



Afstudeer dossier

*Verbeteren van de gebruiksvriendelijkheid
van de website The Underground*

Opdrachtgever/Bedrijfsmentor:	S. Laurijsen
Afstudeerbegeleider:	L. Bos
Tweede examiner:	S. Boenders
Studente:	K. Emming

Afstudeerdossier Kelly Emming

CMD Afstuderen

2015-1.0

Plaats en Datum: Den Haag, 8 januari 2016

Start stageperiode: 11 mei 2015

Opdrachtgever/Bedrijfsmentor:	S. Laurijsen
Afstudeerbegeleider:	L. Bos
Tweede examiner:	S. Boenders
Studente:	K. Emming

De Haagse Hogeschool

Kelly Emming
11116366

Referaat

Dit afstudeerdossier is geschreven in het kader van de afstudeeropdracht van de studente Communicatie & Multimedia Design, Kelly Emming aan de Haagse Hogeschool.

In opdracht van The Underground is er onderzoek gedaan naar de gebruiksvriendelijkheid van de website en de doelgroep, is er een clickable demo opgesteld, ondersteund door een ontwerprapport en is deze getest.

Descriptoren

- The Underground
- De Haagse Hogeschool
- CMD
- Interaction Design
- Website
- Doelgroep rapportage
- Usability test
- Ontwerprapport
- Jesse James Garrett
- Roel Grit
- Clickable demo
- Trendonderzoek

Voorwoord

Mijn afstudeeropdracht heb ik gelopen bij The Underground en hiervan heb ik veel geleerd. Ik heb prettig samengewerkt met het team van The Underground en het team van Coos Communicatie. Ik wil hen hiervoor dan ook bedanken.

Mijn dank gaat uit naar mijn bedrijfsmentor S. Laurijsen voor het aanbieden van de afstudeerplek en het begeleiden. Tevens wil ik mijn bedrijfsmentor L. Bos bedanken voor de begeleiding en feedback. Daarnaast wil ik mijn examinerator S. Boenders bedanken voor de feedback.

Inhoudsopgave

Referaat.....	3
Voorwoord	4
1. Inleiding	7
2 Ideevormingsfase	8
2.1 Projectorganisatie beschrijving	8
2.1.1 Afstudeerbedrijf beschrijving	8
2.1.2 Afstudeerplan opstellen.....	9
2.1.3 Methoden en technieken.....	12
2.2 Plan van aanpak opstellen.....	16
2.3 Planning opstellen	16
2.4 Inventarisatierapport opstellen.....	18
2.5 Heuristic Evaluation uitvoeren	20
3. Definitieringfase.....	23
3.1 Doelgroep rapportage opstellen	23
3.1.1 Bronnenonderzoek uitvoeren	23
3.1.2 Doelgroep interviewen	24
3.1.3 Doelgroep specificeren	26
3.1.4 Persona's opstellen.....	27
3.3 Card-sorting uitvoeren	28
3.4 Systeemeisen opstellen.....	31
4. Designfase	33
4.1 Sitemaps opstellen	33
4.2 Wireframes opstellen	36
4.3 Trendonderzoek uitvoeren.....	41
4.5 Implementatie	42
4.4 Clickable demo opstellen.....	45
4.4.1 Ontwerpkeuzes maken	45
4.4.2 Clickable demo opstellen	49
4.4.3 Enquête opstellen	50
5. Detailontwerpfase.....	55
5.1 Testplan opstellen.....	55
5.2 Usability test uitvoeren.....	59
5.3 Testrapport opstellen	59

6. Uitvoeringsfase.....	62
7. Nazorgfase	63
7.1 Presenteren resultaten	63
7.2 Overdragen resultaten	64
8. Evaluatie.....	65
8.1 Procesevaluatie	65
8.2 Productevaluatie	69
8.3 Evaluatie op competenties en beroepstaken	73
Literatuurlijst	74
Interne bijlagen.....	76
Bijlage 1. Afstudeerplan	76
Bijlage 2. Planning versie 1 op 12-5-2015.....	80
Bijlage 3. Planning versie 2	81
Bijlage 4. Rapportage bedrijfsbezoek.....	82
Bijlage 5. Interviewvragen voor de opdrachtgever	84
Bijlage 6. Interviewvragen voor het doelgroeponderzoek	85
Bijlage 7. Implementatie gebruikte code	87
Bijlage 8. Afwerkingstabel systeemeisen	91
Bijlage 9: Rapportage opdrachtgever	95
Externe bijlagen.....	99
Bijlage 1. Plan van aanpak.....	99
Bijlage 2. Inventarisatierapport.....	99
Bijlage 3. Heuristic Evaluation rapport	99
Bijlage 4. Doelgroep rapportage.....	99
Bijlage 5. Interview rapportage	99
Bijlage 6. Card-Sorting rapportage.....	99
Bijlage 7. Enquête resultaten rapport.....	99
Bijlage 8. Ontwerprapport.....	99
Bijlage 9. Trendonderzoek rapport	99
Bijlage 10. Testplan.....	99
Bijlage 11. Testrapport	99

1. Inleiding

De afgelopen periode heb ik een afstudeerproject gehad bij The Underground genaamd: “Verbeteren van de gebruiksvriendelijkheid op de website The Underground”.

The Underground heeft mij gevraagd om als interaction designer verbeteringen aan te brengen aan de website met als doel het verhogen van het aantal bezoekers en de bezoekersduur. De website van The Underground voldoet nu namelijk niet aan zijn doel om een community platform te vormen voor de doelgroep.

In dit rapport beschrijf ik mijn werkwijze tijdens het project en ik evalueer op de afstudeerperiode. Dit rapport is bedoeld voor de begeleiders van school om inzichtelijk te maken hoe ik tijdens mijn afstudeerperiode bij The Underground heb gehandeld.

In dit rapport worden de activiteiten beschreven per projectmanagementfase. In hoofdstuk 2 staan de activiteiten uit de ideevormingsfase beschreven, in hoofdstuk 3 staan de activiteiten uit de definitieringfase beschreven, in hoofdstuk 4 staan de activiteiten uit de designfase beschreven, in hoofdstuk 5 staan de activiteiten uit de detailontwerpfase beschreven, in hoofdstuk 6 staan de activiteiten uit de uitvoeringsfase beschreven, in hoofdstuk 7 staan de activiteiten uit de nazorgfase beschreven. Tot slot volgt er in hoofdstuk 8 een evaluatie op het project.

2 Ideevormingsfase

In dit hoofdstuk worden de activiteiten beschreven die vallen binnen de ideevormingsfase. Denk hierbij aan een omschrijving van de projectorganisatie, het opstellen van het plan van aanpak, het opstellen van een planning, het opstellen van het inventarisatierapport en de uitvoering van Heuristic Evaluation.

2.1 Projectorganisatie beschrijving

In deze paragraaf wordt de projectorganisatie beschreven, namelijk een beschrijving van het afstudeerbedrijf, het afstudeerplan en de methoden en technieken.

2.1.1 Afstudeerbedrijf beschrijving

In deze sub-paragraaf wordt achtergrondinformatie van het afstudeerbedrijf beschreven.

The Underground

Paper The Underground is opnieuw gelanceerd op 17 november 2014 onder leiding van de nieuwe uitgever Saskia Laurijsen, na een jaar uit de running te zijn geweest. Saskia heeft van origine een online communicatiebureau, genaamd COOS! en daar valt The Underground nu onder.

The Underground is een uitgeverij van een gratis, tweemaandelijks Engelstalige newspaper die zich richt op lokale en internationale inwoners van Den Haag en omstreken.

The Underground heeft zowel een online als een geprinte versie, namelijk een website en een tastbare krant. The Underground vormt de basis de internationale community in Den Haag met als missie het verbinden van lokale en internationale inwoners van Den Haag en als doel het informeren van de community over culturele en sociale activiteiten en hotspots rondom Den Haag. Tevens biedt het nieuwe inzichten, gebeurtenissen en verhalen van inwoners van Den Haag en omgeving. De doelgroep is de internationale community in Den Haag en is onder te verdelen in drie globale doelgroepen die wonen in Den Haag en omstreken, namelijk expats, internationale studenten en Nederlanders die ook Engels spreken. Het bijzondere aan The Underground is dat een groot deel van de doelgroep zelf zowel de lezers als de schrijvers zijn. De visie van The Underground is dan ook: "You are The Underground".

Website

Het doel van de website is fungeren als platform voor de internationale community rondom Den Haag. Momenteel is de website ondersteunend aan de tastbare krant, maar het moet in de toekomst een gelijkwaardige positie krijgen, namelijk die van een community platform voor de doelgroep.

Vaste team

De krant wordt gerund door een vast team van 13 personen met verschillende verantwoordelijkheden en een grote groep vrijwilligers, onder leiding van Saskia Laurijsen. Een groot deel van het vaste team is tevens onderdeel van de doelgroep, aangezien de meeste teamleden zelf expats in de omgeving Den Haag zijn. Er wordt op kantoor meestal Engels gesproken, omdat de teamleden vanuit verschillende landen komen.

Verder werkt er een grote groep vrijwilligers op zelfstandige basis als journalist voor The Underground. Van de vrijwilligers heeft ongeveer de helft een buitenlandse achtergrond, zij vallen ook onder de doelgroep. De vrijwilligers worden actief betrokken middels een tweemaandelijks editorial meeting, waarbij verschillende onderwerpen voor de krant worden

verdeelt. Veel van de vrijwillige journalisten zijn studenten op verschillende scholen in Den Haag en zij schreven veelal voor de sectie 'The Studentground' op de website.

Hier volgt een overzicht van de verantwoordelijkheden van de vaste teamleden:

Saskia:	Uitgever
Rosy:	Hoofdredacteur
Fred:	Drukker
Wendy:	Verkoop, advertenties
Megan:	Social media, schrijver van artikelen
Pascal:	Commercieel manager
Remy:	Art-director: Ontwerper van de newspaper
Annamarije:	Fotograaf en editing, contactpersoon van fotograven en studenten
Arto:	Webmanager
Ailee:	Redacteur van artikelen
Aouatif:	Administratie en boekhouding
Lee:	Journalist van artikelen over muziek en artiesten
Leonie:	Schrijver voor het web (met name The Studentground)

Mijn plaats binnen het afstudeerbedrijf

Binnen het bedrijf ben ik aangenomen als interaction designer voor de website van The Underground. Als afstudeerder was ik verantwoordelijk voor het uit te voeren project, zoals beschreven in het afstudeerplan. Het afstudeerplan is als bijlage 1 toegevoegd.

Tevens had ik de verantwoordelijkheid voor het toevoegen van artikelen en evenementen op de website, omdat de webmanager tijdens mijn afstudeerperiode vanwege privéomstandigheden een aantal weken afwezig was.

Ik heb veelal samengewerkt met Arto, de webmanager. Hij heeft mij geholpen als expert om de Heuristic Evaluation door te lopen en we hebben samen gebrainstormd over mijn project. Verder heb ik met name samengewerkt met Saskia, Rosy, Wendy, Pascal, Ailie en Anamarije. Zo heb ik tussendoor veel overleg gehad over mijn bevindingen en waren zij het uitgangspunt bij het opstellen en prioriteren van wensen van het bedrijf. Pascal is een alumni van de opleiding Communicatie en Multimedia Design en heeft mij kunnen ondersteunen bij inhoudelijke vragen over documenten.

We hadden een maandelijkse teamvergadering met alle vaste teamleden. Tijdens iedere vergadering stond ik op de agenda, waarin ik de voortgang van mijn project besprak en feedback ontving op mijn producten. Dit was nuttig, want ik kreeg op deze manier input vanuit het team om mee verder te gaan.

2.1.2 Afstudeerplan opstellen

In deze sub paragraaf wordt het opstellen van het afstudeerplan beschreven.

Doel en inhoud afstudeerplan

Het afstudeerplan is opgesteld om inhoud en richting te geven aan het project.

In het afstudeerplan staan de contactgegevens van mij en mijn begeleider en een omschrijving van de projectopdracht. Het afstudeerplan is toegevoegd aan dit document als bijlage 1.

Opstellen afstudeerplan

Voor het opstellen van het afstudeerplan heb ik eerst een gesprek gehad met de

opdrachtgever van het bedrijf om in kaart te brengen wat de problemen zijn die ik zou kunnen oplossen. Eerst hebben we besproken wat de huidige situatie van de website besproken en daarna hebben we samen bepaald wat de opdrachtgever zou willen van de website en op welke manieren ik dit mogelijk zou kunnen aanpakken.

Uit het eerste gesprek met de opdrachtgever kwam naar voren dat de website is overgenomen van de vorige eigenaar, maar er is geen rekening gehouden met de gebruiksvriendelijkheid van de vormgeving, interactiepatronen en informatiestructuur.

De vormgeving en interactiepatronen van de website zou moeten passen bij die van de krant en bij de doelgroep. Er is echter nog geen onderzoek gedaan naar de doelgroep en er is geen inzicht in de behoeften van de doelgroep. De krant heeft sinds de herlancering een nieuwe stijl en deze is nog niet meegenomen in de website.

De informatiestructuur is verouderd doordat de website is overgenomen en er dus in eerste instantie uitgegaan van de bestaande artikelen en categorieën als informatiestructuur.

Volgens het team is de structuur van deze informatie echter onoverzichtelijk en dat uit zich in ieder geval in de chaotische navigatiestructuur en plaatsing van informatie op de website.

De interactiepatronen zijn in het geval van de website de functionaliteiten en ook deze zijn overgenomen, zonder dat er is nagedacht of deze nog voldoen of overbodig zijn.

