikt voor informatiebeheer, dit systeem wordt MIS genoemd. Tijdens elke stap in dit project zal het MIS een belangrijke rol spelen bij het nemen van besluiten over het op te leveren systeem. De webshop zal als een uitbreiding aan het huidige systeem worden toegevoegd, daarom is het belangrijk dat beide componenten goed op elkaar aansluiten. Door vele telefoongesprekken met Bas Jordans van de firma Jorsoft heb ik kunnen doorgronden hoe het MIS de verkregen informatie verwerkt. Tijdens deze gesprekken zijn er vragen gesteld zoals:

- Hoe is het MIS ontstaan?
- Voor wie is het MIS ontwikkeld?
- Welke ontwikkeltools zijn gebruikt tijdens de ontwikkeling van het MIS?
- Wat is de kerntaak van het MIS
- Hoe verwerkt het MIS de ingevoerde data?
- Hoe wordt de data het MIS weer aangeroepen?

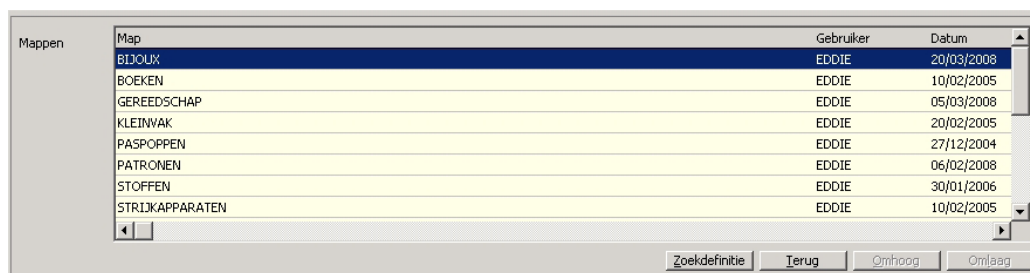
Naast deze telefoongesprekken had ik ook de mogelijkheid om mee kijken met één van de medewerkers van Podise. Zo is goed te zien waar het MIS voor dient en vooral hoe het gebruikt wordt. Voor een "buitenstaander" is dit heel belangrijk omdat je zo een beter beeld krijgt op de handelingen die verricht worden door het MIS. Het MIS is een uitgebreid systeem met vele valkuilen die pas zichtbaar worden als men er van twee kanten naar kijkt. Hoe is het ontwikkeld en hoe wordt het gebruikt, dat zijn de vragen waarop dit hoofdstuk antwoord geeft.

5.1.2 Resultaten Deelvraag 1

Over het MIS

De naam MIS is een afkorting voor Modulair Informatie Systeem. Zoals de naam al aangeeft, is dit systeem opgebouwd uit modules, losse onderdelen die samenwerken om de gewenste output aan de gebruiker te tonen. Een voordeel van een modulair systeem ten opzichte van een conventioneel programma is de mogelijkheid tot uitbreiding. Er kunnen extra modules aan het systeem worden toegevoegd mocht dit nodig zijn, daarnaast worden sommige modules weggelaten om de performance van het systeem te verbeteren. Het MIS is gebouwd door een automatiseringsbedrijf genaamd JorSoft. In samenwerking met mijn stagebegeleider heeft Jorsoft een systeem ontwikkeld dat geschikt is voor verschillende bedrijven. Inmiddels maken meerdere bedrijven uit verschillende branches gebruik van dit systeem, Podise is één van de kleinere bedrijven die het MIS gebruikt

Het MIS bevat informatie over het gehele bedrijf. Naast productgegevens worden er dus ook financiële en klantgegevens in dit systeem opgeslagen. De verschillende modules in het MIS werken als aparte programma's die gebruik maken van hetzelfde hoofdmenu.



Map	Gebruiker	Datum
BIDOUX	EDDIE	20/03/2008
BOEKEN	EDDIE	10/02/2005
GEREEDSCHAP	EDDIE	05/03/2008
KLEINVAK	EDDIE	20/02/2005
PASPOPPEN	EDDIE	27/12/2004
PATRONEN	EDDIE	06/02/2008
STOFFEN	EDDIE	30/01/2006
STRIJKAPPARATEN	EDDIE	10/02/2005

Een voorbeeld van een module uit het MIS

Zo kan er een deel van het systeem worden aangepast zonder dat de rest van het systeem hoeft te veranderen. Deze modules maken allen gebruik van dezelfde database, het is dan niet verwonderlijk dat deze database een groot aantal tabellen bevat. Voor het database beheer wordt gebruik gemaakt van SQL Hammer, dit is een database tool die gebruikt wordt om de structuur en gegevens van een Firebird database aan te passen. Dit alles uit zich in een intern programma dat gebruik maakt van meerdere kleine programma's die samen het MIS vormen. Medewerkers van Podise gebruiken een hoofdmenu om deze losse onderdelen te benaderen, dit geeft het gevoel dat het hier één groot programma betreft maar dit is zeker niet het geval. Hoewel er vele verwijzingen tussen de programma's worden gemaakt om het gebruikersgemak te vergroten is in Windows taakbeheer duidelijk te zien dat er meerdere applicaties draaien.

Wat is Firebird

Firebird is een relationele database. Het is ontstaan uit de database Interbase waarvan de broncode door Borland werd vrijgegeven. De overgang van gesloten pakket naar opensource programma is goed verlopen en rond Firebird is een gezonde gemeenschap ontstaan. Deze gemeenschap heeft vele forums waar ondersteuning wordt geboden voor de ontwikkeling van Firebird applicaties. Doordat Firebird opensource is zijn er geen aanschaf of jaarlijkse kosten aan verbonden. Firebird wordt ondersteund door de PHP standaard en kan dus benaderd worden door elke PHP/APACHE server.



De structuur

In het MIS is erg veel informatie te vinden, het is belangrijk dat deze informatie voldoende gefilterd wordt, zowel voor de interne gebruiker als voor de website bezoeker. Het interne systeem gebruikt verschillende schermen om de informatie binnen verschillende categorieën gescheiden te houden. Zo zijn er bijvoorbeeld aparte vensters voor artikel, klant en orderbeheer. De inhoud van deze schermen wordt wel gekoppeld door het MIS maar wordt altijd in verschillende vensters weergegeven. Zo blijft de informatie overzichtelijk voor de gebruiker.

Uiteindelijk zal maar een klein gedeelte van deze informatie nodig zijn om aan de informatiebehoefte van de klant te voldoen. De overige informatie mag om twee redenen niet te benaderen zijn via het internet. Ten eerste zal de webshop erg traag worden wanneer ook de onnodige data wordt ingeladen, daarnaast is het erg belangrijk dat de vertrouwelijke informatie goed is beveiligd. De informatie die wel nodig is uit de database is onder te verdelen in drie niveaus namelijk op klant, order en product niveau. Beveiliging is erg belangrijk voor het MIS, het MIS is namelijk ontworpen voor intern gebruik en kent daarom een interne rechtenstructuur. Deze structuur geeft aan welke gebruiker toegang heeft tot het MIS en wat de mogelijkheden van deze gebruiker zijn. Wanneer er rechtstreeks een koppeling met de Firebird database gemaakt wordt zal dit rechtensysteem komen te vervallen en moeten er alternatieve maatregelen worden genomen.

F_CHILD	INTEGER,
F_DATE	INTEGER,
F_USER	VARCHAR(8),
F_FOLDER	VARCHAR(12),
F_SORT_ID	VARCHAR(1),
F_SESSION	INTEGER,
F_XXX	VARCHAR(100),
DESCRIPTION	VARCHAR(100)

AO - Overview articles - MIS [PODISE (5)]							
Article	Description	Group	Brand	Stock	Status		
10000	Denim	SBU	*	*	2		
10000-S	Denim-stretch	SBU	*	*	2		
10001-800	UNI basic	SBU	*	*	2		
10002-111	Ponge Zijde	SBU	*	*	3		
10003-093	Stretch denim	S061	*	*	2		
10003-241	Stretch Denim	S061	*	*	2		
10004-093	High-Tec Fabric	S061	*	*	2		
10008-075	Fantasie Viscose	SBU	*	*	4		
10009-156	Fantasie Viscose	SBU	*	*	4		
10009-325	Fantasie Viscose	SBU	*	*	4		
10009-724	Fantasie Viscose	SBU	*	*	4		
10009-800	Fantasie Viscose	SBU	*	*	4		
1001-1	GEWATTEERDE VOERING	SBU	*	*			
1001-2	GEWATTEERDE VOERING	SBU	*	*			
1001-3	GEWATTEERDE VOERING	SBU	*	*			
1001-4	GEWATTEERDE VOERING	SBU	*	*			
1001-5	GEWATTEERDE VOERING	SBU	*	*			
1001-6	GEWATTEERDE VOERING	SBU	*	*			
10010-000	Organza	SBR	*	*	2		
10010-001	Organza	SBR	*	*	2		
10010-013	Organza	SBR	*	*	2		
10010-028	Organza	SBR	*	*	2		
10010-082	Organza	SBR	*	*	2		
10010-152	Organza	SBR	*	*	2		
10010-154	Organza	SBR	*	*	2		
10010-221	Organza	SBR	*	*	2		
10010-230	Organza	SBR	*	*	2		
10010-283	Organza	SBR	*	*	2		
10010-291	Organza	SBR	*	*	2		
10010-315	Organza	SBR	*	*	2		
10010-325	Organza	SBR	*	*	2		
10010-351	Organza	SBR	*	*	2		

☒ Active only

Print label

Change code

Copy

Add

Edit

Delete

Search

Close

5.1.3 Conclusie Deelvraag 1

Uit het voorgaande hoofdstuk is gebleken dat het MIS een heel complex systeem is. Door de modulaire opbouw van het systeem is het aantal mogelijkheden steeds groter geworden. Dit heeft als nadeel dat de opgeslagen informatie niet altijd efficiënt wordt gebruikt. Bij Podise wordt het MIS gebruikt tijdens het gehele bedrijfsproces. Zowel de financiële gegevens als de order en klantgegevens worden door het MIS bijgehouden. Het MIS is ook een volwassen en stabiel systeem en kan daardoor onderhoudsvrij gebruikt worden. De ontwikkeling van de webshop zal hier zeker baat bij hebben omdat er gebouwd kan worden op een solide basis. De snelheid waarmee het MIS zichzelf ontwikkeld heeft is te vergelijken met commerciële pakketten die tienduizenden euro's kosten. Het MIS onderscheid zich van deze pakketten door gebruik te maken van een opensource database, daardoor blijven de kosten laag. De uitgebreide gemeenschap van Firebird kan een hulpmiddel zijn bij het oplossen van ingewikkelde vraagstukken over PHP en Firebird. Dit zorgt ervoor dat vertragingen door tijdens de ontwikkeling van de webshop voorkomen kunnen worden.

