



## Bijlagen dossier

**Afstudeerder:** Max van de Ven

**Bedrijf:** ANWB

**Periode:** November – Maart 2014

**Begeleider:** A.J. Reurings

**2° Examiner:** E.P.H. Grummels



## **inhoudsopgave**

|                                              |            |
|----------------------------------------------|------------|
| <b>A. Plan van aanpak</b>                    | <b>5</b>   |
| <b>B. Doelgroepsanalyse mobiele site</b>     | <b>15</b>  |
| <b>C. Quick scan mobiele site</b>            | <b>27</b>  |
| <b>D. Test plan mobiele site</b>             | <b>47</b>  |
| <b>E. Ontwerprapport mobiele site</b>        | <b>63</b>  |
| <b>F. Adviesrapport mobiele site</b>         | <b>79</b>  |
| <b>G. Quick scan routeplanner tablet</b>     | <b>99</b>  |
| <b>H. Ontwerprapport routeplanner tablet</b> | <b>111</b> |
| <b>I. Test plan routeplanner tablet</b>      | <b>126</b> |
| <b>J. Adviesrapport routeplanner tablet</b>  | <b>138</b> |







## Plan van aanpak

**Afstudeerder:** Max van de Ven

**Bedrijf:** ANWB

**Periode:** November – Maart 2014

**Begeleider:** A.J. Reurings

**2° Examiner:** E.P.H. Grummels

## **inhoudsopgave**

|                                     |          |
|-------------------------------------|----------|
| <b>1. Inleiding</b>                 | <b>3</b> |
| <b>2. De opdracht</b>               | <b>4</b> |
| <b>2.1 ANWB als bedrijf</b>         | <b>4</b> |
| <b>2.2 Probleemstelling</b>         | <b>4</b> |
| <b>2.3 Doelstelling</b>             | <b>4</b> |
| <b>2.4 Opdracht</b>                 | <b>4</b> |
| <b>2.5 Projectmethode</b>           | <b>5</b> |
| <b>2.5.1 Concrete werkzaamheden</b> | <b>6</b> |
| <b>3. Werkwijze</b>                 | <b>6</b> |
| <b>4. Planning</b>                  | <b>7</b> |

## 1. Inleiding

Dit is het plan van aanpak van het afstudeerproject van Max van de Ven. Ik zal van november tot maart een afstudeer stage lopen bij de ANWB. In deze periode zal ik 2 hoofdopdrachten hebben. Deze opdrachten zijn.

- het testen van de bestaande mobiele site, het creëren van een clickable demo met verbeteringen hiervoor,
- het creëren van een clickable demo voor een tablet geoptimaliseerde versie van de routeplanner en verkeersinformatie en het testen hiervan.

Ik zal in het volgende hoofdstuk verder ingaan op de opdracht. In hoofdstuk 3 zal ik mijn aanpak beschrijven voor de opdracht en in hoofdstuk 4 beschrijf ik mijn planning.

## 2. De opdracht

### 2.1 ANWB als bedrijf

De Koninklijke Nederlandse Toeristenbond ANWB is een vereniging die met een unieke mix beïnvloedende en dienstverlenende activiteiten de belangen van haar leden behartigt op het gebied van mobiliteit, vakantie en vrije tijd. Bij dat werk wil de ANWB een bijdrage leveren aan een duurzame ontwikkeling van de samenleving.

**Plaats:** het hoofdkantoor van de ANWB is in Den Haag  
**Personeel:** ongeveer 4900 mensen  
**Website:** [www.anwb.nl](http://www.anwb.nl)

### 2.2 Probleemstelling

De ANWB heeft op dit moment een mobiele website (<http://www.anwb.nl/m>). Deze is echter nog niet getest. Dit is iets wat ze wel graag gedaan willen hebben. Dit is normaal iets wat uitbesteed wordt.

Naast de mobiele site heeft de ANWB ook veel tablet gebruikers die op de desktop site komen, bijvoorbeeld om de routeplanner app of de ledenvoordeel app te gebruiken. De ANWB weet dat deze apps niet altijd even goed uitkomen op een tablet omdat deze direct van de desktop site komen. Zeker met het groeiende aantal tablet gebruikers (1 op de 5 Nederlanders heeft een tablet) is dit iets wat verbeterd moet worden.

### 2.3 Doelstelling

Het verbeteren van de gebruikersbeleving voor bezoekers van de mobiele website van de ANWB op een smartphone. Naast het verbeteren van de gebruikersbeleving voor bezoekers van de mobiele website, ga ik ook een clickable demo van een tablet versie maken voor een van de populaire webapps van de ANWB aangezien deze nu via de desktop site getoond worden en hierdoor niet goed uitkomen op een tablet.

### 2.4 Opdracht

Mijn opdracht bij de ANWB bestaat uit 2 hoofdopdrachten. Als eerste opdracht zal ik kijken naar de bestaande mobiele website van de ANWB (<http://www.anwb.nl/m>). Ik zal hiervoor een usability test uitvoeren en aan de hand van deze test een clickable demo maken van een verbeter versie.

Naast de mobiele site zal ik mij ook bezig houden met het creëren van een clickable demo voor een tablet versie van een van de populaire webapps van de ANWB. Als je deze op een tablet probeert te openen vanaf de desktopsite worden deze niet correct weergegeven. Ik zal een clickable demo maken voor een tablet geoptimaliseerde versie voor zowel verkeer als routeplanner van de desktop site. Deze zal ik hierna ook onderwerpen aan een usability test. Aan de hand van deze laatste usability test zal ik de clickable demo verbeteren en opleveren aan de ANWB.

## **2.5 Projectmethode**

Voor mijn project zal ik werken met een combinatie van 2 projectmethodes. Voor het volledige project ga ik de methode gebruiken van Roel Grit, daarnaast gebruik ik voor de fases waarin ik aan de clickable demo's werk (ontwerp etc.) de "planes" methode van Jesse James Garrett.

## 2.5.1 Concrete werkzaamheden

Ik heb in dit proces eigenlijk twee opdrachten. Hierdoor werk ik eigenlijk twee keer met een soortgelijk proces. Ik begin met iets wat ik test en waar ik verbeteringen aanbreng. Alleen is het in het tweede geval een demo die ik zelf maak, waarin ik denk al een hoop van de problemen van de routeplanner verbeterd te hebben. Hierdoor zullen de fases van het tweede proces iets anders verlopen.

### Mobiel:

Bij deze fases gaat het over mijn demo voor de bestaande versie van de mobiele site van de ANWB. Van de voorbereidingsfase is voor dit proces niet echt sprake omdat het al een bestaande site is, deze staat al live, de controle of het gemaakt kan worden is hiermee opgelost.

### initiatiefase

- Probleemstelling
- Doelstelling
- Quickscan
- Doelgroepsanalyse
- Vaststellen projectmethode
- **Definitiefase**
  - Plan van aanpak
- **Testfase**
  - Testplan
  - Adviesrapport
- **Ontwerpfase**
  - *Strategy plane*
    - Doelgroepsanalyse
  - *Scope plane*
    - Priority analyse
  - *Structure plane*
    - Sitemap
  - Skeleton
    - Wireframe
  - Surface plane
    - Ontwerp toevoegingen
- **Realisatiefase**
  - Clickable demo
    - Opbouw site (html)
    - Uiterlijk site (css)
- **Nazorgfase**
  - Overdragen opdracht en producten
  - presentatie

**Tablet:**

In het tweede deel van mijn opdracht werk ik met tablet optimalisatie van de routeplanner op de desktopsite. Hiervoor maak ik een demo, deze demo is volledig gebaseerd op mijn eigen ideeën en bevindingen. Het is een demo waarmee ik verwacht een hoop van de problemen al op te lossen. Deze demo ga ik onderwerpen aan een usability test. Aan de hand van deze test kom ik met een advies rapport en verbetervoorstellen. Als er tijd voor is aan het eind van mijn afstudeer proces zal ik deze ook nog proberen te implementeren in de demo. Bij het maken van deze demo veranderen de fases weer iets. Dit omdat ik op een ander moment binnen de werkzaamheden begin, namelijk meteen met het bedenken van een ontwerp.

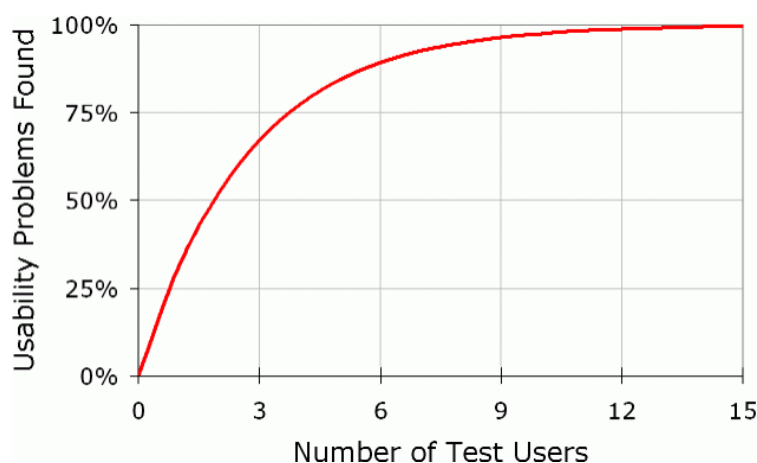
- **initiatiefase**
  - Probleemstelling
  - Doelstelling
  - Quicksan
- **Ontwerpfase**
  - Mockups nieuwe pagina
- **Realisatie fase**
  - Clickable demo
    - Opbouw (HTML)
    - Uiterlijk (CSS)
    - Kaart toevoegingen (API , script, PHP)
- **Testfase**
  - Testplan
- **Nazorgfase**
  - Adviesrapport
  - Overdragen opdracht en producten
  - presentatie

## 5. Werkwijze

De ANWB heeft op dit moment al een mobiele site. Het probleem is dat deze nog niet getest is. Dit is iets wat voor elke website belangrijk is. De eerste fase in mijn proces is de onderzoeksfase, hier ga mijn vooronderzoek doen waarbij ik kijk naar wat er op dit moment allemaal mogelijk is in mobiel, wat de belangrijkste punten voor een mobiele site zijn en wat de doelgroep is voor de ANWB. Na deze onderzoeksfase heb ik een duidelijk beeld van wat er kan met een mobiele website en voor welke doelgroep ik aan het werk ben. Na de onderzoeksfase begint de voorbereidingsfase, hierin ga ik zelf een expert review (quickscan) van de mobiele site doen en maak ik een plan voor de usability tests van de mobiele website.

Als ik mijn test plan heb opgesteld kan ik beginnen met het afnemen van usability tests bij de testpersonen. Aan de hand van deze usability tests zal ik een beeld krijgen van de goede en mindere kanten van de mobiele site.

Deze usability test zal ik afnemen bij ongeveer 15 personen. In onderzoek is bewezen dat bij 15 personen gemiddeld 97% van de fouten gevonden worden, met een ondergrens van 90%. (Nielsen onderzoek, 2000)



Afbeelding 1: figuur uit het Nielsen onderzoek naar usability

Na het testen ga ik werken aan een adviesrapport voor de mobiele website. Aan de hand van dit rapport zal ik ook een clickable demo maken van een verbeterde versie van de mobiele website, waarin mijn gevonden punten geïmplementeerd zullen zijn. Na het proces van de mobiele website begint het tweede deel van mijn opdracht. Ik begin dan met het realiseren van een clickable demo voor een tablet versie voor zowel verkeersinformatie als de routeplanner. Als deze clickable demo's gerealiseerd zijn zal ik deze onderwerpen aan een usability test. Aan de hand van deze usability test zal er een verbeterde versie van de clickable demo opgeleverd worden.



## 6. Planning

| Activiteit                                     | Techniek / Middel          | Resultaat                                                                                            | Tijd in dagen |
|------------------------------------------------|----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| Plan opstellen                                 | Plan van aanpak            | Een plan met hierin alle kanten van de opdracht                                                      | ½ dag         |
| Bepalen huidige situatie mobiele site          | Quick scan                 | Inzien wat de huidige situatie is                                                                    | 1 dag         |
| Onderzoek doelgroep                            | Doelgroepsomschrijving     | Het geeft mij een beeld van wie de doelgroep is van de ANWB voor de mobiele website en de webapp     | 4 dagen       |
| Onderzoek naar huidige staat van mobiele sites | Vooronderzoek              | Een up to date beeld hebben van de mogelijkheden binnen mobiel                                       | 3 dagen       |
| Plan opstellen voor test mobiele site          | Test plan                  | Een plan met hierin alle informatie over het testproces van de mobiele site                          | 4 dagen       |
| Testen mobiele site                            | Usability tests            | Duidelijkheid krijgen over wat de verbeterpunten zijn voor de mobiele website                        | 7 dagen       |
| Analyse usability tests                        | Adviesrapport              | Een rapport met hierin alle uitkomsten en een advies voor de mobiele website                         | 2 dagen       |
| Advies presenteren                             | Presentatie                | Het team is op de hoogte van de mogelijke verbeterpunten van de mobiele site                         | ½ dag         |
| Ontwerp maken verbeterde versie mobiele site   | Ontwerprapport             | Een rapport met alle ontwerp keuzes voor de mobiele site                                             | 5 dagen       |
| Clickable demo realiseren                      | Clickable demo ontwikkelen | Een demo van de geïmplementeerde verbeterpunten voor de mobiele site op basis van de usability tests | 7 dagen       |
| Presentatie prototype mobiele site             | Presentatie                | Het laten zien van de verbeterde versie mobiele site                                                 | ½ dag         |

| Activiteit                                                     | Techniek/middel            | Resultaat                                                                                                                     | Tijd in dagen |
|----------------------------------------------------------------|----------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| Clickable demo ontwerpen voor tablet                           | Ontwerp                    | Het ontwerp voor een verbeterde versie voor de mobiele apps van de ANWB op tablet                                             | 7 dagen       |
| Realisatie Clickable demo voor tablet                          | Clickable demo ontwikkelen | Een clickable demo van de verbeterde versie voor tablet (mobiele apps van de ANWB)                                            | 10 dagen      |
| Plan opstellen voor testen van verbeterde versie voor tablet   | Test plan                  | Een plan met hierin alle informatie om trend de gebruikers test van de tablet versie voor een van de mobiele apps van de ANWB | 4 dagen       |
| Testen clickable demo voor tablet                              | Usability tests            | Duidelijkheid krijgen over wat de verbeterpunten zijn voor de clickable demo voor de webapp                                   | 7 dagen       |
| Verbeterde versie realiseren van de clickable demo voor tablet | Ontwikkelen                | Een clickable demo die aangepast is aan de uitkomst van de usability tests                                                    | 5 dagen       |
| Oplevering eindproducten                                       | Presentatie                | Het laten zien van de eindproducten van mijn afstudeer project.                                                               | 1 dag         |



## Doelgroepsanalyse

**Afstudeerder:** Max van de Ven

**Bedrijf:** ANWB

**Periode:** November – Maart 2014

**Begeleider:** A.J. Reurings

**2° Examiner:** E.P.H. Grummels

## Inhoudsopgave

|                                            |           |
|--------------------------------------------|-----------|
| <b>1. Inleiding</b>                        | <b>3</b>  |
| <b>2. Doelgroep</b>                        | <b>4</b>  |
| <i>2.1 Leeftijd</i>                        | <b>4</b>  |
| <i>2.2 Interesses</i>                      | <b>5</b>  |
| <i>2.3 Statistieken</i>                    | <b>5</b>  |
| <b>3. Persona's</b>                        | <b>6</b>  |
| <i>3.1 Persona Liza Schouten</i>           | <b>7</b>  |
| <i>3.2 Persona Niels Bergen</i>            | <b>8</b>  |
| <i>3.3 Persona Mariette van der Linden</i> | <b>9</b>  |
| <b>Bronnen</b>                             |           |
| <i>Bron A</i>                              | <b>10</b> |
| <i>Bron B</i>                              | <b>11</b> |
| <i>Bron C</i>                              | <b>12</b> |

## 1. Inleiding

Voor mijn afstuderen zit ik bij de online afdeling van de ANWB. Ik werk voor de ANWB aan de bestaande mobiele website. Ik zal deze testen en verbeteren.

In dit verslag zal er een inzicht in de doelgroep worden gegeven. Het is bij het maken van een mobiele website erg belangrijk dat je duidelijk hebt voor wie je hem maakt, en onder welke omstandigheden de mobiele site gebruikt gaat worden. Na dit verslag is duidelijk wie de doelgroep zijn, hoe oud zij zijn en hoe het smartphone gebruik van de deze doelgroep is.

In het tweede hoofdstuk ga ik verder in op de doelgroep en de statistieken die hierbij horen. In hoofdstuk 3 behandel ik de persona's van de ANWB.

Afsluitend zal er een overzicht te zien zijn van de gebruikte bronnen en artikelen.

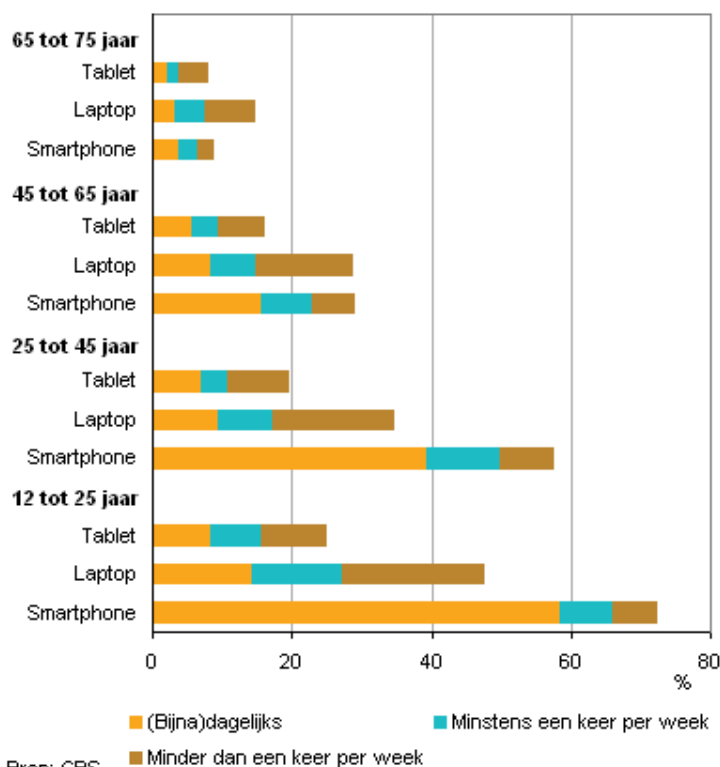
## 2. Doelgroep

In dit hoofdstuk zal ik informatie geven over de doelgroep van de mobiele site van de ANWB. Onder andere zullen de leeftijd en het gebruik van de smartphone aan bod komen. Na dit hoofdstuk is er een goed gevormd beeld van de doelgroep waarvoor de website gemaakt wordt.

### 2.1 Leeftijd

De leeftijd van de doelgroep van de ANWB is moeilijk te bepalen. De ANWB is een bedrijf met 4 miljoen leden. Van deze vier miljoen valt er een heel klein deel onder de categorie “jongeren”, namelijk 43 duizend personen.

Het grootste deel van de gebruikers van de mobiele website zal 25 plus zijn. De leeftijd waar ik me op ga richten voor de mobiele site van de ANWB zal 25 tot 60 jaar zijn. In onderstaande tabel is goed zichtbaar dat de smartphone het apparaat naar keuze is om onderweg mee op internet te zitten



Afbeelding 1: tabel met hierin internetgebruik onderweg voor verschillende leeftijden bron: CBS.

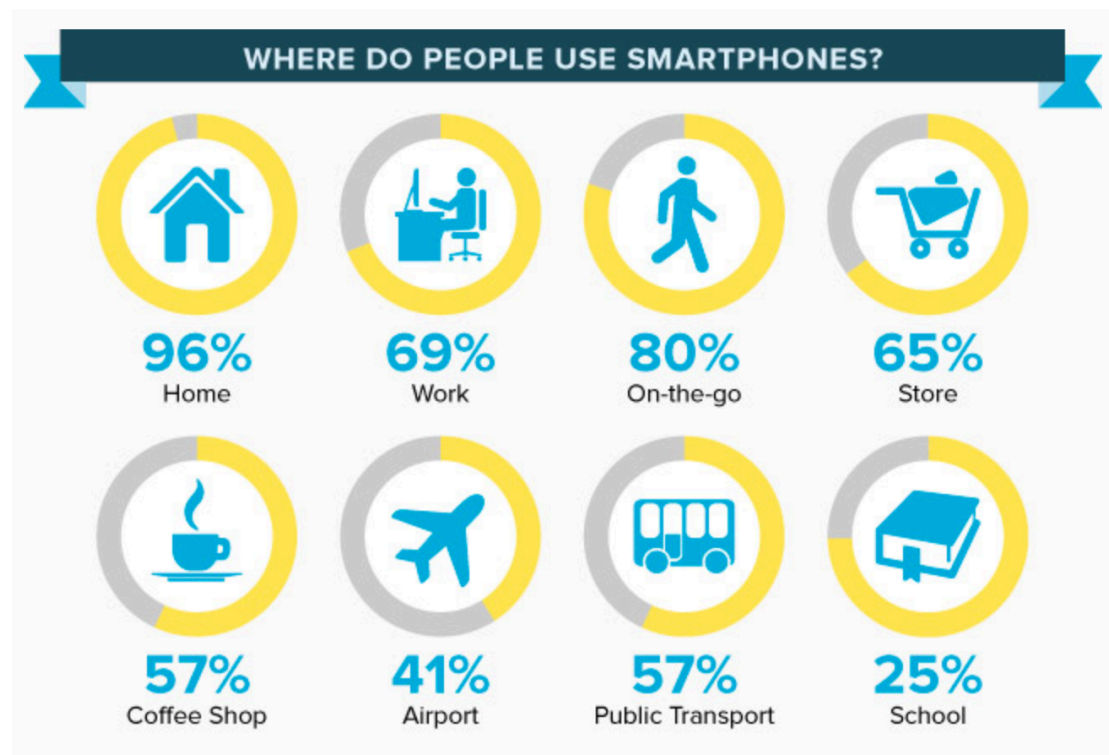
## 2.2 Interesses

De ANWB biedt voor een hele brede groep punten van interesse. Sommige mensen gebruiken de ANWB voor informatie over wandelingen en vakanties. Anderen gebruiken de ANWB weer voor file informatie of voor het plannen van een route.

De mobiele site zal voor al deze mensen aanbod hebben. De functies voor verkeersinformatie en de routeplanner staan goed centraal. Verder kunnen mensen ook inspiratie of informatie vinden over uitjes en trips. Op deze manier spreekt de mobiele site het brede publiek van de ANWB goed aan.

## 2.3 Statistieken

Het is ook erg belangrijk om te weten waar je doelgroep gebruikt maakt van de mobiele site. In onderstaande tabel is te zien dat 96% van de smartphone gebruikers hem thuis gebruikt. Vaak wordt een mobiele site net voor vertrek van huis of werk gebruikt voor bijvoorbeeld een snelle file check of om de tijden van de treinen te bekijken. Verder is te zien dat 80% van de smartphone bezitters zijn smartphone onderweg gebruikt. Om gebruik te optimaliseren moet de mobiele site hierop aangepast worden, denk hierbij aan grotere buttons of tekst om ook als een gebruiker loopt of fietst de mobiele site duidelijk en snel te laten werken.



Afbeelding 2: tabel met percentages van gebruik smartphone op verschillende plekken Bron: OnBile

### 3. Persona's

De ANWB maakt gebruik van drie persona's die zij hebben gecreëerd om te kijken hoe mensen zouden reageren en omgaan met de diensten die ze bieden. Denk hierbij aan bijvoorbeeld een nieuwe indeling van de website.

Het gaat hier om 3 persona's. De persona's zijn Bert, Arthur en Margo. Deze persona's zijn niet ingedeeld op basis van bijvoorbeeld inkomen of woonplaats, zoals bij veel bedrijven het geval is. Wel zijn de persona's ingedeeld op hoe ze in het leven staan. Want hoe ze in het leven staan is hoe ze naar dingen kijken en met dingen omgaan.

De drie persona's staan voor verschillende groepen mensen. De medewerkers van de ANWB hebben training gehad om deze verschillende mensen te herkennen en hier correct op te reageren. Helaas werken deze persona's vooral goed in de winkel en alarmcentrale omgeving. Het directe contact met de klanten van de ANWB.

Voor het maken van de mobiele site heb ik zelf drie persona's opgesteld die ik ga gebruiken bij het selecteren van de testpersonen.

Met deze drie persona's beschrijf ik verschillende kanten van de doelgroep. De doelgroep die ik gekozen heb is erg breed, namelijk 25 tot 60 jaar oud. De drie verschillende persona's die ik heb gekozen zorgen voor een goed breed idee van deze doelgroep. Alle drie hebben ze een ander doel met het gebruik bij de mobiele website. Ook zijn ze alle drie van een andere kom af en opleiding



## Persona 1



**Naam:** Liza Schouten

**Leeftijd:** 29

**Woonplaats:** Leiden

**Burgerlijke staat:** Samenwonend

**Bedrijf:** Freelance fotograaf (MBO)

**Liza:**

Liza is 29 jaar oud. Ze is geboren in Rotterdam, en is naar Leiden verhuist voor haar studie fotografie. Nu woont ze hier met veel plezier met haar vriend. Voor haar werk reist Liza veel door het land. Naast fotografie houdt ze erg van koken en het lezen van detectives.

**Internet gebruik:**

Liza is vaak onderweg. Ze vindt het fijn om voordat ze weg gaat nog even een route te plannen of om te checken wat voor files er zijn in het land. Liza is erg actief op haar smartphone, ze weet precies hoe alles werkt en ze houdt ervan om het nieuwste toestel te hebben. Vooral Apple producten vindt ze fijn werken.

**Doel met mobiele website:**

Voor Liza is de mobiele website van de ANWB optimaal. Ze kan snel de route naar haar shoots bepalen en ze kan snel in een overzicht alle files bekijken in Nederland.

## Persona 2



**Naam:** Niels Bergen

**Leeftijd:** 59

**Woonplaats:** Utrecht

**Burgerlijke staat:** Getrouwd, 2 kinderen

**Bedrijf:** Niels is met de VUT (HBO)

**Niels:**

Niels is 59. Hij is geboren in Eindhoven maar woont nu al bijna 24 jaar in Utrecht met zijn vrouw Karin. Hij heeft 2 kinderen, Eline is 18 en Dennis is 30. Niels heeft een kleinzoon van 4 jaar oud, Damian. Hij vindt het geweldig om met Karin en Damian dingen te gaan doen. Verder houdt Niels van voetbal, hij steunt al sinds hij klein is de club PSV en kijkt op zondag graag naar een wedstrijd.

**Internet gebruik:**

Niels maakt af en toe gebruik van internet op zijn telefoon. Hij heeft een Samsung Galaxy die hij van zijn zoon heeft gekregen. Hij snapt hoe het werkt maar doet niet meer dan de basis. Niels gebruikt zijn telefoon bijvoorbeeld voor het checken van voetbal scores op de website van voetbal international.

**Doel met mobiele website:**

Voor Niels is het leuk om via de “alles in de hand” feature op de mobiele site leuke uitjes te zoeken die hij samen met Karin en zijn kleinzoon kan gaan doen. Ze kunnen hier gewoon een stad invoeren en ze krijgen een overzicht van leuke dingen die ze hier kunnen doen.

## Persona 3



**Naam:** Mariette van der Linden

**Leeftijd:** 41

**Woonplaats:** Den Haag

**Burgerlijke staat:** Getrouwd, 1 zoon

**Bedrijf:** Psycholoog (WO)

**Mariette:**

Mariette is 41 jaar oud. Ze komt origineel uit Groningen en is na haar studie verhuist naar Den Haag waar ze aan het werk ging bij verschillende bedrijven. Tegenwoordig werkt ze als psycholoog, ze richt zich hierbij vooral op jeugd. Ze houdt erg van Franse films en van reizen met haar man Thigo. Ze heeft met Thigo een zoon van 17, David.

**Internet gebruik:**

Mariette gebruikt haar telefoon veel. Ze whats'appt veel met haar vriendinnen en haar zoon en man. Verder gebruikt ze het mobiele internet veel om film kaartjes te reserveren. Ze heeft vaak het nieuwste toestel. Ze gebruikt op dit moment een nieuwe Nokia lumia windows phone.

**Doel met mobiele website:**

David is net 17 geworden en heeft om een Vespa scooter gevraagd. Zijn ouders vinden dat hij deze verdient omdat hij hard heeft gewerkt aan zijn cijfers op school. Wel wil Mariette dat de scooter heel goed verzekerd wordt, ze weet dat het populaire objecten zijn. Ze kan op de mobiele site van de ANWB meteen een offerte aanvragen voor de verzekering van David's scooter.

## Bronnen

### Bron A Mobiel online vooral met de smartphone

Webmagazine, maandag 8 juli 2013 9:30

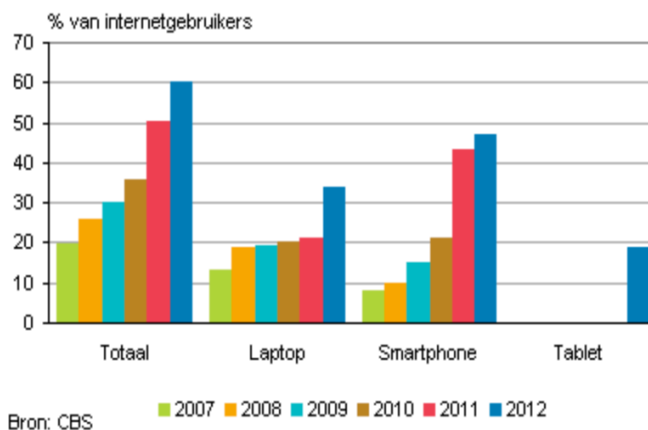
#### Mobiel online vooral met de smartphone

De smartphone heeft de laptop verdrongen als apparaat voor mobiel internet. Vooral veel jongeren gebruiken de smartphone vrijwel dagelijks om onderweg online te gaan. In Nederland ligt het gebruik van mobiel internet ruim boven het gemiddelde in de EU.

#### Smartphone verdringt laptop

Het gebruik van internet is voor veel mensen niet beperkt tot thuis of op het werk: zes op de tien [internetgebruikers](#) ging in 2012 ook onderweg online. Dat doen ze tegenwoordig vooral op de smartphone. Tot 2010 gebruikte men daarvoor vaker een laptop dan een smartphone. De tablet computer, die voor het eerst werd gemeten in 2012, werd door bijna 20 procent van de mobiele internetters gebruikt.

#### Gebruik van internet onderweg



#### Veel jongeren internetten vrijwel dagelijks buitenshuis

Voor veel jongeren internetten onderweg. Ruim zeven op de tien 12- tot 25-jarigen gebruiken daarvoor hun smartphone, de meesten van hen vrijwel dagelijks. Bijna de helft gebruikt (ook) een laptop, en een kwart een tablet om onderweg online te gaan.

De smartphone is ook bij 25- tot 45-jarigen het populairste apparaat voor mobiel internet. In de hoogste leeftijdsgroep wordt de laptop vaker gebruikt dan de telefoon, en de tablet vrijwel even vaak. Werkenden gebruiken anderhalf keer zo vaak mobiel internet als niet werkenden (66 tegen 39 procent).

Link: <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/dossiers/eu/publicaties/archief/2013/2013-3851-wm.htm>

Auteurs: Janou Leenen, Ger Sleijpen

## Bron B Where do people use their Smartphones?

### Where Do People Use Their Smartphones

Smartphones



**Mark**

31 Oct 2012

4 comment

Share this!

1

2

1

in

Tweet

Like

+1

Share

Nowadays smartphones are part of people's basic urban survival kit, and as such they have more and more functions and features. From alarms to television, the mobile phone has evolved so much there's a new debate as to whether the fact that it's still called "phone" is more out of habit and history than a real reflex of the possibilities it offers.