Omdat de website zou moeten dienen als community platform van de doelgroep, vind de opdrachtgever gebruiksvriendelijkheid erg belangrijk. De opdrachtgever zou graag inzicht hebben in de website en de doelgroep.

Probleemstelling project

De website van The Underground voldoet niet aan zijn doel om een community platform te vormen voor de doelgroep. De website is opnieuw gelanceerd, maar ontvangt te weinig bezoekers en de bezoekers haken snel af, maar het is voor het team onduidelijk waar dat aan ligt.

Doelstelling project

Na afloop van de afstudeerperiode heeft de afstudeerder verbeteringen aangebracht op de website van The Underground met als doel het verhogen van het aantal bezoekers en de bezoekersduur.

Oplossingsrichtingen

Om te kunnen voldoen aan het doel van het fungeren als een community platform voor de doelgroep, is het van het grootste belang dat de doelgroep in kaart wordt gebracht.

Om het aantal bezoekers te verhogen en ervoor te zorgen dat bezoekers langer blijven op de website, moet er eerst inzicht zijn in de bezoekers en de website.

Als eerste zullen er dus analyses moeten worden gehouden.

Om het aantal bezoekers te verhogen zou The Underground de naamsbekendheid kunnen verhogen. Dit zou kunnen door een marketingcampagne, door betere vindbaarheid van de website of door een aantrekkelijker website voor de doelgroep.

Wanneer de website beter vindbaar op Google is, zouden er ook meer bezoekers op de website komen.

Om de bezoekersduur te verhogen is het belangrijk dat de website gebruiksvriendelijk is voor de doelgroep. De website kan aan de hand van behoeften van de doelgroep gebruiksvriendelijker worden gemaakt, zodat de website aantrekkelijker is voor bezoekers.

Gekozen oplossingsrichting

Ik heb ervoor gekozen om mij te richten op het verbeteren van de gebruiksvriendelijkheid van de website. Aangezien er geen rekening is gehouden met de gebruiksvriendelijkheid informatiestructuur, functionaliteiten en vormgeving maar deze wel als belangrijk worden gezien door de opdrachtgever, zal ik mij in ieder geval op deze onderdelen richten.

Aan het einde van de afstudeerperiode zal ik onderzoek hebben gedaan naar de doelgroep en gebruiksvriendelijkheid van de website, een clickable demo hebben ontworpen, getest en geïmplementeerd en zal ik aanbevelingen hebben gedaan op het gebied van vindbaarheid van de website. De titel van het project luidt dan ook: 'Verbeteren van de gebruiksvriendelijkheid op de website The Underground'.

Gewenste eindresultaat

Wanneer de doelgroep in kaart is gebracht en gebruiksvriendelijkheid is toegepast, zal de kwaliteit van de website voor de doelgroep groter worden. Dit is belangrijk voor het doel van de website als community platform. Wanneer er aanbevelingen zijn gegeven op het gebied van vindbaarheid, kan het team hier in de toekomst rekening mee houden en dit toepassen. In de meest gunstige situatie krijgt de website mede hierdoor meer bezoekers en zullen zij langer op de website blijven.

Op te leveren (tussen)producten

In het afstudeerplan heb ik bepaald welke (tussen)producten ik tijdens het project zou gaan opleveren, namelijk:

Plan van aanpak (inclusief planning):

In de plan van aanpak worden de standaards en richtlijnen voor het project beschreven, om het project zo gestructureerd mogelijk te laten verlopen.

Heuristic Evaluation rapport:

Dit rapport is een analyserapport, hierin zal worden geanalyseerd hoe gebruiksvriendelijk de website aan het begin van het project is en welke mogelijke verbeteringen hier kunnen worden gemaakt.

Doelgroep rapportage (inclusief persona's):

Dit rapport is een analyserapport waarin de doelgroep wordt beschreven, voor hen moet de site namelijk gebruiksvriendelijker worden gemaakt en The Underground had geen gegevens over de doelgroep.

Ontwerprapport (inclusief: systeemeisen, sitemaps, wireframes en mockups):

In het ontwerprapport worden alle stappen ondernomen het herontwerp van de website gebruiksvriendelijk te maken.

Clickable demo:

De clickable demo is het werkende product dat voort komt uit het ontwerprapport en dient als hulpmiddel om de gebruiksvriendelijkheid van het herontwerp te testen met de doelgroep.

Testplan:

In het testplan staan onder andere de taken, werkwijze en opstelling van de gebruikerstest beschreven, om deze zo gestructureerd te laten verlopen.

Testrapport:

In het testrapport staan de bevindingen en resultaten uit de gebruikerstest beschreven.

Adviesrapport zoekmachineoptimalisatie:

In het adviesrapport wordt advies gegeven over zoekmachineoptimalisatie om de website beter vindbaar te maken, zodat het team dit in de toekomst zelf kan uitvoeren.

Afwijkingen van afstudeerplan

Tijdens de start van de afstudeerperiode kwam ik erachter dat ik een tweetal zaken niet goed had beschreven in het afstudeerplan:

- De dagentelling klopt niet van de werkzaamheden. Ik had 60 dagen berekend, maar dit moeten er 70 zijn. Dit is aangepast in de plan van aanpak.
- Jesse James Garreth is verkeerd gespeld, het moet Garrett zijn.

Gedurende het project zijn er vijf rapporten bijgekomen:

- Het inventarisatierapport is als eerste rapport voor de Heuristic Evaluation erbij gekomen. In het inventarisatierapport beschrijf ik het aantal bezoekers en de bezoekersduur, omdat het doel van dit project is deze te verhogen. Ik moest wel een

nulmeting hebben over deze gegevens om dit na het project te kunnen vergelijken. De website veranderde steeds van ontwerp en inhoud. Om de website te bevroren besloot ik screenshots te maken in dit rapport. Deze gegevens zouden niet in de Heuristic Evaluation komen te staan, daar is de focus gebruiksvriendelijkheid.

- Bij het interviewen van de doelgroep had ik geen rekening gehouden met de verwerking van de interviewgegevens. Er is een extra rapport met de verwerking van deze gegevens bijgekomen.
- Om een nieuwe gewenste informatiestructuur (sitemap) in kaart te brengen heb ik de techniek card sorting uitgevoerd. Dit is een nieuw rapport die erbij is gekomen.
- Naar aanleiding van de nieuwe missie en visie was het belangrijk dat het design hip en trendy uitstraalde, daarom is er een extra trendonderzoek rapport naar webdesigntrends bij gekomen. De trends zijn verwerkt in de mock-ups van het ontwerprapport.
- Het team van The Underground was in december nauwelijks nog op kantoor, maar wouden wel betrokken worden bij de ontwerpkeuzes van de clickable demo. Daarom heb ik een enquête over ontwerpkeuzes opgesteld en is dit rapport erbij gekomen.

Het adviesrapport is uiteindelijk niet meer opgesteld, omdat in het testrapport al voldoende informatie stond om de clickable demo aan te passen en omdat het niet meer van belang was, aangezien The Underground is gestopt.

2.1.3 Methoden en technieken

In deze sub paragraaf schrijf ik de keuze voor de methoden en technieken voor het project. Aan de hand van de gekozen oplossingsrichting en de op te leveren producten heb ik de ontwerp- en projectmanagementmethode gekozen. Deze methodes zorgen voor een gestructureerde aanpak tijdens mijn project.

Projectmanagementmethode kiezen

Om het project beheersbaar te maken heb ik een projectmanagementmethode gekozen. Voor het kiezen van een projectmanagementmethode heb ik criteria opgesteld waaraan deze methode moest voldoen. Het belangrijkste is dat de projectmanagementmethode moet aansluiten bij mijn afstudeeropdracht. De criteria hiervoor zijn:

- De methode biedt de mogelijkheid om in fases te werken.
- Een fase hoeft niet te worden afgerond, voordat de volgende fase wordt gestart.
- De methode kan worden uitgevoerd door een eenmans team.
- Er moet ruimte zijn voor beslismomenten.
- De student heeft ervaring met de methode.

Mijn project duurt 70 dagen en om dit project beheersbaar te maken, vond ik het belangrijk om in fases te kunnen werken. Door het project op te delen in fases, wordt het project overzichtelijker en kan ik het project op een gestructureerde manier uitvoeren.

In mijn project zou ik voor twee documenten afhankelijk zijn van andere personen: In de Heuristic Evaluation van een andere expert en in het doelgroeponderzoek van de doelgroep. Hierdoor moest ik rekening houden met de uitloop van deze documenten, maar moest het project hierdoor niet stil komen te staan. Daarom vond ik het van belang dat een fase niet hoeft worden afgerond, voordat de volgende wordt gestart.

Het project zal ik grotendeels individueel uitvoeren en daarom is een andere belangrijke

criteria van de projectmanagementmethode dat deze uit te voeren is door een eenmansteam.

Omdat ik het project zal uitvoeren als eenmansteam, zal ik wel tussendoor overleg moeten plegen met de opdrachtgever en de doelgroep voor het maken van beslissingen. In de projectmanagementmethode moet dus ruimte zijn voor beslismomenten.

De laatste criteria is dat ik ervaring moet hebben met de methode, zodat ik voldoende kennis hierover heb. Dit is geen voorwaarde maar een pluspunt, want dit maakt dat minder tijd zal hoeven besteden aan het uitzoeken van de methode.

Naar aanleiding van deze criteria heb ik de projectmanagementmethoden van Roel Grit en PRINCE2 vergeleken in de volgende tabel:

Criteria	Roel Grit	PRINCE2
De methode biedt de mogelijkheid om in fases te werken	Ja	Ja
Een fase hoeft niet te worden afgerond, voordat de volgende fase wordt gestart.	Ja	Ja
De methode kan worden uitgevoerd door een eenmansteam.	Ja	Mogelijk, maar dit wordt niet aangeraden
Er moet ruimte zijn voor beslismomenten.	Ja	Ja
De student heeft ervaring met de methode	Ja	Nee

Tabel 1: Vergelijking van twee projectmanagementmethodes aan de hand van 5 criteriapunten

Zoals te zien is in *tabel 1*, voldoet de projectmanagementmethode van Roel Grit aan alle criteria.

De projectmanagementmethode van PRINCE2 heeft als nadelen ten opzichte van die van Roel Grit dat ik geen ervaring met deze methode heb en dat de voorkeur voor deze methode uitgaat naar het werken in een groep van minimaal 3 personen (waaronder de opdrachtgever). Ik zal het project grotendeels alleen doorlopen en het is handig dat ik ervaring heb met de projectmanagementmethode, daarom heb ik gekozen voor de methode van Roel Grit.

Ontwikkelmethode kiezen:

Omdat in het project de website zal worden her ontworpen, moest ik hiervoor een ontwikkelmethode kiezen. Bij het kiezen van de ontwikkelmethode was het van belang dat deze past bij mijn project. Om te weten of de ontwikkelmethode past bij mijn project heb ik de volgende criteria opgesteld, aan de hand waarvan twee ontwikkelmethodes worden vergeleken:

- De ontwikkelmethode is onderverdeeld in fasen.
- De ontwikkelmethode moet kunnen worden uitgevoerd door een eenmansteam.
- De ontwikkelmethode stelt de gebruiker centraal als uitgangspunt voor het ontwerpen.
- De ontwikkelmethode brengt de ontwerpkeuzes in kaart, om deze te kunnen verantwoorden.

- De student heeft ervaring met de methode.

De ontwikkelmethode moest onderverdeeld zijn in fasen, omdat voor een goed herontwerp van de website verschillende stadia moeten worden doorlopen.

Ik werk tijdens het project grotendeels alleen en daarom de ontwikkelmethode geschikt zijn voor het uitvoeren door een éénmansteam.

Mijn projectopdracht heet: 'Verbeteren van de gebruiksvriendelijkheid op de website van The Underground' met als doel het verhogen van de het aantal bezoekers en de bezoekersduur. De gebruiker staat tijdens het ontwikkelen in mijn project centraal en dit moet voorkomen in de ontwikkelmethode.

De gemaakte ontwerpkeuzes voor het herontwerp van de website moeten verantwoord kunnen worden naar de opdrachtgever en school toe. Daarom is het belangrijk dat de ontwikkelmethode de ontwerpkeuzes in kaart brengt.

De laatste criteria is dat ik ervaring moet hebben met de ontwikkelmethode. Wanneer ik namelijk ervaring heb met de methode, zal ik tijdswinst behalen ten opzichte van wanneer ik geen ervaring met de methode zou hebben.

Naar aanleiding van deze criteria heb ik de ontwikkelmethodes van Jesse James Garret en RUP vergeleken in de volgende tabel:

Criteria	Jesse James Garrett	Rational Unified Process (RUP)
De ontwikkelmethode is onderverdeeld in fasen.	Ja	Ja
De ontwikkelmethode moet kunnen worden uitgevoerd door een eenmansteam.	Ja	Ja
De ontwikkelmethode stelt de gebruiker centraal als uitgangspunt voor het ontwikkelen.	Ja	Nee, de bedrijfsprocessen staan centraal
De ontwikkelmethode brengt de ontwerpkeuzes in kaart, om deze te kunnen verantwoorden.	Ja	Ja
De student heeft ervaring met de methode.	Ja	Nee

Tabel 2: Vergelijking van twee ontwikkelmethoden aan de hand van vijf criteria.