5.2. Hoe kan de nieuwe webshop in het MIS geïntegreerd worden?

5.2.1 Inleiding

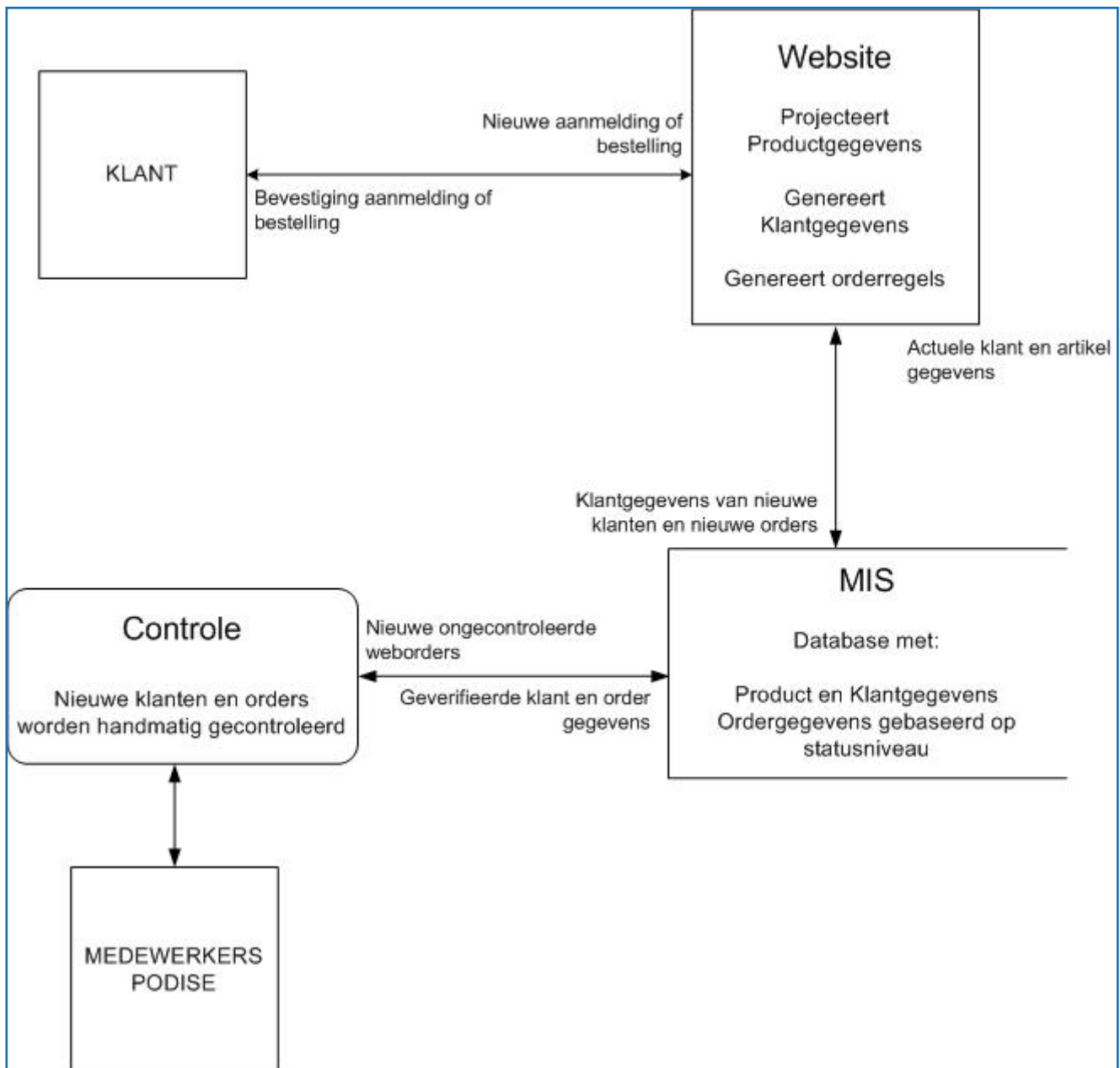
Uit het voorgaande hoofdstuk is gebleken dat het MIS een belangrijk onderdeel van Podise is. De webshop wordt gezien als een uitbreiding op het MIS. De webshop zal daarom altijd gebruik maken van het MIS om gegevens op te halen en weg te schrijven. De webshop moet zich daarom ook altijd aanpassen aan de informatie uit het MIS. In alle gevallen is het MIS de bepalende factor tijdens de ontwikkeling van de webshop. Het opzetten van een webshop is daardoor een veel complexer project geworden. Het ontwerp van de webshop zal niet alleen aan de eisen van de klant en de opdrachtgever moeten voldoen maar ook moeten voldoen aan de strenge eisen van het MIS. Samen met de opdrachtgever hebben we vergaderd over hoe de balans tussen het MIS en het eisenpakket van de webshop het beste konden waarborgen. Tijdens deze gesprekken zijn er prioriteiten gesteld aan de verschillende eisen van de webshop en de integratie van de webshop onderdelen in het MIS. De volgende vragen zijn besproken:

- Wat is de functie van de webshop binnen de organisatie?
- Hoe vindt de koppeling plaats tussen het MIS en de webshop?
- Hoe wordt de input van de webshop verwerkt door het MIS?
- Wat zijn de voordelen van een webshop voor Podise?
- Waar worden de gegevens van de webshop opgeslagen?

5.2.2 Resultaten Deelvraag 2

De functie van de webshop binnen de organisatie is het beste te vergelijken met een telefonische order. De handelingen die de telefonist afwerkt tijdens het opnemen van de order zijn vergelijkbaar met de handelingen die de webshop gaat uitvoeren. Hoewel de webshop een gedeelte van deze handelingen automatisch zal uitvoeren is een handmatige controle toch nodig.

Het onderstaande schema laat zien hoe dit werkt.



Wat heeft de Webshop voor voordelen?

Omdat de binnengekomen web-orders handmatig gecontroleerd moeten worden lijkt het voordeel van een webshop verloren te gaan. Er zal toch iemand bezig zijn met het aannemen van orders net als bij een telefonische order. De webshop heeft als voordeel dat er gelijktijdig meerdere orders geplaatst kunnen worden die in een fractie van de tijd gecontroleerd kunnen worden. Zo kunnen er meerdere orders verwerkt worden in dezelfde tijd, ook hoeven binnenkomende orders niet te wachten op de beschikbaarheid van het personeel.

De integratie van de webshop in het MIS valt of staat bij consistentie van gegevens. Dit houdt in dat de gegevens die de webshop naar het MIS verstuurd dezelfde opmaak moeten hebben als de gegevens die al in het MIS staan. Het MIS kan de gegevens van de webshop pas verwerken als de opmaak en notatie van deze gegevens exact gelijk is aan die van het MIS. Wanneer deze gegevens niet meer consistent zijn zal er gegevensverlies optreden wat uiteindelijk kan leiden tot het niet meer functioneren van het MIS.

Als de gegevens gecontroleerd en ingevoerd zijn zullen ze worden opgeslagen in de database van het MIS. Er is goed gekeken naar de mogelijkheden van een schaduw database voor het veilig opslaan van de gegevens. Hierbij worden de gegevens eerst elders op de server opgeslagen voordat de gegevens worden doorgezeten naar het MIS. Uiteindelijk is er toch gekozen voor een rechtstreekse verbinding omdat de grote hoeveelheid van gegevens in het MIS het niet rendabel maakte een snelle synchronisatie van gegevens uit te voeren. Hierdoor zouden voorraad en prijsgegevens op de webshop niet meer recent zijn en daardoor afwijken van de gegevens in het MIS.

5.2.3 Conclusie Deelvraag 2

Hoewel het MIS een uitgebreid en complex systeem is het toch mogelijk om de webshop volledig te integreren in het huidige systeem. Een koppeling met PHP en Apache maakt het mogelijk om de sterke eigenschappen van het MIS toe te passen in een webshop. Deze combinatie heeft veel potentie omdat beide systemen (PHP en het MIS) ruimte overlaten voor ontwikkeling en creatieve ideeën. De opbouw van het MIS is dusdanig dat er uitbreidingen mogelijk zijn om de integratie met de webshop mogelijk te maken. Deze uitbreidingen hebben veelal te maken met de visuele stijl waarin de producten gepubliceerd worden, ook functionele data zoals gebruikersnamen en wachtwoorden zullen opgeslagen worden in het MIS. Als de webshop voltooid is zal het MIS de input van de webshop verwerken zodat de medewerkers met deze gegevens aan de slag kunnen. De webshop zal een onderdeel worden van Podise en de medewerkers zullen de webshop zien als een collega die orders aanneemt en klantgegevens verwerkt. De rechtenstructuur van de database moet ervoor zorgen dat dit alles veilig gebeurt en dat fouten worden gemeld en gefilterd. Pas als het MIS en de webshop perfect samenwerken zullen de voordelen van dit project zichtbaar worden.