### What do people use their smartphones for?

Recent studies show that making calls is far from the top activities users carry out with their smartphones, in fact, it's the fifth, after browsing the Internet, checking social network, playing games and listening to music.

So making phone calls is no longer a priority for smartphone users, and as these devices keep on substituting other devices the question arises: What won't smartphones be able to do in the future?



**MOST COMMON USES**  
By average time spent daily

Link: <http://www.onbille.com/info/where-do-people-use-their-smartphones/>

Auteurs: *Mark* -

**Bron C Bijna driekwart van de Nederlanders bezit smartphone**

# Bijna driekwart van de Nederlanders bezit smartphone

Samsung verslaat Nokia op de feature phone markt

DANNY OOSTERVEER, MARKETINGFACTS 22 OKTOBER 2013 @DANNYOOSTERVEER 9713 X BEKEKEN



In 2013 is de smartphone-adoptie in Nederland van 60 procent (eind 2012) gegroeid naar 72 procent (derde kwartaal 2013). Samsung blijft het belangrijkste merk: het wist zijn marktaandeel te vergroten van 42 procent naar 47 procent. In de markt voor feature phones (wel mobiele telefoon maar geen smartphone) is Nokia sinds lange tijd van de troon gestoten.

sponsor Mobile marketing



populairste berichten



Wordt Whatsapp slachtoffer van angst voor privacy?  
9807



WhatsApp: een anti-hype ont  
6099



Rootsbranding: het échte ver  
achter merken  
5045

Link: <http://www.marketingfacts.nl/berichten/bijna-driekwart-van-de-nederlanders-bezit-smartphone>

Auteurs: Danny Oosterveer , Marketingfacts



## Quick scan mobiele website ANWB

**Afstudeerder:** Max van de Ven

**Bedrijf:** ANWB

**Periode:** November – Maart 2014

**Begeleider:** A.J. Reurings

**2° Examiner:** E.P.H. Grummels

## **Inhoudsopgave**

|                                            |            |
|--------------------------------------------|------------|
| <b>1. Inleiding .....</b>                  | <b>3.</b>  |
| <b>2. Navigatie .....</b>                  | <b>4.</b>  |
| <b>3. Features .....</b>                   | <b>6.</b>  |
| <b>4. Opmaak .....</b>                     | <b>8.</b>  |
| <b>5. Formulieren .....</b>                | <b>10.</b> |
| <b>6. Call-to-action .....</b>             | <b>13.</b> |
| <b>7. Afbeeldingen en multimedia .....</b> | <b>14.</b> |
| <b>8. Conclusie .....</b>                  | <b>16.</b> |
| <b>Bron A .....</b>                        | <b>17.</b> |
| <b>Bron B .....</b>                        | <b>19.</b> |
| <b>Bron C .....</b>                        | <b>20.</b> |



## 1. Inleiding

In dit document behandel ik alle uitkomsten van de quick scan die ik heb afgenomen bij de mobiele website van de ANWB. Aan het einde van dit document is er een beeld gecreëerd met de positieve en negatieve punten van de mobiele website. Dankzij de quick scan heb ik een goed start punt voor het maken van een test plan omdat ik de zwakkere en sterke punten van de mobiele website heb bepaald.

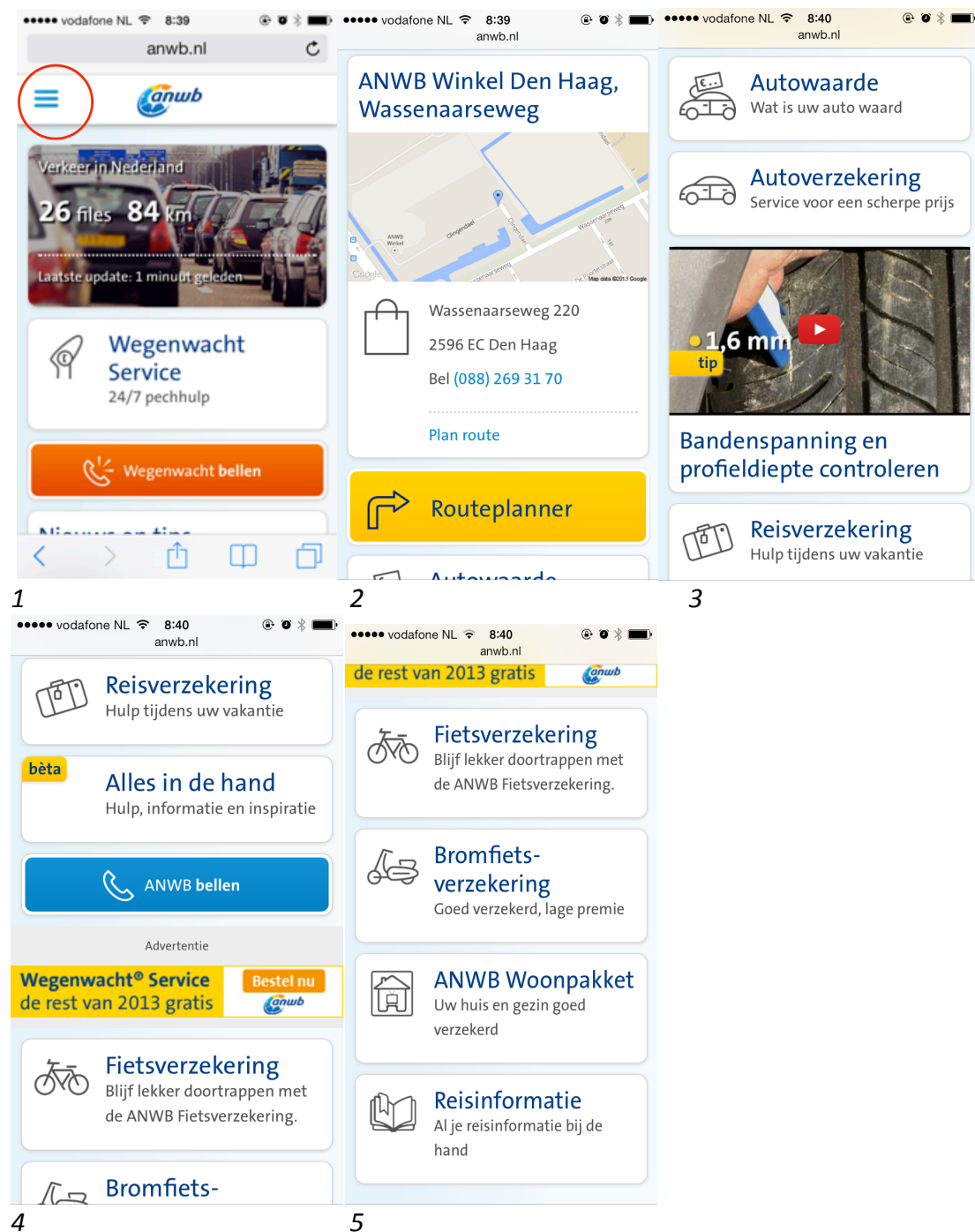
De quick scan kijkt naar verschillende punten van de mobiele website:

- *Navigatie*
- *Features*
- *Opmaak*
- *Formulieren*
- *Call to Action*
- *Afbeeldingen en Multimedia*

Uiteindelijk zal het document afgesloten worden met een conclusie voor de quick scan.

## 2. Navigatie

De mobiele website van de ANWB maakt gebruik van een “flat-structure” model, wat inhoudt dat alle opties in een keer te bereiken zijn via de homepage van de mobiele site. Dit heeft als voordeel dat een gebruiker goed kan zien wat de mobiele site te bieden heeft. Hier staat tegenover dat de kans bestaat dat het een drukke uitstraling geeft.



Afbeelding 1: de homepage van de mobiele website bevat alle opties van de ANWB onder elkaar.

Zoals te zien is in de afbeeldingen van de mobiele site staan alle opties die de ANWB aanbied onder elkaar. Op deze manier kan een gebruiker snel erdoor scrollen om te zien wat er aangeboden wordt.

Op Afbeelding 1.1 is het aller eerste scherm te zien, hier is met rood ook nog het side menu omcirkelt. Als hier op geklikt wordt komt er een navigation drawer op het scherm waar de gebruiker een beknopter overzicht krijgt met opties binnen de mobiele website. De optie voor het side menu is best onopvallend geplaatst, veel gebruikers zullen deze knop niet zien.



*Afbeelding 2: de information drawer van de mobiele site.*

De volgorde van de Information drawer is wel anders dan die van de homepage. Consistentie binnen een website is erg belangrijk dus het is belangrijk dat dit gelijk is.

Als je op het ANWB logo boven aan de pagina drukt ga je terug naar de homepage, dit is iets wat gebruikers vaak verwachten dus het is goed dat het in de website verwerkt zit.

De mobiele website heeft geen zoekfunctie. Dit is iets wat veel andere mobiele websites wel hebben, dus het is ook iets wat een bezoeker kan verwachten.

### 3. Features

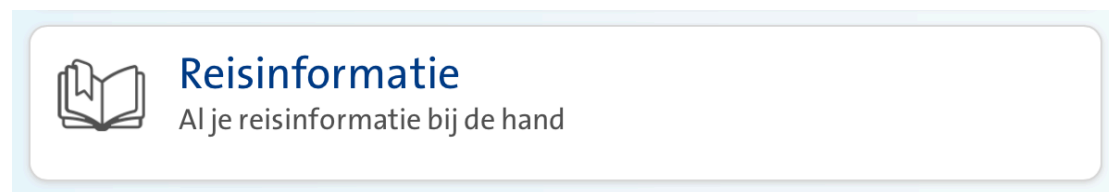
De mobiele website van de ANWB weerspiegelt het veelzijdige karakter van de ANWB door veel verschillende onderdelen aan te bieden. De meeste mensen die de ANWB desktop website bezoeken komen hier voor bijvoorbeeld verkeersinformatie of de routeplanner. Dit zijn ook de punten die bovenaan staan bij de mobiele website, zodat deze snel gecheckt kunnen worden.

De indeling van de mobiele website is als volgt:

- *Verkeersinformatie*
  - *Actuele informatie met alle files en weg werkzaamheden op dat moment*
- *Wegenwacht pechservice*
  - *Mogelijkheid om in te schrijven voor de wegenwacht dienst*
- *Nieuws en tips*
  - *Het laatste nieuws omtrent de ANWB*
- *ANWB winkels*
  - *Laat automatisch de dichtstbijzijnde ANWB winkel zien als toestemming gegeven is voor de locatie voorziening, anders is er een overzicht van alle ANWB winkels te vinden*
- *Routeplanner*
  - *Mogelijkheid om met auto fiets of te voet een route te bepalen, geel gemaakt om als opvallende call-to-action te dienen*
- *Autowaarde*
  - *Onderdeel waar een gebruiker informatie over zijn auto kan invoeren en hierna een schatting krijgt van de prijs die hij hiervoor zou moeten krijgen*
- *Autoverzekering*
  - *Mogelijkheid om in te schrijven voor autoverzekering van de ANWB*
- *Reisverzekering*
  - *Mogelijkheid om in te schrijven voor reisverzekering van de ANWB*
- *Alles in de hand*
  - *Een onderdeel wat helpt bij inspiratie voor het boeken van vakanties en uitjes*
- *ANWB Bellen*
  - *Mogelijkheid om direct in contact te komen met de ANWB, blauw gemaakt om als opvallende call-to-action te dienen*
- *Fietsverzekering*
  - *Mogelijkheid om in te schrijven voor Fietsverzekering van de ANWB*
- *Bromfiets verzekeringen*
  - *Mogelijkheid om in te schrijven voor Bromfiets verzekering van de ANWB*

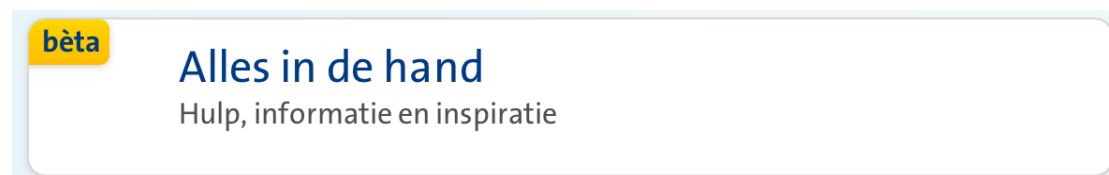
- ANWB Woonpakket
  - Mogelijkheid om in te schrijven voor het woonpakket verzekeringspakket van de ANWB
- Reisinformatie
  - Tips en hulp bij het maken van een online reisgidsje met alle informatie van de reis die je gaat maken

Dit is de indeling zoals deze op de homepage staat. Je ziet voor een onderdeel een klein icoontje en de titel.



Afbeelding 3: button van de mobiele website

Dit is niet voor elk onderdeel even duidelijk. Onderdelen als fietsverzekering of routeplanner spreken voor zich, het onderdeel “Alles in de hand” spreekt niet voor zich, het kan voor sommige mensen lastig zijn om zich voor te stellen wat dit inhoudt. Dit zal veel gebruikers ervan weerhouden hiernaar te kijken.



Afbeelding 4: Alles in de hand onderdeel mobiele website

Het onderschrift zou verbeterd kunnen worden om of meer duidelijkheid te verstrekken over wat het onderdeel inhoudt, of om meer interesse te trekken om het onderdeel te inspecteren.

## 4. Opmaak

Het kleurgebruik van de mobiele website is goed. De achtergrond kleur is rustig en leidt niet af. Verder is het lettertype goed leesbaar en duidelijk. Voor een mobiele website is het belangrijk dat buttons en knoppen goed leesbaar zijn zodat er door een gebruiker die onderweg is een snelle keuze gemaakt kan worden.

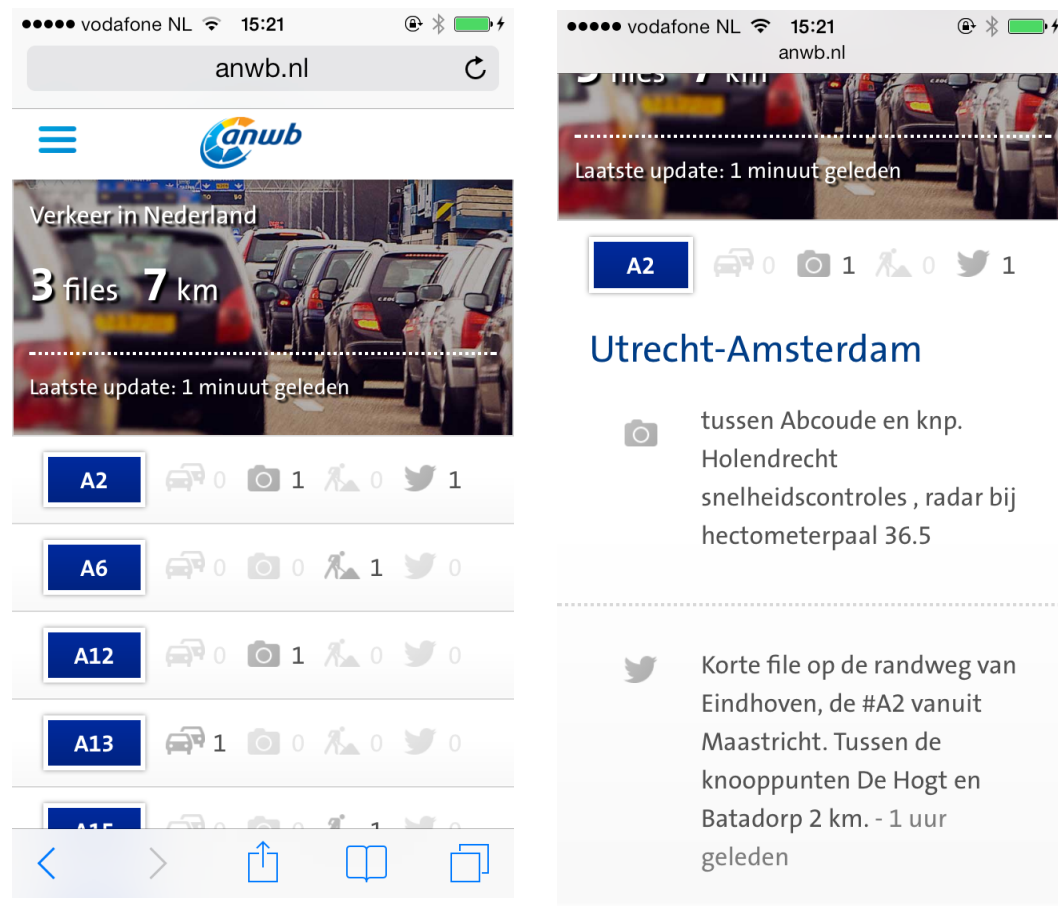
De homepage van de mobiele site heeft alle opties van de ANWB onder elkaar aangeboden. Dit geeft toch een iets drukke uitstraling. Dit zou verbeterd kunnen worden door gebruik van verschillende kleuren of door het maken van een hiërarchische structuur. Een hiërarchische structuur zou ervoor zorgen dat de homepage minder druk wordt, alles van verzekeringen zou onder een verzekeringen knop staan bijvoorbeeld, en pas geopend worden als de gebruiker dit wilt zien. Op deze manier kan een gebruiker sneller zijn weg vinden binnen de mobiele website.

Bij de nieuws en items widget van de ANWB zijn de nieuwsitems gescheiden door een dunne stippellijn. Dit is niet de sterkste manier om dit weer te geven omdat het onderscheid tussen die items niet heel duidelijk is. Dit zou verbeterd kunnen worden door bijvoorbeeld een schaduw aan de onderkant aan te brengen bij de items en het een button idee te geven. De plaatjes van de nieuws items passen ook niet in het kader en steken aan de linker zijkant uit.



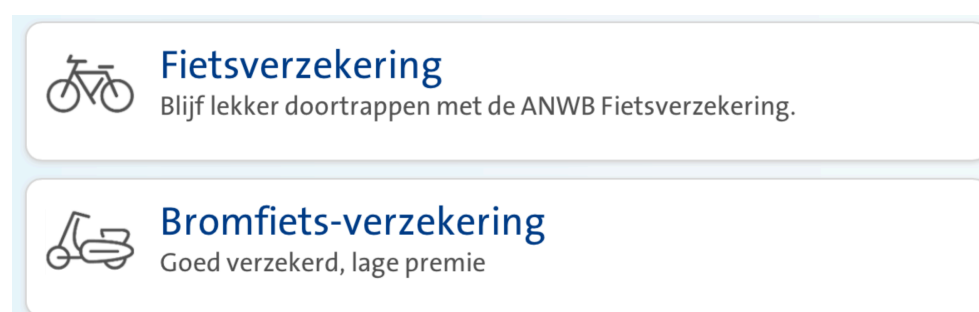
Afbeelding 4: nieuws en tips widget op de mobiele website.

Een sterk deel van de mobiele website voor mij is de pagina met verkeersinformatie. Op deze pagina heeft de ANWB in een oogopslag alle wegen met files, flitsers en twitter berichten over deze files. Een gebruiker kan op een bepaalde weg klikken en zien wat er op dit moment nog aan de hand is.



Afbeelding 5: file pagina en geopende file met twitter en flitser info.

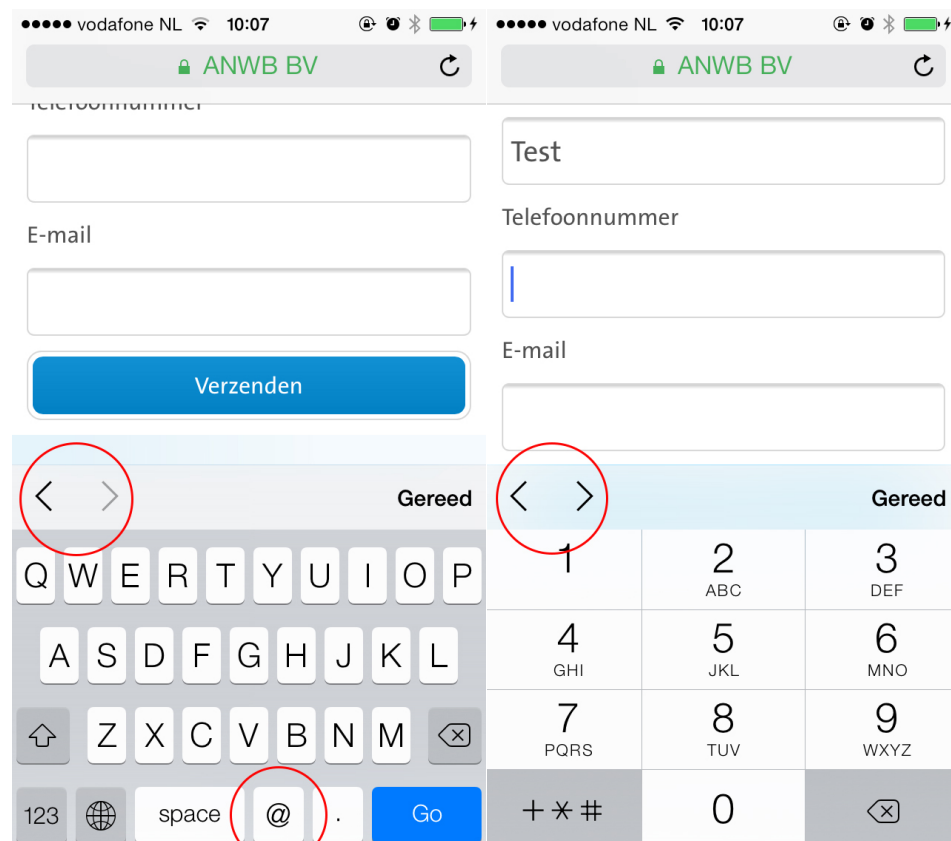
Bij de ondertitels van de verschillende buttons is een kleine fout gemaakt met interpunctie. Er is een onder titel die wel een punt aan het einde van de zin krijgt, terwijl alle andere onder titels dit niet hebben. Dit is een klein schoonheidsfoutje.



Afbeelding 6: Het verschil in hoe de ondertitels beëindigd worden, hier is niet altijd hetzelfde gebruikt.

## 5. Formulieren

De mobiele site van de ANWB heeft verschillende opties waarbij de gebruiker een formulier kan invullen. Bijvoorbeeld de aanvraag van een van de verzekeringen die de ANWB aanbied of de routeplanner.



Afbeelding 7: toetsenbord wisselt bij invullen verschillende velden in een formulier.

Het invullen van de formulieren werkt erg prettig, als je van veld wisselt, wisselt het toetsenbord automatisch mee naar het goede scherm. Bij het invullen van het email adres bijvoorbeeld wisselt het toetsenbord automatisch naar de versie waar het “@” teken niet bij speciale tekens staat (met rood aangegeven). Ook staan er pijltjes boven het toetsenbord waardoor er snel en makkelijk gewisseld kan worden tussen de verschillende velden in het formulier.





Afbeelding 8: veld wissen optie.

De invulvelden hebben geen optie om in een keer het veld te legen, een optie die gebruikers op andere plekken vaak tegenkomen (bijvoorbeeld op de mobiele site van Google). Dit zou de gebruiksvriendelijkheid van de mobiele website verhogen.

Er zit ook een autowaarde widget in de mobiele site. Hier kunnen gebruikers hun kenteken en kilometer stand invoeren en op deze manier zien wat de verkoop waarde van hun auto zou zijn op dit moment.



Afbeelding 9: Invulveld autowaarde formulier.

Het kenteken veld heeft een bepaalde manier waarop het ingevuld moet worden, dit is zonder streepjes. Als het veld leeg is zou er een voorbeeld kunnen staan zodat mensen weten hoe ze het moeten invoeren. Op deze manier wordt de gebruiksvriendelijkheid verhoogt en maakt de mobiele website het allemaal makkelijker voor de gebruiker. Op de uitkomst pagina van de autowaarde kan je het resultaat doormailen naar een email adres, dit is een goede optie, het maakt het bewaren van resultaten makkelijker. Dit is op een andere manier voor autowaarde niet mogelijk.

Op de desktop site van de ANWB bestaat de optie om te controleren hoeveel belasting je moet betalen voor de auto. Dit werkt ook via het principe van een kenteken controle. Hier gebruikt de ANWB wel een invoer met streepjes als scheiding tussen de tekens op het kenteken. Als dit op de mobiele website ook ingevoerd zou worden zou dit zorgen voor meer herkenbaarheid en consistentie.



 **Bereken uw autobelastingen**

 **03-ZRZ-3**

**Provincie**

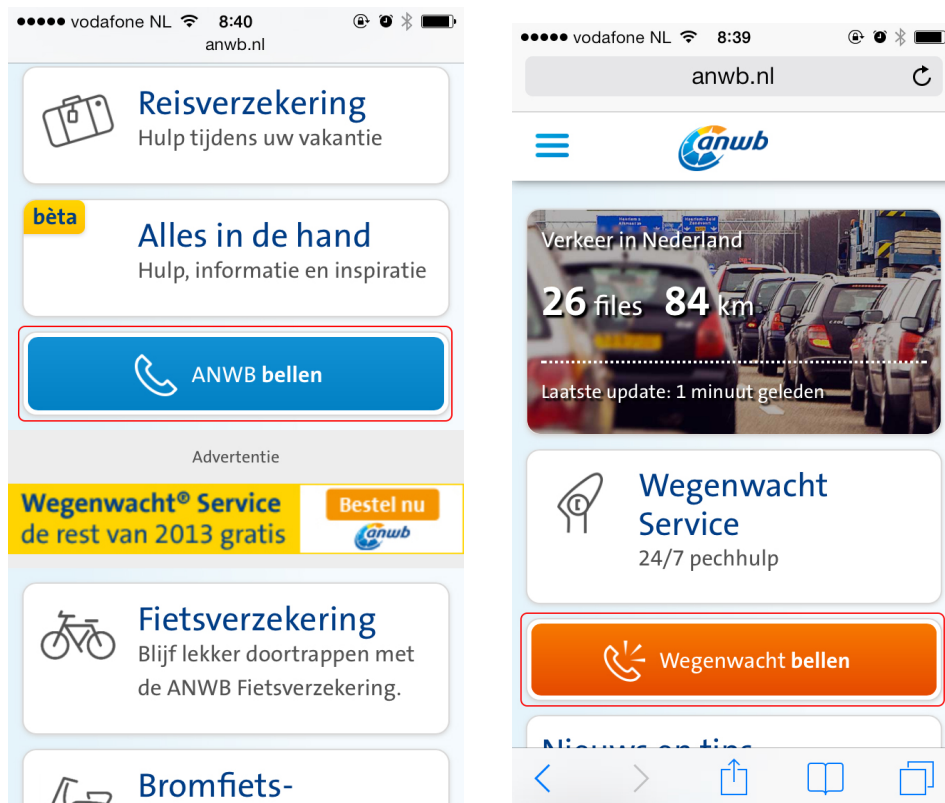
**Aantal km per jaar**

**Bereken**

*Afbeelding 10 : Nummerbord invoer op de desktop site van de ANWB, wel met scheidingstekens*

## 6. Call to action

De mobiele website van de ANWB maakt gebruik van verschillende call-to-action buttons, onder andere een voor de wegenwacht en een om in direct te bellen met de ANWB. De calls to action staan op de homepage tussen de andere opties, aangegeven met blauw en oranje.



Afbeelding 11: twee van de call-to-action buttons op de mobiele site van de ANWB.

De calls to action zorgen ervoor dat het voor de gebruikers van de mobiele website erg makkelijk is om in contact te komen met de ANWB. Hoe makkelijker dit gemaakt wordt hoe sneller een gebruiker geneigd is om dit te doen.

## 7. Afbeeldingen en multimedia

De mobiele site van de ANWB maakt gebruik van verschillende multimedia. Ze hebben bijvoorbeeld een filmpje op de pagina staan dat laat zien hoe mensen het profiel van hun banden moeten checken. De locatie van dit filmpje is alleen niet optimaal, het staat tussen de andere diensten die de ANWB aanbiedt, dus dit kan afleiden van mensen die mogelijk nieuwe klant worden van de ANWB.

Dit soort filmpjes kunnen ze beter indelen onder een ander kopje binnen de mobiele site, op deze manier is de info alsnog beschikbaar voor de gebruikers maar is de homepage een stuk overzichtelijker.



Afbeelding 12: Youtube insert op de homepage van de mobiele website.

Een ander probleem met video op een mobiele site is dat gebruikers van mobiele sites vaak onderweg zijn en dus op een 3G verbinding zitten. Een video laad dan langzaam en dit zorgt ervoor dat de site vertraagt kan worden. Dit is voor een gebruiker niet fijn. Op een mobiele site is de het dan ook aan te raden om de grafische elementen beperkt te houden.

Afbeeldingen staan er verder weinig op de mobiele site, dit zorgt voor een beter overzicht. De icoontjes en de wisselingen tussen call to action en verschillende diensten zorgen ervoor dat de mobiele site geen saaie uitstraling heeft.

De afbeeldingen die wel op de site staan hebben een duidelijker doel. Bij de file informatie is een achtergrond plaatje gebruikt, dit zorgt ervoor dat de website een minder statisch beeld afgeeft. Verder staan er bij de nieuwsberichten kleine afbeeldingen die laten zien wat er in het nieuwsbericht verteld wordt.

## 8. Conclusie

De mobiele website van de ANWB is goed te gebruiken, maar nog niet geoptimaliseerd. Voor gebruikers met veel ervaring op mobiel internet is de mobiele site redelijk snel door te krijgen. Maar juist de diversiteit van de ANWB zorgt ervoor dat het belangrijk is dat de website voor zoveel verschillende gebruikers geschikt is.

Er zijn een aantal dingen die ervoor kunnen zorgen dat de gebruiksvriendelijkheid van de mobiele site verhoogt wordt. Een andere indeling op de homepage zou voor meer overzicht kunnen zorgen. Verder zijn er kleine aanpassingen binnen de website mogelijk die hier ook voor kunnen zorgen.

De formulieren binnen de mobiele website zijn een plek waar de ANWB goed over nagedacht heeft, het automatisch wisselen van het toetsenbord bijvoorbeeld is een sterk onderdeel. Wel is dit ook een plek waar ze met kleine verbeteringen, bijvoorbeeld een knop om een veld in een keer te legen of een invul voorbeeld in een kenteken veld, de gebruiksvriendelijkheid makkelijk nog meer kunnen verhogen.

Consistentie is binnen elke website erg belangrijk, dit is iets waar binnen de mobiele site nog verbetering bij plaats moet vinden. De navigation drawer heeft op dit moment een andere volgorde dan de homepage zelf, dit is iets wat niet meteen opvalt maar een goede consistentie zorgt voor een soepelere work flow voor de gebruikers van de mobiele site.

Daarnaast zijn er ook een aantal schoonheidsfoutjes binnen de mobiele site, plaatjes die net niet passen binnen een kader en foutjes in titels. Dit is iets wat makkelijk te verbeteren is en het complete uiterlijk zal verbeteren.

De route planner en de “Alles in de hand” widget voor hulp bij het uitzoeken van uitjes etc. werken niet altijd naar behoren, maar hierbij staat aangegeven voor beide dat ze zich in de bèta fase bevinden.

Hieronder een priority analyse van de gevonden punten binnen de mobiele site van de ANWB.