Zoals te zien is in *tabel 2*, voldoet de ontwikkelmethode van Jesse James Garrett aan alle criteria. De ontwikkelmethode RUP heeft als nadelen ten opzichte van die van Jesse James Garrett dat niet de gebruiker centraal staat, maar de bedrijfsprocessen en dat ik geen ervaring heb met deze methode. RUP kijkt meer naar de achterkant, bijvoorbeeld ook naar de databases, terwijl ik mij tijdens dit project juist met name richt op de voorkant (design). Ik heb dus gekozen voor de methode van Jesse James Garrett omdat hier wel de gebruiker centraal staat en ik tijdswinst kan behalen doordat ik al ervaring met de methode heb.

Fasering:

In het afstudeerplan heb ik een globale fasering van werkzaamheden opgesteld. De fasering staat in *figuur 1*. De werkzaamheden die tijdens het project erbij zijn gekomen zijn grijs gearceerd.

Fase A. Ideevorming

Fase 1. Strategy plane

- Plan van aanpak opstellen
- **Inventarisatierapport opstellen**
- Heuristic Evaluation (experttest) uitvoeren

Fase B. Definitiering

- Doelgroep rapportage opstellen
- **Interview rapportage opstellen**
- Persona's opstellen

Fase 2. Scope plane

- Requirements (systeemeisen) opstellen

Fase C. Design

Fase 3. Structure plane

- **Card-sorting rapport opstellen**
- Sitemaps opstellen

Fase 4. Skeleton plane

- Wireframes opstellen

Fase 5. Surface plane

- **Trendonderzoek rapport opstellen**
- Mock-up opstellen
- Clickable demo opstellen

Fase D. Detailontwerp

- **Enquête rapportage opstellen**
- Testplan opstellen
- Gebruikerstest uitvoeren
- Testrapport opstellen
- Aanpassen clickable demo

Fase E. Uitvoering

- Adviesrapport zoekmachineoptimalisatie opstellen
- Implementeren ontwerprapport op website

Fase F. Nazorg

- Presenteren en overdracht

Figuur 1: Fasering van werkzaamheden tijdens het project

In *figuur 1* zijn de werkzaamheden ingedeeld volgens de fasen van de projectmanagementmethode: fase A tot en met F. Daaronder is een verdeling gemaakt in de fasen van de ontwikkelmethode van Jesse James Garrett: fase 1 t/m 5. Hierin is duidelijk te zien dat de projectmanagementmethode en de ontwerpmethode aanvullend aan elkaar zijn. In de ontwikkelmethode wordt bijvoorbeeld geen rekening gehouden met het testen en de nazorg van het product, terwijl er in de projectmanagementmethode wel rekening mee wordt gehouden. De vijf planes van de ontwerpmethode vallen binnen de eerste drie van de zes projectmanagementmethodes.

2.2 Plan van aanpak opstellen

In deze paragraaf wordt mijn werkwijze beschreven van het opstellen van de plan van aanpak. De plan van aanpak is als externe bijlage 1 toegevoegd.

Doel en inhoud rapport

De plan van aanpak is opgesteld als handvat voor mij om het project gestructureerd te laten verlopen. Ik werk volgens de projectmanagementmethode van Roel Grit en hij benadrukt het belang van de plan van aanpak als basisdocument van het project om de kwaliteit van het project te waarborgen.

Opstellen plan van aanpak

Ik heb de plan van aanpak opgesteld vanuit input van het afstudeerplan. Aan de hand hiervan heb ik een beschrijving opgesteld van de standaards en richtlijnen, de werkzaamheden, een activiteitenplanning, de risico's en maatregelen en de competenties.

Waarvoor plan van aanpak gebruikt

Ik heb het plan van aanpak gedurende het project gebruikt. Zo heb ik mij aan de opgestelde standaards en richtlijnen gehouden. Met name het stukje over documentbeheer was een handvat om de consistentie van de documenten aan te houden. Ik heb enerzijds rekening gehouden met de risico's en maatregelen, maar anderzijds niet compleet. Zo heb ik wel gezorgd voor back-ups, maar heb ik bijvoorbeeld niet op tijd om hulp gevraagd. Ik heb gewerkt aan de competenties door de werkzaamheden tijdens het project uit te voeren. Van de planning ben ik afgeweken, dit wordt in paragraaf 2.3 beschreven.

2.3 Planning opstellen

In deze paragraaf wordt mijn werkwijze beschreven van het opstellen van de planning.

Doel en inhoud planning

De planning is opgesteld om de tijd binnen het project te beheersen. De planning maakt inzichtelijk welke werkzaamheden er in welke volgorde en met welke deadline moeten worden afgerond.

Waarom activiteitenplanning

Ik heb gekozen voor het opstellen van een activiteitenplanning, omdat ik tijdens het project verschillende activiteiten moest uitvoeren volgens een bepaalde volgorde. Aan de hand van de activiteitenplanning kon ik de voortgang van het project bewaken. De projectmanagementmethode van Roel Grit benadrukt ook het belang van een planning. De planning is als bijlage 2 toegevoegd.

Werkwijze planning

Aan de hand van de fasering (zoals in figuur 1 in paragraaf 2.1.3) heb ik in de plan van aanpak de Milestones en Deadlines opgesteld. Voor iedere tussenactiviteit stond een totaal aantal dagen en de startdatum van het project ben ik vanuit die dagen gaan doortellen naar de deadline datum. De activiteitenplanning is verdeeld over 20 stageweken en er is rekening gehouden met 1 werkdag per week om te werken aan het afstudeerdossier.

Dit is een screenshot van een gedeelte van de planning:

Projectmanagementfase			A. Ideevorming		B. Definieren	C. Design			D. Detailontwerp				
Ontwikkeelfase			1. Strategy			2. Scope	3. Structuur	4. Skelet	5. Surface				
Stageweek			1		2	3	4	5	6	7	8	9	10
Begindatum			12-mei	21-mei			1-jun		18-jun	24-jun	30-jun	6-jul	13-jul
Deadline			19-mei	29-mei			17-jun		23-jun	28-jun	3-jul	10-jul	16-jul
Tijd (dage)	Vooractiviteit	Activiteit met doorlooptijd:											
4		A. Plan van aanpak & Planning	*20-5-2015										
5	A	B. Heuristic evaluation					1-jun						
12	B	C. Doelgroeponderzoek					20-jun						
3	C	D. Systeemeisen opstellen						27-jun					
3	D	E. Sitemaps opstellen						29-jun					
3	E	F. Wireframes opstellen									6-jul		
4	F	G. Mockups opstellen										13-jul	
4	G	H. Clickable demo opstellen											
4	H	I. Testplan opstellen											
4	I	J. Gebruikerstest uitvoeren											
4	J	K. Testrapport opstellen											
3	K	L. Clickable demo aanpassen											
7		M. Adviesrapport opstellen											
4	L	N. Implementeren											
15		O. Afstudeerdossier opstellen											
3	Alle	P. Presenteren en overdracht											

Figuur 2. Screenshot van een gedeelte van de eerste planning

Zoals te zien is in figuur is de planning erg uitgebreid en staan alle datums vast. Dit is uiteindelijk funest geweest, want bij uitloop van een activiteit vond ik het te lastig om de hele planning aan te passen vanwege de strakke dagenplanning.

Nieuwe planning

Op 17 augustus heb ik een nieuwe planning opgesteld, omdat ik vanwege de uitloop de andere planning helemaal niet meer zou kunnen halen. Deze planning is een stuk krappert en is toegevoegd aan dit document als bijlage 3. Een gedeelte is te zien in figuur 3.

	Dagen	Prioriteit laag-hoog
Doelgroeponderzoek:	3 dagen	2
Gebruikersonderzoek aanvullen (SiteAnalytics)		
interviews uitvoeren		
Persona's opstellen		

Figuur 3. Nieuwe planning op 17 augustus

Ik heb nu niet voor een activiteitenplanning gekozen, maar voor een eenvoudige planning. De vorige planning was namelijk te onoverzichtelijk en ik kon er moeilijk aanpassingen maken. Ik heb eerst opsomming van op te leveren(tussen)producten opgesteld en daar de met de schatting van tijd in dagen dat deze nog kosten. Hierbij ging ik uit van een totaal van nog 35 dagen in het project. De producten zijn geprioriteerd op belangrijkheid, zodat duidelijk is welke als eerste moet worden gemaakt binnen het project.

Tussentijdse rapportage en beoordelingen

Op 29 juni 2015 heb ik een bedrijfsbezoek gehad van de begeleider van school. De agenda en aantekeningen van dit gesprek zijn als bijlage 4 toegevoegd.

Na afloop van het project heeft mijn bedrijfsmentor een beoordelingsformulier ingevuld. Dit beoordelingsformulier is als bijlage 9 toegevoegd aan dit rapport.

2.4 Inventarisatierapport opstellen

In deze paragraaf wordt mijn werkwijze beschreven van het opstellen van het inventarisatierapport. Het inventarisatierapport is als externe bijlage 2 toegevoegd.

Doel en inhoud rapport

Het inventarisatierapport is opgesteld om inzicht te krijgen in de huidige situatie van de website. In het inventarisatierapport wordt de context van The Underground beschreven en een nulmeting van de website gegeven.

Nut van nulmeting/eindresultaat

Om de website te bevroren en een nulmeting te hebben om na afloop van het project te kunnen bepalen of de doelstelling is behaald, heb ik het inventarisatierapport opgesteld.

Toen ik bezig was met het opstellen van de plan van aanpak, merkte ik dat de webmanager bijna dagelijks wijzigingen op de website maakte. Omdat ik tijdens mijn project een herontwerp zou maken van de bestaande website, maar die website steeds veranderde, moest ik de website bevroren. Om de website te bevroren heb ik ervoor gekozen om screenshots van de website te maken. Hierdoor kon ik tijdens het project de 'bevroren website' als uitgangspunt nemen.

Voor het opstellen van de Heuristic Evaluation bedacht ik dat om de projectdoelstelling te behalen, ik wel een nulpunt voor een vergelijking moest hebben. Anders zou ik achteraf niet kunnen vergelijken of de website daadwerkelijk meer bezoekers en hogere bezoekersduur zou hebben. Deze gegevens zouden namelijk niet in de Heuristic Evaluation worden onderzocht. Hetzelfde geldt voor de vindbaarheid van de website: Om achteraf te kunnen bepalen of de website beter vindbaar is, moet wel eerst in kaart zijn gebracht hoe vindbaar de website vooraf was. Daarom heb ik het huidige gebruik en de vindbaarheid van de website in het inventarisatierapport beschreven.

Werkwijze

Aan het begin van de afstudeerperiode heb ik gesprekken gehad met de opdrachtgever en de webmanager over The Underground en de website. Voor het eerste gesprek met de opdrachtgever heb ik interviewvragen opgesteld. Deze interviewvragen zijn toegevoegd als bijlage 5. Vanuit de gesprekken kreeg ik achtergrondinformatie en dit heb ik gebruikt bij het opstellen van de contextbeschrijving.

In de nulmeting heb ik de informatiestructuur, vormgeving en functionaliteiten beschreven door eerst screenshots te maken van alle onderdelen en daarna bij ieder onderdeel informatie te schrijven.

De website van The Underground zag er op 20 mei 2015 als volgt uit:



Figuur 4. Screenshot van de homepagina van The Underground op 20 mei 2015

Bij het beschrijven van het huidige gebruik heb ik gebruik gemaakt van de gegevens van de website middels Google Analytics. Eerst heb ik screenshots gemaakt van de gegevens en daarna heb ik vragen opgesteld. De antwoorden op deze vragen zijn de beschrijving van het huidige gebruik. Dit was naast de screenshots van de website het belangrijkste onderwerp in het inventarisatierapport, aangezien aan de hand van het aantal bezoekers en de bezoekersduur op 20 mei 2015 aan het einde van het project kan worden vergeleken om te bekijken of het doel van het bedrijf is behaald. Dit was:

In een half jaar tijd in de periode van 20 november 2014 tot 20 mei 2015 heeft de website in totaal 34.278 bezoekers gehad met een gemiddelde bezoekersduur van 1:28.

Bij het beschrijven van de vindbaarheid op Google heb ik de zoekresultaten van Google gebruikt bij het zoeken op de termen: "The Underground" en "Site:theunderground.nl". De best gevonden zoekresultaten zijn de beschrijving van de vindbaarheid.

2.5 Heuristic Evaluation uitvoeren

In deze paragraaf wordt mijn werkwijze beschreven van het uitvoeren van de Heuristic Evaluation. Het rapport Heuristic Evaluation is als externe bijlage 3 toegevoegd.

Doel en inhoud rapport

De Heuristic Evaluation is uitgevoerd om de gebruiksvriendelijkheid in kaart te brengen van de website The Underground en mogelijke verbeterpunten te vinden. De Heuristic Evaluation is een experttest waarin experts de website beoordelen en analyseren aan de hand van richtlijnen. Vanuit de bevindingen kwamen conclusies en aanbevelingen naar voren.

Experts

De Heuristic Evaluation is uitgevoerd door mij, als expert op het gebied van interaction design en door de webmanager, als expert van de website. Verder waren er geen mensen binnen mijn team die konden worden aangemerkt als expert voor de website.

Ik had het inventarisatierapport opgesteld als uitgangspunt voor na afloop van het project om de screenshots te vergelijken en te bekijken of het aantal bezoekers en de bezoekersduur was verhoogd. Ook was het inventarisatierapport ervoor bedoeld om vanuit de screenshots verder te gaan ontwerpen, aangezien de webmanager continu veranderingen aanbracht aan de website. De Heuristic Evaluation is als enige rapport wel gebaseerd op de huidige website, omdat dit niet kon met alleen screenshots en omdat de webmanager mij op dit moment hielp en dus toch geen aanpassingen kon maken aan de live website.