5.3. Aan welke eisen moet de webshop voldoen?

5.3.1 Inleiding

Tijdens het ontwikkelproces van de webshop zijn er voortdurend keuzes gemaakt over de functionaliteiten van de webshop. Deze keuzes zijn onder te verdelen in grafische en technische vraagstukken die beide een andere benadering vereisen. De grafische eisen van de webshop worden vooral gebaseerd op de doelgroep, om die vast te stellen is er door een extern bedrijf een doelgroep onderzoek gedaan. De beslissingen die in dit hoofdstuk gemaakt worden zijn mee bepaald door het doelgroep onderzoek dat eerder is opgesteld. De meeste beslissingen hebben een directe invloed op de manier waarop de webshop gebruikt gaat worden, de overige beslissingen hebben vooral invloed op de achterliggende processen. Hoewel het vrijwel onmogelijk is om al deze vraagstukken vooraf in te vullen, hebben we een basis opgesteld waaraan de webshop moest voldoen. Deze basis is tot stand gekomen door antwoorden te vinden op de volgende vragen

- Wat moet de webshop voor uitstraling hebben?
- Wat krijgt de bezoeker van de webshop te zien?
- Welke functionaliteiten moet de webshop krijgen?
- Hoe beleeft en gebruikt de bezoeker de webshop?

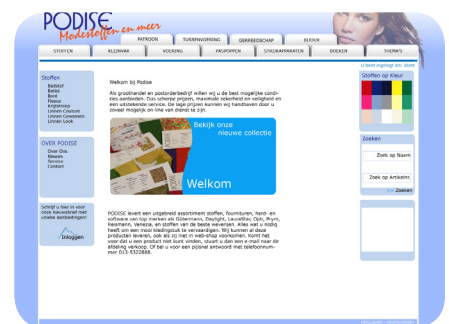
Deze basis is gaandeweg uitgebreid met extra mogelijkheden om de functionaliteiten van het MIS optimaal te benutten. Daar waar mogelijk zijn nieuwe ideeën uitgegroeid tot nieuwe functionaliteiten of creatieve oplossingen voor bestaande problemen.

5.3.2 Resultaten Deelvraag 3

De grafische eisen

Uit de gesprekken met de opdrachtgever kwamen twee punten aandachtspunten naar voren, functionaliteit en presentatie. Het meest belangrijke onderdeel van de webshop zijn de producten die verkocht worden. De functionaliteiten van de website zijn belangrijk voor het verkopen van de producten, als de producten niet gevonden worden zullen ze ook niet verkocht worden. Daarnaast moet de kwaliteit van de producten goed overkomen op de klanten. Podise heeft veel producten en wil die graag allemaal uitstallen in deze digitale omgeving. Mensen moeten het prettig vinden om te winkelen in de webshop van Podise, zo blijven de bezoekers terug komen.

Tijdens het ontwikkelingsproces van de grafische template is er dan ook goed rekening gehouden met de functionele eisen waaraan de website moest voldoen. In de onderstaande afbeelding is duidelijk te zien dat de vormgeving van de verschillende concepten steeds functioneler is geworden. De functies hebben naarmate het ontwerpproces vorderde een steeds prominenter rol gekregen binnen de web-



DEELVRAAG 3

De uitstraling van de website

Uit de interviews met de opdrachtgever is gebleken dat de gewenste uitstraling die Podise wil bereiken al in eerdere doelgroep en marketingonderzoeken is vastgesteld, deze uitstraling richt zich op de volgende doelgroep:

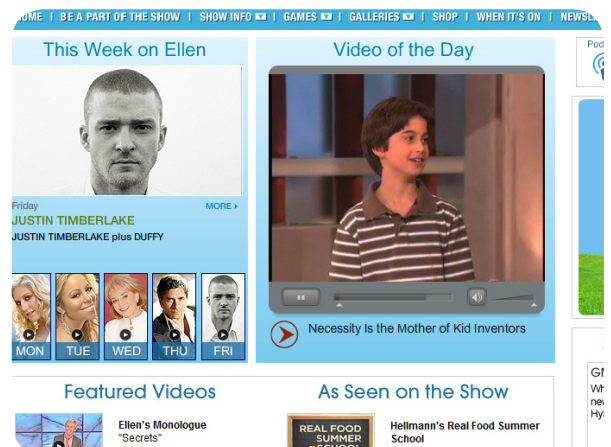
Podise richt zich op vrouwen die creatief bezig willen zijn. Vrouwen tussen de 25 en 55 jaar, met verschillende modestijlen, modemomenten en maten. Podise richt zich op vrouwen die graag kleren maken voor zichzelf, hun (klein)kinderen en hun man. Deze vrouwen doen dat niet uit economische overwegingen, maar omdat kleding maken wordt gezien als een ontspannende, volwaardige hobby.

De gewenste uitstraling die Podise daarbij voor ogen heeft is kort te omschrijven in twee woorden, betrouwbaar en zakelijk. Betrouwbaar omdat de webshop zal vooral gebruikt gaan worden door de particuliere klanten van Podise die nog moeite hebben om de technieken van het online winkelen te beheersen, en zakelijk omdat steeds meer bedrijven kiezen voor het internet om bestellingen te plaatsen. De webshop moet voor beide groepen vooral vertrouwen uitstralen. De bezoeker van de webshop moet gerust gesteld worden dat het plaatsen van een bestelling op de Podise webshop veilig. Voor het business to business gedeelte van de website is gekozen voor degelijk en overzichtelijk

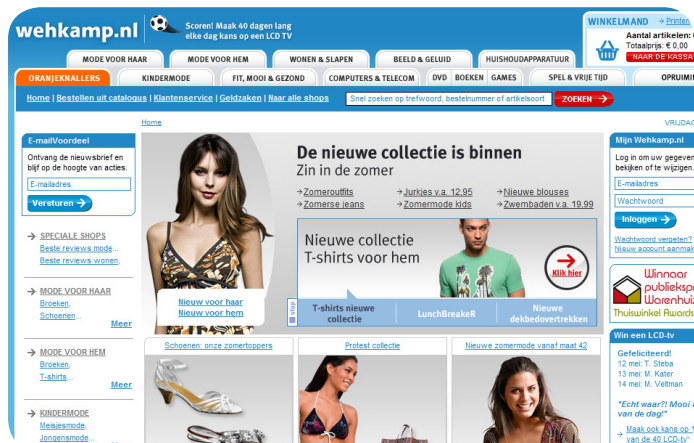
Naast onze eigen ideeën gebaseerd op het eerder uitgevoerde doelgroeponderzoek hebben we ook gekken naar Amerikaanse voorbeelden van websites. Dit hebben we gedaan omdat deze Amerikaanse website een grote doelgroep weten te bereiken zonder dat de website te saai en algemeen wordt. Omdat de doelgroep van Podise ook een grote groep mensen bestrijkt vormen deze websites een mooi voorbeeld. In Amerika zijn er veel talkshows en magazines speciaal voor vrouwen. Natuurlijk zijn die ook in Europa te vinden maar in Amerika zijn de websites van deze programma's en magazines net iets verder uitgewerkt. In Amerika is er veel onderzoek gedaan naar de binding van mensen en het creëren van communities, zo ontstaan op verschillende sites hechte gemeenschappen die samen zorgen voor het levendig houden van de website. Deze sites ondersteunen niet alleen het programma of het magazine maar trekken zelf ook veel bezoekers omdat er veel vaak veel meer artikelen/items op staan. De makers van deze talkshows en magazines weten wat hun doelgroep aanspreekt en projecteert dat beeld op de website. Daarnaast hebben we ook gekeken naar bekende webshops uit binnen en buitenland. Wat hebben deze sites gemeen en wat maakt deze sites uniek?

ELLEN WARNERBROS.COM

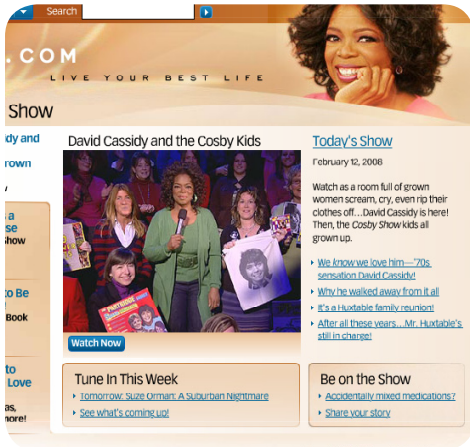
De volgende website die ik heb bekeken is ook van een Amerikaanse talkshow. Ook deze website maakt gebruik van zachte kleuren net als de site van Oprah. In plaats van kleine items worden hier de items iets groter weergegeven en staat alles onder elkaar. Deze website is minder overzichtelijk als die van Oprah maar bevat ook veel verschillende items. De site maakt gebruik van een fors menu dat verdeelt is over de volledige breedte van de website.



WEHKAMP.NL



De Wehkamp webshop is een inspiratiebron voor vele andere webshops. Deze Wehkamp heeft wellicht de duurste en grootste webshop van Nederland, het is dus ook niet verwonderlijk dat deze webshop al vele prijzen heeft gewonnen. De Wehkamp website voldoet aan de laatste technische eisen en blinkt uit in het gebruiksgemak en functionaliteiten.



De website van Oprah.com is een mooi voorbeeld van een website die de rol van crossmedia perfect invult. Naast informatie over de talkshow van Oprah is er ook veel extra informatie te vinden over de items die behandeld worden in de show. De bezoekers worden geconfronteerd met een groot aantal artikelen, deze items worden met een korte titel en afbeelding omschreven. Bezoekers nemen daardoor de tijd om naar de afbeeldingen te kijken en een geschikt item te vinden. Het bijzondere aan de site is het ontbreken van een menu, dit menu is vervangen door een dorpdownlist met daarin alle pagina's. Zodra de bezoekers over deze button "hoveren" schuift deze balk naar beneden en is een menu met 1 niveau zichtbaar. Verder wordt er gebruik gemaakt van videobeelden om een stukje van de show zichtbaar te maken.