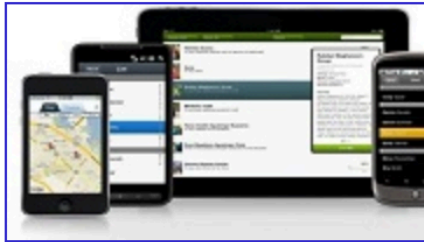
| Priority | Problem                                                                                                                                         |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| High     | Consistentie binnen de site.<br>zorgen voor zelfde volgorde information drawer en homepage                                                      |
|          | Interpunctie en passende afbeeldingen.<br>De afbeeldingen passen niet altijd, en de subtitels zijn niet consistent bij elke button.             |
|          | - routeplanner formulier werkt niet altijd even fijn mee, locatie voorziening verstoort werk flow af en toe.                                    |
| Medium   | ANWB logo moet naar homepage leiden                                                                                                             |
|          | Invoer kentekenveld bij "Autowaarde".<br>Deze invoer moet zonder streepjes of extra tekens, anders dan desktop site.<br>Zet een voorbeeld neer. |
|          | Nieuws en tips widget is een onduidelijk.<br>Slecht zichtbare scheiding en onduidelijke opmaak tussen de nieuws items.                          |
| Low      | Kleur van de buttons kan zorgen voor een minder zichtbaar onderscheid tussen deze buttons.                                                      |
|          | Het legen van een tekstveld kan niet in een keer, knop toevoegen zou zorgen voor meer gebruiksvriendelijkheid.                                  |
|          | Youtube film input op de homepage kan afleiden van de buttons eromheen. Kan ook zorgen voor een langzamere verbinding op 3G.                    |

## Bron A: “ 10 optimalisatietips voor mobiel “

4424 keer gelezen

2 x gereageerd

### 10 optimalisatietips voor mobiele websites



Het wordt vaak gezegd en het blijkt ook uit veel onderzoeken: een voor mobiel geoptimaliseerde website zorgt voor meer conversie. Toch blijken veel (online) spelers dit nog niet te bieden. Elliot Nix en Shiv Kumar, twee Google-experts, geven 10 mobiele optimalisatietips.

#### 1. Hou het simpel

Ongeacht hoeveel content uw ‘gewone’ website/webshop ook bevat, er is geen mobiele gebruiker die gebombardeerd wil worden met een grote lading informatie op een klein scherm. Deskundigen geven als advies om de inhoud zo te maken, dat het goed te lezen is op een armreikende afstand. Maar gebruik ook weer geen al te groot lettertype, want dat doet afbreuk aan de gebruiksvriendelijkheid. Mobiele gebruikers (met name ‘on the go’, die bijvoorbeeld maar één hand kunnen gebruiken) willen niet (te veel) scrollen of hun ogen moeten dichtknijpen om de informatie te kunnen lezen.

Webwinkels hebben veel content te tonen, denk alleen al aan alle productafbeeldingen. Het kan dus lastig zijn om hierin te ‘snoeien’, met behoud van de belangrijkste onderdelen. Overweeg daarom de interne zoekfunctie van uw site boven aan het mobiele ontwerp te plaatsen. Op deze manier kunnen gebruikers eenvoudig zoeken naar producten, zonder te worden overspoeld met

Link: <http://www.twinklemagazine.nl/praktijk/2012/05/10-optimalisatietips-voor-mobiele-websites/index.xml>

Auteur: Jenna Scaglione



## Bron B: “ 6 tips voor het optimaliseren van een website voor mobiel ”

In onderstaande infographic 6 tips voor het optimaliseren van een website voor mobiel.



Link: <http://www.tomorrowmobile.nl/6-tips-voor-het-optimaliseren-van-een-website-voor-mobiel/>

Auteur: Econsultancy

## Bron C: 'Menu's voor mobiele apparaten, een lesje optimalisatie'



### Menu's voor mobiele apparaten: een lesje optimalisatie

[Artikelen](#), [Dossiers](#), [How to](#), [Mobiel](#), [Ontwerp](#)



**Bart van de Biezen** van [Aan Zee Communicatie](#) | [@bartvandebiezen](#)



Steeds meer klanten met een mobiele telefoon komen via social media, zoals Facebook, op jouw website terecht. Heel slecht is dan je marktbereik met een website die niet optimaal is voor hun mobiele apparaat. Zelf heb ik het ook. Ik baal er elke keer weer van wanneer ik een link volg en vervolgens een desktopversie op m'n mobiele telefoon krijg. De (ongeschikte) navigatiemenu's vormen een belangrijke reden voor deze ergernis. Hoe voorkom je dit als vormgever?

Online succes boek je op *mobiele apparaten* en al lang niet meer alleen op desktopcomputers. Luke Wroblewski schrijft in zijn boek '[Mobile First](#)' dat je eerst je mobiele website moet ontwerpen en daarna pas kunt denken aan de website voor desktopcomputers. Een compleet ander ontwerpproces. Ook Facebook geeft aan dat alles om mobiel draait. [Hun mobiele website en app hebben nu de hoogste prioriteit](#).

Door de enorme groei in het gebruik van internet op smartphones maken we steeds vaker adaptieve websites voor klanten. Reden te over om uitvoerig stil te staan bij de best practices voor user interface design op mobiele apparaten. Dit artikel gaat over de weergave van navigatiemenu's op mobiele apparaten. Dit is een van de eerste onderwerpen waar je tegenaan loopt als vormgever. Brad Frost geeft een reeks van [voorbeelden](#), maar helaas beschrijft hij voor mij nog niet de optimale variant. Hoe moet ik mijn mobiele menu vormgeven?

Link: <http://www.frankwatching.com/archive/2012/06/21/menus-voor-mobiele-apparaten-een-lesje-optimalisatie/>

Auteur: Bart van de Biezen



## Test plan mobiele website

**Afstudeerder:** Max van de Ven

**Bedrijf:** ANWB

**Periode:** November – Maart 2014

**Begeleider:** A.J. Reurings

**2° Examiner:** E.P.H. Grummels

## Inhoudsopgave

|                                  |           |
|----------------------------------|-----------|
| <b>1. Inleiding .....</b>        | <b>3</b>  |
| <b>2. Onderzoeksvraag .....</b>  | <b>4</b>  |
| <b>3. Test proces.....</b>       | <b>5</b>  |
| <i>3.1 Volledige test .....</i>  | <i>5</i>  |
| <i>3.2 Test methode .....</i>    | <i>5</i>  |
| <i>3.3 Test personen .....</i>   | <i>6</i>  |
| <i>3.4 Test data .....</i>       | <i>6</i>  |
| <i>3.5 Test materialen .....</i> | <i>7</i>  |
| <b>4. Test taken .....</b>       | <b>8</b>  |
| <b>Bronnen .....</b>             | <b>10</b> |

## Bijlagen

|                                       |           |
|---------------------------------------|-----------|
| <b>I. Test formulier .....</b>        | <b>11</b> |
| <b>II. Observatie formulier .....</b> | <b>15</b> |

## 1. Inleiding

Dit document is geschreven als plan voor de usability test voor de mobiele website van de ANWB. Deze usability test zal worden afgenomen bij verschillende testpersonen. Op dit moment is de mobiele website van de opdrachtgever, de ANWB, nog niet getest. Dit is iets wat normaal uitbesteed werd.

Bij de usability test zal gebruik gemaakt worden van de vijf E's:

- *Efficient*
- *Effective*
- *Engaging*
- *Easy-to-learn*
- *Error tolerant*

In het volgende hoofdstuk zullen de onderzoeksvraag en bijbehorende deelvragen behandeld worden. In hoofdstuk 3 zal ik het volledige test proces beschrijven. In hoofdstuk 4 worden de testtaken en de testscenario's doorgenomen.

Aan het einde van dit document zal er een duidelijk plan zijn voor het afnemen van de usability tests voor de mobiele website van de ANWB.

## 2. Onderzoeksvraag

De hoofdvraag van mijn onderzoek voor de mobiele site van de ANWB is als volgt:

*“ Op welke punten kan de mobiele site van de ANWB verbeterd worden ”*

Om deze hoofdvraag te beantwoorden heb ik verschillende deelvragen en meetvragen opgesteld. Deelvragen zijn gesloten vragen die je beantwoord door het kijken naar de meetvragen.

| Deelvraag                                                              | Meetvraag                                                                       |
|------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Hoe ervaart de gebruiker de verschillende features op de mobiele site? | Hoe gebruiksvriendelijk is het proces om een route te plannen?                  |
|                                                                        | Hoe gebruiksvriendelijk is het proces om de waarde van een auto te controleren? |
|                                                                        | Hoe ervaren gebruikers het proces om een uitje te plannen?                      |
| Hoe ervaren de gebruikers de workflow van de mobiele website           | Hoe gebruiksvriendelijk is de indeling van de mobiele site?                     |
|                                                                        | Hoe makkelijk vinden de gebruikers de benodigde onderdelen binnen de site?      |
| Hoe ervaren gebruikers de feedback op de mobiele website?              | Hoe is de feedback die de gebruikers krijgen bij het maken van een fout?        |
|                                                                        | Hoe lang duurt het voor een gebruiker om een fout te herstellen?                |

De meetvragen zijn opgesteld om de deelvragen te kunnen beantwoorden. De meetvragen zijn deels opgenomen in de stellingen die de testpersonen krijgen na het afronden van het usability gedeelte van de test. Aan de hand van onder andere deze stellingen en het verloop van de test zelf kan ik antwoord geven op mijn deelvragen en zo ook op de hoofdvraag. Dit komt uiteindelijk samen in mijn adviesrapport en mijn clickable demo voor de mobiele site van de ANWB.

### 3. Test proces

Bij het testen van de mobiele site is het doel om te zien op welke punten deze nog verbeterd kan worden. Hiervoor zijn verschillende deelvragen en testtaken opgesteld. Aan de hand van deze deelvragen en testtaken worden alle kanten van de mobiele site bekeken.

#### 3.1 Volledige test

De test begint met een introductie waarbij ik de testpersoon kort uitleg wat er gaat gebeuren en hoe het proces werkt. Daarna zal de testpersoon een lijstje met een aantal persoonsgegevens invullen. Hierbij onder andere informatie over de afgeronde opleidingen en over het gebruik van mobiel internet.

Hierna volgt het usability onderdeel van de test. In dit onderdeel zal de gebruiker aan de hand van verschillende scenario's een aantal taken uitvoeren op de mobiele site van de ANWB. Bij de handelingen van deze taken let ik als observator op de gekozen routes en keuzes van de testpersonen. Na het afronden van de taak kan ik zien of deze gekozen routes en keuzes kloppen met de route die de ANWB in gedachte had. In het geval dat er voor de testpersonen moeite is om een taak af te ronden, is dit een duidelijk signaal dat er goed gekeken moet worden hoe deze handeling verbeterd kan worden.

Afsluitend krijgt de testpersoon een lijst met stellingen. Deze stellingen zijn onder andere opgesteld uit een aantal van de meetvragen die ik hiervoor heb opgesteld. De testpersoon kan kiezen uit 4 opties die variëren van “helemaal mee oneens” tot “helemaal mee eens”. Deze stellingen zullen gaan over zowel het gebruik als de styling van de mobiele website.

#### 3.2 Testmethode

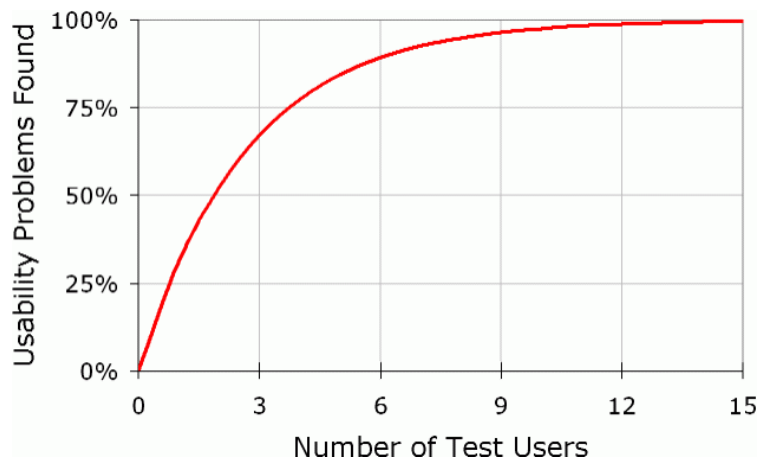
Voor de usability test kan je gebruik maken van verschillende methoden. Ik maak gebruik van de “hardop denk methode” en hiervan de “synchroon” variant. De synchroon variant houdt in dat de testpersonen direct vertellen wat ze denken bij een handeling, niet bijvoorbeeld later. Hierbij zal ik de testpersonen van tevoren uitleggen dat het de bedoeling is dat zij hun gedachten bij de handelingen uitspreken. Als ze ergens over twijfelen of iets zoeken kom je er op deze manier achter. Dit helpt om zwakke punten binnen de mobiele site uit te zoeken.

#### 3.3 Testpersonen

Het verkrijgen van testpersonen voor een usability test is vaak een moeilijk proces. Voor mijn usability test ga ik na overleg met mijn begeleider binnen de afdeling zoeken naar mensen binnen de ANWB. De mobiele site is nog niet zwaar in gebruik buiten de online afdeling dus de testpersonen zullen weinig tot geen ervaring

hebben met de mobiele site. Omdat de testpersonen van binnen het bedrijf komen geeft het meer rust in het testen. Er zal een kamer voor ingericht zijn waar de tests worden afgenomen.

De usability test zal bij 15 testpersonen afgenomen worden. Jacob Nielsen heeft in onderzoek laten blijken dat bij 15 testpersonen ongeveer 97% van de fouten binnen een site gevonden worden, met een ondergrens van 90%.



Afbeelding 1: Grafiek uit het onderzoek naar testpersonen van Nielsen (2000)

In mijn doelgroepsanalyse is uitgekomen dat de doelgroep voor de ANWB tussen de 25 en 60 jaar ligt. Ik zal bij het uitzoeken van de testpersonen erop letten dat ik de verschillen van mijn persona's probeer aan te houden, de verschillende toestellen, leeftijden en opleidingsniveaus bijvoorbeeld. Op deze manier is de weerspiegeling van de doelgroep beter verspreid over de gebruikerstest.

Ik zal deze testpersonen uitnodigen via de interne website van de ANWB. Ik zal hier een tekst op zetten met een uitnodiging tot deelname. Deze website wordt bekeken door de 2000 mensen die binnen het hoofdkantoor werken. Voor het meewerken met de test zullen de testpersonen een tegoedbon ontvangen die ik verkregen heb via mijn begeleider.

### 3.4 Test data

Bij de usability test zal ik op verschillende manieren data verkrijgen. Zowel kwalitatief als kwantitatief. Als kwantitatieve data zal ik bijvoorbeeld de hoeveelheid foutmeldingen die een gebruiker krijgt meetellen. Voor kwalitatieve data moet je denken aan het gedrag van gebruikers op het moment dat ze werken met de



mobiele site, zuchten, lachen en bijvoorbeeld gezichtsuitdrukkingen zijn hier goede voorbeelden van. Het gedrag of de uitdrukkingen van een testpersoon zijn erg belangrijk. Non verbale reacties vertellen soms meer dan de testpersoon verteld.

De usability tests zullen worden opgenomen. Er zal een camera op de smartphone van de testpersoon gericht zijn. Hiermee kan ik de verschillende keuzes die ze maken extra terugkijken waar nodig. Ik zal gebruik maken van een observatieformulier, hierop staan de test taken die de testpersonen krijgen met hierbij voor mijzelf mogelijke valkuilen waar ik op kan letten. In een optimale situatie heb je een tweede observator, een iemand kan de testpersoon observeren terwijl de andere uitleg en hulp biedt waar vragen zijn.

Naast bovengenoemde data, zal ik ook de formulieren met stellingen en mondelinge informatie ontvangen van de testpersonen.

### 3.5 Testmaterialen

voor de usability test zal ik gebruik maken van verschillende materialen.

- *laptop*
- *camera*
- *smartphone (van testpersoon)*
- *observatieformulier*
- *testformulier*

Er is bewust gekozen geen smartphone te prepareren omdat een gebruiker bij gebruik van een eigen smartphone geen leercurve heeft. Hij is bekend met deze telefoon en heeft hem vaker gebruikt op mobiel internet. Op deze manier zullen gemaakte fouten bij de usability test niet aan de telefoon liggen.

## 4. Test taken

In onderstaande tabel staan de test taken vernoemd. De testpersoon krijgt een test formulier waar deze opstaan. In de rechter kolom staan de test scenario's, hier staan de mogelijke oplossingen of wegen die de testpersoon kan nemen naar het eindpunt.

|                              | Taak                                                                                                           | Scenario's                                                                                                                                                           |
|------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Taak 1</b>                | Zoek de routeplanner op de mobiele website                                                                     | <i>Via de call to action button op de homepage</i>                                                                                                                   |
|                              |                                                                                                                | <i>Via de navigation drawer – Routeplanner</i>                                                                                                                       |
| <b>Taak 2</b>                | Ik werk in Rotterdam, ik wil naar Breda. Ik ga met de auto en ik wil er zo snel mogelijk zijn. Vind een route. | <i>Invoer "van: Rotterdam" "naar: Breda"</i><br><i>Selecteer de optie "Auto" en de optie "Beperk vertragingen".</i><br><i>Klik hierna op "Plan Route"</i>            |
| <b>Taak 3</b>                | Ga terug naar de homepage.                                                                                     | <i>Klik op de vorige knop van de browser</i>                                                                                                                         |
|                              |                                                                                                                | <i>Klik op het logo van de ANWB bovenin de balk</i>                                                                                                                  |
|                              |                                                                                                                | <i>Open de navigation drawer en klik op home</i>                                                                                                                     |
|                              |                                                                                                                | <i>(Android knop op toestel)</i>                                                                                                                                     |
| <b>Taak 4</b>                | Ik heb pech met de auto, zoek het pechnummer van de ANWB.                                                      | <i>De call to action button "Bel wegenwacht" op de homepage.</i>                                                                                                     |
|                              |                                                                                                                | <i>Open de navigation drawer en klik op contact</i>                                                                                                                  |
| <b>-Terug naar homepage-</b> |                                                                                                                |                                                                                                                                                                      |
| <b>Taak 5</b>                | Ik wil met het ov naar Utrecht. Zoek naar uitstapjes in Utrecht.                                               | <i>Klik op "Alles in de hand".</i><br><i>Selecteer "Inspiratie".</i><br><i>Selecteer "met het ov".</i><br><i>Selecteer "Utrecht".</i>                                |
|                              |                                                                                                                | <i>Open de navigation drawer en selecteer "Alles in de hand".</i><br><i>Selecteer "Inspiratie".</i><br><i>Selecteer "met het ov".</i><br><i>Selecteer "Utrecht".</i> |

| Taak                     |                                                                                                                          | Scenario's                                                                                                                                                           |
|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| -Terug naar de homepage- |                                                                                                                          |                                                                                                                                                                      |
| Taak 6                   | Ik ben benieuwd hoeveel mijn auto waard is. Check de waarde van de auto.<br>Kenteken : 03 ZRZ 3<br>Kilometerstand: 12000 | <i>Klik op " Autowaarde "</i><br><i>Vul het kenteken in en de kilometerstand. Klik op "Doorgaan". Selecteer het model van de auto.</i>                               |
|                          |                                                                                                                          | <i>Open de navigation drawer en selecteer "Autowaarde".</i><br><i>Vul het kenteken in en de kilometerstand. Klik op "Doorgaan". Selecteer het model van de auto.</i> |
| Taak 7                   | Ik heb een nieuwe racefiets en wil deze graag goed verzekeren. Zoek de pagina waar ik dit kan doen.                      | <i>Klik op " fietsverzekering" en vul de gevraagde informatie in</i>                                                                                                 |
|                          |                                                                                                                          | <i>Open de navigation drawer, selecteer "fietsverzekering" en vul de gevraagde informatie in.</i>                                                                    |

## Bronnen

**Titel:** *"Usability Testing Essentials "*

**Auteur:** Carol M. Barnum

**Titel:** <http://www.frankwatching.com/archive/2012/08/27/usability-testing-goede-voorbereiding-is-het-halve-werk/>

**Auteur:** Lonneke Theelen

## **Bijlage A: Test formulier**

Allereerst hartelijk dank dat u mee wilt werken aan deze usability test voor de mobiele website van de ANWB. Eerst zullen we u om een aantal persoonsgegevens vragen. Hierna komen er een aantal scenario's waarin u met uw smartphone en de mobiele website van de ANWB gaat werken. Afsluitend nog een aantal korte stellingen over de mobiele site.

### **Persoonsgegevens**

**Naam:**

**Geboorte datum:**

**Hoogst afgeronde opleiding:**

**Type smartphone:**

**Hoe vaak maakt u gebruik van mobiel internet?(omcirkel):**

Vrijwel nooit - - - - Weinig - - - - Regelmatig - - - - Vaak - - - -Dagelijks

**Wat verwacht u van een mobiele site van de ANWB?:**

## Usability onderdeel

De test begint op de mobiele website van de ANWB [www.anwb.nl/m](http://www.anwb.nl/m).

*U wilt graag een route gaan plannen.*

1. Zoek op de mobiele website van de ANWB de routeplanner.

*U bent in Rotterdam voor werk, u wilt naar Breda toe. U gaat met de auto en u wilt er zo snel mogelijk zijn.*

2. Zoek een route van Rotterdam naar Breda toe.

3. Ga terug naar de homepage van de mobiele site.

*Onderweg met de auto heeft u pech gekregen.*

4. Zoek het pech nummer van de ANWB op de mobiele site.

- Keer terug naar de homepage -

*U wilt in het weekend wat leuks gaan doen in Utrecht. U gaat met het OV.*

5. Vind de “Alles in de hand” feature op de mobiele site en zoek naar een leuk uitje in Utrecht.

- Keer terug naar de homepage -

*Het reizen met het OV beviel u zo goed dat u erover nadenkt om uw auto te verkopen.*

6. Check wat de waarde van de auto zou zijn als u hem nu wilde verkopen.

Nummerbord: 03 ZRZ 3

Kilometerstand: 12000

*U heeft er inderdaad voor gekozen uw auto te verkopen. Naast het OV wilt u ook graag meer gaan fietsen! U heeft een mooie racefiets gekocht, en wilt deze nu goed laten verzekeren.*

7. Vind informatie over het verzekeren van uw racefiets.

## Einde van het usability onderdeel.

Tot slot krijgt u een aantal vragen en stellingen over de mobiele website van de ANWB.

### Vragenlijst achteraf

**1. De navigatie van de mobiele site is goed, de onderdelen van de site zijn makkelijk te vinden.**

|                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| HELEMAAL MEE ONEENS   |                       |                       | HELEMAAL MEE EENS     |

**2. Het menu is logisch ingedeeld.**

|                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| HELEMAAL MEE ONEENS   |                       |                       | HELEMAAL MEE EENS     |

**3. Het kleurgebruik is fijn om mee te werken, niet storend.**

|                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| HELEMAAL MEE ONEENS   |                       |                       | HELEMAAL MEE EENS     |

**4. Het lettertype is goed leesbaar.**

|                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| HELEMAAL MEE ONEENS   |                       |                       | HELEMAAL MEE EENS     |

**5. De invulvelden bij de formulieren werken goed.**

|                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| HELEMAAL MEE ONEENS   |                       |                       | HELEMAAL MEE EENS     |

**6. De website geeft goede feedback bij een handeling.**

|                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| HELEMAAL MEE ONEENS   |                       |                       | HELEMAAL MEE EENS     |

**8. Heeft u verder nog overige opmerking m.b.t. de mobiele site van de ANWB of mist u iets op de site?**

Hartelijk dank voor uw medewerking. U kunt het formulier terug geven aan de observator.



## **Bijlage B: Observatie formulier**

### **Observatie Formulier**

**Datum:**

**Naam testpersoon:**

*U wilt graag een route gaan plannen.*

**1. Zoek op de mobiele website van de ANWB de routeplanner.  
Stappen:**

*U bent in Rotterdam voor werk, u wilt naar Breda toe. U gaat met de auto en u wilt er zo snel mogelijk zijn.*

**2. Zoek een route van Rotterdam naar Breda toe.  
Stappen:**

**3. Ga terug naar de homepage van de mobiele site.  
Stappen:  
Let hier op of er op de kaart gesleept werd. Dit kan niet.**

*Onderweg met de auto heeft u pech gekregen.*

**4. Zoek het pech nummer van de ANWB op de mobiele site.  
Stappen:  
Wordt het menu gebruikt of de call-to-action?**

- Keer terug naar de homepage -

*U wilt in het weekend wat leuks gaan doen in Utrecht. U gaat met het OV.*

1. Vind de “Alles in de hand” feature op de mobiele site en zoek naar een leuk uitje in Utrecht.

**Stappen:**

**Is alles in de hand duidelijk?**

- Keer terug naar de homepage -

*Het reizen met het OV beviel u zo goed dat u erover nadenkt om uw auto te verkopen.*

5. Check wat de waarde van de auto zou zijn als u hem nu wilde verkopen.

Nummerbord: 03 ZRZ 3

Kilometerstand: 12000

**Let op streepjes of spaties, invoer manier**

*U heeft er inderdaad voor gekozen uw auto te verkopen. Naast het OV wilt u ook graag meer gaan fietsen! U heeft een mooie racefiets gekocht, en wilt deze nu goed laten verzekeren.*

6. Vind informatie over het verzekeren van uw racefiets.



## Ontwerprapport mobiele site

**Afstudeerder:** Max van de Ven

**Bedrijf:** ANWB

**Periode:** November – Maart 2014

**Begeleider:** A.J. Reurings

**2<sup>e</sup> Examiner:** E.P.H. Grummels

## **Inhoudsopgave**

|                           |            |
|---------------------------|------------|
| <b>1. Inleiding</b>       | <b>3.</b>  |
| <b>2. Strategy plane</b>  | <b>4.</b>  |
| 2.1 User needs            | <b>4.</b>  |
| <b>3. Scope plane</b>     | <b>5.</b>  |
| <b>4. Structure plane</b> | <b>6.</b>  |
| <b>5. Skeleton plane</b>  | <b>8.</b>  |
| <b>6. Surface plane</b>   | <b>9.</b>  |
| 6.1 Kleurgebruik          | <b>9.</b>  |
| 6.2 Aanpassingen          | <b>10.</b> |
| 6.2.1 Homepage            | <b>10.</b> |
| 6.2.2 Routeplanner        | <b>12.</b> |
| 6.2.3 Wegenwacht          | <b>12.</b> |
| 6.2.4 Alles in de hand    | <b>13.</b> |
| 6.2.5 Koerslijst          | <b>14.</b> |

## **1. Inleiding**

Voor mijn afstudeer periode van November 2013 tot Maart 2014 ben ik werkzaam bij de online afdeling van de ANWB. Ik ben hier in eerste instantie bezig geweest met de mobiele website. Ik heb deze onderworpen aan een usability test. De gegevens die hieruit gekomen samen met mijn aanbevelingen heb ik in een adviesrapport verwerkt.

In dit verslag zal ik gebruik maken van de planes methode van Jesse James Garrett. Op deze manier heb ik een goede project methode om mee te ontwerpen. In hoofdstuk 2 behandel ik de strategy plane. Hoofdstuk 3 zal ingaan op de scope plane. Bij hoofdstuk 4 behandel ik de structure plane. Hoofdstuk 5 zal de skeleton plane behandelen en afsluitend zal hoofdstuk 6 ingaan op de surface plane.

## 2. Strategy plane

Het ontwerp proces begon met de strategy plane. Binnen deze plane wilde ik gaan kijken naar zoals verwacht, mijn strategie voor mijn verbeter ontwerp binnen de mobiele site van de ANWB. Ik heb hier de afgenomen usability tests goed doorgenomen en uit deze informatie, mijn eigen quick scan en gesprekken met de afdeling geprobeerd voor mezelf een idee te krijgen van de aanpassingen die ik wilde gaan doen.

### 2.1 User needs

De gebruikers van de mobiele site hebben bij het de site bepaalde behoeftes, of user needs. De ANWB behandelt als bedrijf erg veel verschillende punten, denk hierbij aan reizen, verzekeringen, pech hulp etc. Hierom zullen de user needs van de gebruikers ook erg breed zijn. Ik heb een aantal user needs opgesteld aan de hand van mijn afgenomen usability tests, gesprekken die ik met de testpersonen heb gehad, en hun bijbehorende feedback.

- Gebruiksvriendelijk
- Snel
- Functioneel
- Informatief

Voor de gebruikers van de mobiele site zijn dit zeer belangrijke punten. Een gebruiker wilt uiteraard een gebruiksvriendelijke site, de volgorde moet te snappen zijn en de formulieren etc. moet fijn werken.

Het gebruik van een mobiele site gaat vooral onderweg zijn. Even snel een route checken, of aan iemand iets laten zien over de reis die je gepland hebt bijvoorbeeld. Hierom is snelheid belangrijk. Het wachten tot een mobiele site geladen is kan erg frustrerend zijn voor de gebruikers.

De volgende user need was een functionele site. De gebruikers willen de site voor dingen kunnen gebruiken. Denk hierbij bijvoorbeeld aan het gebruiken van de routeplanner of het controleren van de waarde van een auto.

Als laatste user need heb ik informatief opgenomen in het lijstje. De ANWB staat bekend als toeristisch informatie punt, mensen verwachten hier informatie te kunnen krijgen over wandelroutes, vakanties of leuke uitjes.

### 3. Scope plane

De volgende plane in het proces van Jesse James Garrett is de scope plane. Binnen de scope plane ga je kijken naar wat er allemaal op de site gaat komen. Bij mijn proces gaat het om een bestaande site, hierom heb ik vooral gekeken naar welke aanpassingen in binnen de site wil toevoegen. Ik heb in dit proces gekeken naar de eerder opgestelde priority analyses. Aan de hand van deze informatie heb ik een lijst met concrete aanpassingen die ik wil doen opgesteld. In deze lijst heb ik per pagina neergezet wat ik er aan veranderd moet worden. Hierbij heb ik nog niet gedacht aan kleur of andere uiterlijke kenmerken, maar puur aan welke punten ik wil veranderen.

Het lijstje met concrete werkzaamheden is als volgt:

- **Homepage**
  - Verzekeringen groep
  - Nieuws en tips uiterlijk
- **Routeplanner**
  - Nieuwe button
- **Wegenwacht**
  - Nieuwe titel buttons
- **Alles in de hand**
  - Icoon ontwerpen
  - Nieuwe button ontwerpen
- **Koerslijst**
  - Nieuwe naam
  - Nieuw ontwerp indeling pagina

Voor de homepage wilde ik zorgen voor minder drukte, in de test viel me op dat een aantal van de testpersonen een aantal keer over de pagina moest scrollen om het onderdeel te vinden wat gezocht werd.

Om dit op te lossen wilde ik alle verzekeringen onder een hoofdknop hebben staan. Op die manier stonden de verzekeringen niet meer verspreid over de pagina, maar centraal onder een knop.

Een ander belangrijk punt vond ik het onderdeel 'Nieuws en tips'. Dit was nu op ontworpen met de intentie om een speelser uiterlijk te geven, maar het gaf het idee aan verschillende mensen van mijn test en aan mijzelf dat het een codeerfout was. Hiervoor wilde ik een netter ontwerp maken.

Het volgende punt was de routeplanner. Hieruit bleek dat mensen de nieuwe button niet meer herkende. Ik wilde een nieuwe button in de mobiele site zetten die minder wegviel bij de achtergrond en goed opviel.

Voor de wegenwacht was de bedoeling dat ik de titel van het onderdeel zou aanpassen naar iets wat de gebruiker een duidelijke idee gaf van wat er op de pagina zou staan aan informatie.

Voor de alles in de hand pagina wilde ik ervoor zorgen dat deze meer opviel. Het is een pagina met een leuke en handige feature maar hij viel niet op binnen de home page. Mijn doel was om een goede call to action button te ontwerpen voor het onderdeel.