Richtlijnen vergelijken

Bij het zoeken naar richtlijnen heb ik de richtlijnen vergeleken aan de hand van een aantal factoren waaraan ze moesten voldoen. De richtlijnen moesten aan de volgende factoren voldoen:

- De richtlijnen moeten specifiek gericht zijn op de gebruiksvriendelijkheid van een website, omdat bepaald moet worden hoe gebruiksvriendelijk de website is en welke mogelijke verbeteringen er kunnen worden gemaakt.
- De richtlijnen moeten in ieder geval de onderdelen: informatiestructuur, vormgeving, functionaliteiten en content beoordelen. Dit komt omdat in het afstudeerplan bleek dat de informatiestructuur, vormgeving en functionaliteiten onderzocht moesten worden

op de mate van gebruiksvriendelijkheid. De website is een content-gerichte nieuwswebsite en daarom moesten er ook in ieder geval content richtlijnen bij zitten.

In *tabel 3* worden de richtlijnen van 6 auteurs beoordeeld op de bovenstaande factoren. Wanneer een richtlijn aan die factor voldoet krijgt het een ‘++’ en wanneer het niet voldoet een ‘—’.

Richtlijnen van auteur:	Whitney Quesenberry	Peter morville	Weinschenk & Barker	W3C	David Travis	Jacob Nielsen
Richt specifiek op gebruiksvriendelijkheid	++	--	++	--	++	--
Beoordeelt informatiestructuur Vormgeving, functionaliteiten en content	--	--	--	++	++	--

Tabel 1. Beoordeling van richtlijnen voor Heuristic Evaluation a.d.h.v. factoren

Keuze voor de richtlijnen

Zoals te zien is in tabel 1 voldoen alleen de richtlijnen van David Travis aan de twee factoren. Deze richtlijnen richten zich specifiek op de gebruiksvriendelijkheid en gaan diep in op de factoren informatiestructuur, vormgeving, functionaliteit en inhoud van de website. Ik heb gekozen voor de 247 richtlijnen van David Travis, omdat alle factoren waaraan de richtlijnen moesten voldoen naar voren kwamen.

Een voorbeeld van een content richtlijn van David Travis is:

“Link namen komen overeen met de titel van de bestemming pagina's, zodat gebruikers weten wanneer ze de beoogde pagina hebben bereikt.”

Richtlijnen vertalen en beoordelen

Na het kiezen van de richtlijnen heb ik ze vertaald naar het Nederlands, omdat het rapport ook in het Nederlands is. Mijn webmanager is Fins en hij heeft wel de Engelse richtlijnen gebruikt. De webmanager en ik hebben de richtlijnen beoordeeld met scores in een bijbehorend Excel-bestand. We gaven hierbij ook aan welke richtlijnen niet van toepassing waren voor de website. Ik heb de beoordelingen samengevoegd in een word-document en de bevindingen beschreven. In de bevindingen kwam onder andere naar voren dat de website het hoogste scoort op vertrouwen en geloofwaardigheid en het laagste op de navigatie en informatiestructuur.

Prioriteren

Na het beoordelen van de richtlijnen heb ik de richtlijnen geprioriteerd op belang, zodat er minder richtlijnen zouden overblijven. Als eerste zijn de richtlijnen die niet van toepassing waren bij het doorlopen van de experts weggehaald. Dit waren bijvoorbeeld richtlijnen die zich richten op een webshop of op andere zaken die op de website niet van toepassing zijn. Vervolgens zag ik dat er meerdere richtlijnen stonden die vrijwel hetzelfde betekenden, hiervan heb ik dan de minst beschrijvende weggehaald. Van de richtlijnen die overbleven heb ik in overleg met de opdrachtgever nog meer richtlijnen weg gefilterd, die volgens haar niet van belang waren.

Analyseren

De geprioriteerde richtlijnen heb ik daarna geanalyseerd samen met de webmanager. We beschreven per richtlijn hoe de website voldeed of niet aan de richtlijn of dat het nog onduidelijk was.

Concluderen

De analyses van de geprioriteerde richtlijnen heb ik vervolgens gesorteerd volgens de deelonderzoeksvragen op goede punten, verbeterpunten en nader te onderzoeken punten. Ik gaf de analyses de kleur groen voor goede punten, rood voor verbeterpunten en oranje voor te onderzoeken punten. Deze gekleurde analyses heb ik per zin beschreven en gesorteerd per deelonderzoeksvraag, zodat de conclusie overzichtelijk is.

Aanbevelingen

Na het opstellen van de conclusies bleek dat er al veel verbeterpunten en nader te onderzoeken punten naar voren kwamen. Vanuit deze punten heb ik aanbevelingen geschreven. Een voorbeeld van een verbetervoorstel is:

“Buttons geven alleen visuele feedback bij mouse-over, maar het geeft niet aan op welke pagina de gebruiker is. Wanneer een gebruiker op een button klikt moet hij zien dat hij daarop heeft geklikt. Ik raad aan om visuele feedback te gebruiken wanneer een gebruiker op een pagina heeft geklikt.”

Ik heb de verbetervoorstellen geadviseerd aan de opdrachtgever. Toen zij de aanbevelingen hoorde, vond zij de meeste aanbevelingen logisch en wilde ze dat ik deze ging overnemen als eisen aan het systeem. We hebben samen alle aanbevelingen doorgelopen op welke zij belangrijk vond voor de website. De belangrijke verbetervoorstellen volgens hen heb ik omgezet in site objectives in het ontwerprapport.

Daarna heb ik geadviseerd om de aanbevelingen die minder belangrijk waren volgens het team wel aan te nemen als user needs (wensen van de gebruikers). Dit aangezien de website niet goed scoort op deze punten van gebruiksvriendelijkheid en dus wel belangrijk zijn voor de gebruikers. Het team was het hier mee eens, dus dit heb ik uitgevoerd.

Wat te doen met nader te onderzoeken punten

De nader te onderzoeken punten zijn gebruikt als input voor vragen voor het doelgroeponderzoek en om richting te geven aan de gebruikerstest.

3. Definitieringfase

In dit hoofdstuk worden de activiteiten beschreven die vallen in de definitieringfase. Denk hierbij aan het opstellen van het doelgroep rapport, het uitvoeren van de card-sorting, het opstellen van het trendonderzoek en het opstellen van de systeemeisen.

3.1 Doelgroep rapportage opstellen

In deze paragraaf wordt mijn werkwijze beschreven van het opstellen van de Doelgroep rapportage aan de hand van de activiteiten die hieronder vallen, namelijk: Bronnenonderzoek uitvoeren, de doelgroep interviewen, de doelgroep segmenteren en persona's opstellen. Het doelgroep rapportage is als externe bijlage 4 toegevoegd.

Doel en inhoud rapport

Het doelgroep rapportage is opgesteld voor de opdrachtgever om inzicht te krijgen in de doelgroep, aangezien er te weinig inzicht in de doelgroep was. Inzicht in de doelgroep is belangrijk, aangezien de website moet fungeren als platform voor de community.

Resultaat

De gegevens uit het doelgroep rapportage zijn overgenomen in het ontwerprapport. Er is een samenvatting van het doelgroeponderzoek opgenomen in het ontwerprapport en de behoeften van de doelgroep zijn overgenomen als user needs.

Werkwijze

Om interviews met de doelgroep te kunnen houden, moest ik eerst weten wie de doelgroep precies is, daarom heb ik eerst bronnenonderzoek uitgevoerd. Daarna heb ik leden uit de doelgroep geïnterviewd voor meer informatie. Vervolgens heb ik de doelgroep gesegmenteerd en daarvan heb ik drie persona's opgesteld. Nu zullen deze activiteiten worden beschreven.

3.1.1 Bronnenonderzoek uitvoeren

Het bronnenonderzoek is uitgevoerd om tot feitelijke gegevens over de doelgroep te komen voor het doelgroep rapportage.

Stakeholders

Voor het bronnenonderzoek heb ik een gesprek met de opdrachtgever gehad over wie de doelgroep volgens The Underground is en welke stakeholders er bestaan. Hieruit kwamen de volgende stakeholders naar voren: Expats, internationale studenten, locals, toeristen, adverteerders, contributors en distributiepunten. De opdrachtgever gaf de voorkeur om lokalen te benoemen als locals en het team en vrijwilligers te benoemen als contributors. De informatie over de stakeholders komt vanuit een folder van The Underground en informatie van de opdrachtgever. Voor de stakeholders zijn bepaalde belangen op de website beschreven. Zo is het voor distributiepunten van belang dat er een overzicht met distributiepunten op de website staat, dat zij weten hoe ze een distributiepunt kunnen worden en dat ze contact kunnen opnemen om zich aan te melden als distributiepunt. Deze stakeholdersbelangen zijn overgenomen als site objectives.

De primaire doelgroep

Na het in kaart brengen van de stakeholders, ben ik begonnen met het doen van doelgroeponderzoek naar de primaire doelgroep: expats.

Categorisatie

Om het onderzoek te categoriseren heb ik eerst onderzocht naar wat demografische criteria, psychologische criteria, attitude en motivatie inhouden. Zo valt onder de demografische criteria bijvoorbeeld de leeftijd en geslacht. Daar heb ik een lijst van gemaakt, zodat ik specifiek kon zoeken op deze categorieën. Daarna heb ik bronnen opgezocht.

Afbakening

Het was al bekend dat The Underground zich richt op expats in Den Haag, maar bij het zoeken naar bronnen specifiek van expats in Den Haag kwamen er geen nuttige bronnen. Daarom heb ik eerst gezocht naar de afbakening en definitie van expats in Nederland en ben ik van daaruit verder gegaan. De afbakening van expats is: "Expats zijn in het buitenland geboren personen zonder Nederlandse nationaliteit, die naar Nederland zijn geïmmigreerd op de leeftijd tussen 18 en 75 jaar. Zij wonen en werken in Nederland, zijn hooggekwatificeerd en verdienen gemiddeld meer dan andere werknemers. Expats zijn ingeschreven bij de Gemeentelijke Basis Administratie en asielzoekers, au pairs en stagiaires zijn uitgesloten van de afbakening als expat."

Bronnenonderzoek

Er was weinig informatie te vinden over de doelgroep expats in Nederland, maar toch heb ik twee nuttige rapporten gevonden tijdens het bronnenonderzoek.

Op het CBS stond een nuttig rapport die ik heb gebruikt voor het beschrijven van de demografische criteria van expats in Nederland. Hieruit heb ik de gemiddelde gegevens van expats in Nederland gevonden over: Geslacht, leeftijd, regio, nationaliteit, taal, bedrijfssector, inkomen en gezinssamenstelling.

Voor het beschrijven van de psycho-sociologische kenmerken vond ik een nuttig onderzoeksrapport die de resultaten van interviews met 105 expats in Den Haag en Rotterdam beschrijft op het gebied van interesses, hobby's en levensstijl. Deze gegevens zijn dus specifieker op de regio dan de demografische gegevens.

Voor het beschrijven van de attitude van de doelgroep kon ik geen geschikte bronnen vinden. Ik heb daarom besloten om de attitude te beschrijven aan de hand van het gedrag van gebruikers op de website. Hiervoor zijn de gegevens uit het inventarisatierapport als uitgangspunt genomen.

De motivatie van de doelgroep in combinatie met de website van The Underground kon niet worden gevonden middels bronnenonderzoek. Daarom heb ik ervoor gekozen om interviews met de doelgroep te houden om de motivatie en wensen van de doelgroep in kaart te brengen. Dit wordt in de volgende paragraaf beschreven.

3.1.2 Doelgroep interviewen

In deze sub-paragraaf staat mijn werkwijze beschreven van het interviewen van de doelgroep.

De doelgroep is geïnterviewd omdat er een aantal punten waren uit de Heuristic Evaluation die nader moesten worden onderzocht, om de motivatie van de doelgroep te beschrijven in het doelgroep rapportage en om de gebruikersbehoeften (user needs) in kaart te brengen.

Input interviewvragen

Als input voor de interviewvragen zijn de nader te onderzoeken punten uit de Heuristic Evaluation genomen en verder aangevuld met de onderdelen die vallen onder het beschrijven van de motivatie van de doelgroep.

Vanuit de Heuristic Evaluation kwamen een aantal punten naar voren die nader moesten worden onderzocht over de doelgroep, namelijk:

- Wat zijn de doelen van de doelgroep voor de website?
- Wat is de beeldvorming over The Underground?
- Welke informatiebehoefte heeft de doelgroep?

Om de motivatie van de doelgroep in kaart te brengen moesten de doelen, taken, problemen en wensen in kaart worden gebracht. Om de site objectives in kaart te brengen moesten de wensen van de doelgroep in kaart worden gebracht.

Interviewrapport opstellen

Tijdens het opstellen van de interviewvragen besepte ik me dat de interviewgegevens op een kwalitatieve manier moesten worden verwerkt. Daarom heb ik een apart rapport opgesteld waarin de interviewgegevens worden verwerkt. Dit interviewrapport is als externe bijlage 5 toegevoegd.