Na een grondige analyse van deze sites is gekozen voor een website die functionaliteit en vormgeving zo goed als mogelijk combineert. De hoofdgroepen uit de product catalogus zijn prominent in beeld gebracht om te benadrukken dat het hier vooral een webshop betreft en geen gewone website. De homepage bestaat uit vele kleine items met daarin een afbeelding en een paar regels tekst. Uit het onderzoek is gebleken dat deze drukke tijdschrift stijl in de smaak valt bij onze doelgroep. Om ook sfeer uit te stralen is gekozen voor grote slideshow met daarin meerder kleurrijke foto's die het onderwerp mode hebben. De belangrijkste functies van de webshop zullen altijd op dezelfde plaats te zien zijn, helder en duidelijk zoals het uiteindelijke doel was. De huisstijl van Podise is volledig in de webshop verwerkt, de gebruikt kleuren van het logo zijn hergebruikt in de webshop. Er is voor een witte achtergrond gekozen omdat de producten dan het beste tot hun recht komen.



Het ontwerp van de webshop

DEELVRAAG 3

De technische eisen

Podise biedt momenteel een heel uitgebreid assortiment aan, dit is vooral te danken aan de soort producten die Podise verkoopt. In de stoffen en modebranche worden namelijk veel verschillende kleuren en afmetingen gebruikt, dit verhoogt het aantal artikelen aanzienlijk. Zo is elke ritssluiting te leveren in bijvoorbeeld 15 kleuren en 10 maten. Om de grote kwantiteit aan producten vindbaar te maken is er een indeling gemaakt waarin de producten zijn onderverdeeld. Deze indeling wordt steeds specifiek en bevat 4 niveaus, toch willen we ervoor zorgen dat klanten binnen 3 klikken het juiste product hebben gevonden. In dit hoofdstuk laat ik zien hoe we dat willen verwezenlijken.

Podise heeft een groot artikelen bestand, wanneer we alle artikelen in een webshop plaatsen is het belangrijk dat de klanten deze artikelen makkelijk kunnen vinden. Samen met de opdrachtgever hebben we gekeken hoe we de klanten het beste konden helpen met het zoeken naar het juiste artikel.



0040610	METER	2		Babyrib zwart	CO100
0040615	METER	2		Lurex Tweed	WV40 VI30
0040618	METER	2		Bont	PES100
0040614	METER	2		Crash voile	VI100
0040614	METER	2		Bayer Rib Stretch/ blauwe gloe	CO70 PES2
0040614	METER	2		Bayer Rib Stretch	CO70 PES2
0040616	METER	2		Techno doek	CO96 PA4
0040614	METER	2		High-Low Cord	CO100
0040614	METER	2		High-Low Cord	CO100
0040616	METER	2		Tweed	WV70 PES3
0040614	METER	2		Bayer Rib Stretch	CO70 PES2

Grote hoeveelheden product gegevens

Zoeken

Zoek een product:

Zoek op Artikel nummer:

De basis zoekfunctie

De basis zoekfunctie zal voornamelijk gebruikt worden door vaste bezoekers. Deze bezoeker van de webshop weet welk product hij/zei nodig heeft en wil dit zo snel mogelijk bestellen. De basis zoekfunctie moet hieraan voldoen en de klanten helpen om binnen enkele minuten een bestelling te plaatsen. Deze bezoekers weten vaak hoe een product heet of weten het artikelnummer van voorgaande bestellingen. In de interface van de webshop is een tekstveld met knop te vinden zijn die direct leiden tot een zoekresultaat. Het is belangrijk dat dit direct op de homepage van de webshop kan plaatsvinden omdat voor de bezoeker dan geen extra handelingen nodig zijn. De productnummers worden middels een AJAX en Javascript automatisch aangevuld zodat de bezoeker alleen de eerste twee letters in hoeft te typen.

De kleuren zoekfunctie

Deze zoekfunctie zal alleen maar zichtbaar zijn wanneer de categorie stoffen is aangeklikt. Alle stoffen zijn namelijk voorzien van een kleurencode zodat er op kleur is gezocht. Deze functie zal vooral gebruikt worden door de bezoekers die nog niet beslist hebben welke soort stof ze nodig hebben. Door te zoeken op kleur worden er meerdere soorten stof zichtbaar.



Zoeken op Thema

Naast de verschillende kleurencodes hebben de meeste artikelen ook een thema. Aan de hand van dit thema kan de bezoeker zoeken naar bepaalde producten. Zo kan de bezoeker bijvoorbeeld alle producten bekijken die gebruikt worden voor het maken van kinderkleding of kiezen voor seizoensgebonden producten. Dit maakt het voor de bezoeker aantrekkelijk om eens rond te kijken in de webshop zoals ze dat bij een echte winkel ook zouden doen.

Dynamische zoekfunctie

De dynamische zoekfunctie is de meest uitgebreide zoekfunctie. Deze functie is opgebouwd uit informatie over de producten uit de database. De dynamische zoekfunctie zal vooral gebruik worden door bezoekers die niet precies weten wat ze zoeken of hoe het product heet. Deze functie maakt het mogelijk om te zoeken naar artikelen op basis van eigenschappen die het artikel heeft. De beste eigenschap van deze functie is dat alle gegevens uit de database komen, ook de vragen. Er wordt bijvoorbeeld een vraag gesteld over een bepaalde stof: Is deze stof bedoelt voor mannen of vrouwen. Dit is een vraag die eerder in de database is toegevoegd, bij elk nieuw product wat wordt ingevoerd moet deze vraag beantwoord worden. Zelfs de antwoorden op deze vragen zijn de database verwerkt, zo kan van tevoren worden afgevangen welke antwoorden er zichtbaar zijn.

Er zijn verschillende technische wensen en eisen waaraan de webshop moest voldoen. De nieuwe webshop moet optimaal gebruik gaan maken van de functies die het MIS te bieden heeft. Om de opdracht verder af te kaderen is er in overeenstemming met de opdrachtgever een eisenlijst opgesteld waaraan de nieuwe webshop moet voldoen. De eisen zijn een aantal specificatie waaraan de website miniaal moet voldoen en met de wensen willen wij dit product uniek maken om zo nog meer klanten te benaderen.

Aanmelden

Nieuwe klanten moeten zich kunnen aanmelden als nieuwe klant. De gegevens van de klant moeten gecontroleerd worden alvorens deze definitief in het systeem komen.

Inloggen

Klanten moeten middels een inlognaam en code kunnen inloggen om toegang te krijgen tot de webshop/prijzen.

Producten

Alle actieve producten moeten zichtbaar zijn voor de bezoekers van de webshop. Producten worden getoond met speciale omschrijving voor de webshop en één of meerdere afbeeldingen.

Zoeken

Er moeten verschillende manieren zijn waarop een klant kan zoeken naar producten. Denk aan categorie en sub-groepen.

Voorraad

De voorraad status van alle producten in de webshop moet zichtbaar zijn voor de klanten.

Prijzen

Per klant moet de webshop de juiste prijzen berekenen. Dit gebeurt op basis van een aantal criteria die in de database staan.

Bestelling

De klanten moeten een bestelling kunnen plaatsen, deze bestelling moet vervolgens gecontroleerd worden alvorens deze definities aangenomen wordt.

Product verwijzing

Per product worden er een aantal bijpassende producten getoond die het voor de bezoeker makkelijk maken om de juiste keuze te maken.

DEELVRAAG 3

De gestelde eisen zijn tenslotte verwerkt tot een procedure. Deze procedure omschrijft de werking van de webshop wanneer een klant de webshop zal gebruiken. In de bijlage “Webshop handleiding” is de uitgebreide procedure van de webshop omschreven, deze handleiding omschrijft de werking van de website tot in het kleinste detail. In deze handleiding wordt ook dieper ingegaan op de verschillende achterliggende functies van de verschillende modules en opties van de webshop.

Inloggen

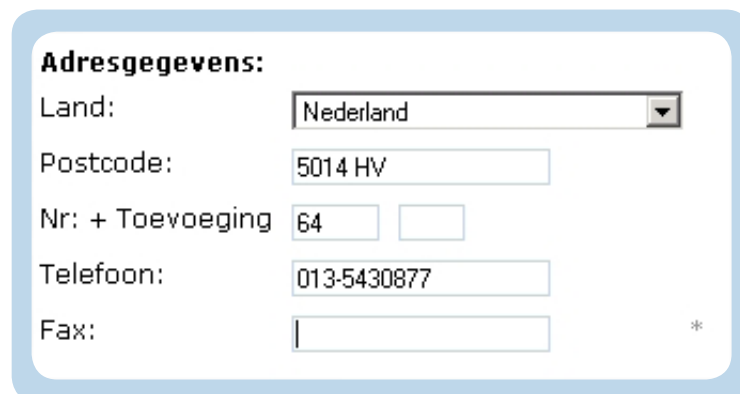
De klanten moeten inloggen op de website om een bestelling te kunnen plaatsen. Elke klant heeft een klantnummer dat opgeslagen staat in de database. Verder hebben alle klanten een wachtwoord dat ze zelf hebben aangemaakt. Bestaande klanten krijgen een wachtwoord via email doorgestuurd. De klanten hebben niet de mogelijkheid om de wachtwoorden te veranderen, dit in verband met een groot beveiligingsrisico dat zou ontstaan wanneer de website update rechten krijgt in de klanten tabel. Omdat de prijzen per klant verschillen (kortingen) de prijzen na het inloggen herberekend, als de klant niet is ingelogd zijn alleen de retail prijzen zichtbaar. De klant zal middels een sessie ingelogd blijven totdat de browser afgesloten wordt.



The screenshot shows a login form with the title "Login". It contains two input fields: "Gebruikersnaam:" with the value "gebruiker" and "Wachtwoord:" with masked characters. Below the fields, the text "Login mislukt" is displayed in red. At the bottom, there is a blue "Login" button.