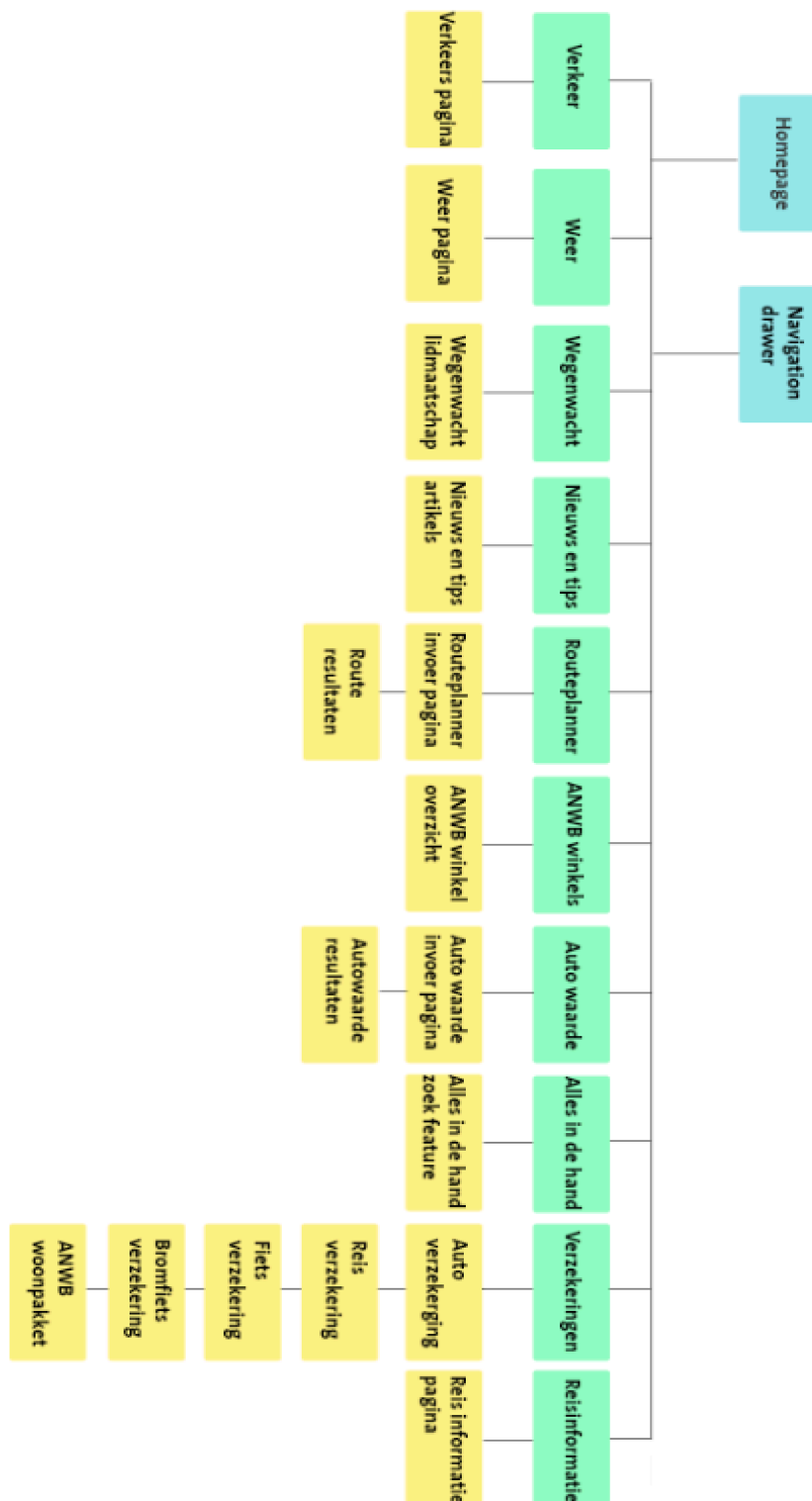
Het volgende punt wat uit mijn overzicht kwam was de koerslijst pagina. Deze naam werd door veel mensen niet meteen herkent of gelinkt met de functie voor het controleren voor de waarde van een auto. Hiervoor wilde ik een andere naam verzinnen. Verder moest ik voor het proces op deze pagina ook een nieuw ontwerp maken omdat niet alle stappen even duidelijk waren voor de testpersonen.

#### **4. Structure plane**

De volgende stap was het doorlopen van de structure plane. Binnen de structure plane ging ik kijken naar de nieuwe structuur van de mobiele site. Ik had als idee om de homepage minder vol te maken. Dit door alle verzekeringen onder een hoofdknop te gaan zetten. Dit zou voor meer overzicht zorgen bij de gebruikers.

Ik heb binnen de structure plane gekeken naar de sitemap van de mobiele site. Een sitemap is een overzicht waarin je alle onderdelen van de mobiele site schematisch ziet weergegeven. Het opstellen van een sitemap geeft een goede opzet voor het maken van een wireframe bij de volgende plane.





Afbeelding 1: Sitemap mobiele site ANWB

## 5. Skeleton plane

In de skeleton plane heb ik gekeken, zoals in het vorige hoofdstuk vermeld, naar het wireframe van de mobiele site. In het wireframe geef je de locatie van de verschillende onderdelen binnen een mobiele site aan. Weer geldt hier de regel dat er nog geen uiterlijke kenmerken worden toegekend aan de onderdelen. Dit gebeurt allemaal in de laatste plane, de surface plane.

Ik heb in dit proces mijn aangepaste sitemap omgezet in een wireframe voor de mobiele site van de ANWB.



Afbeelding 2: Wireframe mobiele site ANWB

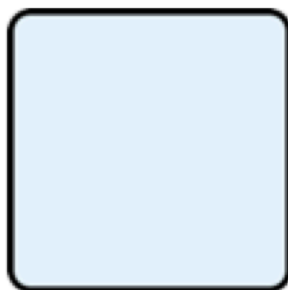
## 6. Surface plane

De laatste plane in het proces van Jesse James Garrett is de surface plane. Binnen de surface plane ga je alle eerder opgestelde punten nemen en hier een design aan toevoegen. Ik heb in deze plane mijn eerder opgestelde lijst met concrete aanpassingen die ik wilde doen er weer bij gepakt en ben gaan kijken hoe ik deze het beste kon implementeren.

Binnen de mobiele site heb ik gekozen voor aanpassingen bij het bestaande design. Ik heb ook gewerkt aan redesigns, maar het design wat nu op de mobiele site in gebruik is werd tijdens mijn usability test als erg positief ervaren.

### 6.1 Kleurgebruik

De mobiele site van de ANWB maakt gebruik van een spannender kleuren pallet dan de desktop site. De kleuren die gekozen zijn komen onder andere uit het logo van de ANWB en uit de huisstijl. Dit zorgt ook binnen andere look van de mobiele site voor herkenning met de ANWB.



#E5F3FA  
Achtergrond kleur



#003D86  
Titels en namen



Gradient  
navigation drawer



#ED702D  
Call to action Wegenwacht



#FDFEFF  
Achtergrond buttons



#FFCF00  
call-to-action, bèta

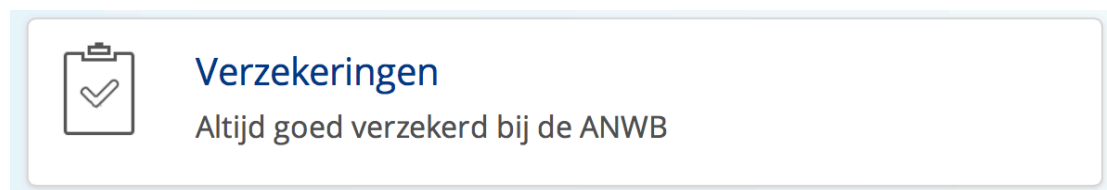
## 6.2 Aanpassingen

De aanpassingen die ik heb gedaan binnen het ontwerp en binnen de mobiele site in het algemeen heb ik gebaseerd op mijn afgenomen usability tests, mijn eigen quick scan en de feedback van de testpersonen.

### 6.2.1 Homepage

De homepage van de mobiele site werd door de testpersonen als mooi gezien, een modern uiterlijk. Het enige wat ik vaker als feedback kreeg was onoverzichtelijk, druk. De homepage werd door sommige testpersonen gezien als een drukke massa, ze konden soms weinig onderscheid zien tussen alle buttons en scrollden hierdoor soms langs de benodigde opties.

Een van de veroorzakers van deze drukte zijn alle verschillende verzekeringen, deze zouden allemaal onder een hoofdbutton gezet kunnen worden en op deze manier sneller te vinden zijn voor de gebruikers. Ook zou dit de lengte van de homepage aanzienlijk verminderen waardoor de gebruikers minder lang hoeven te scrollen.



*Afbeelding 11: Nieuwe algemene button verzekeringen*

Ik heb bij het ontwerpen van de algemene verzekeringsbutton erop gelet dat deze bij de andere buttons paste qua stijl. Ik heb voor een clipboard met ronde hoeken gekozen omdat de andere iconen ook gebruik maken van ronde hoeken. Het clipboard met vink geeft aan dat het allemaal goed is, en trekt geen kant van verzekeren voor. Het vinkje geeft zekerheid dat het goed zit, en dat mensen geen stress hoeven te hebben omdat zij hun verzekeringen goed geregeld hebben bij de ANWB.

Een ander punt van verbetering was de 'nieuws en tips' feature op de homepage, hierin zet de ANWB leuke items en handige tips voor de gebruikers over bijvoorbeeld vakanties.

Er was hier voor een design gekozen met foto's die net buiten het kader vielen, dit om een speelsere feel te geven aan de mobiele site. Echter was het verschil zo klein met de passende lijn dat het meer op een fout in het design leek.



Afbeelding 13: Nieuws en tips feature op de mobiele site oude situatie

Een ander punt was dat het geen duidelijk klikbare items waren. Het bovenste nieuws item heeft geen scheidinglijn boven het bericht lopen waardoor dit doorloopt in de 'nieuws en tips' container. Het feit dat de plaatjes die bij de berichten horen het veld niet opvullen maar er los in hangen zorgt weer voor meer twijfel over de klikbaarheid. Een andere manier waarop dit verbeterd kon worden was meer informatie over het nieuwsbericht, bijvoorbeeld een timestamp.



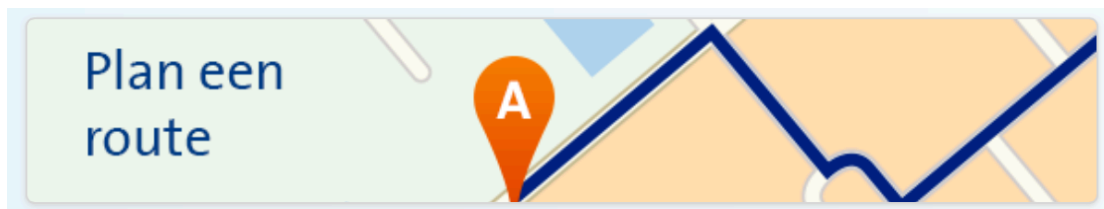
Afbeelding 14: Nieuwe ontwerp nieuws en tips feature

### 6.2.2 Routeplanner

De routeplanner is een van de grote trekkers op de mobiele site. Hierdoor is het erg belangrijk dat deze goed in elkaar zit. Het grootste probleem was:

- De nieuwe button is slecht herkenbaar voor de testpersonen

De nieuwe button voor de routeplanner werd erg slecht herkend door de verschillende testpersonen, hij valt een beetje weg in de achtergrond. Ik heb een verbeterde versie van deze button in de mobiele site gezet. De kleuren zijn hierin aangepast waardoor de button niet meer wegvalt tegen de achtergrond en interessanter is dan een gewoon gele button.



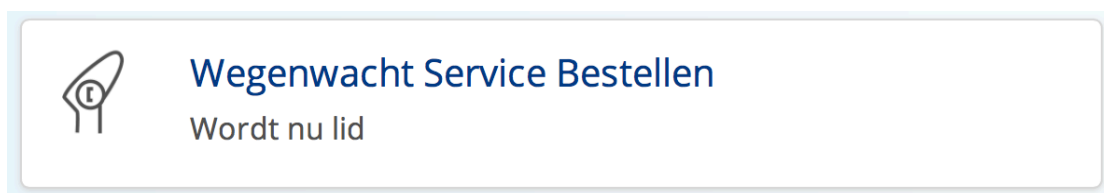
Afbeelding 15: Nieuwe routeplanner button

De routeplanner werkte verder goed, de meeste testpersonen konden zonder al te grote problemen een route plannen.

### 6.2.3 Wegenwacht

Het probleem bij de wegenwacht was vooral de verwachtingen die er geschept werden. De gebruikers verwachtte bij de titel 'wegenwacht service, 24/7 pech hulp' een manier waarop zij direct pech hulp konden verwachten. Hierdoor keken ze niet verder en misten ze de call to action button voor dit directe contact met de wegenwacht. Als de testpersonen op de button 'wegenwacht service' klikte kregen ze een commerciële tekst te zien waarna ze een formulier konden invullen voor een lidmaatschap op de wegenwacht, niet wat ze verwacht hadden.

Een oplossing hier zou weer zijn het veranderen van de verwachtingen.



Afbeelding 16: nieuwe button titels voor wegenwacht

Op deze manier kunnen de mensen duidelijk zien dat ze bij deze pagina de service die de wegenwacht bied kunnen bestellen. Als ze dan verder kijken zien ze direct hierna de call to action voor direct contact met de wegenwacht.

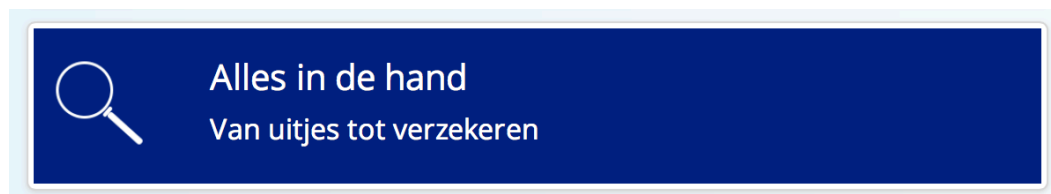
Wel moet dat pech nummer ook op de pagina voor lidmaatschap te staan komen. Op deze manier wordt het nog makkelijker om in contact te komen met de pech hulp service. Het kan best zijn dat een automobilist met pech een beetje gestrest is en daarom het nummer ook op deze pagina verwacht.

Het omwisselen van de buttons was ook een idee maar in overleg met mijn begeleider heb ik besloten dit niet te doen. Het kleur verloop zou dan erg vreemd worden op de site en dat kan ook weer afleiden.

#### **6.2.4 Alles in de hand**

Bij het 'Alles in de hand' onderdeel was het probleem vooral dat de naam en ondertitel niet genoeg duidelijkheid geven. Het creëert geen duidelijk beeld van wat er allemaal met het onderdeel gedaan kan worden waardoor de gebruikers het vaak overslaan of niet doorhebben. Als de gebruikers eenmaal doorhadden wat het deed werkt het onderdeel fijn. Er werd zeer positief op gereageerd en het wordt gezien als een mooi onderdeel.

Een oplossing zou zijn de naam of ondertitel aanpassen om zo een duidelijker beeld te creëren voor de vele mogelijkheden die met het onderdeel mogelijk zijn. Op dit moment heeft de button ook geen icoon. Dit zou ook nog meer duidelijkheid kunnen toevoegen. Ik vond dit een lastig punt om te verbeteren. Het onderdeel 'Alles in de hand' is zo breed en kan zoveel verschillende kanten laten zien dat het moeilijk was hier een andere titel of ondertitel voor te verzinnen die niet te gefocust was op een van deze onderdelen. Ik heb in het wekelijkse overleg wat ik met de online afdeling heb gevraagd of mijn collega's hier nog een goed idee bij hadden. In dit overleg hebben we gekeken naar de optie om er een call to action button van te maken met een interessante titel. Op deze manier wordt de interesse van de gebruikers gewekt. Ik heb besloten om de button iets groter te maken zodat deze meer opvalt en een kleur toe te kennen om er inderdaad meer een call to action van te maken. Ook heb ik een icoon toegevoegd aan de button.



*Afbeelding 17: Call to action voor Alles in de Hand*

Ik heb als icoon een vergroot glas gemaakt. Dit om het ontdekken, zoeken en vinden van alles in de hand meer weer te geven. Gebruikers kunnen hier informatie over van alles vinden, de nieuwe ondertitel *"Van uitjes tot verzekeren"* geeft dit ook weer.

De blauwe kleur is gekozen omdat dit goed paste bij de achtergrond van de website, het lichtblauwe van de achtergrond zorgt ervoor dat donker blauw goed eruit springt en opvalt bij de gebruiker. Het is dezelfde kleur blauw als de routeplanner button bevat. Dit zijn twee elementen die dicht bij elkaar staan binnen de mobiele site.



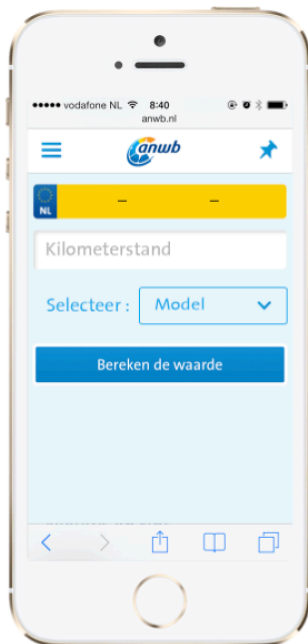
### 6.2.5 Koerslijst

Bij koerslijst waren er een aantal punten waar testpersonen op vastliepen.

- niet iedereen herkende koerslijst meteen als de plek waar auto waarde bepaald kon worden
- Het probleem dat het selecteren van een model niet direct door iedereen begrepen werd

Het feit dat koerslijst meer als interne term binnen de ANWB wordt gebruikt kan ervoor zorgen dat mensen buiten het bedrijf hier niet direct bekend mee zijn en niet doorhebben wat dit onderdeel van de mobiele site doet. De naam van koerslijst zal terug veranderd worden naar Auto waarde, wat het hiervoor was. Dit wordt door iedereen herkend en geeft een duidelijke verwachting voor wat er binnen dit onderdeel gedaan kan worden.

Het andere punt was dat er bij het invullen van een kenteken soms maar een model omhoog komt. Op dit moment is het niet altijd duidelijk dat er een model aangeklikt moet worden. Het tonen van een model wordt dan gezien als een succesvol afgeronde handeling, en wordt er gezocht naar een ok knop. Deze is er niet en het gebeurt dan dat testpersonen de pop up afsluiten en de handeling opnieuw moeten afronden.



Afbeelding 18: nieuwe ontwerp auto waarde pagina

Dit kan veranderd worden door de model selectie pop up weg te halen, het kenteken in te laten vullen en hierna een drop down menu te maken met hierin de modellen. De gebruikers snappen dan meteen dat er een keuze gemaakt moet worden, en deze extra stap zal niet storen, omdat een drop down menu vaak niets nieuws is voor een internet gebruiker. Op deze manier zal de gebruiker de flow van de pagina sneller begrijpen en zal hij snel de handelingen kunnen voltooien.



## Adviesrapport mobiele site

**Afstudeerder:** Max van de Ven

**Bedrijf:** ANWB

**Periode:** November – Maart 2014

**Begeleider:** A.J. Reurings

**2° Examiner:** E.P.H. Grummels

## Management samenvatting

### Aanleiding

Voor mijn afstudeeropdracht zit ik bij de ANWB op de afdeling online. Mijn opdracht hier is om de bestaande mobiele website te testen. Ik heb dit gedaan met 15 testpersonen. Hierna ga ik een clickable demo opleveren met mijn aanbevelingen erin verwerkt.

### Aanbevelingen

- Een icoon om een invoerveld in een keer te legen, bijvoorbeeld bij routeplanner.
- Het Auto aanvullen versnellen of weghalen, in plaats van daarop te moeten klikken een ok knop.
- Achtergrond niet laten scrollen bij een pop up (routeplanner of alles in de hand).
- Bij koerslijst de modellen in een drop down menu zetten boven extra opties. De gebruikers moeten nu een model selecteren om door te gaan.
- Naam koerslijst terug veranderen naar "Autowaarde"
- Consistentie tussen home page en de navigation drawer, zorg dat hier dezelfde volgorde gehanteerd word. Ook welke punten erin staan.<sup>2</sup>
- Wegenwacht call to action boven wegenwacht inschrijving.
- Verzekeringen onder een hoofdknop verzekeringen.

### Argumentatie

- Gebruikers zijn dit gewend van onder andere de mobiele site van Google.
- Niet duidelijk dat het aanklikken van een auto aanvulling de "ok" functie is, gebruikers klikken op het kruis en velden zijn leeg.
- Gebruikers proberen te scrollen en dit werkt, hierdoor is het niet duidelijk dat de pop up ingevuld of afgewerkt moet worden.
- Bij koerslijst is het niet duidelijk dat het selecteren van een model de "ok" functie is, soms is er maar een model. Ook hier klikken gebruikers op het kruis en is het veld leeg.
- Koerslijst is een interne term binnen de ANWB. Autowaarde is duidelijk
- Gebruikers verwachten wat ze op de homepage zien ook te kunnen bereiken via de navigation drawer.
- Gebruikers verwachten het wegenwacht nummer onder "Wegenwacht Service". Niet een advertentie.
- Alle verschillende verzekeringen zorgt voor lang scrollen op de home page. Alles onder 1 knop voorziet de homepage van een snellere indeling.

## Inhoudsopgave

|                          |            |
|--------------------------|------------|
| <b>7. Inleiding</b>      | <b>4.</b>  |
| <b>8. Test</b>           | <b>5.</b>  |
| 2.1 Test methode         | 5.         |
| 2.2 Test personen        | 5.         |
| 2.3 Test sessies         | 7.         |
| <b>9. Bevindingen</b>    | <b>8.</b>  |
| 3.1 Routeplanner         | 8.         |
| 3.2 Wegenwacht           | 11.        |
| 3.3 Alles in de hand     | 12.        |
| 3.4 Koerslijst           | 13.        |
| 3.5 Consistentie         | 14.        |
| 3.6 Vragenlijst          | 15.        |
| <b>10. Aanbevelingen</b> | <b>18.</b> |
| 4.1 Routeplanner         | 18.        |
| 4.2 Wegenwacht           | 18.        |
| 4.3 Alles in de hand     | 19.        |
| 4.4 Koerslijst           | 19.        |
| 4.5 Consistentie         | 20.        |
| 4.6 Priority Analyse     | 20.        |

## 1. Inleiding

Voor mijn afstudeer opdracht heb ik de mobiele website van de ANWB onderworpen aan een usability test. Deze test heb ik afgenomen bij vijftien personen van verschillende leeftijden en opleiding niveaus.

In mijn adviesrapport zal ik antwoord geven op de hoofdvraag van mijn onderzoek:

*“ Op welke punten kan de mobiele site van de ANWB verbeterd worden “.*

Ik heb hiervoor deel- en meetvragen opgesteld. Deze vragen zal ik beantwoorden door de verschillende testtaken die beschreven staan in dit adviesrapport.

Voordat ik deze test af ging nemen heb ik mijn eigen vooronderzoek gedaan en expert review afgenomen. Ook heb ik een doelgroep analyse gemaakt. Aan de hand van al deze onderdelen heb ik een test plan gemaakt met hierin de scenario's en test taken die de testpersonen zouden moeten voltooien. Deze scenario's en test taken zijn gebaseerd op volledig gebruik van de mobiele site, alle kanten worden bekeken.

In hoofdstuk 2 zal ik dieper ingaan op de usability test en de testpersonen. In hoofdstuk 3 zullen de bevindingen besproken worden, zowel positief als negatief. In hoofdstuk 4 ga ik in op de aanbevelingen voor de mobiele website van de ANWB.

## 2. Test

In dit hoofdstuk zal ik de test behandelen. Hoe was deze opgezet, hoe was de verdeling in testpersonen en hoe waren de test sessies ingedeeld.

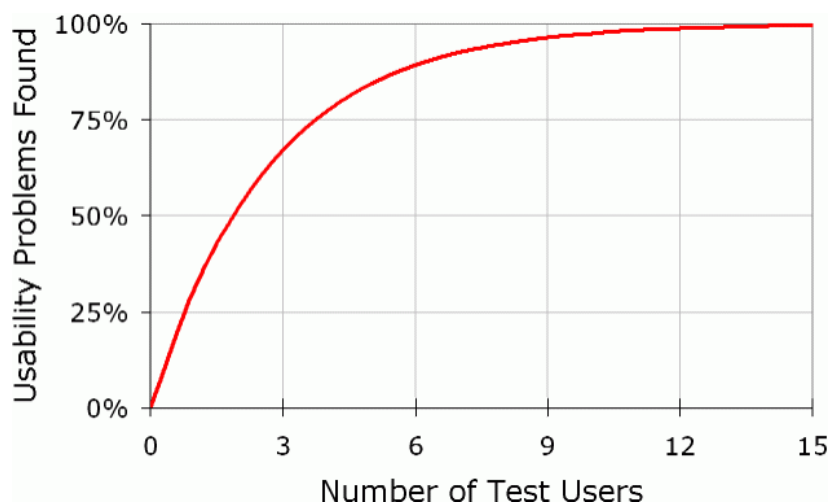
### 2.1 Test methode

Voor het testen van de mobiele site van de ANWB heb ik gebruik gemaakt van usability testen. Hierbij kijk je naar hoe de site is in het gebruik. Voor een usability test stel je testtaken op waar de gebruikers doorheen moeten lopen. Dit kan in het geval van de ANWB bijvoorbeeld het plannen van een route of het checken van de file informatie zijn. Aan de hand van hoe een testpersoon deze taken uitvoert kan je zien of de site duidelijk voor deze testpersoon in elkaar zit.

Ik heb verder gekozen voor de hardop denk methode (think aloud method). Dit is een methode waarbij je aan de testpersonen vraagt om hardop te zeggen wat ze denken bij het doorlopen van een test taak of scenario. Ik deed mijn best om de test op een rustige manier te laten verlopen, een beetje informeel. Op deze manier is het fijner en makkelijker voor een testpersoon om meer te praten en te zeggen wat hij van dingen op de mobiele site vindt.

### 2.2 Test personen

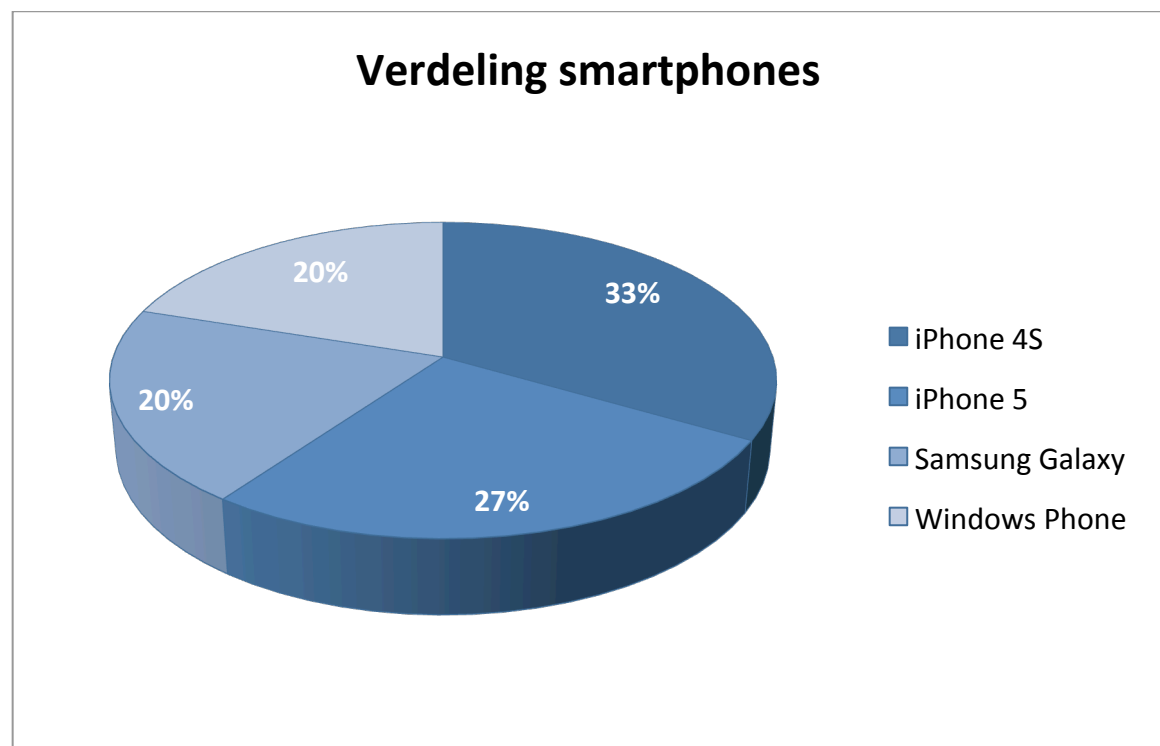
Voor mijn usability test heb ik gekozen voor het gebruik van vijftien testpersonen. Dit is gebaseerd op het onderzoek van Nielsen uit 2000. Hierin wordt beschreven dat er bij vijftien testpersonen 97% van de problemen gevonden wordt, met een ondergrens van 90%.



Afbeelding 1. Onderzoek van Nielsen (2000) over de hoeveelheid testpersonen.

De testpersonen voor deze usability test heb ik geprobeerd te segmenteren op de groep die ik bepaald heb in mijn doelgroepsanalyse. Deze groep bestond uit 25 tot 60 jarigen. Mijn testpersonen waren iets anders ingedeeld namelijk 27 tot 55 jaar. Wel was de spreiding goed. Zoals bij de eerder gemaakte persona's heb ik ervoor gezorgd mensen met verschillende smartphones, leeftijden en opleidingsniveaus te selecteren.

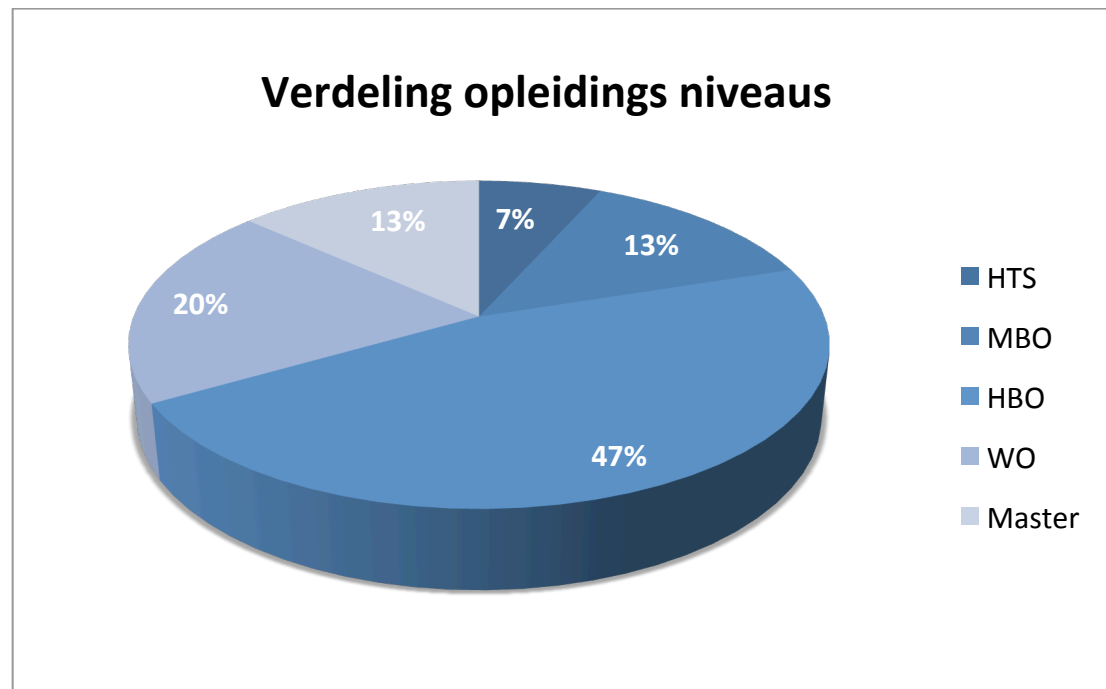
De vijftien testpersonen waren ingedeeld in acht vrouwen en zeven mannen. Het smartphone gebruik binnen de testpersonen lach behoorlijk hoog, meer dan de helft gaf aan dagelijks gebruik te maken van mobiel internet op hun telefoon. Verder was de verdeling van smartphones ook goed verdeeld over de groep.



*Afbeelding 2: verdeling van smartphones onder de testpersonen.*



Ook in opleidingsniveaus had ik een goede spreiding over de verschillende niveaus. Op deze manier had ik testpersonen die op verschillende manieren naar de website en de opgegeven testtaken keken.



*Afbeelding 3: Verdeling van opleidingsniveaus onder de testpersonen.*

Het zijn interne testpersonen, dit wil zeggen dat de testpersonen van binnen de ANWB komen. Wel is er op gelet dat het personen zijn van buiten de online afdeling, op deze manier zijn ze nog niet bekend met de mobiele website van de ANWB.