In het interview kwamen de volgende onderwerpen naar voren:

- Ervaring met The Underground
- Gebruikersdoelen
- Beeldvorming
- Concurrentie
- Gebruikerstaken
- Problemen, angsten, zorgen
- Wensen

Voor deze onderwerpen heb ik interviewvragen opgesteld. De interviewvragen zijn vertaald naar het Engels. Bij een aantal vragen zijn meerdere keuzes mogelijk, deze vragen zijn gesloten vragen. De overige vragen zijn open vragen. Een voorbeeld van een open vraag uit het interview is: "Met welk doel zou je de website van The Underground bezoeken?". Deze vraag valt onder de categorie gebruikersdoelen.

Selectie van interviewpersonen

De geïnterviewde personen moesten onderdeel zijn van de doelgroep en zijn daarom geselecteerd op de volgende criteria:

- De persoon is een expat in Nederland (hij of zij voldoet aan de afbakening van expat)
- Hij of zij woont en werkt rondom Den Haag
- De persoon is bekend met de website of de krant van The Underground.

De doelgroep expats zijn de primaire doelgroep van The Underground en omdat The Underground zich richt op expats die wonen en werken rondom Den Haag is dit ook belangrijk. Omdat de specifieke wensen van de website in kaart worden gebracht is het voor dit interview van belang dat de persoon bekend is met The Underground.

Planning van de interviews

De interviews zijn gehouden op het kantoor van The Underground en één interview is gehouden via de e-mail met daarna telefonisch contact. Er zouden 10 personen geïnterviewd worden, waarvan een aantal niet op locatie konden komen en daarom heb ik het interview uitgewerkt zodat zij deze zelfstandig via de mail konden invullen. Dit in te vullen interview is toegevoegd als bijlage 6. Deze mensen zou ik daarna bellen voor nadere toelichting. Uiteindelijk hebben er maar 5 personen deelgenomen aan de interviews, omdat een aantal personen helemaal niets meer lieten weten, of vanwege ziekte of vanwege verhuizing naar een ander land. Ik heb het bij deze 5 personen moeten houden omdat ik tijdsnood kwam, want ik had de interviews nog niet compleet afgerond tijdens het eerste tussentijdse assessment. Doordat dit niet was afgerond kon ik de user needs niet afronden en ook niet starten met de wireframes en ik moest dus een knoop doorhakken om door te gaan.

Verwerking interviewgegevens

De interviewgegevens heb ik verwerkt door eerst de antwoorden uit te schrijven in verwerkingstabellen per vraag. Bij gesloten vragen heb ik geturfd hoe vaak een antwoord voorkwam. Bij open vragen heb ik eerst irrelevante informatie gewist, de antwoorden opgesplitst in fragmenten, de fragmenten gelabeld en gegroepeerd en daarna deze gegevens geturfd. Tot slot heb ik de gegevens vertaald naar het Nederlands en vanuit de verwerkingstabellen de bevindingen opgesteld. Vanuit de bevindingen heb ik de conclusie geschreven.

Eindresultaat

De conclusie van het interviewrapport is gebruikt als input voor de motivatie van de doelgroep in paragraaf 3.5 van het doelgroep rapport. De wensen van de doelgroep zijn overgenomen als user needs in het ontwerpbericht.

3.1.3 Doelgroep specificeren

In deze sub-paragraaf staat mijn werkwijze beschreven van het specifiek maken van de primaire doelgroep tot de doelgroep van The Underground.

Ik heb de doelgroep gespecificeerd om een afbakening van de doelgroep te maken waarop The Underground zich wil richten

Nieuwe missie en visie

Begin augustus kwam The Underground met een nieuwe missie en visie voor het bedrijf. Voor de website geldt dat het design van de nieuwe website bepaalde waarden moet uitstralen: hip, trendy en light. In de missie en visie staan ook een aantal elementen waaraan de doelgroep moet voldoen. Deze elementen heb ik overgenomen als afbakeningscriteria voor de specifieke doelgroep van The Underground, namelijk:

Leeftijdscategorie: Tussen de 25 en 40 jaar

Locatie: Den Haag

Intelligentie: Slim, intellectueel

Inkomen: Bovengemiddeld

Interesse: De gezamenlijke interesse is de betrokkenheid bij Den Haag.

Behoeft aan: Informatie over evenementen, kunst, muziek, cultuur, uitgaan, lifestyle en lokale hotspots in en rondom Den Haag.

Vanuit deze specifieke doelgroep van The Underground worden persona's opgesteld.

3.1.4 Persona's opstellen

In deze sub-paragraaf beschrijf ik mijn werkwijze van het opstellen van de persona's.

De persona's zijn opgesteld om een beeld te geven van specifieke doelgroep van The Underground. Zij dienen als uitgangspunt voor wie er in het ontwerprapport wordt ontworpen.

In de nieuwe missie en visie van The Underground waren drie korte persona beschrijvingen opgenomen. Deze persona beschrijvingen heb ik genomen als uitgangspunt en aangevuld tot drie uiteindelijke persona's. De persona's voldoen aan de criteria van de specifieke doelgroep en heb ik aangevuld met informatie over de primaire doelgroep, zoals de interesses en de behoeften. In *figuur 5* staat de persona van Nicky uit het doelgroep rapport.

Persona Nicky:



Geslacht:	Vrouw
Leeftijd:	28 jaar
Woonplaats:	Den Haag
Nationaliteit:	Australisch
Talen:	Engels
Opleiding:	Universitair opgeleid
Beroep:	Young Professional handel bij Philips
Inkomen:	€ 50.000,- netto per jaar
Gezinssamenstelling:	Single, woont alleen in een flat
Interesses:	Biologisch voedsel, markten bezoeken en vintage kleding.
Behoeften:	Op zoek naar interessante plaatsen om naar toe te gaan
Informatiebehoeften:	Informatie over mode, restaurants, markten en winkelen.
Beeldvorming over TU:	Hip, Arty, Interesting, Different, Smart

Figuur 5. Gedeelte van de persona van Nicky uit het doelgroep rapportage

3.3 Card-sorting uitvoeren

In deze paragraaf wordt mijn werkwijze beschreven van het uitvoeren van de card-sorting.

Doel inhoud rapport

Het rapport card-sorting is opgesteld om de nieuwe gewenste informatiearchitectuur voor de website in kaart te brengen. De informatiearchitectuur van de huidige website was te breed, door te veel hoofdnavigatie-items en daardoor onoverzichtelijk.

Het rapport Card-sorting is als externe bijlage 6 aan dit rapport toegevoegd.

Testpersonen

Ik heb de card-sorting uitvoert met het team omdat zij de website kennen en weten voor welke navigatie categorieën te weinig content is. Dat was namelijk het geval bij 'The Studentground': deze categorie heeft te weinig content om een eigen pagina te zijn en zal in de toekomst een aparte website worden.

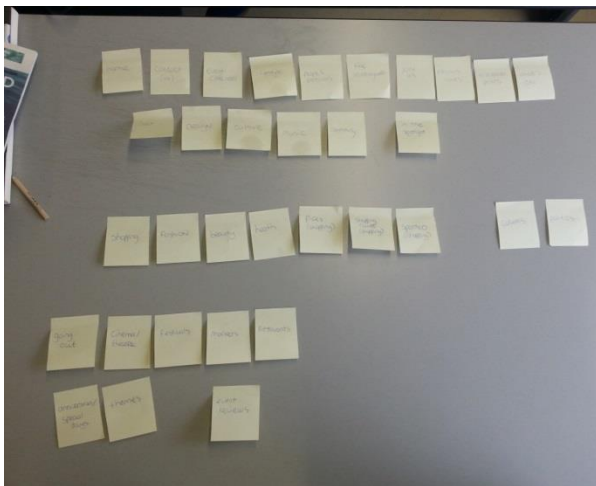
Aanpak

Vanuit de hoofdonderzoeksvraag heb ik vier deelonderzoeksvragen opgesteld.

Vanuit iedere deelonderzoeksvraag heb ik daarna een taak opgesteld. Ik heb de taken opgesteld, omdat de card-sorting werd uitgevoerd met veel termen en daardoor zou de testpersoon een aantal stappen moeten doorlopen. De taken volgen op elkaar en heten:

1. Selectie van termen
2. Categoriseren van termen
3. Plaatsing termen in navigatiebalk
4. Plaatsing termen elders op de homepagina

De testpersonen kregen post-its met termen erop en door het uitvoeren van de vier taken heeft de testpersoon dan de gewenste informatiestructuur in de vorm van een soort sitemap neergelegd. Een voorbeeld van de opstelling van post-its voordat de testpersonen de taken ging uitvoeren is afgebeeld in *figuur 6*.



Figuur 6. Opstelling van post-its met termen voor de card-sorting

Termen

De termen die zijn gebruikt als post-its heb ik gehaald uit de huidige categorieën en inhoud van de website en uit onderwerpen uit de tastbare krant. Dit heb ik gedaan omdat sommige termen uit de krant nog niet voorkwamen op de website. Zo kwam de term 'Restaurants' wel

voor in de tastbare krant, maar nog niet op de website. Termen die uit meerdere woorden bestonden heb ik opgesplitst, zo is 'Art & Design' opgesplitst tot een post-it voor 'Art' en een voor 'Design'. Op deze manier konden de testpersonen zelf bekijken welke termen zij bij elkaar vonden passen.

Eerste opstelling en conventies

De eerste opstelling van de test heb ik uitgevoerd met de eigenaar van The Underground. Doordat zij de eigenaar is, heb ik samen met haar conventies voor de benamingen van termen opgesteld. Zo hebben we bijvoorbeeld besloten dat wanneer er meerdere termen staan, deze gekoppeld worden met het '&' teken en dat de term 'Home' in ieder geval het eerste item in de navigatiebalk moet zijn. Ook hebben we samen vastgesteld welke termen er onder 'Contact' moesten komen te staan.

De Card-sorting

De card-sorting is uitgevoerd met vijf testpersonen uit het team. Bij iedere testpersoon heb ik er bij gezeten en aantekeningen gemaakt van de uiteindelijke opstelling van de post-its. Soms vroeg een testpersoon om uitleg van een term, zoals "Wat komt er te staan onder helpfull links". Dan legde ik uit dat hieronder verwijzingen naar andere websites voor expats zouden komen te staan. Aan het einde van de test vroeg ik of de testpersoon tevreden was met de uiteindelijke opstelling. Verder heb ik niet geholpen met het neerleggen van de termen, omdat ik dan de resultaten zou kunnen beïnvloeden.

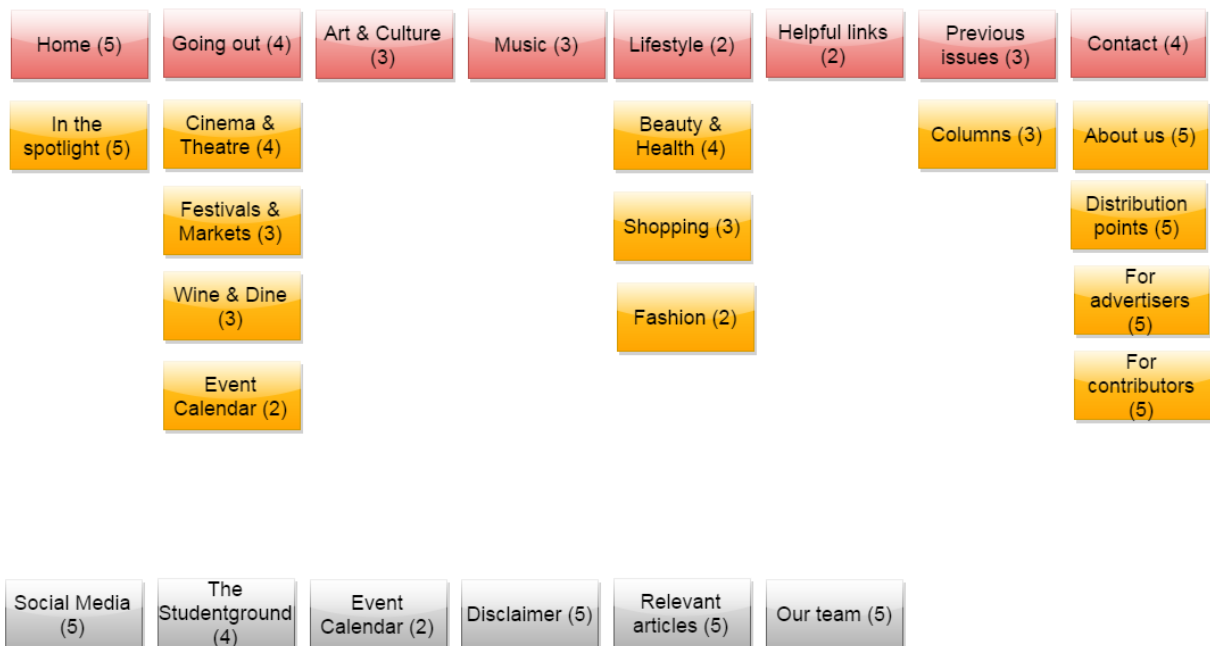
Uitschrijven van resultaten

Ik heb uiteindelijk het analyseformulier niet gebruikt voor het uitschrijven van de resultaten. Het analyseformulier diende om antwoord te geven op de deelonderzoeksvragen, maar dit was onnodig, omdat de testpersoon uiteindelijk de gewenste opstelling heeft neergelegd. Het eindresultaat in de vorm van een gewenste opstelling was dus voldoende.

De uitkomsten van de card-sorting waren de gewenste opstellingen van de termen volgens die testpersoon. Deze opstellingen zagen er uit als sitemaps en hiervan heb ik foto's en aantekeningen gemaakt. De aantekeningen heb ik uitgetypt als bevindingen in het rapport Card-sorting. Deze bevindingen heb ik uitwerkt tot resultaten in de vorm van sitemaps per testpersoon.