Aanmelden nieuwe klanten

Met een formulier kunnen nieuwe klanten zich aanmelden. Tijdens de registratie moeten de nieuwe klanten een e-mailadres opgeven. Dit e-mailadres wordt gebruikt ter controle om te kijken of de invoer van de nieuwe klant geldig is. De nieuwe klant ontvangt een mailtje met daarin een link om de registratie te activeren. Alle klantgegevens worden vervolgens nog handmatig gecontroleerd om ervoor te zorgen dat de gegevens juist zijn ingevuld. Eenmaal geregistreerd kunnen alle klanten een bestelling plaatsen. Voor business to business kan een kortingstarief worden afgesproken maar daarvoor moeten de klantgegevens eerst handmatig gecontroleerd worden. Bestellingen worden pas aangenomen als de klantgegevens zijn gecontroleerd.



The screenshot shows a registration form titled "Adresgegevens:". It contains several input fields: "Land:" with a dropdown menu showing "Nederland", "Postcode:" with the value "5014 HV", "Nr: + Toevoeging" with the value "64" and an empty field, "Telefoon:" with the value "013-5430877", and "Fax:" with an empty field. A small asterisk "*" is visible at the bottom right of the form.

Tonen van de producten

Alle producten staan onder een artikelnummer in de database. Bij elk product horen een aantal producteigenschappen die ook op de website getoond zullen worden. De productpagina zal één of meerdere afbeeldingen tonen met een omschrijving die speciaal voor de website geschreven is. Afhankelijk van de productgroep zullen de producteigenschappen anders getoond worden.

Artikelnr: LS S MAGIC I-S5

Laurastar Magic iS5 strijksysteem

Een wereldwijde noviteit, voor absoluut gemak. ▲

De automatische stoomregeling en het blaassysteem van de MAGIC i-S5 vormen een wereldwijde noviteit. Ze zijn bijzonder eenvoudig te gebruiken, net als het voor de hand liggende opvouwsysteem. ▼
Met deze nieuwtjes maakt u uw kleren mooier terwijl u

Merk: LauraStar
Voorraad: ● Leverbaar binnen: 4 dagen

x Stuk (a € 999.00)

Prijzen
Prijs per Stuk: **€ 999.00**

Bestellen

Opzoeken van de producten

Alle producten worden per categorie onderverdeelt, zo wordt er een boomstructuur gemaakt waarin de klanten alle producten makkelijk kunnen vinden. Elke productgroep heeft een parent die gebruikt wordt om een indeling te maken tussen de verschillende groepen. Ook is er een mogelijkheid om op artikel nummer te zoeken. Alle producteigenschappen in de database worden gebruikt om een product makkelijk terug te vinden en de zoektijden te verkorten. Thema's en kleurcodes zullen gebruikt worden om ervoor te zorgen dat producten makkelijk te vinden zijn. Verder in dit hoofdstuk zullen de verschillende zoekfuncties nader toegelicht worden.

Mappen	Map	Gebruiker	Datum
	BIJOUX	EDDIE	20/03/2008
	BOEKEN	EDDIE	10/02/2005
	GEREEDSCHAP	EDDIE	05/03/2008
	KLEINVAK	EDDIE	20/02/2005
	PASPOPPEN	EDDIE	27/12/2004
	PATRONEN	EDDIE	06/02/2008
	STOFFEN	EDDIE	30/01/2006
	STRIJKAPPARATEN	EDDIE	10/02/2005

Zoekdefinitie Terug Omhoog Omlaag

Hier is te zien hoe het MIS een onderverdeling in de categorieën maakt

Voorraad

De actuele gegevens uit het MIS worden gebruikt om de voorraadstatus uit te rekenen. Hierbij wordt er rekening gehouden met de actuele voorraad, de lopende orders en inkoop orders. Deze berekening wordt uitgevoerd op basis van de MIS broncode zodat de voorraadstatus tussen de webshop en het MIS altijd gelijk zijn.

DEELVRAAG 3

Prijzen

De prijs is een belangrijke factor bij de aankoop van een product. De prijsberekening van de webshop vindt plaats op basis van de huidige regeling binnen Podise. Op basis van de status die de klant heeft wordt er een prijsberekening gemaakt. De functie voor deze prijsberekening is gedaan op basis van de prijsberekening in het MIS. In deze functie wordt er gekeken naar status van de klant, klantenkorting, reclames per product, reclames op datum en eventuele commissies of toeslagen. Vervolgens wordt er nog een BTW berekening toegepast op basis van de status die de klant heeft. Het MIS werkt alleen met prijzen exclusief BTW terwijl de webshop sommige bedragen inclusief BTW moet laten zijn. Wanneer de klant een status heeft van 3 of hoger worden ook de staffel prijzen zichtbaar. Dit zijn prijzen die gelden bij een minimale afname van producten. Bijvoorbeeld wanneer er 50 meter stof besteld wordt.

Bestelling

Als de klant heeft besloten het product te bestellen kan dit gedaan worden met de bestelbox. Dit is een formuliertje waarin de klant een aantal kan opgeven om het product te bestellen. Achter het invulveld staat de prijs per aantal aangegeven om verwarring te voorkomen. Wanneer de klant genoeg rechten heeft krijgt de klant de mogelijkheid om staffels te bestellen met een aangepaste prijs. Deze grotere aantallen worden zichtbaar wanneer de klant heeft aangemeld met een status van 3 of hoger. Er verschijnt een extra invulveld met een staffelaantal en de prijs per staffel. Door te klikken op de bestelknop worden de producten in de winkelwagen geplaatst.

Product verwijzing

Tijdens het bekijken de verschillen productdetails heeft de klant ook de mogelijkheid om gerelateerde producten te bestellen. De eigenschappen van de gerelateerde producten sluiten goed aan op de eigenschappen van het bekeken producten. Zo kan een klant de juiste garen en bijvoorbeeld een rits bestellen in bijpassende kleur. Deze toepassing wordt ook gebruikt in andere webshops maar biedt unieke mogelijkheden voor de producten van Podise.



5.3.3 Conclusie deelvraag 3

Naast de meest voor de hand liggende eisen heeft de webshop van Podise een aantal bijzondere eigenschappen. Deze eigenschappen zijn tot stand gekomen door het opstellen van een uitdagende eisenlijst. Aan de hand van meerdere gesprekken is er samen met de opdrachtgever een eisenlijst opgesteld. Deze eisenlijst is vervolgens verwerkt tot een procedure die omschrijft welke stappen de klant onderneemt en wat het resultaat van deze stappen moet worden. De webshop van Podise zal zich onderscheiden met een aantal unieke functies die nog nooit eerder gebruikt zijn in deze branche. De doelstelling is daarbij altijd het gebruikersgemak van de klanten te vergroten om zo een prettig winkelomgeving te creëren. Hoewel het aantal eisen nog is uitgebreid tijdens het ontwikkelingsproces, is met zekerheid te zeggen dat de meeste essentiële eisen gevolgd en verwerkt zijn in het uiteindelijke resultaat. In de bijlage "Handboek Webshop" is te zien hoe de eisen uit dit hoofdstuk verwerkt zijn tot een functionele en praktische webshop.

5.4. Welke informatie uit het MIS heb ik nodig om aan de technische eisen te voldoen?

5.4.1 Inleiding

Het MIS maakt gebruik van een uitgebreide Firebird database met daarin alle gegevens die het afgelopen jaar door de Podise verwerkt zijn. Naast gegevens over producten en klanten worden ook voorraad gegevens en financiële gegevens door het MIS verwerkt. Natuurlijk is niet alle informatie in het MIS te gebruiken voor de webshop. Het MIS heeft meer dan 40 tabellen en wordt telkens uitgebreid met extra tabellen om meer gegevens te kunnen verwerken. Voor de webshop is het niet nodig alle tabellen te benaderen, alleen de relevante tabellen zullen gebruikt worden. Het opbouw van het MIS bepaalt uiteindelijk welke tabel wel of juist niet nodig is voor de webshop. In de broncode van het MIS staat omschreven welke tabellen er gebruikt worden, en wat er met deze tabel gedaan wordt. Aan de hand van het MIS is er een onderscheid te maken tussen vier groepen met gegevens, product, klant, voorraad en de ordergegevens. Deze vier groepen vormen vier aparte onderdelen van het MIS, in dit hoofdstuk wordt dezelfde indeling gebruikt om deze groepen te verduidelijken. De verwerking van deze gegevens wordt verder toegelicht in de "Handleiding Webshop", die als bijlage toegevoegd is aan dit verslag.

5.4.2 Resultaten Deelvraag 4

Producteigenschappen

De producten vormen de inhoud van de webshop, het op de juiste manier etaleren van de producten is belangrijk om de webshop te doen slagen. Om de producten op de juiste manier te kunnen plaatsen moet productinformatie uit het MIS vertaald worden naar de webshop. Podise heeft een groot assortiment met vele soorten producten. Tijdens de ontwikkeling van de webshop is er gezocht naar een methode om alle producteigenschappen te vertalen naar een template. Door het groot aantal producteigenschappen is het echter niet mogelijk om één methode te vinden waarmee alle producteigenschappen vertaald kunnen worden naar één standaard template. Om dit probleem te voorkomen wordt er gebruik gemaakt van groupstettings, dit zijn velden met producteigenschappen die per productgroep in het MIS aangemaakt moeten worden. Zo is het mogelijk om per product alle producteigenschappen te tonen in een op maat gemaakte template.

Om het grote assortiment van Podise goed te kunnen doorzoeken wordt er gebruik gemaakt van een boomstructuur. Deze structuur wordt intern al gebruikt om producten snel te kunnen vinden. De webshop maakt gebruik van dezelfde structuur, de interne structuur wordt dus omgezet naar een menustructuur voor de webshop. Eventuele aanpassingen aan deze structuur worden dus meteen overgenomen door de webshop, zo blijft de inhoud van de webshop dynamisch.