## 2.3 Test sessies

Een test sessie duurde ongeveer 20 minuten. Ik heb met elke testpersoon een individuele afspraak gemaakt op een tijd die ze goed uitkwam. Ik nodigde ze uit naar mijn opgezette test ruimte in het kantoor van de ANWB. Ik begon met een korte introductie, even vertellen waarom ik deze tests deed en wie ik was. Daarna legde ik uit wat de test inhield en hoe het proces zou verlopen. Ik vroeg bij elke testpersoon toestemming om het proces te filmen.

De eerste test taak was bewust een korte en makkelijke, op deze manier konden de testpersonen even zien hoe het testproces in zijn werk ging. Ook is dit een manier om mogelijke zenuwen weg te werken. Als een testpersoon duidelijk vastliep bij een test taak of de verkeerde kant op ging en dit niet recht kon zetten gaf ik een tip. Vaak was dit voldoende om de test taak te voltooien. Afsluitend kregen de testpersonen een cadeaubon als dank voor de tijd.

### 3. Bevindingen

In dit hoofdstuk zal ik per test scenario ingaan op mijn bevindingen. Zowel de positieve als de negatieve bevindingen. In het volgende hoofdstuk zal ik mijn aanbevelingen doen ter verbetering van deze punten.

#### 3.1 Routeplanner

De routeplanner is een van de belangrijke punten van de mobiele site. Veel van de bezoekers komen snel een routeplannen voor vertrek van huis of werk. Ik heb om deze reden in mijn usability test een test scenario voor gebruik van de routeplanner gemaakt, deze was als volgt:

*“zoek de routeplanner op de mobiele site “*

Zoals eerder genoemd was het mijn doel om de eerste test taak een makkelijke te maken. Ook had ik deze erin gezet om te kijken hoe de testpersonen naar de routeplanner gingen. Dit kon via de routeplanner button op de mobiele site, of via de navigation drawer. Elke gebruiker kon de routeplanner button op de home page makkelijk vinden en kwam zo op de goede plek uit.

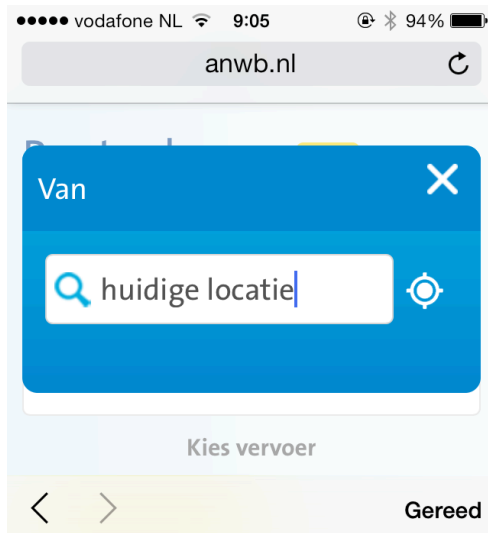
De volgende test taak die de testpersonen kregen was het plannen van een route, hij was als volgt:

*“U bent in Rotterdam voor werk, u wilt naar Breda toe. U gaat met de auto en u wilt er zo snel mogelijk zijn. Zoek een route van Rotterdam naar Breda toe. “*

Met deze test taak was het mijn bedoeling om te kijken hoe de testpersonen met de routeplanner om konden gaan, ging dit gemakkelijk of liepen ze tegen problemen op.

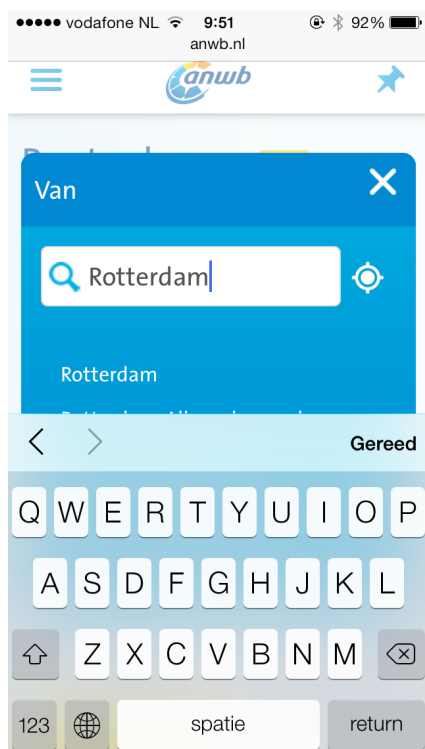
Het begon hier met het “van “ invul veld. Een aantal van de gebruikers had locatievoorziening aan staan en dusdanig stond er “Huidige locatie” in het invul veld. Het merendeel van de gebruikers zocht naar een knop om dit invoer veld te legen, dit is iets wat gebruikers van smartphones gewend zijn tegen te komen op mobiele sites.

In afbeelding 4 kunt u zien hoe de huidige situatie van een invulveld bij de routeplanner is.



*Afbeelding 4: huidige situatie invulveld routeplanner*

De routeplanner maakt gebruik van een automatische aanvul functie. Dit betekent dat de routeplanner herkent welke stad je probeert in te voeren en je hiervoor mogelijke bestemmingen laat zien. Het klikken op een van de opties in de aanvul lijst zorgt voor een “ok” functie en laat je verder met het invullen van de routeplanner.



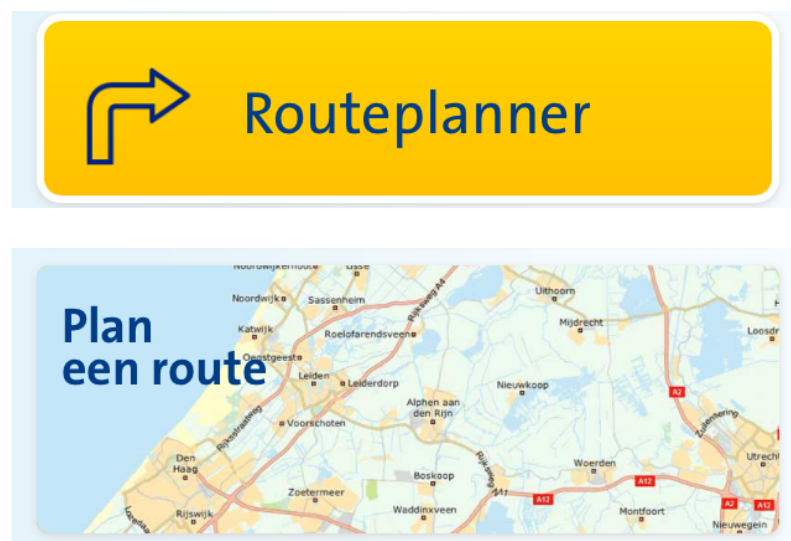
*Afbeelding 5: De aanvul functie van de routeplanner*

Dit brengt een aantal problemen met zich mee. Als eerste is het punt dat de auto aanvul functie soms behoorlijk traag werkt. Hierdoor zijn mensen al klaar met typen en opzoek naar een ok of verder knop. Deze functie is echter verstopt in de aanvul lijst waar een keuze in gemaakt moet worden.

Verder hebben de meeste android telefoons een eigen aanvul optie boven het toetsenbord van de telefoon. Als een testpersoon bijvoorbeeld Rotterdam wilt intypen en “Rot” heeft getypt geeft het toestel de optie “Rotterdam” al weer. Echter herkent het invulveld van de routeplanner alleen nog maar “Rot” en geeft hierdoor niet de opties in Nederland weer, maar opties naar Rott in Duitsland.

Als een gebruiker bezig is met het pop up window waarin de startlocatie en bestemming ingevuld moeten worden is de achtergrond nog scrollbaar. Dit geeft het gevoel aan een gebruiker dat hij klaar is met de handeling in het pop up scherm. Een aantal van de testpersonen probeerde ook al op plan route te drukken zonder de routeplanner volledig ingevuld te hebben. Als de gebruiker deze optie niet krijgt, dus een achtergrond die vast staat zolang de info in het pop up window niet ingevuld is, zal de gebruiker sneller snappen dat er nog stappen te voltooien zijn in het huidige scherm.

In een later stadium van mijn proces is er een nieuwe release geweest bij de routeplanner. Hierbij is de button vervangen. Ik heb hiervoor nog drie usability tests afgenomen waaruit bleek dat de nieuwe button de vindbaarheid van de routeplanner drastisch verminderde. Niemand vond de routeplanner in een keer, dit was hiervoor voor iedereen wel het geval.



Afbeelding 6: De oude en de nieuwe buttons voor de routeplanner

### 3.2 Wegenwacht

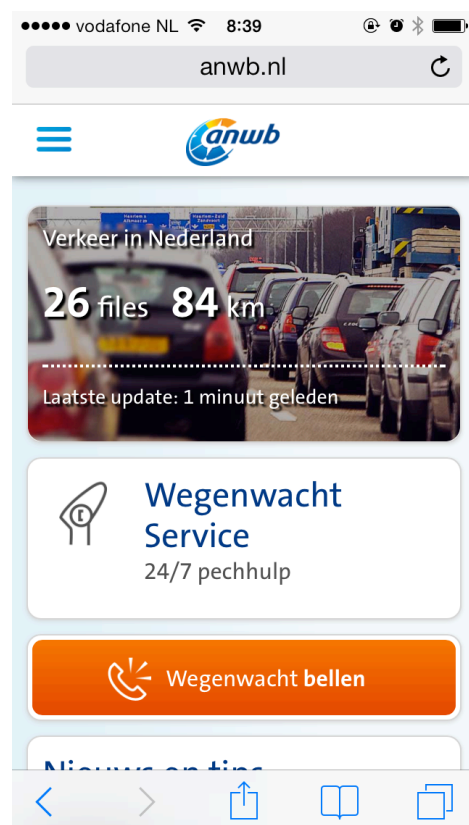
Het volgende punt in mijn gebruikerstest was de call to action van de wegenwacht. Als iemand aan de ANWB denkt gaat het uiteraard meteen over de wegenwacht.

Ik was benieuwd of de testpersonen het nummer van de pechservice van de wegenwacht gemakkelijk konden vinden. Het testscenario was als volgt:

*“Onderweg met de auto heeft u pech gekregen, zoek het pechnummer van de ANWB op de mobiele site”*

Wat in principe een makkelijke taak was leverde een interessante bevinding op. Op de homepage van de mobiele site van de ANWB staat een button met *“wegenwacht bellen”* in fel oranje. Hierboven staat een button met *“Wegenwacht Service”*.

Elke testpersoon miste de button met bel wegenwacht en klikte in eerste instantie op de button *“Wegenwacht Service”*. Dit geeft echter een pagina weer waar mensen zich kunnen inschrijven voor de service van de wegenwacht. De testpersonen gaven aan dat dit totaal niet was wat ze verwachtte bij het klikken op de button. In tweede instantie vond iedereen de call to action button van de wegenwacht wel.



*Afbeelding 6: homepage met wegenwacht buttons*

De mogelijkheid om via de navigation drawer en de contactpagina aan het nummer van de pechservice te komen werd amper gebruikt, twee van de 15 testpersonen kwamen zo bij het nummer.

Afsluitend aan deze taak had ik de testpersonen de taak gegeven om terug te keren naar de homepage, ik was benieuwd hoe ze dit zouden doen. Hier was bijvoorbeeld de optie om het ANWB logo te gebruiken. Dit was iets wat al mijn testpersonen doorhadden en ook verwachten.

### 3.3 Alles in de hand

De alles in de hand feature van de mobiele site biedt erg veel mogelijkheden. Gebruikers krijgen hier de optie om te zoeken naar informatie, hulp of inspiratie. Op deze manier kan een gebruiker bijvoorbeeld informatie voor onderweg zoeken of inspiratie voor een mooie bestemming ergens.



Afbeelding 7: beginpagina van "Alles in de hand"



Afbeelding 8: Opties voor "Alles in de hand"

Mijn taakscenario bij de alles in de hand feature was

*"U wilt in het weekend wat leuks gaan doen in Utrecht, u gaat met het ov. Vind de alles in de hand feature op de mobiele site en zoek naar een leuk uitje in Utrecht."*

Met dit als taak kon ik erachter komen of de testpersonen door zouden hebben dat je voor uitjes de "ik zoek" optie kon veranderen naar "inspiratie". Dit verliep bij alle testpersonen erg goed. Wel was hier ook af en toe een probleem met het invoer veld

bij “naar”. Bij twee testpersonen resette de hele pagina als er op “ok” gedrukt werd. Of de invoer werkte niet mee en liet de testpersonen niks invullen. Dit is echter waarschijnlijk te wijten aan het feit dat het nog een bèta versie is van de feature.

### 3.4 Koerslijst

Een ander onderdeel van de mobiele site van de ANWB dat voor veel verkeer kan zorgen is de koerslijst. Gebruikers kunnen hier de waarde van hun auto controleren als ze van plan zijn deze te kopen of verkopen. De waarde check had op de desktopsite al veel meer hits dan verwacht was in de eerste paar weken. Dit was voor mij een goede reden om een check te betrekken in mijn usability test.

Het bijbehorende test scenario was als volgt:

*“Het reizen met het OV beviel u zo goed dat u erover nadenkt om uw auto te verkopen. Check wat de waarde van de auto zou zijn als u hem nu wilde verkopen met onderstaande gegevens”*

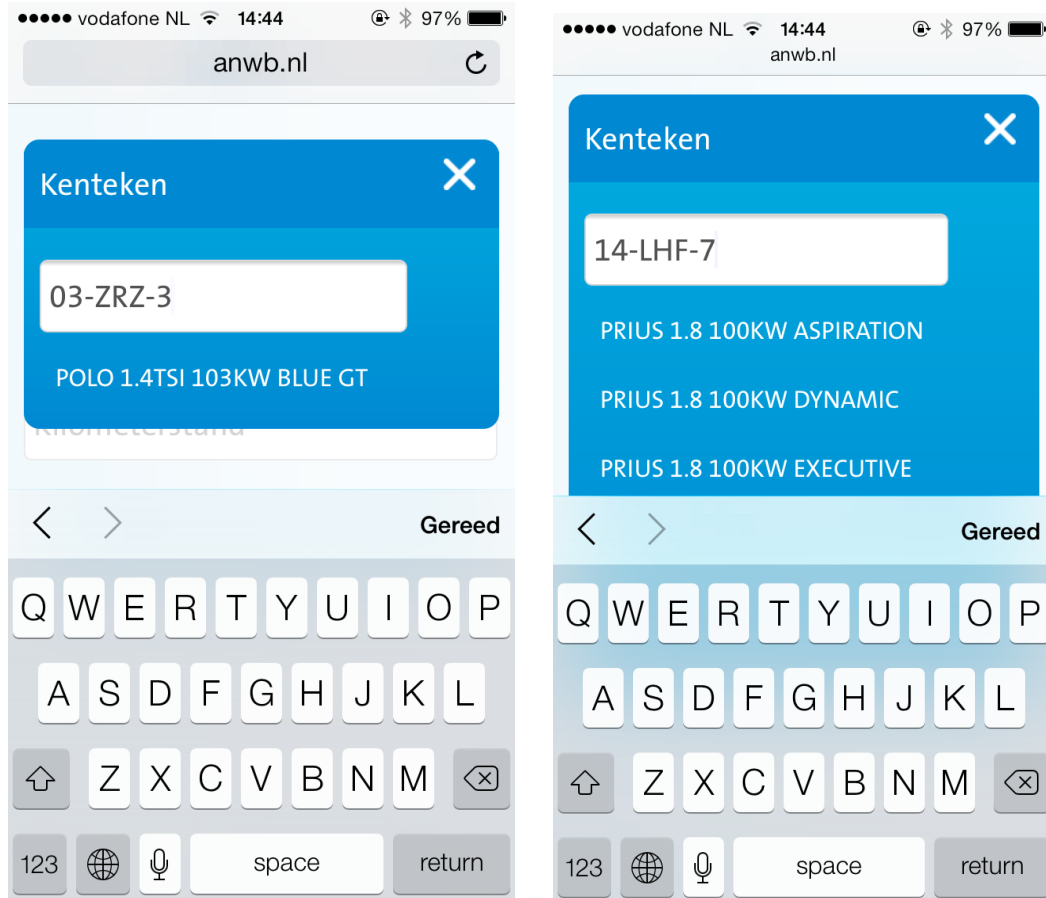
Ik had hier gegevens van mijn eigen auto gezet voor de mensen die geen auto hadden. Ook om de test resultaten gelijk te houden.

Het was de bedoeling van de test taak dat de gebruikers uitzochten waar op de site je de waarde van je auto kon controleren. Niet iedereen lukte dat in een keer. De naam koerslijst is een intern bekende term, daarbuiten minder.

De pagina van dit onderdeel werd goed begrepen, er staat een leeg geel nummerbord waar de gebruiker het nummerbord invoert, hieronder de kilometerstand. Het probleem bij deze handeling was het pop up scherm voor invoer van het nummerbord. Een gebruiker heeft het nummerbord ingevoerd, er komt dan onder het invul vak een drop down met verschillende modellen van de auto, als een gebruiker hier op een van de modellen klikt functioneert dat als “ok”. Veel van de gebruikers hadden dit niet door en sloten de pop up door op de “X” knop te klikken na het invullen van het nummerbord.

Voor sommige nummerborden zijn er niet meerdere modellen. Als dit het geval is valt het veel minder op dat er een drop down onder het invulveld komt te staan. Ik heb bij zes van de vijftien gebruikers moeten uitleggen dat er op het model geklikt moest worden.





Afbeelding 9: Kenteken invoer bij Koerslijst. Met 1 optie en meerdere opties voor een nummerbord.

Een ander punt hierbij was dat af en toe een nummerbord niet herkend werd. De boodschap kwam dan omhoog dat het nummerbord niet bekend was in de database. Dit gebeurde met een aantal oude en nieuwe nummerborden.

### 3.5 Consistentie

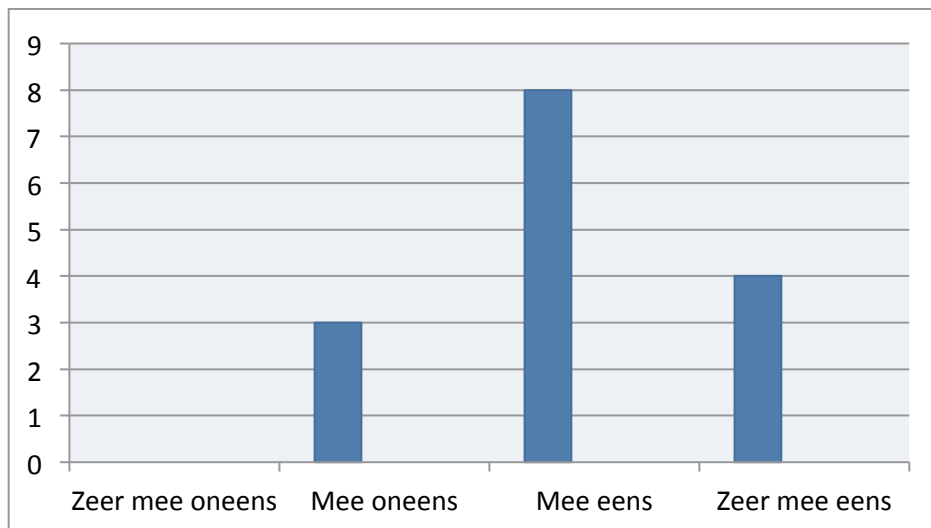
Een andere test taak die de testpersonen kregen was het zoeken van een fietsverzekering. De gebruikers die de navigation drawer niet gevonden of gebruikt hadden scrolde de homepage af en kwamen het vanzelf tegen. Het merendeel echter gebruikte het menu wel, hierin staan zowel auto en reisverzekering maar fietsverzekering komt hier niet in voor.

In tweede instantie vonden de gebruikers de button hiervoor onderaan de homepage. Van deze gebruikers kreeg ik altijd de feedback dat ze het vreemd vonden dat niet alle opties van de homepage bereikbaar waren via de navigation drawer. Ook dat de volgorde in dit menu anders was dan op de homepage leverde voor een aantal testpersonen verwarring op.

### 3.6 Vragenlijst

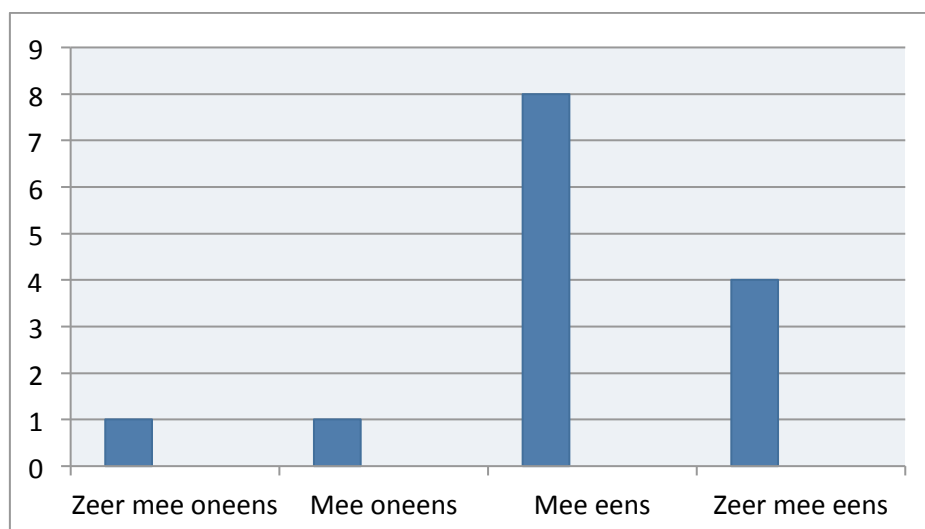
Afsluitend had ik zes korte stellingen opgesteld om te zien wat de testpersonen van bijvoorbeeld het kleurgebruik en de feedback bij een handeling vonden. Ik had hier gekozen voor vier opties, die varieerde van “Zeer mee oneens” tot “Zeer mee eens”. Bij vier opties kunnen de testpersonen niet in het midden gaan zitten en dwing je ze tot het maken van een keuze.

**1. De Navigatie van de mobiele site is goed, de onderdelen van de site zijn makkelijk te vinden.**

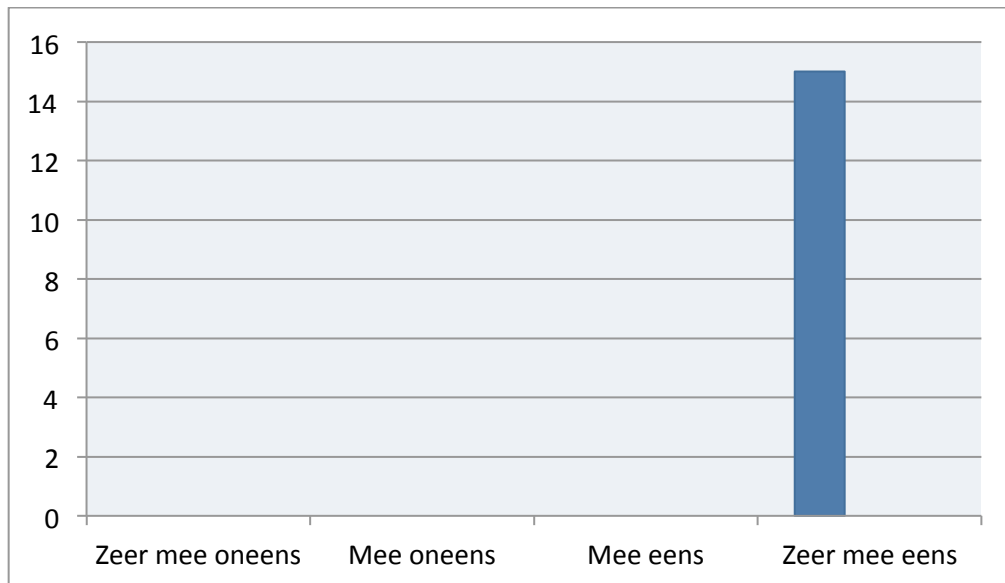


**2. Het menu is logisch ingedeeld**

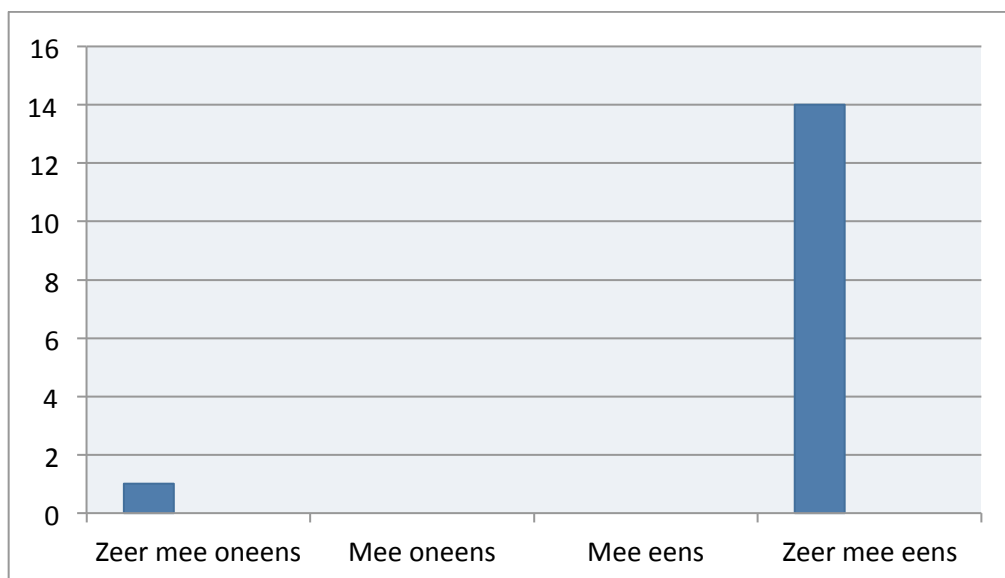
Feedback die ik hierbij kreeg was dat het menu fijn werkte op het missen van een aantal onderdelen na



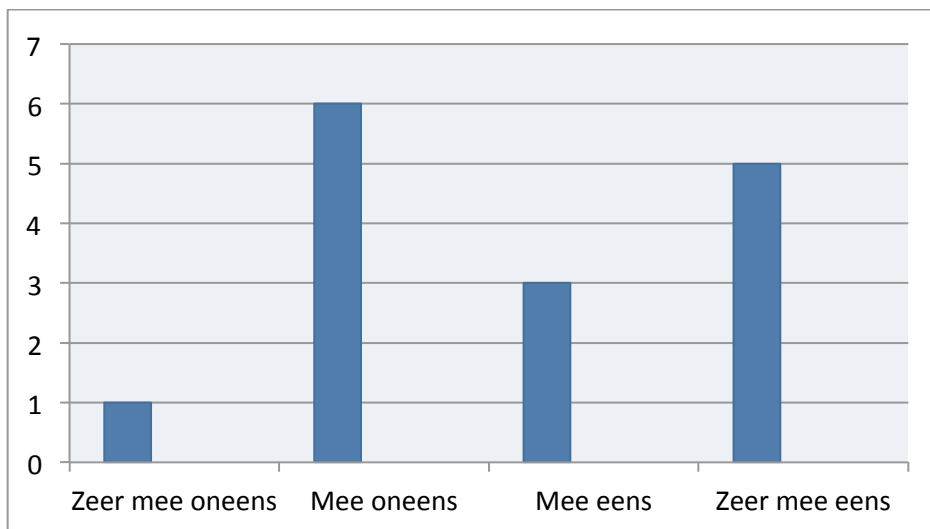
**3. Het kleurgebruik is fijn om mee te werken, niet storend.**



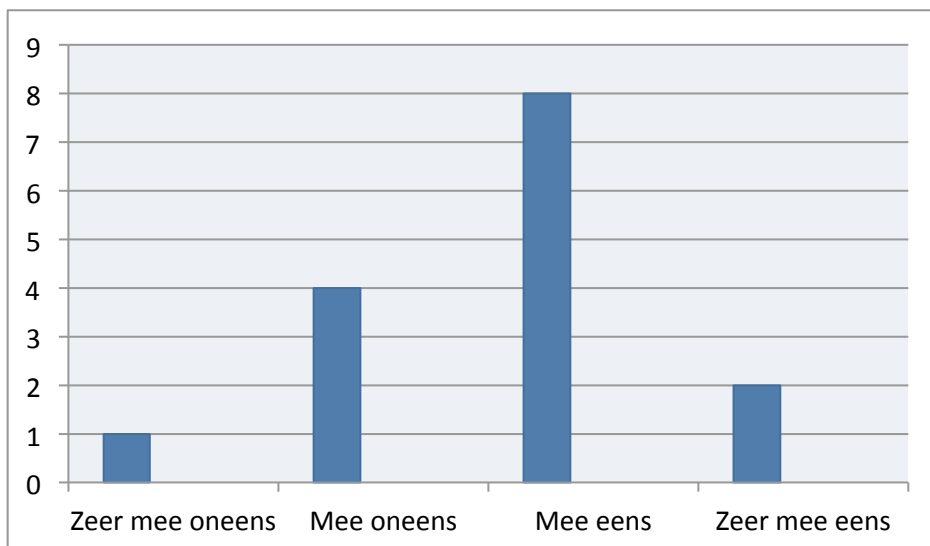
**4. Het lettertype is goed leesbaar**



**5. De invulvelden bij de formulieren werken goed**



**6. De website geeft goede feedback bij een handeling**



## 4. Aanbevelingen

In dit hoofdstuk zal ik de mogelijke oplossingen voor de bevindingen van mijn gebruikerstest bespreken. Aan de hand van deze aanbevelingen zal ik voor de ANWB een clickable demo opleveren.

### 4.1 Routeplanner

De routeplanner is een van de grote trekkers voor de mobiele site van de ANWB. Het is hierom belangrijk dat hij zo gebruiksvriendelijk mogelijk is. Op dit moment werkt de routebeschrijving goed, alleen is het invoeren van je route niet altijd een even fijn proces. Dit kan veranderd worden door een aantal punten.

- Het automatisch aanvullen versnellen.
- Het automatisch aanvullen niet meer te laten dienen als “ok” functie maar een echte “ok” of “voer in” knop neer te zetten. Of in combinatie neerzetten met het automatisch aanvullen als “ok” functie.
- Achtergrond niet mee te laten scrollen als de invoer open staat, op deze manier ziet de gebruiker sneller dat het proces nog niet voltooid is.
- Een knop om het invoer veld in een keer te legen, op dit moment is dit er niet en moet een gebruiker de backspace toets gebruiken om het veld leeg te krijgen.

### 4.2 Wegenwacht

Bij de ANWB denkt iedereen meteen aan de wegenwacht, ook op de mobiele site. Daarom staat dit ook goed hoog bovenaan de homepage. Wel verwachten de gebruikers dat onder de “Wegenwacht service” button de mogelijkheid zit om contact te maken met de wegenwacht, niet om zich in te schrijven voor een lidmaatschap bij de wegenwacht.

Om dit te verbeteren zou het handiger zijn om de call to action button voor het in contact komen met de wegenwacht (die nu vaak niet meteen gezien wordt) te verplaatsen naar boven de “Wegenwacht service” button. Op deze manier kunnen de mensen die hulp nodig hebben dat direct vinden en de mensen die informatie willen ook. De mensen die geen hulp zoeken weten dat de directe link met de wegenwacht onder de call to action zit en zien daaronder meteen een volgende button staan voor meer informatie omtrent de wegenwacht. Het gegeven commentaar dat gebruikers geen advertentie tekst verwachten onder die button wordt op deze manier opgelost omdat de verwachte optie daarvoor genoemd is

### 4.3 Alles in de hand

Alles in de hand is een erg interessante feature van de mobiele site. Er kan veel verschillende informatie mee gevonden worden. De feature werkte goed, en werd door de testpersonen als erg leuk bevonden. Wel is het een lastig te plaatsen feature. De testpersonen kregen de voorzet al om “Alles in de hand” te gebruiken bij de test taak (dit was besloten in overleg met mijn interne begeleider). Zonder deze voorzet zou het moeilijk zijn om door te hebben wat alles in de hand doet zonder er tijd in te stoppen.