Vergelijking van de vijf sitemaps

Van de vijf verschillende sitemaps van de testpersonen heb ik een vergelijking gemaakt. Op papier heb ik het aantal keer voorkomen van de termen op een bepaalde plaats geturfd. In de samengestelde sitemap in *figuur 4* staat tussen haakjes hoeveel van de testpersonen een bepaalde term op een bepaalde plaats heeft geplaatst.



Figuur 7. Samengestelde sitemap vanuit vergelijking sitemaps testpersonen

Zoals te zien is in figuur 7 zijn de termen die door in ieder geval meer dan 2 personen op een bepaalde plaats zijn neergelegd overgenomen in de vergelijkende sitemap.

Vanuit deze vergelijking van sitemaps is de uiteindelijke sitemap in het ontwerprapport opgesteld. De cijfers van het aantal keer voorkomen van een term op een bepaalde plaats zijn weggehaald en hierdoor is de nieuwe sitemap ontstaan.

Betrekking doelgroep

Om de doelgroep te betrekken bij de nieuwe informatiearchitectuur heb ik de termen uit de uiteindelijke sitemap verwerkt in de interviews met de doelgroep. Zo was één van de vragen: “Welke van de volgende onderwerpen zouden jou interesseren?”, met daarbij de termen uit de sitemap. Uit de conclusie bleek o.a. dat alle geïnterviewde personen geïnteresseerd zijn in de evenementenkalender en muziek.

Resultaat

Vanuit de card-sorting heb ik de nieuwe gewenste informatiearchitectuur opgesteld in de vorm van een sitemap. Deze sitemap is overgenomen in het ontwerprapport.

In paragraaf 4.1 staat meer beschreven over het opstellen van de sitemaps in het ontwerprapport.

3.4 Systeemeisen opstellen

In deze paragraaf wordt mijn werkwijze beschreven van het opstellen van de systeemeisen.

Doel

De systeemeisen zijn opgesteld om de eisen aan de functionaliteiten en content voor de website in kaart te brengen in de scope plane van het ontwerprapport. De systeemeisen zijn richtlijnen om aan te geven waaraan de nieuwe website moet voldoen. De systeemeisen staan in het ontwerprapport, het ontwerprapport is als externe bijlage 7 toegevoegd.

Werkwijze

Ik heb de systeemeisen opgesteld aan de hand van de site objectives en de user needs uit het ontwerprapport.

De site objectives zijn de bedrijfsdoelstellingen en deze heb ik in kaart gebracht middels informatie uit het inventarisatierapport, aanbevelingen uit de Heuristic Evaluation, interviews met de opdrachtgever en vergaderingen met het team. Uit het inventarisatierapport heb ik de onderdelen van de website gehaald die er momenteel zijn, zoals de zoekoptie en de evenementen kalender. Een aantal van de aanbevelingen uit de Heuristic Evaluation zijn door de opdrachtgever aangegeven als noodzakelijk en zijn dus site objectives, bijvoorbeeld: "Buttons geven visuele feedback wanneer er op wordt geklikt". Uit gesprekken met de opdrachtgever en het team kwamen verdere site objectives, zoals: "Er moet ruimte zijn voor maximaal 6 banners van adverteerders."

De user needs zijn de gebruikersbehoeften en zijn in kaart gebracht middels informatie uit het inventarisatierapport, aanbevelingen uit de Heuristic Evaluation en uit interviews met de doelgroep. Uit het inventarisatierapport heb ik de voorkomende taken op de website gehaald en deze omgezet in behoeften voor functionaliteit, ofwel user needs. Een voorbeeld hiervan is "Er moet een mogelijkheid zijn om de laatste versies van de krant te downloaden."

De aanbevelingen uit de Heuristic Evaluation die niet als noodzakelijk zijn weergegeven door de opdrachtgever zijn wel belangrijk voor de gebruiksvriendelijkheid en daarom overgenomen als user needs, bijvoorbeeld: "Verplichte velden binnen een formulier worden aangeduid met een sterretje (*)." Uit interviews met de doelgroep kwamen de doelgroep behoeften naar voren en deze zijn ook omgezet als user needs. Een voorbeeld hiervan is: "Van advertenties moet het duidelijk zijn dat ze advertenties zijn."

In eerste instantie wou ik een benchmark onderzoek doen naar websites van concurrenten van The Underground, om hierdoor tot input voor de systeemeisen te komen. Hiervoor had ik een vraag in het interview met de doelgroep verwerkt waarin ik vroeg wij zij als concurrentie zagen. Ook had ik websites van concurrenten van het team gekregen.

Na het bekijken van deze websites samen met mijn opdrachtgever, vonden we beiden dat de websites van die concurrenten niet beter waren dan die van The Underground en hebben we besloten om uiteindelijk geen concurrentieanalyse uit te voeren.

Onderverdeling systeemeisen

De site objectives en user needs zijn omgezet in systeemeisen. De systeemeisen zijn onderverdeeld in functionele systeemeisen en content eisen. De functionele eisen staan voor specifiek gedrag of functies die het systeem moet kunnen doen voor de gebruiker en de content eisen staan voor de eisen aan de content op de website.

Regels voor opstellen

Bij het opstellen van de systeemeisen heb ik de algemene regels van Jesse James Garrett voor het opstellen van 'requirements' nageleefd, deze zijn:

- Be positive: Beschrijf de systeemeisen in de positieve vorm.
- Be specific: Beschrijf de systeemeisen zo specifiek mogelijk.
- Avoid subjective language: Vermijdt subjectieve taal, wees zo objectief mogelijk.

Een voorbeeld van een systeemeis die is opgesteld volgens deze regels is:

"Het systeem maakt het mogelijk om een overzicht van gerelateerde artikelen te tonen bij ieder geopend artikel." Deze systeemeis is positief, specifiek en objectief.

Prioritering van de systeemeisen

Ik heb de systeemeisen geprioriteerd aan de van de MoSCoW-methode.

Samen met de opdrachtgever heb ik besloten welke systeemeisen het meest belangrijke zijn voor de website. We bekeken welke eisen minimaal van belang zijn voor het project, welke eisen wel gewenst zijn, maar niet van specifiek belang voor het project, welke eisen optioneel zijn en welke eisen nu niet van belang zijn voor het project. Hierbij moest ik rekening houden met de tijd van het project.

De eisen die verplicht in het eindresultaat moeten komen zijn geprioriteerd als 'must-have', de eisen die wel gewenst zijn maar niet nodig voor een bruikbare website zijn geprioriteerd als 'should-have', de eisen die optioneel zijn wanneer er tijd over is in het project zijn geprioriteerd als 'could-have' en de eisen die nu niet van belang zijn, maar mogelijk in de toekomst zouden kunnen worden toegevoegd aan de website zijn geprioriteerd als 'would-have'. Een voorbeeld van een belangrijke systeemeis die is geprioriteerd als 'must-have' is: "De website maakt het mogelijk om vanuit iedere overzicht pagina terug te navigeren naar de homepagina." Deze systeemeis was belangrijk volgens de opdrachtgever.

Resultaat

De systeemeisen geven weer waaraan de nieuwe website uiteindelijk moet voldoen. Vanuit deze eisen kon ik verder werken aan de volgende plane in het ontwerprapport. De systeemeisen gelden als input voor de volgende planes in het ontwerprapport.

In tabel 2 is een voorbeeld te zien van een aantal functionele systeemeisen. Achteraf heb ik de systeemeisen gedurende het hele project afgewerkt aan de hand van een lijst, deze lijst is toegevoegd als bijlage 8.

Eis	Prioriteit
De website maakt het mogelijk om op iedere pagina (behalve de evenementen kalender) minimaal drie van de meest recente artikelen te tonen.	M
De website maakt het mogelijk om vanuit de news ticker te navigeren naar de meest recente artikelen.	W
De website maakt het mogelijk om een artikel te lezen.	M
De website maakt het mogelijk om op een artikel te reageren.	C

Tabel 2. Een aantal functionele systeemeisen uit het ontwerprapport

4. Designfase

In dit hoofdstuk worden de activiteiten beschreven die vallen binnen de designfase. Denk hierbij aan het opstellen van de sitemap, het opstellen van de wireframes, het opstellen van de mock-ups en het opstellen van de clickable demo.

4.1 Sitemaps opstellen

In deze paragraaf wordt mijn werkwijze beschreven van het opstellen van de sitemaps.

Doel

De sitemaps zijn opgesteld om de gewenste informatiearchitectuur van de website in de structure plane van het ontwerprapport in kaart te brengen. Een sitemap is een gevisualiseerde weergave van de informatiearchitectuur (navigatiestructuur).

Werkwijze

Voor het in kaart brengen van de nieuwe gewenste informatiearchitectuur heb ik card-sorting uitgevoerd met leden van het team, zoals besproken in paragraaf 3.3 van dit dossier.

Hieruit kwam de volgende sitemap naar voren:



***Figuur 8.** Nieuwe gewenste informatiearchitectuur (sitemap) vanuit resultaten card-sorting*

In de sitemap in *figuur 8* zijn de rode elementen de hoofdnavigatie items, de oranje items zijn de dropdownitems daarvan en de grijze items zijn verwijzingen elders op de homepage.

Feedback

Ik heb de sitemap samen met de eerste versies van de wireframes (beschreven in hoofdstuk 4.2) gepresenteerd aan leden van het team, waaronder de redacteur, webmanager, schrijvers en designers en hierop kreeg ik feedback.

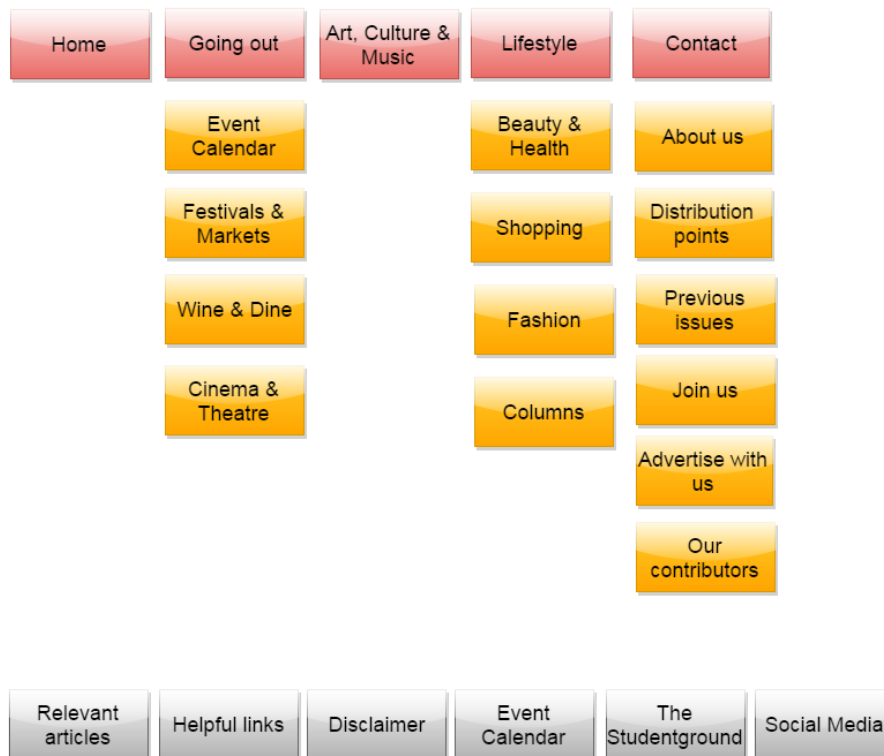
Vanaf de nieuwe missie en visie van The Underground werd er voor iedere editie van de krant een planning opgesteld met wanneer er nieuwe content op de website zou komen. Voorheen werd het aantal keer dat nieuwe content zou worden toegevoegd niet gereguleerd. Doordat nu duidelijk was voor welke categorieën er wanneer content zou komen hebben we besloten dit in acht te nemen bij het opstellen van de tweede versie van de sitemap. De feedback op de sitemap aan de hand van de planning van content was o.a.:

- Acht hoofdnavigatie items is nog steeds erg veel, dit moeten er minder worden.
- Voor de categorie 'music' alleen is te weinig content, deze moet worden samengevoegd met 'art & culture'.
- De columns die worden geschreven gaan allemaal over 'lifestyle', dus mag hier geplaatst worden.
- Helpfull links gaat niet over nieuwe content, maar zijn verwijzingen naar andere website en is dus onbelangrijk voor in de hoofdnavigatiebalk.
- Er zullen regelmatige biografieën van het team worden geschreven, dus deze categorie moet worden toegevoegd aan de sitemap.

Vanuit de feedback schetste ik een nieuwe sitemap en adviseerde de hoofdnavigatie items, zoals ze in figuur zijn geworden. De acht personen uit het team waren het eens met mijn advies voor deze elementen. In gezamenlijk overleg met de webmanager en de redacteur heb ik de verdere elementen verdeelt. Daarna heb ik de schetsen visueel uitgewerkt.

Tweede sitemap

Vanuit deze feedback heb ik een tweede versie van de sitemap opgesteld. Deze is afgebeeld in *figuur 9* Hier is te zien dat de navigatiebalk nog maar uit 5 hoofd-navigatie items bestaat. Na het tonen van de tweede sitemap aan het team was iedereen compleet tevreden over de nieuwe informatiearchitectuur.