Natuurlijk mogen niet alle producteigenschappen zichtbaar zijn. Zo zijn er bijvoorbeeld memo's die niet alleen gebruikt worden voor interne communicatie, deze informatie wordt uit de webshop gefilterd. Alle informatie die wel uit de database gebruikt wordt hoeft alleen gelezen te worden. Om beveiligingsredenen zijn er dus ook alleen leesrechten van toepassing op de tabellen met productgegevens. Het is dus uitgesloten dat kwaadwillende de producten kunnen verwijderen en/of overschrijven.

Klantenbestand

Het klantbestand van Podise zorgt ervoor dat klanten zelf kunnen identificeren op de webshop. Het klantenbestand van Podise is uitgebreid met een aantal extra velden de webshop te kunnen voorzien extra informatie. Na een aanpassing van Bas Jordans kan het MIS nu ook de gebruikersnaam en het wachtwoord opslaan van de nieuwe gebruikers. Deze gegevens worden gebruikt om te kunnen inloggen op de webshop. Voor het toevoegen van nieuwe klanten is het echter noodzakelijk dat de website mag schrijven in de klanten database. Wegens beveiligingsrisico's mag de website alleen in de klantentabel schrijven en geen bestanden wijzigen of verwijderen. Elke klant kan meerdere contactpersonen toevoegen, deze worden opgeslagen in een aparte tabel

Voorraadbeheer

Het voorraadbeheer is een belangrijk onderdeel van de webshop, klanten baseren hun aankopen deels op de beschikbaarheid van de producten. Een snellere leverdatum kan ervoor zorgen dat een product beter verkocht wordt. Actuele voorraad statussen zorgen ervoor dat klanten niet teleurgesteld worden met lange leveringsdata. Het ophalen van voorraadgegevens lijkt een eenvoudige opgave maar toch komt er meer bij kijken dan de meeste mensen denken. Het MIS maakt gebruik van een uitgebreid voorraad overzicht. Dit overzicht is opgebouwd uit een actuele voorraad, dit is de voorraad die fysiek op locatie ligt in het magazijn. Daarnaast is ook de vrije voorraad beschikbaar, dit is de voorraad die geleverd kan worden zonder dat andere wachtende bestellingen geweigerd moeten worden. Dan is er ook nog een vrij te leveren voorraad positie, die verteld de medewerker de voorraadstatus inclusief de inkoop die er voor dat product is geplaatst. Daarnaast heeft elk product ook een status waaraan het MIS kan zien of het product nog te leveren is en wat de omgangssnelheid van het product is.

De voorraadberekening is dus een uitgebreide berekening die ook door de webshop wordt gebruikt om een voorraad status te kunnen geven. Om de bezoekers niet te verwarren met de bovenstaande gegevens is de interface beperkt tot een viertal kleine bolletjes die de voorraadpositie van het product aangeven.

Orderbeheer

De laatste stap in het bestelproces is het plaatsen van een order. In de meeste gevallen wordt er tijdens het aanmaken van een order alleen een schrijfpdracht uitgevoerd door de webshop. Het MIS heeft echter een aantal extra vereisten voor het opstellen van een order. Doordat de orders in het MIS een unieke ordernummer moeten hebben ondanks de status van de order is het noodzakelijk dat het laatste ordernummer wordt opgezocht en gereserveerd. Ook moeten alle gegevens in de order nogmaals gevalideerd worden om misbruik te voorkomen. Deze gegevens zijn eerder in het bestelproces ook gebruikt tijdens bijvoorbeeld het inloggen of het bekijken van producten. Alle orders worden rechtstreeks in de order tabellen weg geschreven. Bij een Ideal betaling wordt de order echter eerst weggeschreven in een schaduw tabel omdat validatie van de betaling noodzakelijk is voordat de order wordt verwerkt.

12036	27/05/2008	VOSCATHY	TA	3	4.60	Ready
12037	27/05/2008	KRUYS	TA	7	7.80	Ready
12038	27/05/2008	DOORAKKER(BRONS SPIJKER 25 X 2MT BURDA TL 27/05/2008	10	5	8.20	Ready
12039	28/05/2008	LIEBERTON	TA	2	3.50	Ready
12040	28/05/2008	HEIJEN	TA	8	14.35	Ready

5.4.3 Conclusie Deelvraag 4

Het opvragen van de juiste informatie is belangrijk voor het verwerken van de gegevens naar de webshop. Het opzoeken van de juiste tabellen is een tijdrovend proces er is geen ERD diagram van het MIS omdat het telkens uitgebreid wordt. Er staat dus nergens omschreven waar de data precies staat, de tabelnaam heeft vaak een hint over de mogelijke data de tabel. Met hulp van mijn stagebegeleider is het gelukt om de juiste informatie terug te vinden in de tabellen. Wanneer zelfs de hulp van mijn stagebegeleider niet genoeg was kon ik de broncode van het MIS gebruiken om de tabellen terug te vinden. Bij de uitgebreide functies zoals de voorraad en prijsberekening was broncode van het MIS een houvast om de juiste informatie terug te vinden. Uiteindelijk is alle benodigde informatie gevonden en verwerkt zonder gebruik te maken van extra tabellen of informatie die niet uit het MIS komt.

5.5. Welke productgerelateerde problemen kom ik mogelijk tegen?

5.5.1 Inleiding Deelvraag 5

Het uitgebreide assortiment van Podise kent een groot aantal producten met afwijkende product eigenschappen. Door deze afwijkende producteigenschappen blijkt een commercieel webshop programma geen optie voor Podise. Het MIS weet inmiddels goed om te gaan met deze unieke producteigenschappen. Tijdens de ontwikkeling van het MIS zijn er verschillende problemen verholpen die mogelijk ook tijdens de ontwikkeling van de webshop opgelost moeten worden. Mijn stagebegeleider heeft een belangrijke rol gespeeld tijdens de ontwikkeling van het MIS en het oplossen van de productgerelateerde problemen die zich voordeden. Door het combineren van zijn productkennis met mijn kennis van PHP hebben we deze problemen kunnen omvormen naar unieke eigenschappen waardoor de webshop zichzelf onderscheid van andere webshops.

5.5.2 Resultaten Deelvraag 5

In tegenstelling tot producten van bijvoorbeeld de Wehkamp kunnen sommige producten van Podise per centimeter gekocht worden. Deze producten moeten door de webshop anders benaderd worden om problemen bij bestellingen te voorkomen. Producten die per centimeter in het MIS opgeslagen staan noemen we stuklengte producten. Vooral de stoffen en de voeringen vallen binnen deze groep producten. Voor de klanten van Podise is het belangrijk dat de stuklengte producten per centimeter besteld kunnen worden. De patronen waarin deze stoffen verwerkt worden maken namelijk ook gebruik van centimeter maten in plaats van hele meters. Tijdens het op lengte knippen van een stuk stof is er echter een kleine afwijking mogelijk. Hoewel deze afwijking echt heel klein is heeft Podise er toch voor gekozen dat stuklengte producten alleen per 5 cm besteld kunnen worden. Alle bestellingen worden naar tot 5 cm naar boven afgerond en de klant wordt hiervan op de hoogte gebracht. Er wordt altijd naar boven afgerond om ervoor te zorgen dat de klant altijd genoeg stof besteld, naar beneden afronden is gevaarlijk omdat de klant dan minder stof krijgt als eigenlijk de bedoeling is.

Kniptoeslagen

Bij plaatsing van de producten in de winkelwagen wordt er gekeken naar het soort product dat geplaatst is. Bij stuklengte producten is een kniptoeslag van toepassing als de bestelde hoeveelheid te klein is. Deze toeslag is van toepassing wanneer er een bestelling wordt geplaatst die kleiner is dan 35 cm. Omdat het verwerken van dergelijke kleine hoeveelheden extra kosten met zich meebrengt worden deze doorbrekend aan de klant. De onderstaande berekening wordt gebruikt om de kniptoeslag te berekenen.

Bij producten onder € 15,-	+ € 1,05 kniptoeslag (excl. BTW)
Bij producten tussen € 15,- en € 30,-	+ € 1,68 kniptoeslag (incl. BTW)
Bij producten duurder dan € 30,-	+ € 2,10 kniptoeslag (incl. BTW)

Deze kniptoeslag hebben allen een apart artikel nummer en worden als aparte orderregel toegevoegd aan de order. De producten die besteld worden op metrage kunnen alleen per 5 cm besteld worden, alle bestellingen worden met 5 cm naar boven afgerond om teleurstellingen bij de klant te voorkomen. De klant wordt tijdig geïnformeerd over de extra toeslag en/of wijzigingen in de metrage.

Kleuren

Het toepassen van kleuren is heel belangrijk voor de webshop van Podise. Bij de aanschaf van stof is de kleur één van de belangrijkste kenmerken waar de klant naar zal kijken. Helaas heeft het presenteren van stof via digitale media een aantal beperkingen. Het zoeken van een juiste balans tussen kleurechtheid en de prestaties van de webshop heeft veel extra tijd gekost. Elke bezoeker heeft tenslotte een andere monitor en zal de kleuren anders te zien krijgen. Om er toch voor te kunnen zorgen dat klanten niet teleur gesteld zijn over de kleuren van de bestelde producten zijn er een aantal voorzorgsmaatregelen genomen. Bij het fotograferen van stoffen of garen heeft de lichtinval grote invloed op het resultaat van de foto. De samenstelling van het product en de structuur hebben invloed op de het uiteindelijke resultaat. Om dit belichtingsverschil op te vangen zijn alle foto's digitaal beoordeeld op kleur en helderheid.