Het aanpassen van de naam of ondertitel zou voor meer duidelijkheid kunnen zorgen. Als de gebruikers van de mobiele site meer het idee hebben wat een onderdeel doet zijn ze sneller geneigd om dit te bekijken of te proberen.

Op deze manier kan de feature een groot onderdeel van de mobiele site worden. De mogelijkheden die de feature biedt zijn namelijk erg interessant.

### 4.4 Koerslijst

De koerslijst is een erg handig onderdeel. Het geeft de gebruiker snel een idee van de mogelijke koop of verkoop prijs van een auto. Tijdens mijn gebruikers test viel wel op dat er vaak overheen gekeken werd. Ook waren er in gebruik een aantal punten. Deze punten kunnen goed worden opgelost.

- De naam koerslijst terug veranderen naar “Autowaarde”. Koerslijst is een interne term voor de ANWB die daarbuiten een stuk minder snel herkend zal worden.
- Op dit moment moet er een model geselecteerd worden na het invullen van het kenteken. Soms is dit maar een model en is dit niet meteen duidelijk. Haal de “ok” functie weg bij het aanklikken van een model en zet een “ok” knop neer. Zet de verschillende modellen hierna in een drop down menu boven het “extra opties” onderdeel. Op dit moment duurt het vaak langer voordat ze het aanklikken van een model doorhebben, zeker als er maar een model omhoogkomt. Op deze manier zou dat voorkomen kunnen worden, een extra keuze moment in het proces is dan niet storend.

Het toevoegen van deze extra stap in het proces zal uiteindelijk zorgen voor een snellere doorstroming. Op dit moment duurt het herkennen van een modelkeuze als “ok” functie lang en moeten veel testpersonen het kenteken meerdere keren invoeren omdat ze het pop up window hebben gesloten omdat ze dachten zo de handeling af te ronden.

## 4.5 Consistentie

De consistentie binnen een website is erg belangrijk. De mobiele site van de ANWB is geen uitzondering. De verbeter kansen in dit onderdeel zijn als volgt.

- Zorgen dat er consistentie ontstaat in de navigation drawer van de mobiele site in zowel volgorde als welke onderdelen op de homepage genoemd zijn.
  - Het kan zijn dat alle verschillende verzekeringen zorgen voor een te druk menu. Deel deze dan in onder een hoofdknop “verzekeringen”.
- De ondertitel van fietsverzekeringen heeft als enige een punt achter de ondertitel staan. Dit is niets wat de workflow aanpast maar zorgt voor een netter ogende website als dit veranderd wordt.

De mobiele site zou een stuk rustiger ogen als alle verzekeringen onder een hoofdbutton stonden. Het zou het scrollen binnen de website ook verminderen.

## 4.6 Priority Analyse

| Prioriteit    | Oplossing                                                                                                                        |
|---------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>High</b>   | Automatische aanvullen routeplanner versnellen                                                                                   |
|               | Ok knop routeplanner in combinatie neerzetten                                                                                    |
|               | Icoon om veld te legen bij routeplanner                                                                                          |
|               | Consistentie tussen menu en homepage                                                                                             |
|               | Model selectie koerslijst in een drop down menu zetten en toevoegen “ok” knop                                                    |
| <b>Medium</b> | Naam koerslijst terug veranderen naar Autowaarde                                                                                 |
|               | Wegenwacht info en call to action button van plek wisselen.                                                                      |
|               | Verzekeringen onder een hoofdbutton plaatsen                                                                                     |
| <b>Low</b>    | Consistentie in ondertitels bij buttons                                                                                          |
|               | Naam aanpassen alles in de hand                                                                                                  |
|               | Afbeeldingen passend maken bij nieuws en tips items, het hoort in het originele ontwerp maar oogt voor veel mensen als een fout. |



## Quick scan routeplanner tablet

**Afstudeerder:** Max van de Ven

**Bedrijf:** ANWB

**Periode:** November – Maart 2014

**Begeleider:** A.J. Reurings

**2° Examiner:** E.P.H. Grummels



## Inhoudsopgave

|                             |     |
|-----------------------------|-----|
| 1. Inleiding .....          | 3.  |
| 2. Leesbaarheid .....       | 4.  |
| 3. Ruimte en indeling ..... | 5.  |
| 4. Techniek .....           | 8.  |
| 8. Priority analyse .....   | 10. |
| Bron A .....                | 11. |
| Bron B .....                | 12. |

## 1. Inleiding

In dit document zal ik de uitkomsten van de quick scan of expert review die ik heb afgenomen vertellen. Ik heb deze quick scan afgenomen op een tablet bij de routeplanner van de ANWB die op dit moment live staat. Op deze manier kan ik zien hoe het voor gebruikers met een tablet is om met deze routeplanner te werken.

Ik heb voordat ik begon met mijn quick scan vooronderzoek gedaan naar wat de belangrijke punten waren om op te letten bij ontwerpen of optimaliseren voor tablet devices. Uit een aantal interessante artikelen die ik heb gelezen en mijn eigen kennis met tablet heb ik de volgende punten opgesteld voor dit onderzoek:

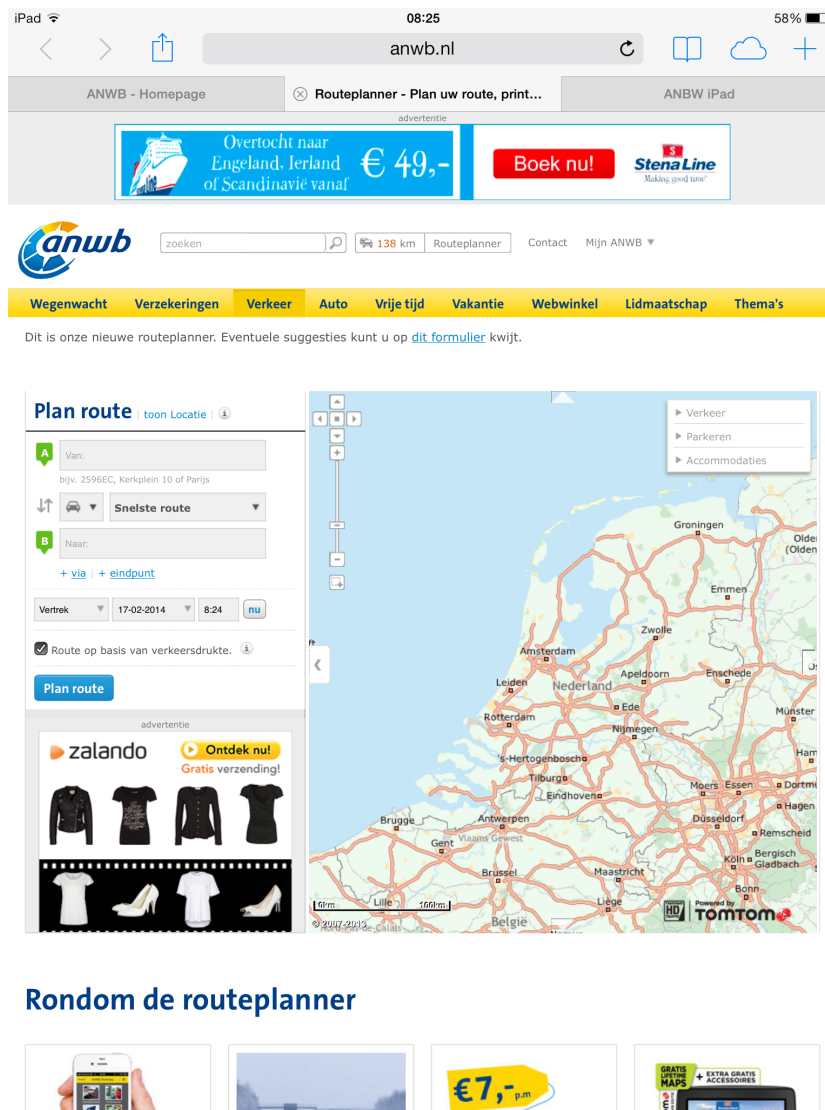
- Leesbaarheid
- Ruimte / indeling
- Techniek

Aan de hand van deze punten heb ik zelf veel tijd besteed met de routeplanner op mijn tablet. Op deze manier heb ik goed doorgekregen wat er verbeterd moet worden om een tablet geoptimaliseerde routeplanner te krijgen.

Afsluitend zal ik een priority analyse maken van de gevonden punten, op deze manier krijg je een duidelijk beeld van de gevonden punten en de urgentie hiervan.

## 2. Leesbaarheid

De leesbaarheid van een site op een tablet kan flink anders zijn dan op de desktop site. De afmetingen van een tablet scherm kunnen de letters verkleinen. Een tablet kan zowel in landscape (liggend) of in portrait (staand) mode gebruikt worden, dit zorgt ervoor dat de gebruikte letters op allebei deze momenten goed leesbaar moeten zijn.

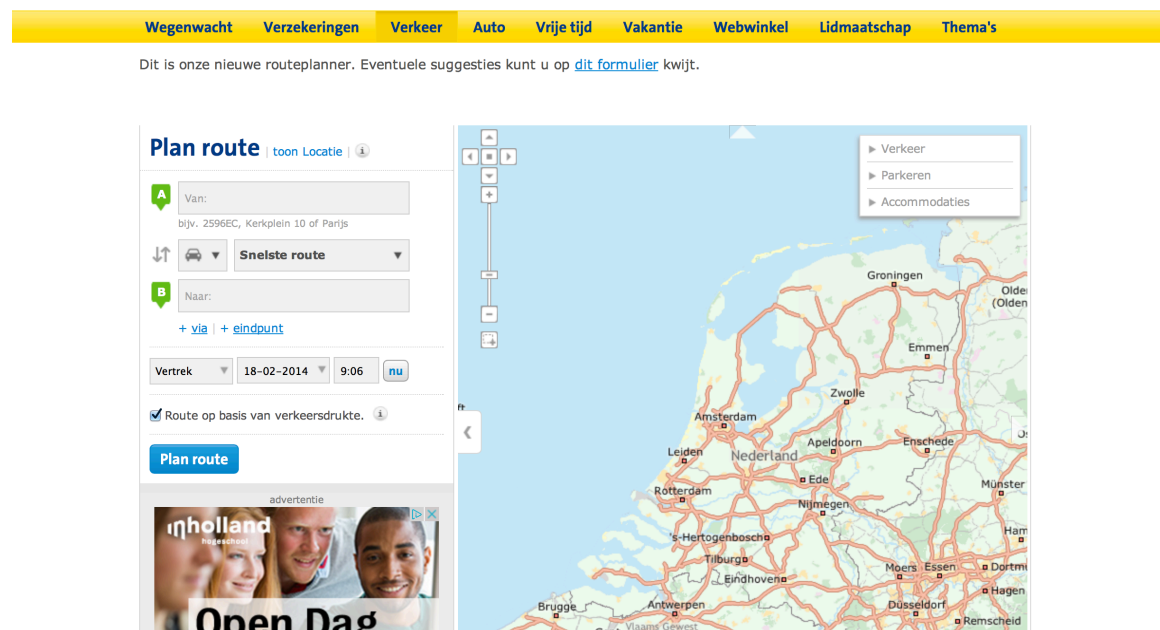


Afbeelding 1: De routeplanner van de ANWB op tablet (portrait mode)

In afbeelding 1 is de routeplanner te zien zoals hij nu op tablet eruit ziet. In dit voorbeeld is het device in portrait mode gehouden. Op dit moment is de leesbaarheid van de linker kolom, waar de input ingevuld moet worden, niet optimaal.

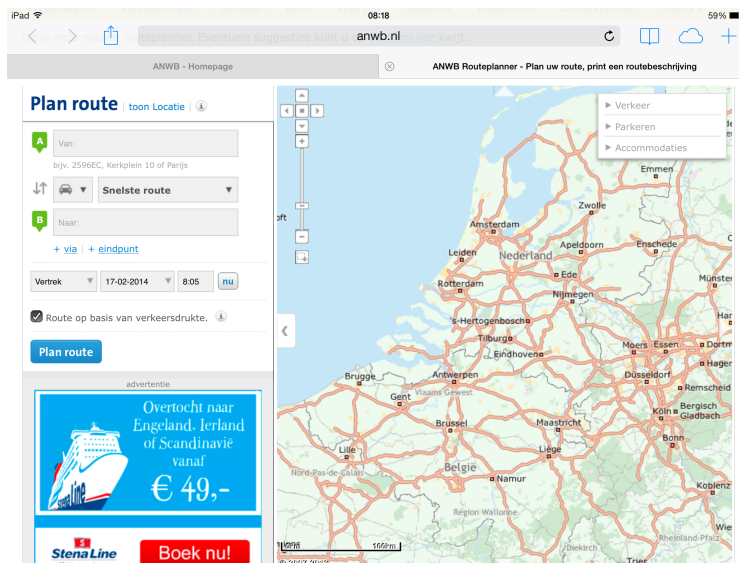
### 3. Ruimte en indeling

De indeling van de routeplanner is op dit moment niet optimaal voor tablet gebruik. Links op de pagina staat een kolom waar gebruikers hun bestemming, vertrekpunt en vervoersmiddel kunnen bepalen. Rechts van deze kolom staat de kaart waar de route op verschijnt. Samen zijn deze objecten pagina vullend, er is geen witruimte meer naast de kaart of de informatie kolom op tablet. Dit omdat de scherm grootte van een tablet device uiteraard een stuk kleiner is. Op de desktopsite is deze witruimte er wel maar de lay-out veranderd op tablet. Op deze manier wordt het voor een gebruiker lastig om te scrollen over de pagina, zowel de kolom als de kaart scrollen los van de rest van de pagina. Een gebruiker moet in het kleine stuk witruimte boven of onder de kaart scrollen om de volledige pagina te kunnen bekijken. Ook om onder de kaart te komen moet de gebruiker proberen een stuk naar onder te scrollen, hier staan namelijk nog een aantal links naar handige informatie voor gebruikers.

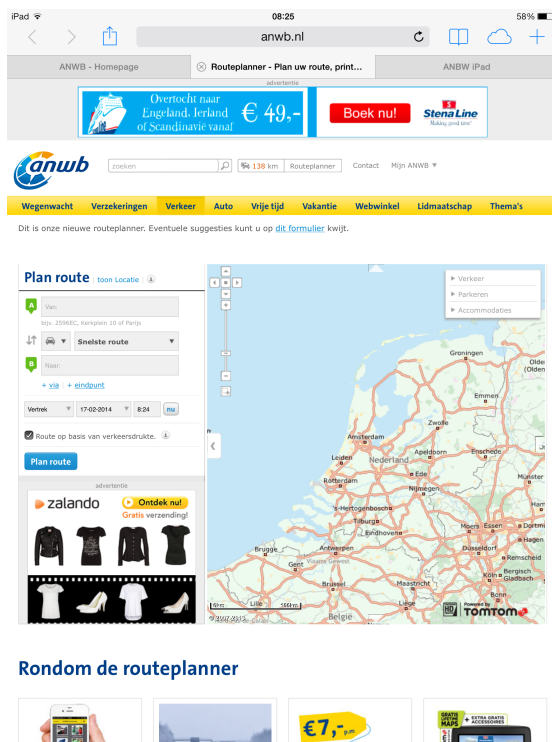


Afbeelding 2: Indeling pagina routeplanner desktop site.

In afbeelding twee is te zien hoe de indeling is op de desktop site van de ANWB. Hier is gebruik gemaakt van witruimte rondom de routeplanner. In afbeelding drie en vier is te zien hoe de indeling is op een tablet. Er is op een tablet scherm uiteraard minder ruimte, hierdoor is de witruimte weggefallen, dit is echter storend als een tablet gebruiker over de pagina wil navigeren. Dit omdat de kaart en de linker kolom op zichzelf staande onderdelen zijn die los van de pagina scrollen. Dit is zowel in landscape als in portrait view.



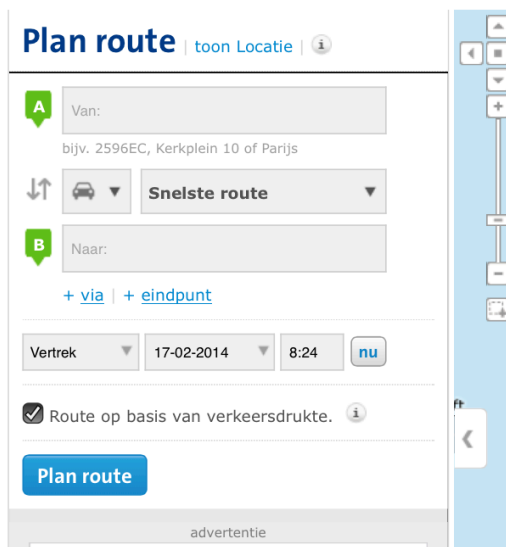
Afbeelding 3: Indeling routeplanner pagina op tablet (Landscape)



Afbeelding 4: Indeling routeplanner pagina op tablet (portrait)

Op deze manier wordt het voor de gebruikers van de routeplanner op een tablet lastig om deze pagina fijn te gebruiken. Het navigeren langs alle invoervelden en keuzes in de linker kolom is vaak lastig, de iconen staan dicht tegen de anderen aan dus er moet voorzichtig getikt worden op de pagina. Bij tablet gebruik verwachten de gebruikers genoeg ruimte om fijn door de pagina te kunnen navigeren.

Een ander punt is de indeling van de pagina. Op dit moment is er gekozen voor een twee kolommen indeling. Dit zorgt voor een overzichtelijke pagina op de desktop site, maar op een tablet wordt het hierdoor een drukke pagina. De invoer kolom links bevat alle informatie waar de gebruiker uit kan kiezen, de verschillende opties voor wegen bijvoorbeeld of het vervoersmiddel. Deze kolom is op tablet echter erg druk, alles staat dicht tegen elkaar aan. Dit zorgt ervoor dat een gebruiker niet fijn kan navigeren door alle verschillende opties zonder een andere optie aan te raken of te beïnvloeden. Ook valt de call to action button voor 'plan route' weg in de drukke pagina met advertenties en andere opvallende punten.

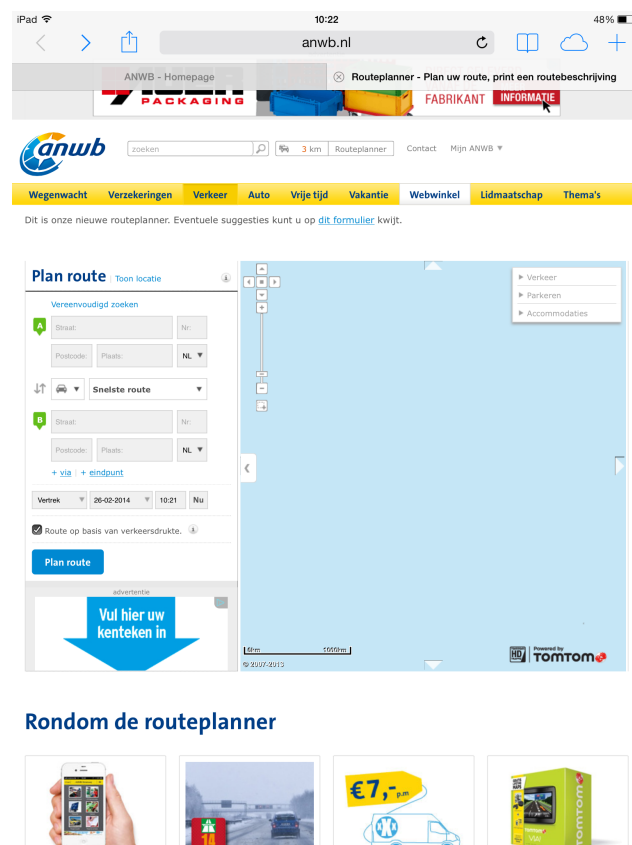


Afbeelding 5: de linker kolom, invoer, van de routeplanner is erg druk en dicht op elkaar

## 4. Techniek

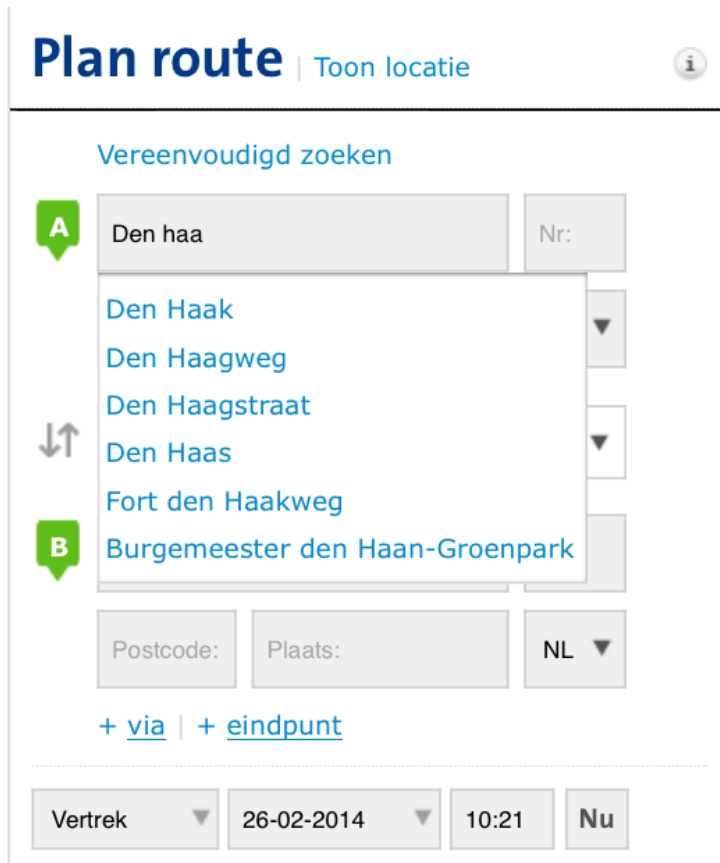
Op dit moment is er technisch een hoop te verbeteren voor de routeplanner op tablet. Het maken van een routeplanner vraagt om veel goed werkende functies. Denk hierbij aan de aanvulfunctie voor de invoer van de routeplanner of aan het geven van de juiste informatie op de kaart. De kaart gegevens komen direct van TomTom. Op dit moment werkt de kaart goed op de desktop versie van de routeplanner. Op tablet werkt het echter een stuk minder goed. Bij een tablet worden verschillende movements verwacht die op het scherm werken. Een gebruiker verwacht bijvoorbeeld te kunnen swipen (met de vinger over de kaart bewegen) of zoomen op een object bij tablet.

Als er nu wordt ingezoomd op de kaart of erover geswiped wordt met een vinger, verspringt de kaart vaak of verdwijnt de kaart volledig. Op deze manier kan een gebruiker op tablet eigenlijk niks met de routeplanner doen.



Afbeelding 6: De kaart verspringt of verdwijnt vaak bij aanraking op tablet

Een ander punt is de automatische aanvulling van de routeplanner. Het automatisch aanvullen moet het invullen van de adres gegevens een stuk fijner laten werken. Vaak echter geeft de aanvulling opties weer die niet direct relevant zijn voor wat er ingevuld wordt, of zelfs ver in het buitenland zitten.



**Plan route** | [Toon locatie](#) ⓘ

Vereenvoudigd zoeken

**A** Den haa Nr:

Den Haak  
Den Haagweg  
Den Haagstraat  
Den Haas  
Fort den Haakweg  
**B** Burgemeester den Haan-Groenpark

Postcode:  Plaats:  NL ▼

[+ via](#) | [+ eindpunt](#)

Vertrek ▼ 26-02-2014 ▼ 10:21 Nu

Afbeelding 7: aanvulfunctie die niet altijd relevante informatie geeft, zoekopdracht naar den haag



## 5. Priority analyse

In deze priority analyse zal ik de gevonden punten indelen op urgentie. Op deze manier krijg je meteen een lijstje met punten die je kan afhandelen in het verbeterproces wat gaat volgen.

| Priority | Problem                                                                                                  |
|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| High     | Er moet een werkende kaart in de routeplanner komen te staan.                                            |
|          | De indeling moet anders, er moet meer ruimte zijn voor de gebruikers om tot een fijne ervaring te komen. |
| Medium   | Groter lettertype voor betere leesbaarheid ook in portrait mode                                          |
|          | Grotere iconen om ervoor te zorgen dat het selectieproces beter gaat                                     |
| Low      | Verbeterde auto aanvul functie                                                                           |
|          | Opvallendere call to action button                                                                       |

## Bron A: Cool tips and resources to make your website tablet friendly

### Cool Tips and Resources to Make Your Website Tablet-Friendly

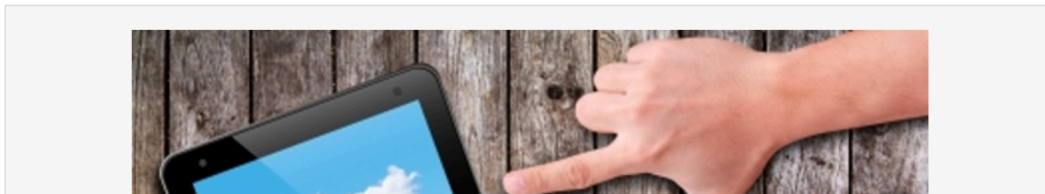
Posted in **Tips, Tools, Web Design** • 2 years ago • Written by **Ryan Taft** • 4 Comments

Is your website ready for the Tablet Revolution? Unless you are one of those Doomsday Preppers and you've been living in your bug out bunker for the past few weeks, you know iPad 3 just hit the market, and people are going crazy over it. It's only taken a few years, but the release of Apple's iPad, among all of the other tablets, has created a new HUGE trend that website owners need to be aware of. The Tablet Revolution, as some are referring to it, has cause many website owners to rethink their website design and layout. Earlier you could simply build a website for desktops and laptops. Then mobile smart phones came along and changed everything. Many website owners now have a mobile version of their website ready for any visitors who decide to stop by from their mobile phones. Well, it's time to update your website yet again, this time for tablet owners. In this article we are going to cover why it's important for your website to be tablet ready, talk about some Do's and Don'ts, provide some example companies who are making sure their website is tablet ready, and provide you with the tools and resources that you need to create a tablet-ready version of your website.

21

353

37



Link: <http://www.1stwebdesigner.com/design/tips-resources-website-tablet-friendly/>

Auteur: Ryan Taft

## Bron B: 10 tips om je website te optimaliseren voor tablet

### 10 tips om je website te optimaliseren voor tablets

19 juli 2013 Mark van Tuel Nog geen reacties Zoekmachine Optimalisatie Kennisbank



10 tips om je website te optimaliseren voor tablets bieden bezoekers van de site de mogelijkheid om een ideale gebruikerservaring te krijgen. Veel websites zijn niet geoptimaliseerd voor tablets, zodat gebruikers problemen kunnen ervaren met als gevolg dat de bezoekers snel afhaken.

#### Groot lettertype gebruiken

Op een tablet is het lastig om kleine letters te lezen. Gebruikers kunnen zelf het beeld vergroten, maar het is ideaal om hen direct een groot lettertype te bieden.

#### Geen drop-down menu toepassen

Op een tablet werkt een drop-down menu niet zoals op een laptop of computer. Gebruikers kunnen in dat geval slecht navigeren.

#### Plaats links niet te dicht op elkaar

Op een touchscreen is het handiger om een link aan te klikken als deze op enige afstand van een andere link of klikoptie is geplaatst.

#### Pas geen flash toe

Op een iPad zal flash niet werken en aangezien de Apple tablet een van de meest gebruikte tablets is, kan daar rekening mee gehouden worden.

#### Houd de website overzichtelijk

Het is op een tablet nog belangrijker om een website overzichtelijk te houden en dat kan bereikt worden door minder inhoud en elementen op de site te plaatsen.

Link: <http://ompro.nl/zoekmachine-optimalisatie-kennis/zoekmachine-optimalisatie/10-tips-om-je-website-te-optimaliseren-voor-tablets/>

Auteur: Mark van Tuel



## Ontwerprapport routeplanner tablet

**Afstudeerder:** Max van de Ven

**Bedrijf:** ANWB

**Periode:** November – Maart 2014

**Begeleider:** A.J. Reurings

**2<sup>e</sup> Examiner:** E.P.H. Grummels

## **Inhoudsopgave**

|                           |            |
|---------------------------|------------|
| <b>11.Inleiding</b>       | <b>3.</b>  |
| <b>12.Strategy plane</b>  | <b>4.</b>  |
| 2.1 User needs            | 4.         |
| <b>13.Scope plane</b>     | <b>5.</b>  |
| <b>14.Structure plane</b> | <b>6.</b>  |
| <b>15.Skeleton plane</b>  | <b>8.</b>  |
| <b>16.Surface plane</b>   | <b>13.</b> |
| 6.1 Kleurgebruik          | 14.        |
| 6.2 Iconen                | 15.        |

## 1. Inleiding

Voor mijn afstudeer periode van November 2013 tot Maart 2014 zit ik bij de ANWB. Voor de ANWB heb ik in het eerste deel van mijn afstudeer proces gekeken naar de mobiele site. Nu ga ik me bezig houden met de routeplanner. Deze moet geoptimaliseerd worden voor tablet en er is aan mij gevraagd om een clickable demo te maken van een tablet versie.

In dit verslag ga ik in op mijn ontwerp voor deze routeplanner. Na dit ik het ontwerp gemaakt heb zal ik er een clickable demo van maken en deze onderwerpen aan een usability test.

Ik zal in dit verslag de verschillende planes van Jesse James Garrett langsgaan in mijn proces tot een compleet ontwerp. In hoofdstuk twee behandel ik de strategy plane. Hoofdstuk drie zal ingaan op de scope plane. Bij hoofdstuk vier behandel ik de structure plane. Hoofdstuk vijf zal de skeleton plane behandelen en afsluitend zal hoofdstuk zes ingaan op de surface plane.

## 2. Strategy plane

De eerste plane in dit proces was de strategy plane. In deze plane behandel ik de strategie voor het ontwerpen van de routeplanner. Voor dit proces heb ik goed gekeken naar de bestaande routeplanner en mijn afgenomen quick scan. Het proces verschilt op een paar manieren ten opzichte van het vorige proces met de mobiele site. Ik begin hier met een eigen quick scan van de routeplanner, en maak op basis van mijn eigen kennis en bevindingen een clickable demo voor de routeplanner. Als deze klaar is zal ik mijn demo onderwerpen aan een usability test en hier een advies rapport over maken.

### 2.1 User needs

Na het afnemen van mijn quick scan ben ik begonnen met het opstellen van user needs voor de tablet versie van de routeplanner. Ik heb hierbij gekeken naar wat ik nodig zou hebben bij een routeplanner. Ook heb ik dit aan een aantal collega's van mij op de afdeling gevraagd. Hieruit heb ik uiteindelijk de volgende user needs opgesteld:

- Gebruiksvriendelijk
- Snel
- Functioneel

De routeplanner moet gebruiksvriendelijk zijn. Waar de routeplanner op dit moment niet fijn werkt op een tablet moet mijn versie dat wel doen. Hierbij moet de gebruiker een fijne logische workflow doorlopen om snel zijn doel van het plannen van een route te kunnen voltooien. Verder moet de routeplanner functioneel zijn, hij moet de opties bieden die mensen verwachten bij een routeplanner, en deze functies op een goede manier aanbieden waardoor gebruikers op een zo goed mogelijke manier gebruik kunnen maken van de routeplanner.

### 3. Scope plane

Het volgende proces was het doorlopen van de scope plane. In de scope plane ging ik kijken naar wat ik wilde voor mijn routeplanner. Ik heb in dit proces gekeken naar mijn quick scan en priority analyse. Verder heb ik mezelf goed ingelezen over het optimaliseren voor tablet. Uiteindelijk heb ik in dit proces een lijst met concrete aanpassingen opgesteld voor mijn routeplanner.