***Figuur 9.** Tweede versie van de nieuwe gewenste informatiearchitectuur (sitemap) na feedback*

Resultaat

De nieuwe gewenste informatiearchitectuur voor de website is gevisualiseerd middels een sitemap. De sitemap geeft de nieuwe navigatiestructuur weer en wordt meegenomen in verdere planes van het ontwerprapport.

4.2 Wireframes opstellen

In deze paragraaf wordt mijn werkwijze beschreven van het opstellen van de wireframes.

Doel

De wireframes zijn opgesteld om het gewenste navigatie- en informatieontwerp in de skeleton plane van het ontwerprapport in kaart te brengen. Wireframes zijn een soort bouwtekeningen van hoe de website eruit zal komen te zien op het gebied van navigatie en inhoud en indeling van de informatie.

Limiteringen

De huidige website van The Underground werkt met een Wordpress systeem. Hiermee had ik nog geen ervaring, dit heb ik opgedaan tijdens de afstudeerperiode. Tijdens het werken met het Wordpress systeem, kwam ik er achter dat er allerlei limiteringen zitten in het thema. Omdat ik de wireframes wou ontwerpen voor de clickable demo en deze uiteindelijk zou implementeren binnen de huidige website, moest ik wel weten wat er mogelijk was binnen het thema van het Wordpress systeem. Er bleken limiteringen te zijn voor:

- Het thema bestaat uit een bepaalde indeling van kolommen, meer dan 4 kolommen naast elkaar is niet mogelijk.
- Het plaatsen van de zoekbalk in de navigatiebalk is niet mogelijk.
- Het plaatsen van de social media iconen in de header is niet mogelijk.
- Er is op de homepage een mogelijkheid om maximaal twee sidebars te plaatsen aan de rechterkant, deze tellen dan mee in de restrictie van hooguit vier kolommen naast elkaar.
- De website is responsive en heeft een bepaalde breedte, deze kan niet worden aangepast.

Bij het opstellen van de wireframes heb ik rekening gehouden met deze limiteringen.

Werkwijze

Input van de elementen:

Als input voor de wireframes heb ik gebruik gemaakt van de systeemeisen en de sitemap. In de systeemeisen stond namelijk beschreven welke elementen de website zou moeten bevatten en deze elementen heb ik verwerkt in de wireframes. Er moest bijvoorbeeld een verwijzing aanwezig zijn voor de werving van vrijwilligers, dus hiervoor heb ik een vlak in de wireframe gemaakt. Uit de sitemap heb ik de elementen voor de navigatiebalk gehaald en overgenomen.

Verdeling van de elementen

Na het bekijken welke elementen op de website moesten komen heb ik bepaald voor welke pagina's ik wireframes ging maken. De belangrijkste pagina's zijn gebaseerd op de belangrijkste taken van gebruikers op de website, namelijk: Home, artikel categorieën, artikeloverzicht, contactpagina, evenementen kalender en een geopend evenement. Ik heb ervoor gekozen om te beginnen met het opstellen van wireframes voor de pagina's: Home, artikel categorieën en artikeloverzicht. Ik zou namelijk feedback krijgen van het team en hierop aanpassingen maken. Vanuit die aanpassingen zou ik daarna ook wireframes maken voor de evenementen kalender, een geopend evenement en de contactpagina.

Opstellen

Bij het opstellen van de wireframes plaatste ik de elementen die die belangrijk waren uit de systeemeisen en sitemap als vlakken in de betreffende wireframes. Ik ben begonnen met het opstellen van twee wireframes voor de homepagina. Daarna heb ik de wireframes opgesteld voor de pagina's artikel categorieën en artikeloverzicht. Ik heb hierbij rekening gehouden met de limiteringen van het Wordpress systeem. Een voorbeeld van een wireframe van de homepagina is:

Logo					Social media		
"The international paper in The							
Home	Going out	Art & Culture	Music	Lifestyle	Helpful links	Previous issue	Contact
Highlight banner							
Latest: Going out		Latest: Art & Culture		Latest: Music		Latest: Lifestyle	
Download the latest issue online						Search	
						The Studentground	
Upcoming events		Meet our team		Search for volunteers		Our team	
						Advertisement	
Advertisement						Advertise with us	
Copyright 2015 Disclaimer							

Figuur 10.: Eerste versie wireframe van de homepagina

In *figuur 10* staat de eerste versie wireframe van de homepagina afgebeeld. Hierin zijn de systeemeisen als uitgangspunt voor de elementen genomen en de sitemap als uitgangspunt voor de navigatiebalk. Op dit moment is nog de eerste versie van de sitemap gebruikt.

Een voorbeeld van een systeemeis die is opgenomen als element is:

“De website maakt het mogelijk om de Event Calendar te bekijken vanaf 1 klik vanaf de homepagina”.

Aangezien de Event Calendar geen onderdeel is van de hoofdnavigatiebalk, moest dit wel een apart element op de homepagina worden.

Feedback

Ik heb de wireframes (samen met de eerste versie van de sitemap) gepresenteerd aan het team, waaronder de webmanager de redacteur, schrijvers en de designers van de krant. Naar aanleiding van de presentatie met het team was iedereen het er over eens dat de wireframes een verbetering van de huidige website is, maar dat er nog steeds erg veel elementen op staan. Vanuit het overleg hebben we gezamenlijk besloten om bovenstaande wireframe uit te kiezen als uitgangspunt voor de homepagina.

Ik kreeg ook feedback zoals: “De zoekbalk zou eigenlijk in de navigatiebalk moeten staan, dit is overzichtelijker.” Ik legde de limiteringen van het Wordpress systeem uit en daarop vroeg de opdrachtgever of ik wilde zoeken naar een ander thema zonder deze limiteringen. Ik heb dus andere thema's gezocht, maar al met al hadden de meeste thema's dezelfde of andere limiteringen of waren ze te duur. Toch wilde de opdrachtgever graag de zoekbalk in de navigatiebalk hebben, daarom heb ik onderzocht op welke manier ik binnen het Wordpress-thema de code kon aanpassen. Dit heb ik gevonden, waardoor dit is gelukt. De breedte van de website en het maximaal aantal kolommen was alleen niet aanpasbaar. Door deze ontdekking kon bij het opstellen van de tweede versies van de wireframes o.a. de zoekbalk wel in de header geplaatst worden.

Werkwijze opstellen tweede wireframes

Na de feedback heb ik samen met de redacteur bepaald welke elementen in de wireframes moesten blijven staan, welke weg mochten en welke moesten worden verplaatst. Er was namelijk net een nieuwe missie en visie van The Underground uitgekomen met daarbij een verschuiving van het belang van onderwerpen (elementen) in de krant en op de website.

- The Studentground hoeft enkel nog in de footer te worden geplaatst, want deze wordt in de toekomst een andere website.
- Er is momenteel te weinig content voor meet our team, dus dit element mag weg.
- Het online downloaden van de krant heeft geen hoge prioriteit, dit element mag weg.
- Het is belangrijk dat adverteerders, medewerkers en distributiepunten weten hoe ze kunnen deelnemen aan The Underground, informatie wordt verschaft en ze contact kunnen opnemen.
- Momenteel hoeft er maar ruimte te zijn voor 1 advertentie, er zijn onvoldoende adverteerders.

Door de feedback konden meerdere elementen uit de wireframes worden weggehaald, verplaatst en toegevoegd zodat ze overzichtelijker werden.

Na de feedback over de homepagina wireframe bleven er 10 elementen over om te verdelen: Going out, Art culture & music, Lifestyle, Highlight article banner, Events Calendar, Out with Annie, Weekly Web finds, Advertisement en Join Us(Become an: Advertiser, Contributor, Distributionpoint).

Deze 10 elementen heb ik verdeelt in drie mock-ups voor de homepagina.

Na de feedback over de pagina's categorie en artikel is besloten de hele linker zijbalk met elementen weg te halen en de zoekbalk te verplaatsen naar het laatste item van de navigatiebalk. Deze wijzigingen heb ik doorgevoerd. Vanuit de basis van deze pagina's heb ik daarna de pagina's contact, evenementen kalender en evenement pop-up opgesteld.

Logo				Social media	
"The international paper in The					
Home	Going out	Art, Culture & Music	Lifestyle	Contact	Search
Highlighted article banner				Upcoming Events	
Going out		Art, culture, music		Lifestyle	
Out with annie / Advertisement		Blogs & Columns		Weekly web finds	
Become an: Advertiser Contributor Distributionpoint				Advertisement	
Copyright 2015 The Underground [Social media icons] The Studentground Helpful links					

Figuur 11. Gekozen tweede versie wireframe van de homepagina

In *figuur 11* is de gekozen tweede versie wireframe van de homepagina te zien. De navigatie in deze wireframe is aangepast naar de tweede versie van de sitemap. Er zijn elementen uit de eerste wireframe weggehaald en aangepast. De zoekbalk is in de navigatiebalk geplaatst.

Feedback op tweede versies van wireframes

Na het ontwikkelen van de tweede versies van de wireframes heb ik deze resultaten gemaild naar de leden van het team en tevens personen uit de doelgroep voor feedback.

De feedback was van iedereen positief, iedereen gaf aan snel de wijzigingen op de website te willen zien. De enige opmerkingen op de wireframes waren vanuit de webmanager met de vraag of de gegevens in de wireframes wel konden worden uitgevoerd in het Wordpress thema en dat kon wel. De wireframes zijn goedgekeurd door het team en leden van de doelgroep. Vanuit de drie wireframes van de homepagina is door 7 personen één uiteindelijke wireframe gekozen. Deze staat in *figuur 8*.

Resultaat

De wireframes waren nuttig om te bepalen welke elementen er waar op de website moesten komen te staan. Ze waren handig om het team en de doelgroep te betrekken bij het ontwerpproces, want hierdoor vergaarde ik veel feedback. Vanuit de wireframes worden in de volgende plane van het ontwerprapport de mock-ups met het visuele ontwerp van de website opgesteld.

4.3 Trendonderzoek uitvoeren

In deze paragraaf wordt mijn werkwijze beschreven van het uitvoeren van het trendonderzoek.

Doel

Het trendonderzoek naar webdesigntrends in 2015 is uitgevoerd om input te krijgen voor de designkeuzes in de mock-ups. Het trendonderzoek rapport is als externe bijlage 8 toegevoegd.

Werkwijze

Na het opstellen van de wireframes kon ik verder gaan met het visualiseren het nieuwe ontwerp van de website. Vanwege de nieuwe missie en visie van The Underground moest het design van de website uitstralen dat het hip en trendy, daarom heb ik ervoor gekozen om bronnenonderzoek te doen naar de trends op het gebied van webdesign in 2015. Ik heb op Google gezocht naar verschillende termen, waarvan in ieder geval altijd de termen 'webdesign', 'trends' en '2015' werden meegenomen. Hieruit heb ik zes bronnen gekozen die van bekende websites kwamen, zoals van de website Frankwatching en van TheNextWeb om de trends te vergelijken. Daarna heb ik alle bronnen gelezen en wanneer er een trend op minimaal twee van de zes sites werd benoemd heb ik deze overgenomen als webdesign trend in 2015. De gevonden trends heb ik beschreven als bevindingen in het trendonderzoek en als conclusie heb ik een opsomming gegeven van de trends.

Voorbeelden

Uit het trendonderzoek kwam naar voren welke trends er in 2015 op het gebied van webdesign zijn. Hieruit kwamen bijvoorbeeld de volgende trends naar voren:

- Een responsive lay-out die zich aanpast aan de grootte van een scherm is een must in 2015.
- De trend in 2015 is verschoven van Flat Design naar Material Design.
- De focus ligt op taken van websitebezoekers en hierbij wordt veelal gebruik gemaakt van toptaken.

Resultaten

Vooraf dacht ik na dit trendonderzoek voldoende informatie te zullen hebben over trends om de bevindingen in de mock-ups te implementeren, maar dit was niet het geval.

Vanuit de bevindingen bleek namelijk dat er een hele nieuwe webdesign stroming in opkomst is, genaamd 'Material Design'. In 2014 werden de meeste websites ontworpen volgens de stroming 'Flat Design', maar sinds Google de stroming 'Material Design' heeft gelanceerd is het de verwachting dat de designs van de meeste websites hier naar over zullen gaan.

Daarom besloot ik meer informatie te zoeken over Material Design.

Uiteindelijk was het trendonderzoek dus een opstap naar het verder informatie zoeken over Material Design.