Naast de foto's als visueel kenmerk kan de klant ook gebruik maken van een kleuren code. Deze driecijferig code verbind een product aan een kleur, deze kleurcode wordt een Gütermann kleur genoemd. Gütermann is een mark garen dat wereldwijd gebruikt wordt door verschillende fabrikanten voor stoffen en fournituren. De kleurenlijst van Gütermann stelt ons in staat om kleurgerelateerde producten aan elkaar te koppelen. Zo zijn bijpassende garen makkelijk terug te vinden via de Gütermann kleurenkaart. Helaas staan de kleuren van Gütermann niet op volgorde zoals in een kleurenwaaier wel het geval is. Om dit resultaat te bereiken hebben we de Gütermann kleuren omgezet naar RGB en HSL waarden die we vervolgens konden sorteren op tint en helderheid. Deze aanpassen zorgt voor een soepele kleurovergang tussen de verschillende stoffen, dit geeft de webshop een rustige uitstraling.



5.5.3 Conclusie Deelvraag 5

De grootste uitdaging van dit project is misschien wel het maatwerk dat geleverd moet worden om tot het gewenste resultaat te komen. Tijdens de ontwikkeling van de webshop is gebleken dat voor sommige problemen geen kant en klaar oplossing beschikbaar is. Bij veel van de productgerelateerde problemen is er geen standaard antwoord aanwezig omdat de vraag simpelweg nog nooit is gesteld. Meer dan eens hebben de verschillende producteigenschappen aanzet gegeven tot discussies over de mogelijke oplossing. Vaak werd er redelijk snel een oplossing gevonden maar af en toe moest het probleem eerst even bezinken voordat de oplossing gevonden werd. Het oplossen van dergelijke problemen geeft veel voldoening omdat de kans groot is dat het probleem uniek is. De achterliggende oplossingen zijn nauwelijks zichtbaar voor de gebruiker, de oplettende bezoeker merkt echter dat er goed is nagedacht over de acties die de webshop uitvoert.

5.6. Wat moet er gedaan worden om de bezoekersaantallen van de webshop te vergroten?

5.6.1 Inleiding

Tijdens dit project is lag de nadruk vooral op de technische realisatie van de webshop. Er is goed gekeken naar de wensen van de bezoeker en de opdrachtgever en op basis daarvan is er een webshop ontwikkeld. Het werk is echter nog niet gedaan want een goede webshop heeft ook bezoekers nodig om te kunnen slagen. Samen met de opdrachtgever hebben we gekeken naar de mogelijkheden om de webshop te promoten. We hebben vergaderd of de volgende vraagstukken.

- Welke mogelijkheden hebben we om de webshop te promoten?
- Hoe kunnen we deze mogelijkheden inzetten voor de webshop?
- Wat kunnen we aan SEO doen om de website te promoten?

Op basis van de bedrijfservaring van mijn opdrachtgever hebben we een besluit genomen over de in te zetten middelen. Rekening houdend met de doelgroep en de beschikbare middelen is er uiteindelijk gekozen voor zoekmachine marketing en advertenties in kranten en op tijdschriften. Dit hoofdstuk beschrijft het gebruik van deze commerciële middelen.

5.6.2 Resultaten Deelvraag 6

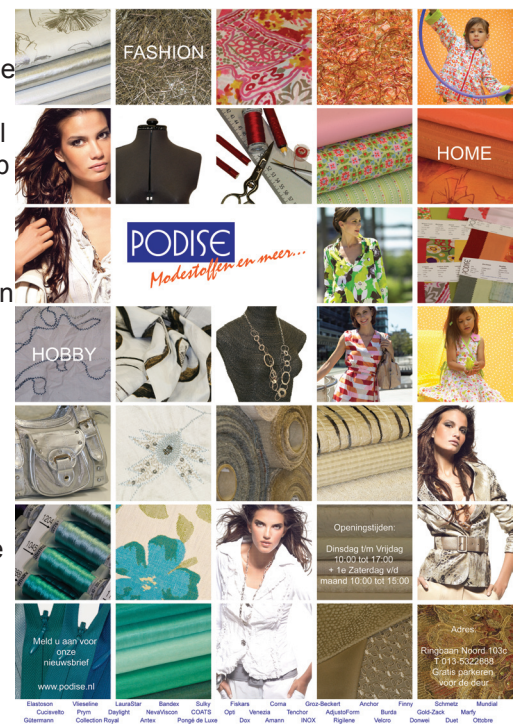
Podise zit in de stoffen en furnituren branche en heeft zowel bedrijven als particulieren klanten. De stof-
fenbranche heeft een “stoffig” imago en wil daar graag vanaf. De branche probeert meer jongeren aan te
trekken. De branche wil zelfmaakmode interessant maken voor jongeren en wil meer inspelen op de huidige
modetrends.

Podise richt zich op vrouwen die creatief bezig willen zijn. Vrouwen tussen de 25 en 55 jaar, met verschil-
lende modestijlen, modemomenten en maten. Podise richt zich op vrouwen die graag kleren maken voor
zichzelf, hun (klein)kinderen en hun man. Deze vrouwen doen dat niet uit economische overwegingen, maar
omdat kleding maken wordt gezien als een ontspannende, volwaardige hobby. Podise richt zich op vrouwen
die creatief bezig zijn met hun mode en hun huis, die geïnteresseerd zijn in nieuwe modetrends, hun uiterlijk,
lichaamsverzorging en gezond en makkelijk eten.

Om deze doelgroep optimaal te kunnen bereiken is er gekozen om een advertentie te plaatsen in het groot-
ste maandblad op het gebied van zelfmaakmode, de Burda. De Burda is een maandelijks blad met daarin
de laatste trends en patronen op het gebied van zelfmaakmode. De Burda heeft een oplage van 120000
stuks en is daarmee de grootste in Nederland. Ook wereldwijd is de Burda een grote speler, de patronen van
Burda worden wereldwijd in grote aantallen verkocht. Podise heeft een advertentie geplaatst op de achter-
kant van de Burda, dit is de grootste advertentie die tot nu toe geplaatst is.

De doelgroep van de Burda sluit perfect aan op de doelgroep van Podise.
Daarnaast verkoopt Podise ook producten van de Burda en wordt in de
Burda vaak verwezen naar producten die ook bij Podise te koop zijn. Met de
frisse uitstraling van deze advertentie wil Podise losbreken van het stoffige
imago dat de stoffenbranche met zich mee brengt. Met deze advertentie wil
Podise vernieuwing brengen en de boodschap uitdragen dat het leuk en hip
is om met stoffen te werken en je eigen creaties te maken. De advertenties
laat zien welke producten Podise verkoopt en wat er met deze producten
gemaakt kan worden. De advertentie is opgebouwd uit verschillende kleine
afbeeldingen die samen een collage vormen die de gewenste uitstraling van
Podise weergegeven. Daarnaast zijn ook alle merken te zien die Podise
verkoopt, dit is vooral gedaan omdat Podise tros is op de topmerken die
verkocht worden.

Voorafgaand aan de lancering van de webshop zijn er twee extra nieuws-
brieven verzonden die extra bezoekers naar de website moeten trekken.
Alle klanten uit het klantenbestand (ongeveer 1500), hebben een email
ontvangen over de nieuwe webshop en de extra openingsaanbiedingen die
ingevoerd zijn om de bezoekersaantallen te stimuleren. Ondanks dat de
webshop nog geen bestelmogelijkheid had wilden de webshop extra onder
de aandacht brengen. Naast de extra bezoekers die de website bezochten
hielpen de nieuwsbrieven ook de herkenbaarheid van Podise te vergroten.



Advertentie in de Burda (Oplage:120000)



Podise Advertentie in de Texielkrant
(Oplage:15000)

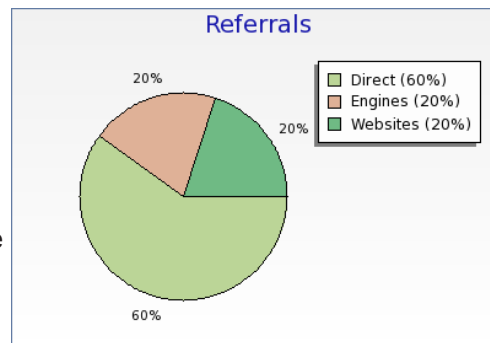
SEO (Search engine optimization)

Zoek machinemarketing heeft als doel het bezoekers aantal van de site te verhogen. Dit wordt gedaan door zoekmachines meer input te geven waardoor de website bij een zoekopdracht beter gevonden wordt. Er zijn vele manieren om een website te optimaliseren voor een zoekmachine, de onderstaande regels geven aan waar de mogelijke verbeterpunten liggen.

- URL's met meer dan 2 dynamische parameters bijv. <http://www.podise.nl/pagina.php?id=4&sub=67&user=1234&library=1>
- Pagina's welke meer dan 100 unieke links bevatten naar content intern. De kans bestaat dat de zoekmachines dan niet alle links volgt.
- Pagina's welke meer dan 3 clicks verwijderd zijn vanaf de homepage. zoekmachines komen hier vaak niet terecht, tenzij deze pagina veel externe backlinks heeft.
- Pagina's welke een sessie of cookie nodig hebben om bekeken te kunnen worden. zoekmachines kunnen hier vaak niet mee overweg.
- Pagina's welke alleen via een button, drop down menu of form bereikbaar zijn. zoekmachines kunnen hier vaak niet mee overweg.
- Pagina's welke achter een login zitten. Deze zijn onbereikbaar voor de zoekmachines.

Title tag

Alle detailpagina's van de producten hebben een unieke titel hebben met de naam van het product. Bijv. 'podise.nl | Linnen Look Rood'. Op deze manier wordt er gevonden op Linnen Look Rood. Bij conventionele webshop software staat alleen de shopnaam in de titel deze zijn vaak niet tot op productniveau te beheren, dit is dus zeer slecht voor de ranking. Unieke titels is dus prioriteit!