- **Aanpassingen**
  - Indeling van de pagina
  - Ruimte voor alle invoer en iconen
  - Kaart beter functioneren op tablet

De indeling van de pagina is op dit moment niet optimaal. Hier ga ik iets anders voor moeten verzinnen. Op dit moment is er aan de zijkanten te weinig ruimte voor gebruikers om te scrollen over de pagina, dit kan met erg veel moeite wel, maar dat is niet de bedoeling. Ik moet hierbij uiteraard een indeling verzinnen die zowel in landscape als in portrait mode fijn werkt.

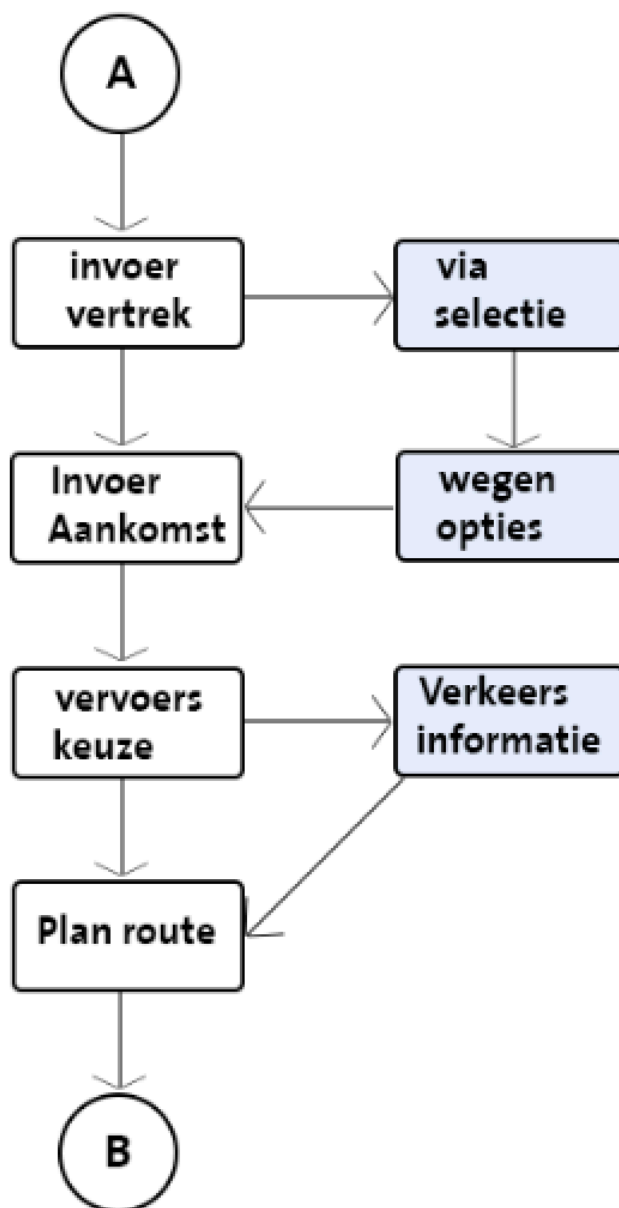
Een volgende stap is zorgen voor meer ruimte voor alle invoer velden en iconen. Op dit moment staan alle invoervelden en iconen in een linker kolom. Hierdoor staan deze behoorlijk dicht op elkaar. Op een computer waar een muis gebruikt wordt is dit niet zo'n probleem nog, maar voor een tablet waar alles met een vinger gedaan moet worden is dat niet optimaal. Een gebruiker loopt het risico meerdere objecten of onderdelen aan te tikken en zo zijn werk proces te verstoren.

De kaart werkt op dit moment ook niet lekker voor de tablet. Dit komt omdat de kaart ook geoptimaliseerd is voor tablet. De database voor de kaart komt direct van TomTom en is geleverd voor desktop optimalisatie, niet voor tablet.



## 4. Structure plane

Bij de structure plane ging ik kijken naar de structuur van mijn routeplanner. Hier was voor mij de bedoeling een 'workflow' op te stellen zodat ik een idee had hoe de gebruiker door mijn routeplanner zou werken. Waar ik bij de mobiele site een sitemap heb opgesteld met alle bereikbare punten erin, ga ik dit anders doen voor de routeplanner. Ik heb ervoor gekozen om voor mijn structure plane een workflow diagram te maken, waarin ik de keuzes en invoer volgorde van de gebruiker weer zal geven. Dit omdat ik in tegenstelling tot de mobiele site, nu ontwerp voor een pagina.



Afbeelding 1: Workflow routeplanner

In afbeelding 1 is mijn workflow te zien. In principe is de workflow als volgt, een gebruiker voert een vertrekplaats in, voert een aankomst plaats in, selecteert vervoersmethode en plant route. Dit is de hoofd workflow.

Hiernaast bevat de routeplanner nog opties, een routeplannen via een derde plaats bijvoorbeeld. De extra opties zijn aangegeven met een blauwe kleur. Wegen opties betekend bijvoorbeeld het selecteren van de optie "geen snelwegen". Verkeersinformatie is een optie die ik wil toevoegen waarbij gebruikers kunnen kiezen voor actuele verkeersinformatie op hun route.

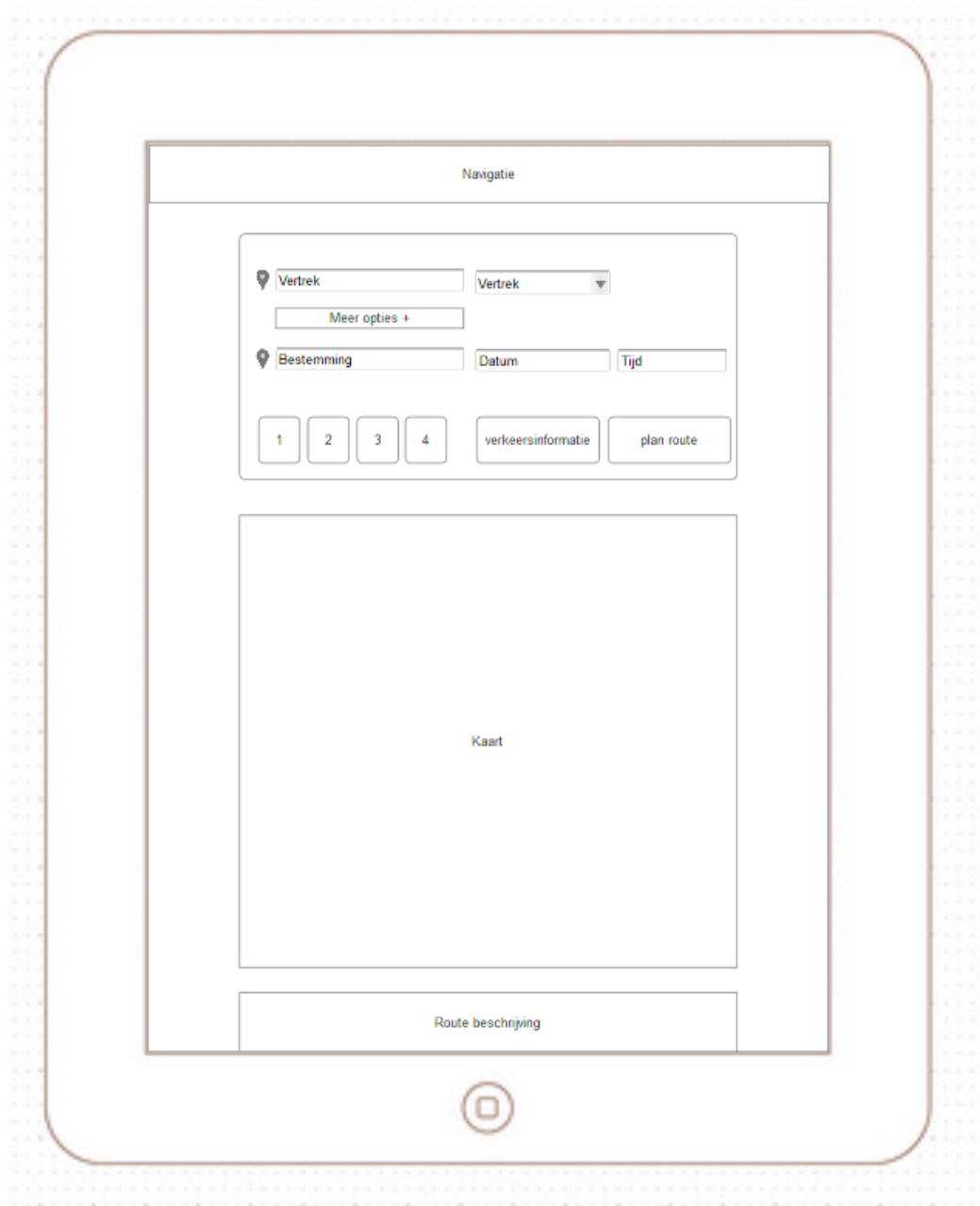
## 5. Skeleton plane

De volgende plane is de skeleton plane. Hier ga ik het 'skelet' van de routeplanner neerzetten. Hier werk je nog niet met uiterlijke kenmerken, maar kijk je naar locaties voor de invoervelden etc.

Ik heb in de skeleton plane wireframes gemaakt voor de routeplanner op tablet. In deze wireframes heb ik de nieuwe lay out van de pagina neergezet. Ik heb bij het ontwerpen van de nieuwe lay out gekeken naar de mobiele site van de ANWB. Dit was het onderwerp waar ik hiervoor aan gewerkt heb. Hierin maakt de ANWB gebruik van een top down ontwerp. De invoer staat bovenaan, hieronder de kaart en onder de kaart komt de route informatie te staan. Dit was een manier die bij de testpersonen van mobiel goed begrepen werd en fijn werkte. Dit heb ik toegepast bij mijn ontwerp voor de tablet versie.



Afbeelding 2: routeplanner landscape mode



*Afbeelding 3: routeplanner portrait mode*



Navigatie

Vertrek  Vertrek

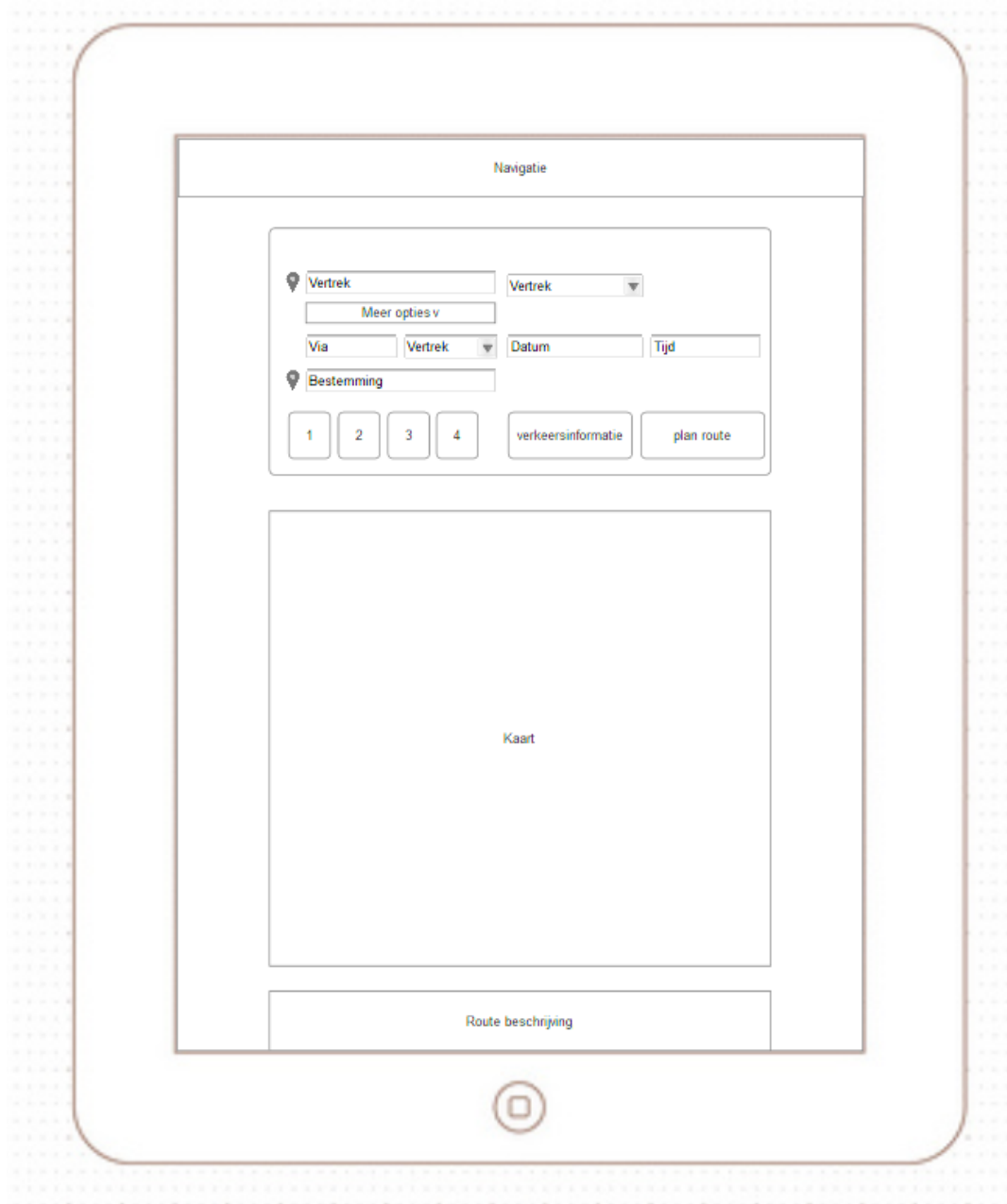
Via  Snelste route  Datum  Tijd

Bestemming

1 2 3 4

Kaart

*Afbeelding 4: routeplanner meer opties landscape*



Afbeelding 5: routeplanner meer opties portrait mode

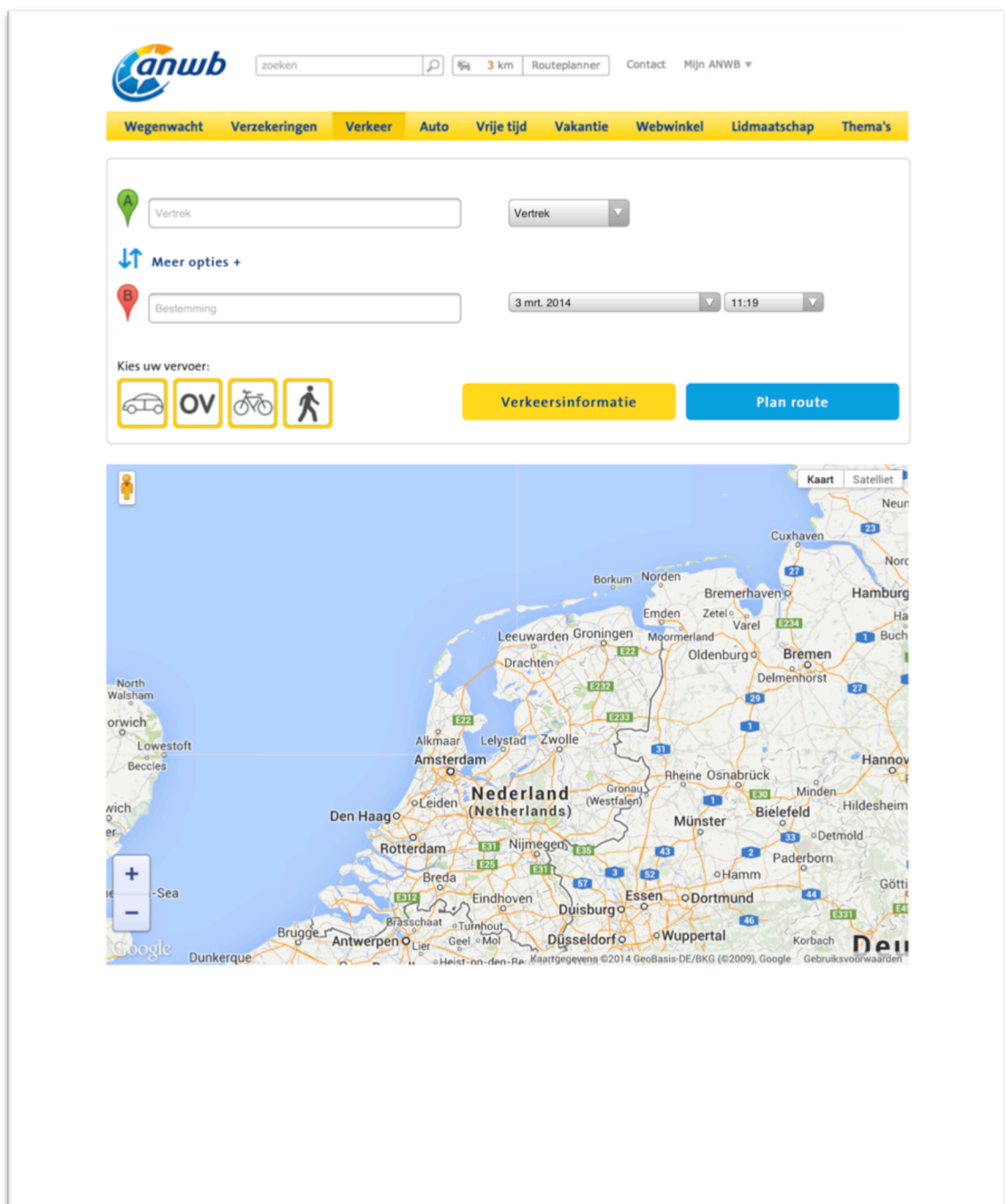
In de wireframes is te zien hoe de normale situatie zou zijn in de verschillende standen, portrait en landscape. Ook heb ik de weergave gemaakt als de meer opties geselecteerd wordt. Ik heb er voor gekozen om de via optie en de wegen opties onder een meer opties knop te zetten om de eerder opgesteld hoofd workflow de ruimte te geven.

De buttons onderin (1,2,3,4) zijn de locaties van de voertuig opties. Deze zullen bestaan uit auto, fiets, ov en lopen. De kaart die ik ga gebruiken wordt een Google Maps API. Een api is een input van google waarmee je gebruik kan maken van bijvoorbeeld hun routeplanner in je eigen site of applicatie. Ik kan geen gebruik maken van de TomTom input van de ANWB dus heb hiervoor gekozen om te laten zien hoe het zou kunnen worden.

De verkeersinformatie optie op de routeplanner heb ik neergezet om de gebruikers te laten kijken of er files of vertragingen zijn op hun route. Dit vervangt de bestaande verkeersinformatie op de ANWB site niet. Dit is puur een toevoeging waardoor mensen die een route gepland hebben niet hoeven te wisselen van scherm om een verkeerscheck te doen.

## 6. Surface plane

De laatste plane die ik moest doorlopen was de surface plane. Hierbij ging ik kijken naar het eerder opgestelde wireframe en hoe ik dit kon stylen. Ik heb hierbij gekeken naar de rest van de ANWB site. De routeplanner die ik heb ontwikkeld is een tablet geoptimaliseerde versie maar zou op de normale desktopsite van de ANWB te staan komen. Hieronder is te zien hoe de uiteindelijke routeplanner eruit ziet.

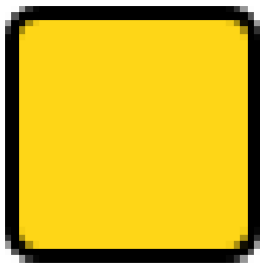


Afbeelding 6: uiterlijk routeplanner op tablet



## 6.1 Kleurgebruik

Het kleurgebruik van mijn versie van de routeplanner moest passen bij de rest van de ANWB site. Ik heb hierom kleuren gebruikt die van de desktop site afwezig zijn. Hieronder zijn de kleuren zichtbaar. Verder heb ik daarnaast nog de kleuren groen en rood gebruikt die Google gebruikt in zijn kaart voor het A en B icoontje bij de invoervelden.



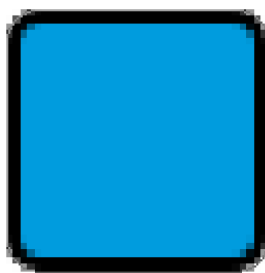
#FED716  
verkeersinformatie  
omlijning buttons



#FECA0A  
Geselecteerd icoon



#013E86  
Meer opties kleur



#009CDE  
plan route button

## 6.2 Iconen

De iconen die ik heb gebruikt voor de routeplanner heb ik gemaakt naar inspiratie van de mobiele site. Hier staan de iconen gebruikt bij bijvoorbeeld autoverzekering of fietsverzekering. Op deze manier zit er een herkenningsfunctie tussen de mobiele site en delen van de desktopsite.

Ik heb voor de iconen zowel een niet geselecteerde versie als een active versie ontworpen. Op deze manier is het voor een gebruiker goed duidelijk of een icoon geselecteerd is of niet en welk icoon dan geselecteerd is.



*Afbeelding 7: iconen voor routeplanner, niet geselecteerd en active versie*



## Test plan routeplanner tablet

**Afstudeerder:** Max van de Ven

**Bedrijf:** ANWB

**Periode:** November 2013 – Maart 2014

**Begeleider:** A.J. Reurings

**2° Examiner:** E.P.H. Grummels

## Inhoudsopgave

|                                  |           |
|----------------------------------|-----------|
| <b>5. Inleiding .....</b>        | <b>3</b>  |
| <b>6. Onderzoeksvraag .....</b>  | <b>4</b>  |
| <b>7. Test proces.....</b>       | <b>5</b>  |
| <i>3.1 Volledige test .....</i>  | <i>5</i>  |
| <i>3.2 Test methode .....</i>    | <i>5</i>  |
| <i>3.3 Test personen .....</i>   | <i>6</i>  |
| <i>3.4 Test data .....</i>       | <i>6</i>  |
| <i>3.5 Test materialen .....</i> | <i>7</i>  |
| <b>8. Test taken .....</b>       | <b>8</b>  |
| <b>Bronnen .....</b>             | <b>10</b> |
| <br><b>Bijlagen</b>              |           |
| <b>III. Test formulier .....</b> | <b>11</b> |

## **1. Inleiding**

Dit document is het plan voor de usability test die ik zal afnemen bij de clickable demo die ik heb gemaakt voor tabletoptimalisatie voor de routeplanner op de site van de ANWB. Deze usability test zal worden afgenomen bij verschillende testpersonen. De tablet versie die ik heb ontwikkeld voor de ANWB (demo) is een nieuw onderdeel, en bestaat nog niet. De desktopversie werkt niet op een tablet, mijn versie zou dit probleem moeten oplossen.

In het volgende hoofdstuk zullen de onderzoeksvraag en bijbehorende deelvragen behandeld worden. In hoofdstuk 3 zal ik het volledige test proces beschrijven. In hoofdstuk 4 worden de testtaken en de testscenario's doorgenomen.

Aan het einde van dit document zal er een duidelijk plan zijn voor het afnemen van de usability tests voor de clickable demo die ik heb gemaakt voor tabletoptimalisatie van de routeplanner.

## 2. Onderzoeksvraag

In dit onderzoek wil ik kijken of mijn clickable demo van een tablet versie voor routeplanner fijn werkt voor de gebruikers. Mijn hoofdvraag is dan ook:

*“Kunnen gebruikers met zo min mogelijk moeite en fouten gebruik maken van de routeplanner?”*

Om deze hoofdvraag te kunnen beantwoorden heb ik een aantal deelvragen opgesteld. Een deelvraag moet een open vraag zijn, deze open vraag beantwoord je met meetvragen. Uiteindelijk kan ik de hoofdvraag beantwoorden met de antwoorden op deze deelvragen.

| Deelvraag                                                   | Meetvraag                                                                 |
|-------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|
| Hoe gebruiksvriendelijk zijn de opties van de routeplanner? | Hoe ervaren de gebruikers de invoer van vertrek en bestemming?            |
|                                                             | Hoe ervaren de gebruikers het proces om een vervoersmiddel te selecteren. |
|                                                             | Hoe ervaren de gebruikers het selecteren van meer opties?                 |
| Hoe ervaren de gebruikers het werken met de kaart?          | Hoe gebruiksvriendelijk is het navigeren over de kaart?                   |
|                                                             | Hoe ervaren de gebruikers de locatie van de kaart?                        |
| Hoe gebruiksvriendelijk is de indeling van de routeplanner? | Hoe navigeren de gebruikers over de pagina?                               |
|                                                             | Hoe ervaren de gebruikers de indeling van de pagina?                      |

Naast de test taken heb ik afsluitend een aantal stellingen voor de testpersonen die ook belangrijk zijn om de meetvragen te beantwoorden. Deze stellingen zijn verder in mijn test plan te lezen in het testformulier.

### **3. Test proces**

Bij deze test van de tablet versie van de routeplanner is het mijn bedoeling om te zien of gebruikers deze makkelijk kunnen gebruiken. Aan de hand van de eerder opgestelde deelvragen zal ik een aantal testtaken opstellen die mijn een antwoord zullen geven op deze vragen.

#### **3.1 Volledige test**

Ik zal de test beginnen met een korte introductie waarin ik uitleg wie ik ben en wat ik doe voor de ANWB. Ook zal ik de testpersonen vertellen hoe de test in zijn verloop zal gaan. Daarna krijgt de testpersoon een testformulier van mij waar om een aantal gegevens gevraagd zullen worden. Hierna volgen er een aantal testtaken die de testpersoon moet afronden op de tablet. Hierbij zal ik opletten op de verschillende keuzes en stappen die de testpersonen nemen bij dit proces. Aan de hand van deze verschillende keuzes en stappen kan ik zien of de handelingen logisch en fijn werken voor de gebruikers. Mocht een gebruiker moeite hebben met het vinden van een bepaalde optie of het afronden van een actie, weet ik dat dat een punt is waar op gelet moet worden.

Aansluitend zal de testpersoon een aantal korte stellingen krijgen. Deze stellingen zullen betrekking hebben tot de tablet versie van de routeplanner waar zij net mee hebben gewerkt. Aan de hand van deze stellingen krijg ik nog wat extra duidelijkheid over hoe zij het vonden werken.

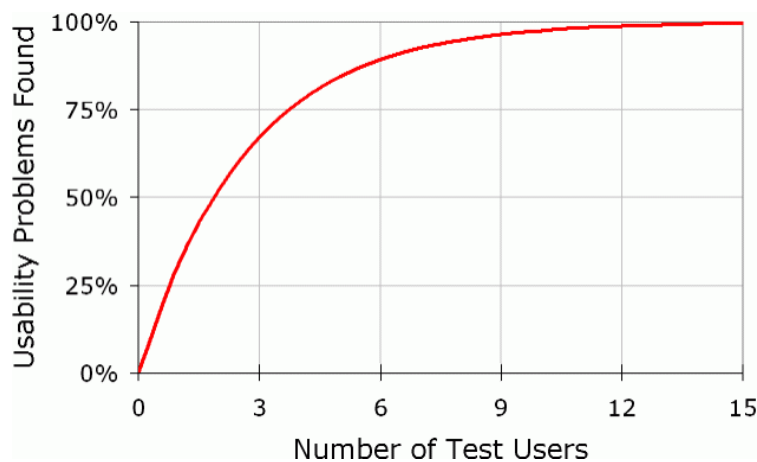
#### **3.2 Testmethode**

Voor de test van mijn clickable demo maak ik gebruik van verschillende methoden. Ik maak gebruik van de “hardop denk methode” en hiervan de “synchroon” variant. De synchroon variant houdt in dat de testpersonen direct vertellen wat ze denken bij een handeling, niet bijvoorbeeld erna. Hierbij zal ik de testpersonen van te voren uitleggen dat het de bedoeling is dat zij hun gedachten bij de handelingen uitspreken. Als ze ergens over twijfelen of iets zoeken kom je er op deze manier achter. Dit helpt om zwakker punten binnen de mobiele site uit te zoeken.

### 3.3 Testpersonen

Voor deze test ga ik in principe hetzelfde patroon gebruiken als voor de usability test die ik bij de mobiele site heb doorlopen. Een verschil is wel dat ik voor deze test een aantal testpersonen van binnen de ANWB zal gebruiken en een aantal testpersonen van buiten de ANWB. De clickable demo die ik heb gemaakt is in principe een nieuw product en nog niet bekend bij mensen, dus het testen met mensen van binnen de ANWB is geen probleem.

Ik zal weer 15 testpersonen gebruiken bij de test. Bij 15 testpersonen blijkt dat 97% (ondergrens van 90%) van de fouten gevonden worden. Dit blijkt uit een onderzoek van Jacob Nielsen uit 2000.



*Afbeelding 1: aantal gevonden fouten per aantal test gebruikers, Nielsen onderzoek (2000)*

De testpersonen zal ik uitzoeken op basis van mijn persona's. Deze heb ik oorspronkelijk opgesteld voor de mobiele test. Maar de brede groep werd goed ontvangen binnen de afdeling. Het geeft goed weer hoe verschillende leeftijden, opleidingsniveaus of technische kennis met de routeplanner om zal gaan.

Ik zal persoonlijk contact opnemen met deze testpersonen om een afspraak te maken met ze voor een test moment. Hierdoor zal de test op verschillende locaties plaatsvinden, hier moet ik op letten met mijn testopstelling.



### 3.4 Test data

Bij deze usability test zal ik verschillende vormen van data verkrijgen. Denk hierbij aan kwalitatieve data en kwantitatieve data. Kwalitatieve data is bijvoorbeeld de reacties van mensen, de gezichtsuitdrukkingen, zuchten, lachen, dit zijn allemaal manieren waarop ze misschien onbewust laten blijken wat ze van de demo vinden. Hier kan ik veel informatie uit halen, non verbale reacties zijn vaak erg duidelijk, waar een testpersoon beleefd kan willen doen en niet alles zegt wat hij ervan vindt. Verder heb ik dus ook kwantitatieve data, denk hierbij aan de hoeveelheid fouten die een testpersoon maakt. Als dit erg hoog ligt bij verschillende testpersonen weet ik dat er iets mis is met het ontwerp.

Al de test zullen worden opgenomen. Ik zal mijn laptop neerzetten voor de testpersonen en op deze manier de audio en de gezichtsuitdrukkingen vastleggen. Verder zal ik zelf met een camera, of met een camera op statief, een “over the shoulder” beeld van het scherm van de tablet maken. Op deze manier kan ik zien wat de gebruiker aantikt en probeert. Het opnemen van de test heeft voor mij het voordeel dat ik alles terug kan kijken. Aangezien ik het testen in mijn eentje doe, is het makkelijker om alles vast te leggen, omdat de kans dat ik iets mis anders aanwezig is.

De andere vorm van informatie die ik zal ontvangen zijn de stellingen die ik heb opgesteld bij het testformulier voor de testpersonen.

### 3.5 Testmaterialen

voor de usability test zal ik gebruik maken van verschillende materialen.

- *Laptop*
- *Camera*
- *Tablet*
- *Testformulier*

De tablet waar mee getest zal worden is in principe mijn eigen tablet. Mocht de gebruiker een eigen tablet hebben en deze willen gebruiken is dit uiteraard geen probleem. Op deze manier krijg ik nog informatie over hoe de routeplanner op verschillende platforms draait.