Meta Tags

Elke productpagina heeft aparte meta tags hebben, dit is niet zo zeer interessant voor de ranking maar wel zeer interessant voor de vermelding in Google. Google neemt vaak de description tag als kort verhaaltje voor de zoekresultaten listing. Hoe meer relevant deze is hoe sneller de gebruikers op de zoekresultaat zullen klikken.

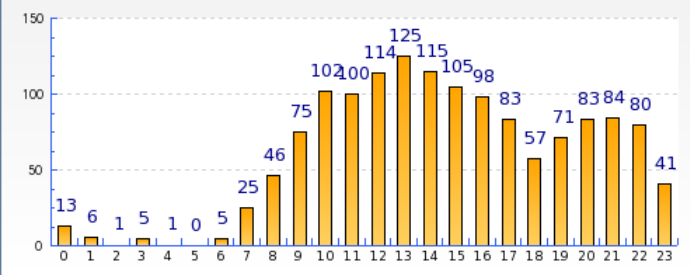
Zoekwoord	Aantal	Percentage
podise	92	(34.3 %)
podise tilburg	18	(6.7 %)
modegeschiedenis	12	(4.5 %)
www.podise.nl	11	(4.1 %)
modestoffen	9	(3.4 %)
paspoppen	6	(2.2 %)
kinderstoffen	4	(1.5 %)
stofsamenstelling	4	(1.5 %)
podise.nl	4	(1.5 %)
marni mode	3	(1.1 %)
bremsilk voering	3	(1.1 %)
modestoffen tilburg	3	(1.1 %)
stoffen labels	2	(0.7 %)
groothandel modestoffen	2	(0.7 %)
furnituren	2	(0.7 %)

Deze tabel geeft meest gebruikte zoekenwoorden voor www.podise.nl weer.

5.6.3 Conclusie Deelvraag 6

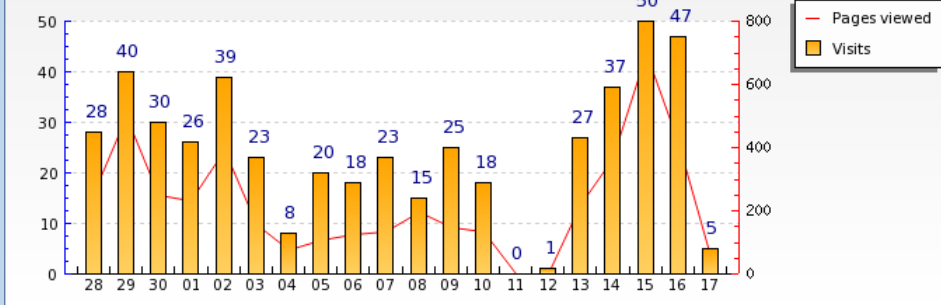
Aan de statistieken van de webshop is te zien dat de SEO ervoor zorgt dat er meer bezoekers naar de site komen. De verwachting is dat deze stijgende lijn zich verder doorzet tot 80 a 100 bezoekers per dag. De onderstaande tabellen laten zien op welk tijdstip de meeste bezoekers de site bezoeken en op welke dagen de meeste bezoekers komen. Pas wanneer de zoekmachines de webshop volledig geïndexeerd hebben zal het bezoekersaantal nog verder stijgen. De andere reclamemethode zoals email en advertenties zullen gebruikt worden om speciale acties te promoten.

Visits by local time



Bezoekersaantallen op tijd

Long term Analysis (Days of the Period)



Bezoekersaantallen per dag

Wanneer ook de business to business klanten van Podise de webshop gaan gebruiken voor hun bestellingen zal het aantal bezoekers toenemen. Door het plaatsen van nieuwsberichten en tips en tricks hopen we het bezoekersaantal nog verder omhoog te brengen.

6. Samenvatting

In dit verslag heeft u kunnen lezen hoe de afstudeeropdracht van Kevin Arkesteijn voor de opleiding IMD van Fontys hogescholen tot stand is gelopen. Deze opdracht is uitgevoerd bij Podise, een stoffen en fournituren groothandel in Tilburg. Podise is een groothandel die zowel aan bedrijven en consumenten levert, het assortiment van Podise omvat alle benodigdheden voor creëren van Mode en modeaccessoires.

Doelstelling van deze opdracht was Het ontwikkelen van een webshop waar Podise haar complete assortiment online kan aanbieden. Tot op heden was dit nog niet gelukt omdat het assortiment van Podise zich niet leent voor een standaard e-commerce pakket. De oplossing was een op maat gemaakt webshop die volledig geïntegreerd was in het huidige interne systeem. Dit interne systeem dat de naam MIS heeft wordt gebruikt voor het intene databeheer van Podise. Op basis van dit systeem is er een webshop gecreëerd die perfect samenwerkt met het huidige systeem.

Na een analyse van het MIS en de gegevens die het MIS gebruikt is er een eisenlijst opgesteld. In deze eisenlijst staan de functionele eisenenschappen die de webshop moest krijgen. Daarnaast is er onderzoek gedaan naar de gewenste uitstraling en hoe dit zich vertaalt in een grafisch concept. Er zijn vele websites bekeken om te kijken hoe concurrenten en bedrijven uit andere branches hun klanten via de webshop benaderen. Wat zijn de sterke punten van Podise en hoe kunnen die benadrukt worden door de webshop.

Functionaliteit is één van de kernwoorden tijdens de ontwikkeling van de webshop, dit komt vooral tot uiting in het grote aantal functies van de webshop. Er is veel aandacht besteed aan zoekmodules en bestelmogelijkheden om het de klant zo makkelijk mogelijk te maken. Vanuit het standpunt van de klant is er gekeken naar de bereikbaarheid van de producten en het interface design waarmee de producten bekeken en besteld worden.

De in de unieke producteigenschappen van het Podise assortiment lagen kansen om deze webshop te laten uitblinken. In samenwerking met de opdrachtgever zijn problemen met kleuren en stoflengtes opgelost en zelfs vertaald naar nieuwe functionaliteiten voor de webshop. Het MIS heeft een belangrijke rol gespeeld in het oplossen van deze problemen en het ontwikkelen van de webshop. Door de beschikbaarheid van de broncode die het MIS gebruikt zijn vele functie van de webshop identiek aan het MIS. Dit komt de integratie met het MIS ten goede omdat alle inkomende gegevens op dezelfde eenduidige manier verwerkt worden.

Ter promotie zijn er meerdere acties geweest. Middels nieuwsbrieven en advertenties is geprobeerd de doelgroep op de hoogte te brengen van de nieuwe webshop van Podise. Daarnaast is er zoekmachine marketing toegepast om de bezoekersaantallen te verhogen. Geld nog moeite zijn gespaard om de nieuwe webshop te promoten, klanten worden geïnformeerd over de webshop en er worden kortingen gegeven om de verkopen via de webshop te stimuleren. Dit alles heeft geleid tot wekelijks oplopende bezoekersaantallen.

7. Woordenlijst

Woord	Omschrijving
AJAX	AJAX (Asynchronous Javascript And XML) is een term voor het ontwerp van interactieve webpagina's waarin asynchroon gevraagde gegevens worden opgehaald van de webserver.
Apache	Apache is een opensource webserver voor UNIX (BSD, GNU/Linux Mac OS X, Solaris en andere UNIX-systemen), Microsoft Windows, Novell Netware, BeOS, OS/2 en IBM's OS/400.
Firebird	Firebird is een opensource database die gebruikt wordt door het MIS om informatie op te slaan.
Interbase	Interbase is de voorganger van de Firebird database
Javascript	JavaScript is een scripttaal met object-georiënteerde mogelijkheden. Deze geïnterpreteerde programmeertaal is vooral gericht op het gebruik op het wereldwijde web.
Gütermann	Furnituren merk hanteert kleurcodes die gebruikt zijn in de webshop.
METATAG	De metatag wordt gebruikt voor het versturen van informatie naar een server. Deze informatie wordt door zoekmachines gebruikt om in te loggen.
MIS	"Modulair Informatie Systeem" Databaseer systeem gebruikt bij Podise.
Opensource	Opensource beschrijft de praktijk die in productie en ontwikkeling vrije toegang geeft tot de bronmaterialen (de source) van het eindproduct. Sommige mensen zien het als een filosofie, anderen beschouwen het als een pragmatische methodologie.
PHP	PHP is een scripttaal, die bedoeld is om op webserver dynamische webpagina's te creëren.
SEO	Zoekmachine-optimalisatie (Engels: search engine optimization of SEO) is een onderdeel van Search Engine Marketing en kan worden gedefinieerd als het geheel aan activiteiten bedoeld om een webpagina hoog te laten scoren in de reguliere zoekresultaten van een zoekmachine, op voor de webpagina relevante trefwoorden of zoektermen.
Webserver	Een webserver is een computerprogramma dat via een netwerk verzoeken ontvangt volgens het Hypertext Transfer Protocol en documenten naar de client stuurt.

8. Literatuurlijst

Bron

Omschrijving

Boeken:

Project Management

Roel Grit, derde druk, Wolters-Noordhoff, Houten, 2000

Succesvol Afstuderen

Jan van Wijk, eerste druk, Wolters-Noordhoff, Houten, 2007

Webdesign Index by content .02

Günter Beer, The Peppin Press, Amsterdam, 2006

Websites

www.firebirdsql.org

De officiële website van Firebird organisatie.

www.php.net

De officiële website van de PHP standaard.

www.w3schools.com

Website over webstandaarden en protocollen.

www.joomla.org

De officiële website van Joomla content management system

9. Bijlage

Bijlage 1 HANDBOEK WEBSHOP

Bijgesloten vindt u de “[Handleiding Webshop](#)”, deze handleiding begeleid u door de verschillende elementen van de webshop. Naast een informatieve taak dient deze handleiding ook als een fundament voor eventuele toevoegingen aan de webshop, technische begrippen zijn daardoor niet uit te sluiten. Voor iedereen die niet bekend is met deze materie is het raadzaam eerste de samenvatting en woordenlijst van dit verslag door te nemen.