## 4. Test taken

In onderstaande tabel staan de test taken vernoemd. De testpersoon krijgt een test formulier waar deze opstaan. In de rechter kolom staat het stappenplan, hier staan de mogelijke oplossingen of wegen die de testpersoon kan nemen naar het eindpunt. Verdere informatie (bijvoorbeeld adressen) die de testpersonen nodig zouden kunnen hebben staat op het test formulier gegeven. Ook zullen de testtaken hier verwickeld zijn in een verhaaltje zodat het leuker is voor de testpersoon om mee te doen.

|        | Taak                                                                                                                          | Stappenplan                                                                                                                                    |
|--------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Taak 1 | Plan een route van de ANWB winkel in Den Haag naar de ANWB winkel in Zoetermeer.                                              | <i>Vul het van adres in. Vul het naar adres in. Klik op het auto icoon, en plan route.</i>                                                     |
| Taak 2 | Check bij de verkeersinformatie of er file staat op de A12                                                                    | <i>Selecteer de knop "verkeersinformatie" naast de plan route knop</i>                                                                         |
| Taak 3 | Verander de keuzes zodat u snelwegen vermijd.                                                                                 | <i>Selecteer de knop "Meer opties" en selecteer hierna de optie "vermijd snelwegen" vanuit het drop down menu. Klik hierna op "plan route"</i> |
| Taak 4 | Stel de routeplanner zo in dat u van Zoetermeer terug naar Den Haag rijdt, en dat u via Delft rijdt. u wilt de snelste route. | <i>Vul het "vertrek" en "bestemming" veld opnieuw in. Selecteer meer opties en vul hier bij "via" een derde plek in.</i>                       |
|        |                                                                                                                               | <i>Wissel de bestemming en vertrek invoer om met behulp van het wissel icoon, vul hierna onder meer opties, via, de derde locatie in.</i>      |
| Taak 5 | Zoom in op de Wassenaarseweg en zoek naar een leuk park in de buurt.                                                          | <i>Double tap op het B icoontje binnen de kaart en scrol rond</i>                                                                              |
|        |                                                                                                                               | <i>Zoom in op de Wassenaarseweg en swipe over de kaart.</i>                                                                                    |

## Bronnen

**Titel:** *“Usability Testing Essentials “*

**Auteur:** Carol M. Barnum

## **Bron A: Testformulier**

Allereerst hartelijk dank dat u mee wilt werken aan deze usability test voor de mobiele website van de ANWB. Eerst zullen we u om een aantal persoonsgegevens vragen. Hierna komen er een aantal scenario's waarin u met uw smartphone en de mobiele website van de ANWB gaat werken. Afsluitend nog een aantal korte stellingen over de mobiele site.

### **Persoonsgegevens**

**Naam:**

**Geboorte datum:**

**Hoogst afgeronde opleiding:**

**Bent u in het bezit van een tablet:**

**Hoe vaak maakt u gebruik van een online routeplanner:**

Vrijwel nooit - - - - Regelmatig - - - - Vaak

## Tablet Test

U bent aan het winkelen in de ANWB winkel in Den Haag. U bent op zoek naar het nieuwste model Go Pro camera. Helaas is hij niet meer beschikbaar in Den Haag. Wel hebben ze het model nog in de ANWB winkel in Zoetermeer. U pakt uw tablet en opent de ANWB routeplanner.

### ***1. Plan een route van de ANWB winkel in Den Haag naar de ANWB winkel in Zoetermeer.***

#### ***Den Haag***

Wassenaarseweg 220  
2596 EC - Den Haag

#### ***Zoetermeer***

Zuidwaarts 7  
2711 HA - Zoetermeer

U ziet in de route dat u via de A12 moet rijden, u weet dat hier vaak file staat.

### ***2. Check bij de verkeersinformatie of er file staat op de A12.***

U heeft geen zin in de file. U denkt dat het sneller is om de A12 te vermijden. De stoplichten vind je geen probleem.

### ***3. Verander de keuzes bij de routeplanner zodat U snelwegen vermijdt.***

U bent in Zoetermeer en U heeft uw Go Pro gekocht! U bent er zo blij mee dat u op de terugweg naar den haag even langs uw broer wilt rijden in Delft om hem te laten zien.

### ***4. Stel de routeplanner zo in dat u van Zoetermeer terug naar Den haag rijdt, en dat u via Delft rijdt. Je wilt de snelste route.***

| <i>Van</i>           | <i>Via</i>     | <i>Naar</i>        |
|----------------------|----------------|--------------------|
| <b>Zoetermeer</b>    | <b>Delft</b>   | <b>Den Haag</b>    |
| Zuidwaarts 7         | Archipelstraat | Wassenaarseweg 220 |
| 2711 HA - Zoetermeer | 2612 – Delft   | 2596 EC - Den Haag |

### ***5. Zoom in op de Wassenaarseweg op de kaart en kijk of er een mooi park is in de buurt om hier opnames te gaan maken met je nieuwe camera!***

## Stellingen

Afsluitend heb ik een aantal stellingen voor u opgesteld aan de hand van het gebruik van de routeplanner.

### 1. De pagina heeft een logische indeling.

☐  
HELEMAAL MEE ONEENS

☐

☐

☐  
HELEMAAL MEE EENS

### 2. De opties staan op een logische manier ingedeeld.

☐  
HELEMAAL MEE ONEENS

☐

☐

☐  
HELEMAAL MEE EENS

### 3. De kaart werkt fijn.

☐  
HELEMAAL MEE ONEENS

☐

☐

☐  
HELEMAAL MEE EENS

### 4. De routebeschrijving staat op een logische plek

☐  
HELEMAAL MEE ONEENS

☐

☐

☐  
HELEMAAL MEE EENS

5. Als u verder nog opmerkingen heeft of dingen mist kunt u het hieronder vermelden:



## Adviesrapport Routeplanner tablet

**Afstudeerder:** Max van de Ven

**Bedrijf:** ANWB

**Periode:** November – Maart 2014

**Begeleider:** A.J. Reurings

**2<sup>e</sup> Examiner:** E.P.H. Grummels

## **Management samenvatting**

### **Aanleiding:**

Voor mijn afstudeer opdracht ben ik bezig met het ontwikkelen en ontwerpen van een routeplanner voor tablet. Dit is het tweede deel van mijn afstudeer opdracht. Ik heb hiervoor een usability test gedaan met vijftien personen. De uitkomsten van deze test en mijn verbeteringsvoorstel staan in dit verslag.

### **Aanbevelingen:**

- Toevoegen van een print button en een email button. Hiermee kunnen de gebruikers een gemaakte route mailen naar zichzelf of afdrukken. Hiermee vergroot je de service van de ANWB.
- Meer opties duidelijker weergeven, dit werd niet door elke testpersoon even duidelijk herkend. De knop en tekst groter neerzetten zou dit al kunnen verhelpen.
- Icoon om invoervelden te legen. Dit is een extra optie waarmee de gebruiksvriendelijkheid verhoogt kan worden. Het herstellen van fouten of het plannen van een nieuwe route kan op deze manier sneller gebeuren.



## Inhoudsopgave

|                                                                              |           |
|------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>17. Inleiding</b>                                                         | <b>4.</b> |
| <b>18. Test</b>                                                              | <b>5.</b> |
| 2.1 Test methode                                                             | 5.        |
| 2.2 Test personen                                                            | 5.        |
| 2.3 Test sessies                                                             | 7.        |
| <b>19. Bevindingen</b>                                                       | <b>8.</b> |
| 3.1 Deelvraag 1: Hoe gebruiksvriendelijk zijn de opties van de routeplanner? | 8.        |
| 3.2 Deelvraag 2: Hoe ervaren de gebruikers het werken met de kaart?          | 11.       |
| 3.3 Deelvraag 3: Hoe gebruiksvriendelijk is de indeling van de routeplanner? | 13.       |
| 3.4 Verbeteringsvoorstel                                                     | 14.       |
| 3.5 Hoofdvraag                                                               | 15.       |

## 1. Inleiding

Voor het tweede deel van mijn afstudeer opdracht heb ik me bezig gehouden met het maken van een tablet versie voor de routeplanner die op de desktopsite van de ANWB staat. Hier heb ik in het begin een quick scan voor gemaakt, een proces waarbij ik zelf de routeplanner uitgebreid bekijk en gebruik en alles wat mij opvalt in positieve of negatieve zin vastleg ( met afbeelding ) in een verslag. Hierna heb ik een demo gemaakt van een tablet versie voor routeplanner. Hierin heb ik een nieuwe indeling gemaakt en een aantal andere veranderingen geplaatst (*hierover is te lezen in mijn ontwerprapport*). Deze clickable demo heb ik hierna aan een usability test onderworpen (*alles over de test is te lezen in mijn test plan - bijlagen*).

In dit adviesrapport zal ik de hoofdvraag van dit onderzoek beantwoorden:

*“Kunnen gebruikers met zo min mogelijk moeite en fouten gebruik maken van de routeplanner?”*

Dit zal ik doen door de eerder afgenomen usability test te beschrijven en mijn bevindingen van deze test op te nemen in dit verslag. Ook zal ik mijn eigen aanbevelingen doen over hoe ik de demo nog kan verbeteren voor optimaal gebruik voor de ANWB.

In hoofdstuk 2 zal ik verder ingaan op de usability test en hoe dit proces verliep. In hoofdstuk 3 zal ik mijn bevindingen delen en afsluitend zal ik in hoofdstuk 4 mijn aanbevelingen doen voor mijn demo van de routeplanner.

## 2. Test

In dit hoofdstuk zal ik alles over de test behandelen. De verdeling binnen de testpersonen, de opzet van de test en hoe de test sessies in elkaar zaten.

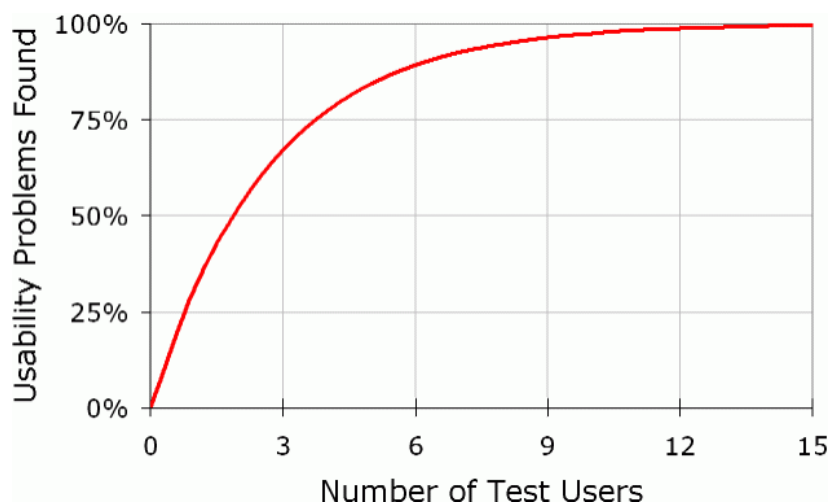
### 2.1 Test methode

Bij mijn demo van de routeplanner heb ik een usability test afgenomen. Bij een usability test kan je zien hoe een product of site in gebruik is. Je stelt hiervoor een aantal test taken op die een testpersoon moet doorlopen. Op deze manier kan je zien of dit allemaal vloeiend gaat of dat een testpersoon vastloopt bij punten in het werk proces.

Ik heb hierbij ook gekozen voor de hardop denk methode (think aloud method). Hierbij vraag ik aan mijn testpersonen om hardop na te denken tijdens het doorlopen van de test. Als ze onderdelen niet helemaal begrijpen of doorhebben komt dit op deze manier duidelijker naar voren.

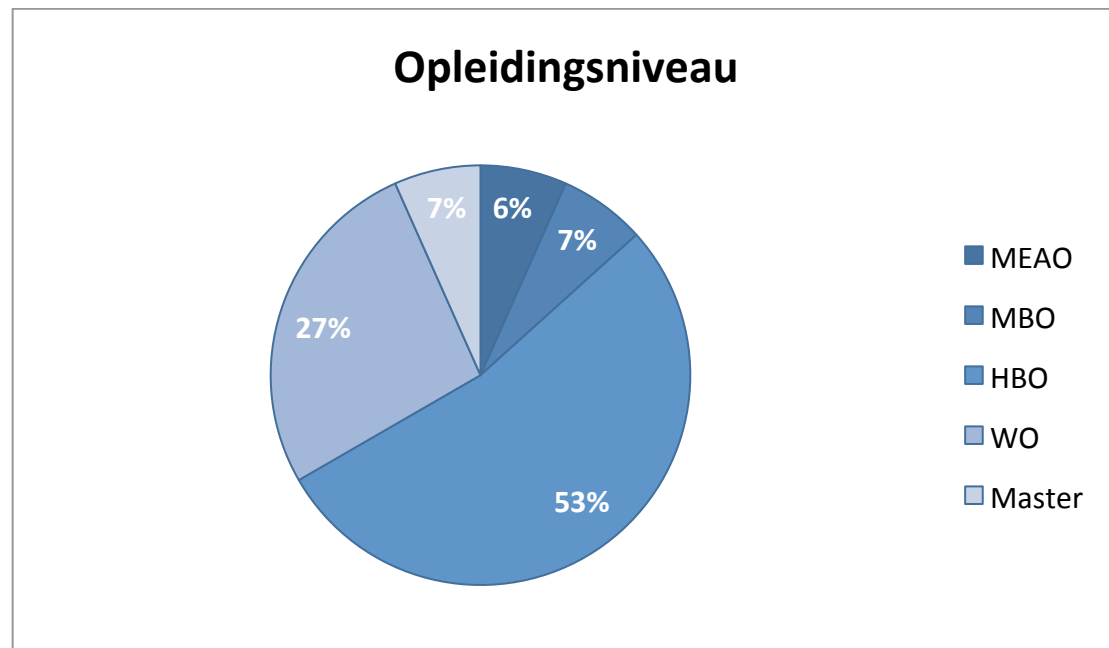
### 2.2 Test personen

Voor mijn usability test heb ik gekozen voor het gebruik van vijftien testpersonen. Dit is gebaseerd op het onderzoek van Nielsen uit 2000. Hierin wordt beschreven dat er bij vijftien testpersonen 97% van de problemen gevonden wordt, met een ondergrens van 90%.

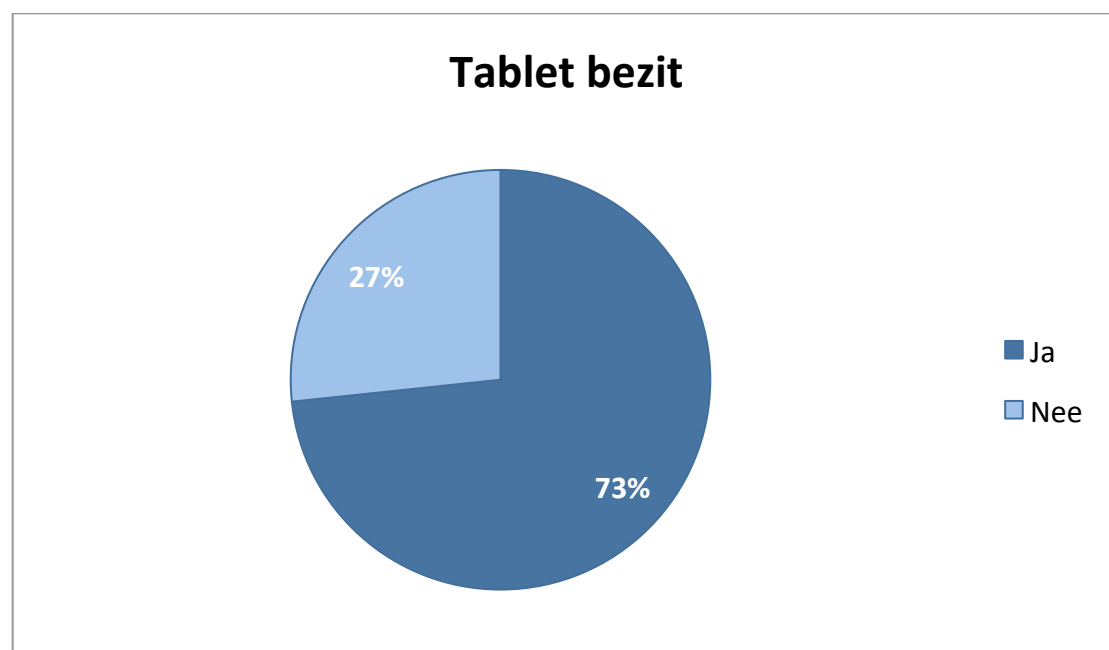


Afbeelding 1. Onderzoek van Nielsen (2000) over de hoeveelheid testpersonen.

De testpersonen voor deze usability test heb ik geprobeerd te segmenteren op de groep die ik bepaald heb in mijn doelgroepsanalyse. Deze groep bestond uit 25 tot 60 jarigen. Mijn testpersonen waren iets anders ingedeeld namelijk 21 tot 61 jaar. Wel was de spreiding over de doelgroep breed, dit is precies zoals ik het wilde. Zoals bij de eerder gemaakte persona's heb ik ervoor gezorgd mensen met verschillende leeftijden, opleidingsniveaus en technische kennis te selecteren.



Figuur 2: Indeling opleidingsniveaus testpersonen



Figuur 3: Tablet bezit testpersonen

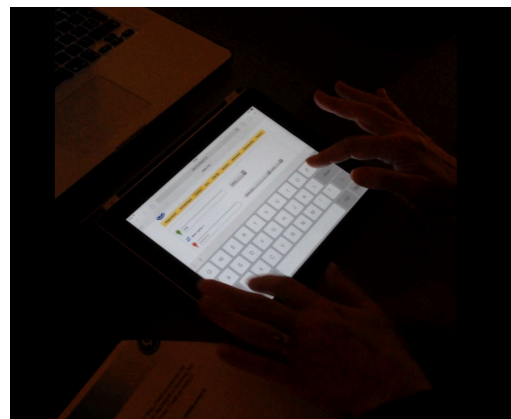
De testpersonen heb ik verkregen op verschillende manieren. Ik heb bij de ANWB een aantal testpersonen gevraagd. Verder wilde ik ook een aantal externe testpersonen erbij, om een nog duidelijker beeld te krijgen van hoe mijn tablet demo werkte. Voor deze mensen heb ik een aantal mensen uit mijn directe omgeving gevraagd. Ook heb ik op het ROC Mondriaan een aantal testpersonen gevraagd. Ik heb hier via mijn vader die hier werkzaam is een berichtje rond laten gaan.

### 2.3 Test sessies

De test sessies voor het testen van de routeplanner demo duurden elke keer ongeveer tien minuten. Na individueel contact gehad te hebben met de testpersonen maakte ik met allemaal een individuele afspraak om de testpersonen zoveel mogelijk tegemoet te komen. Ik deed afspraken op een locatie die voor de testpersonen handig was, hierom zorgde ik ervoor dat mijn opstelling simpel bleef. Laptop voor de testpersoon en ik filmde de telefoon over de schouder van de testpersoon, dit kon in principe op elke locatie.

Bij binnenkomst stelde ik me voor aan de testpersoon en vertelde ik kort over mijn opdracht en wat de verwachting was van de testpersoon. Hierna vulde de testpersoon een aantal gegevens voor me in en kon deze rustig aan de slag gaan met de test taken die ik in een test formulier had opgesteld. Deze taken stonden in een verhaaltje verwerkt zodat de testpersoon niet statisch aan het invoeren was, en het zo ook wat interessanter werd voor de testpersoon.

Ik heb de test sessies vastgelegd met een laptop camera voor de testpersoon en ik had een camera om het scherm van de tablet te filmen over de schouder van de testpersoon, op deze manier kon ik alles goed terugkijken.



*Afbeelding 4: testpersoon camera beelden.*

### 3. Bevindingen

Bij het afnemen van de usability test kwamen verschillende dingen omhoog. Al deze bevindingen, zowel positief als negatief zal ik in dit hoofdstuk beschrijven. Ik zal alle meetvragen behandelen en mijn antwoorden geven op deze meetvragen.

#### 3.1 Deelvraag 1: Hoe gebruiksvriendelijk zijn de opties van de routeplanner?

De eerste deelvraag uit mijn test plan was als volgt:

*“Hoe gebruiksvriendelijk zijn de opties van de routeplanner?”*

Hierbij was de bedoeling om erachter te komen hoe gemakkelijk de testpersonen de invoer van de routeplanner konden gebruiken en of ze alle opties zouden vinden en herkennen. Om deze deelvraag te beantwoorden had ik een aantal meetvragen opgesteld.

##### **Meetvraag 1.1: “Hoe ervaren de gebruikers de invoer van vertrek en bestemming?”**

De invoer van een vertrek plaats en een bestemmingslocatie was de eerste test taak die de testpersonen van mij kregen in hun test. Ze kregen als taak om een route te plannen tussen de ANWB winkel in Den Haag en de ANWB winkel in Zoetermeer, met bijgeleverde adres gegevens.

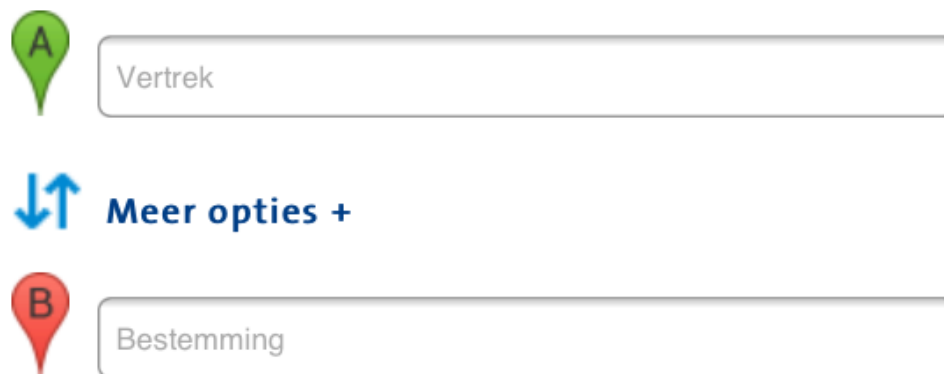
Dit verliep bij iedereen in principe erg goed, het invoeren van de adres gegevens was voor geen testpersoon een probleem. Er was een geval waar dit langer duurde dan bij de rest maar dit kwam omdat er in deze situatie een spelfout gemaakt was die niet meteen gevonden was door de testpersoon. Al met al kon elke testpersoon deze stap goed doorlopen.

##### **Meetvraag 1.2: “Hoe ervaren de gebruikers het proces om een vervoersmiddel te selecteren?”**

Het selecteren van een vervoersmiddel was de volgende optie in het proces. Deze stap stond direct onder de invoer van de bestemming. Niet iedere testpersoon gebruikte deze optie (standaard zal de route gepland worden voor auto vervoer). Ik had in mijn usability test niet neergezet dat mensen de auto moesten selecteren omdat ik wilde zien of mensen uit zichzelf hierin een selectie zouden maken. Het auto icoon werd door negen van de vijftien mensen geselecteerd en gebruikt. De andere zes hebben het icoon wel gezien maar omdat het niet letterlijk in de test gevraagd werd niet gebruikt.

### Meetvraag 1.3: “Hoe ervaren de gebruikers het selecteren van meer opties?”

De laatste meetvraag voor de opties was een belangrijke. Ik had in mijn nieuwe ontwerp ervoor gekozen opties als “ via “ en het selecteren van verschillende route opties (bijvoorbeeld het vermijden van snelwegen) onder een “ meer opties” knop gezet. Deze optie bevond zich tussen de invoervelden ‘van’ en ‘naar’.



Afbeelding 5: De locatie van ‘Meer opties’

Ik had in mijn test taken de testpersonen laten zien dat er een file op de A12 was, een snelweg die ze gebruikten in de route naar Zoetermeer. Hierom moesten ze de opties van de routeplanner zo aanpassen dat ze de optie ‘geen snelwegen’ selecteerde. Dit is een optie die onder meer opties zat.

Meer opties werd door niet iedereen even duidelijk gezien. Meer dan de helft van de testpersonen moest even zoeken naar deze optie. Dit laat zien dat ‘Meer opties’ op deze manier nog niet duidelijk genoeg binnen de opties staat. Gebruikers keken veel naar de kaart nadat de optie voor snelwegen vermijden niet direct gevonden werd.

**Stelling: “ De opties staan op een logische manier ingedeeld “**

Afsluitend had ik voor de opties bovenstaande stelling opgesteld. Hierbij wilde ik kijken of de gebruikers de volgorde van invoer, kaart en route fijn vonden werken. Ook wilde ik hiermee kijken of het voldeed aan de verwachtingen die de testpersonen hadden bij de indeling van een routeplanner.

Bij de stellingen kregen de testpersonen vier opties, volledig mee oneens tot volledig mee eens. Ik heb in het CMD 4 blok geleerd dat je bij een stelling de testpersoon niet de optie moet geven om tussen twee antwoorden in te gaan zitten, en met de vier antwoorden dwing je een keuze af voor mee eens of niet.

Ik kreeg bij deze stelling de volgende antwoorden:

- Zeer mee oneens        (-)
- Mee oneens            (-)
- mee eens                (vier keer)
- Zeer mee eens         (elf keer)

**Antwoord deelvraag 1: Hoe gebruiksvriendelijk zijn de opties van de routeplanner?**

Aan de hand van deze stelling en de eerder genoemde meetvragen kan ik stellen dat de opties bevalen. Het meer opties onderdeel moet ik duidelijker gaan aangeven maar verder werd de invoer en optie selectie goed ontvangen door de testpersonen.



### **3.2 Deelvraag 2: Hoe ervaren de gebruikers het werken met de kaart?**

Het werken met de kaart was het volgende wat ik wilde testen. De kaart is uiteraard een belangrijk punt van een routeplanner. Ook was dit een van de grote problemen in de routeplanner als deze nu op tablet geopend werd. Mijn deelvraag was hierom ook:

*“Hoe ervaren de gebruikers het werken met de kaart?”*

Voor deze deelvraag had ik twee meetvragen opgesteld. Ook had ik een stelling opgesteld over de kaart zodat ik nog meer feedback zou krijgen van de testpersonen.

#### **Meetvraag 2.1 : “Hoe gebruiksvriendelijk is het navigeren over de kaart?”**

Inzoomen en met de vingers navigeren over een object is voor een tablet een van de belangrijkste onderdelen. Ik had hierom in mijn usability test een test taak opgesteld waarmee de gebruikers moesten inzoomen op een bepaald deel van de kaart en een park moesten zoeken. Op deze manier wilde ik zien of het inzoomen en navigeren over de kaart fijn werkte voor de testpersonen.

Dit ging erg goed, ik had verwacht dat dit voor veel testpersonen een lastige opdracht zou zijn omdat ik uit ervaring weet dat het navigeren op een kaart niet altijd even makkelijk gaat. Dit ging echter goed, dertien van de vijftien testpersonen konden dit zonder moeite. De andere twee testpersonen heb ik een klein beetje moeten sturen met uitleg maar dit ging hierna ook goed. Het fijne aan de kaart die ik in de routeplanner gebruikt heb is dat er op de kaart naast de zoom functie met de vingers ook een ‘+’ en ‘-’ icoon staan waarmee in en uit gezoomd kan worden. Hier maakte een aantal ongeveer een kwart van de testpersonen gebruik van. Dit waren vooral de testpersonen die zelf geen tablet hebben. De gebruikers die bekend zijn met een tablet hebben dit zonder problemen kunnen volbrengen.

### **Meetvraag 2.2: “ Hoe ervaren de gebruikers de locatie van de kaart? ”**

Omdat mijn indeling van de routeplanner ook anders was dan het origineel was ik erg benieuwd hoe mensen deze nieuwe indeling vonden. Ik had hierom bij voor mezelf de meetvraag over de locatie van de kaart toegevoegd.

Ik lette bij het terugkijken van de test video's goed op feedback over de locatie van de kaart, of met betrekking tot de volledige indeling van de routeplanner. Mensen zeiden echter weinig over de locatie van de kaart. Wel kon iedereen de test taken op een succesvolle manier doorlopen. Hieruit kan ik concluderen dat de kaart niet op een vervelende of storende plek staat voor de gebruikers. De feedback op de kaart was goed.

#### **Stelling: “ De kaart werkt fijn. ”**

Na het afronden van de test was dit een van de stellingen die de testpersonen kregen. Ik hoopte hiermee te kunnen zien of zij het werken met de kaart als positief hadden ervaren.

De feedback hierop was als volgt:

- Zeer mee oneens      (-)
- Mee oneens            (1)
- Mee eens                (1)
- Zeer mee eens        (13)

### **Antwoord deelvraag 2: hoe ervaren de gebruikers het werken met de kaart?**

Uit deze feedback en het succes percentage van de test taak kan ik concluderen dat het gebruiken en werken met de kaart een positieve ervaring is. Waar de kaart eerst vaak verdween of niet werkte is dit nu niet het geval.

### **3.3 Deelvraag 3: Hoe gebruiksvriendelijk is de indeling van de routeplanner?**

De indeling van de routeplanner was voor mij een belangrijk punt. Dit was voor mij bij de oude routeplanner een van de negatieve punten, ik vond het geen prettige indeling om mee te werken en er was weinig ruimte om te navigeren voor gebruikers. Hierom wilde ik dit ook nog centraal als deelvraag bekijken tijdens mijn test.

#### **Meetvraag 3.1: “Hoe navigeren gebruikers over de pagina?”**

Bij het ontwerpen van mijn routeplanner (*Zie ontwerprapport – bijlagen*) vond ik het navigeren over de pagina erg belangrijk. De bedoeling is dat mensen genoeg ruimte hebben om rustig te kunnen scrollen of om onderdelen te selecteren aangezien bij een tablet alles met de vingers gebeurt. Ik heb hierom de nieuwe top down lay-out gemaakt.

Bij het terugkijken van mijn tests heb ik erg goed opgelet op hoe mensen zich over de pagina begaven, hoe ging het scrollen over de pagina? Dit ging goed, bijna elke gebruiker gebruikte de witruimte die ik had opgesteld aan de zijkanten voor het scrollen over de pagina. Er waren twee instanties waarbij een gebruiker probeerde te scrollen over de kaart, als de kaart dan bewoog was dit genoeg en begrepen ze dat ze aan de zijkanten konden scrollen.

Het wisselen tussen invoer velden en opties ging ook goed, dit lukte elke testpersoon. Ik had expres gezorgd voor genoeg ruimte tussen alle onderdelen om dit een zo fijn mogelijk proces te maken.

**Stelling: “de pagina heeft een logische indeling.”**

Met deze stelling wilde ik zekerheid. Aan de test zelf kon ik zien dat het navigeren over de pagina soepel ging en dat er geen opmerkingen waren over de indeling van de pagina, bij deze stelling kon ik dat laten onderstrepen.

De uitkomst van deze stelling was als volgt:

- Zeer mee oneens (-)
- Mee oneens (-)
- Mee eens (3)
- Zeer mee eens (12)

De feedback bij de stelling was erg positief en laat zien dat gebruikers de indeling fijn vinden werken op tablet.

### **3.4 Verbeteringsvoorstel**

Ondanks dat de feedback erg goed was en het een fijne demo bleek zijn om te gebruiken zijn er toch een aantal punten die ik kan toevoegen om de clickable demo nog beter te maken. Deze punten heb ik opgesteld na feedback van testpersonen of na het analyseren van de test video's.

#### **Print button**

Gebruikers willen de route graag kunnen printen of doormailen naar hun email. Op deze manier kunnen ze de route bij zich houden ook als het internet op de tablet niet meer bereikbaar of online is. Het toevoegen van een print en email knop zou de routeplanner nog een stuk gebruiksvriendelijker maken.

#### **Velden legen**

Het legen van de invoer velden moet in een keer kunnen. Het legen van het invoerveld zou kunnen met een klein kruisje wat rechts in het veld staat. Dit is iets wat gebruikers ook gewend zijn van andere sites en formulieren die ingevuld moeten worden. Op deze manier kan een gebruiker sneller fouten herstellen of een nieuwe invoer doen.

#### **Meer opties**

Meer opties was zoals eerder beschreven niet voor iedere gebruiker even makkelijk te vinden. Dit moet ik duidelijker en groter aangeven, zodat de gebruikers niet lang hoeven te zoeken naar de extra opties binnen de routeplanner.

### 3.5 Hoofdvraag

Bij het begin van het proces voor mijn routeplanner heb ik een hoofdvraag opgesteld. Deze hoofdvraag was als volgt:

*“Kunnen gebruikers met zo min mogelijk moeite en fouten gebruik maken van de routeplanner?”*

Deze hoofdvraag heb ik geprobeerd te beantwoorden door het afnemen van mijn usability test en het beantwoorden van mijn deel- en meetvragen.

Ik denk dat ik erin geslaagd ben om een clickable demo te maken van een routeplanner waar gebruikers fijn en zonder al te veel moeite gebruik van kunnen maken. Zeker als de verbeter punten die hier eerder genoemd zijn erin verwerkt zijn is het een sterk en fijn werkend product.