Toen ik meer informatie wilde gaan zoeken over Material Design om de ontwerprichtlijnen en ontwerpkeuzes in het ontwerprapport te bepalen, werd ik door het team gevraagd om de website te implementeren. Ik besloot daarvoor eerst mock-ups te maken, dat wordt in de volgende paragraaf besproken. Een aantal van de trends heb ik overgenomen in de mock-ups in het ontwerprapport

4.5 Implementatie

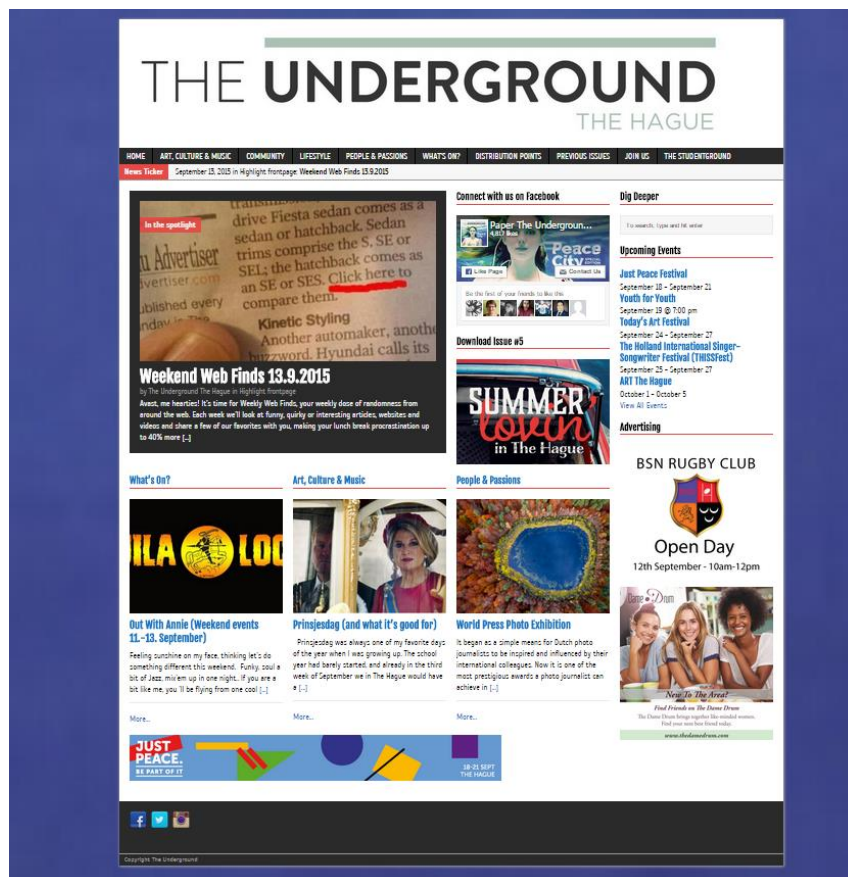
In deze paragraaf staat mijn werkwijze beschreven van het implementeren van de wijzigingen op de huidige site.

Mock-ups eerder dan gepland

Vanwege het uitdragen van de nieuwe missie en visie moesten er zo snel mogelijk wijzigingen worden gemaakt op de huidige website. Terwijl net klaar was met het trendonderzoek en nog niet was begonnen met de mock-ups, had het team haast met de website. Ze waren ontevreden over de huidige website en vonden dat ze niet langer meer konden wachten op het nieuwe design en de gebruikerstest, aangezien de nieuwe missie en visie zou worden uitgedragen. Ik werd gevraagd om alvast de sitemap en de wireframes te implementeren op de website. Ik had momenteel al wel het trendonderzoek uitgevoerd, maar had nog geen nadere informatie gezocht over Material design, terwijl dit wel wenselijk was voor het in kaart brengen van de ontwerprichtlijnen en het maken van ontwerpkeuzes voor de mock-ups.

Samen met de redacteur besprak ik welke wijzigingen ik zou maken op de website, zoals bijvoorbeeld het implementeren van de nieuwe navigatie op de website.

De huidige website heeft sinds het inventarisatierapport niet stilgestaan en is door de webmanager aangepast. Ik heb op 14 september 2015 een screenshot gemaakt van de website op dat moment, deze is te zien in *figuur 12*.



Figuur 12. Screenshot van de homepagina van www.theunderground.nl op 14 september 2015.

Vanuit de website zoals te zien op de screenshot in figuur ben ik begonnen met het implementeren van wijzigingen.

Ik ben begonnen met het implementeren van de nieuwe informatiearchitectuur in de navigatie. Het was meer werk dan ik van te voren had bedacht, want alle artikelen waren gekoppeld onder de navigatie categorieën en moesten dus opnieuw worden nagelopen. Vanuit de nieuwe informatiearchitectuur kwamen er ook nieuwe categorieën bij die eerst niet op de website waren, zoals 'Wine & Dine' over restaurants en cafés en 'Beauty & Health'. Deze nieuwe categorieën mochten niet leeg zijn en daarom heb ik gezocht op termen in artikelen, zoals 'restaurants', 'drink' etc. en deze artikelen binnen de nieuwe categorie geplaatst. Daarna zorgde ik ervoor dat de navigatietitels en de categorietitels overeen kwamen.

Na het implementeren van de nieuwe navigatie heb ik de elementen op de pagina verplaatst, toegevoegd en verwijderd, zodat ze overeen kwamen met de wireframes. Zo heb ik de verwijzing van social media en het downloaden van de krant verwijderd en juist het element 'Blogs & Columns' toegevoegd.

Limiteringen Wordpress

In het Wordpress thema waren bepaalde limiteringen, zo kon de zoekbalk niet in de navigatiebalk worden geplaatst, terwijl dit wel wenselijk was. Ik heb besloten om zelf HTML en CSS code te schrijven, waardoor dit wel mogelijk zou zijn. Ik moest hiervoor wel op verschillende plaatsen code aanpassen en hierdoor wat dingen uitproberen. Ik zou de wijzigingen maken op een live site en wou voorkomen dat er door mijn toedoen problemen zouden ontstaan, daarom heb eerst naar manieren gezocht om back-ups te maken van de website. Dit was lastig te vinden, maar uiteindelijk is het me gelukt om een kopie van de website te draaien op mijn eigen domeinnaam, waardoor ik hierop de wijzigingen kon uitproberen. Dit bleek verstandig tijdens het implementeren, want de site was live en tijdens het uitproberen werden elementen op de website steeds verschoven.

Na het uitproberen van de wijzigingen op de gekopieerde website kreeg ik goedkeuring om dit uit te voeren op de live site.

Ik heb de volgende onderdelen geïmplementeerd:

- De zoekbalk is in de navigatie geplaatst.
- Er is een verzendbutton in de zoekbalk geplaatst.
- Er is een placeholder in de zoekbalk geplaatst.
- De kleuren van de koppen en elementen zijn aangepast.
- Het lettertype is aangepast.

Voor het plaatsen van de verzendbutton in de zoekbalk heb ik bijvoorbeeld de volgende aanpassingen gemaakt: Ik heb de afbeelding van het vergrootglas op de server geplaatst. In het bestand 'header.php' heb ik de volgende code toegevoegd:

```
<?php get_search_form(); ?>
```

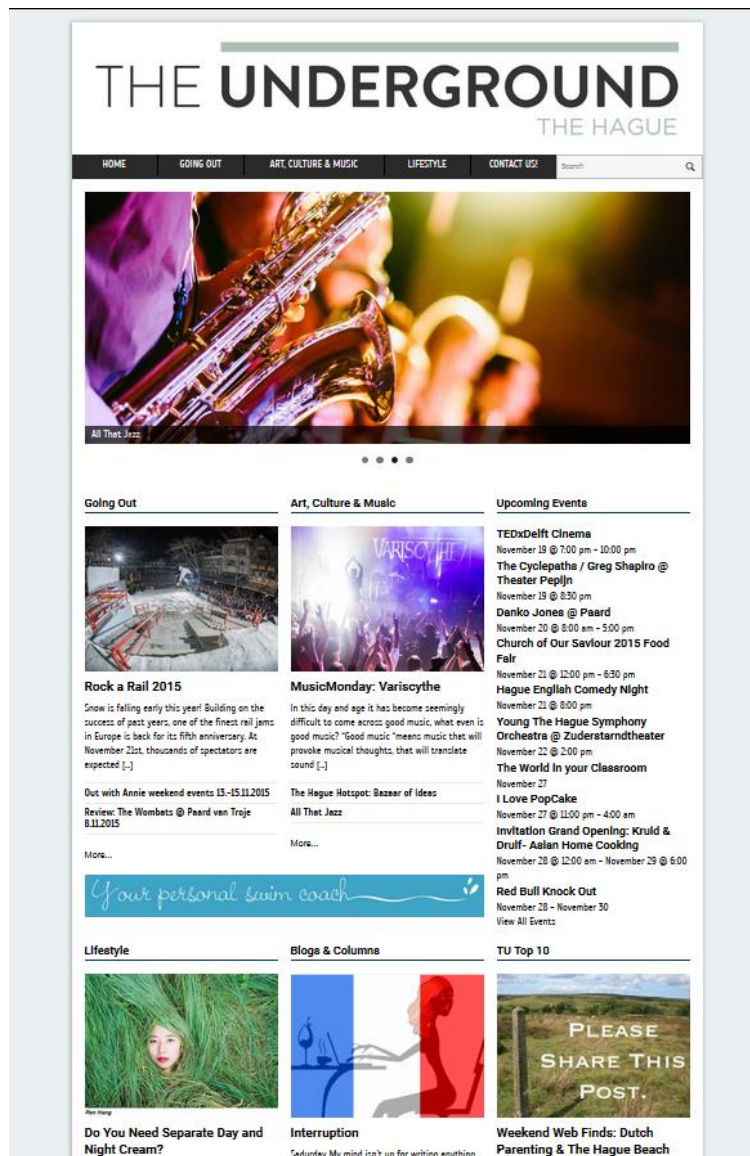
In het bestand 'stylesheet.css' heb ik de volgende code toegevoegd:

```
.main-nav li{ width: 11%; text-align: center; }  
  
#menu-item-47486{ width: 18%; }
```

```
#searchform{ float: right; border: 1px solid #a8a8a8; width: 36%;}
```

De aanpassingen in code voor de andere implementaties heb ik als bijlage 8 aan dit rapport toegevoegd.

Na het implementeren van de wijzigingen ziet de homepage van The Underground er op 16 november 2015 zo uit:



Figuur 13. Screenshot van de homepage van www.theunderground.nl op 16 november 2015.

In *figuur 13* is te zien dat de wijzigingen zijn geïmplementeerd op de website van The Underground. Zo is onder andere te zien dat de zoekbalk in de navigatie staat en dat het lettertype is aangepast.

Na de wijzigingen op de website kreeg ik van alle leden van het team complimenten, ze waren allemaal erg tevreden over de website. Volgens hen is de website veel professioneler en oogt het geheel rustiger. Mijn opdrachtgever kreeg via de e-mail ook complimenten van

andere personen, waaronder een aantal expats die aangaven dat ze de website erg vonden verbeterd. Na het implementeren van de wijzigingen op de website was het team tevreden en kon ik verder gaan met het informatie zoeken over Material Design voor de ontwerpkeuzes van de clickable demo. Dit zal in de volgende paragraaf worden beschreven.

4.4 Clickable demo opstellen

In deze paragraaf wordt mijn werkwijze beschreven van het opstellen van de clickable demo. In het ontwerprapport heet clickable demo opstellen: mock-ups opstellen.

4.4.1 Ontwerpkeuzes maken

In deze sub-paragraaf staat mijn werkwijze beschreven van het maken van de ontwerpkeuzes voor de clickable demo.

Trendonderzoek

In hoofdstuk 4.3 van dit rapport staat mijn werkwijze beschreven van het opstellen van het trendonderzoek. Uit het trendonderzoek kwamen trends voor 2015 naar voren op het gebied van webdesign en daarvan heb ik de volgende punten als uitgangspunt genoemd voor het opstellen van de mock-ups van de clickable demo:

Material design

De webdesigntrend is verschoven naar de stroming Material Design. Er zal nader onderzoek worden gedaan naar wat Material Design inhoudt. Van hieruit zullen keuzes voor de ontwerprichtlijnen en ontwerpelementen (o.a. kleuren en typografie) worden gemaakt.

Foto's van echte mensen

Op de website zal een gedeelte komen met informatie over contributors (vrijwilligers en het team) van The Underground. Hier zullen foto's van de echte mensen uit het team worden getoond.

Geen grote headerafbeeldingen

De header moet geen grote achtergrondafbeelding hebben. Het logo dat momenteel in de header staat zal kleiner worden gemaakt.

Interactieve elementen

De interactieve elementen worden herkenbaar gemaakt middels kleurcontrasten. De pagina waarop de gebruiker is zal in de navigatiebalk een andere kleur krijgen en de links zullen ook een ander kleur krijgen dan normale tekst.

Block grit

Op de homepage zal gebruik worden gemaakt van verschillende blokken. Op andere pagina's, zoals een artikelpagina zal gebruik worden gemaakt van een sidebar, dit is ook een soort block grit.

Material design

Tijdens het zoeken van informatie over Material Design kwam ik op de website van Google terecht waarin uitgebreide richtlijnen en standaarden voor deze stroming beschreven staan. Material Design is geïntroduceerd door Google als de nieuwe design standaard voor op het

web, tablets en smartphones. Ik heb besloten om Material Design als uitgangspunt te nemen voor het ontwerpen van de clickable demo omdat dit de trend is op het gebied van webdesign en er uitgebreide richtlijnen over beschreven zijn.

Ontwerprichtlijnen kiezen

Google beschrijft 9 ontwerprichtlijnen voor Material Design. Deze ontwerprichtlijnen heb ik overgenomen als uitgangspunt voor de clickable demo. Ze staan beschreven hoofdstuk 7.1.2 het ontwerprapport.

Kleurpallet kiezen

Material Design heeft een eigen kleuren pallet, waaruit ik een basiskleur, een primaire kleur en een accentkleur heb gekozen. Van de primaire kleur zijn er verschillen in de helderheid van de kleur, om onderscheid te maken tussen belangrijke en minder belangrijke elementen op de website.

In overleg met het team ging de voorkeur naar de kleur blauw, turquoise of blauwgroen als accentkleur en wit of grijs als primaire kleur. Daarom heb ik de kleuren grijs, cyan en teal gebruikt in de eerste versie van de clickable demo. Van deze kleuren is uiteindelijk één kleur uitgekozen in de enquête met het team en de doelgroep (zoals beschreven in paragraaf 4.4.3) en deze is verwerkt in de tweede versie van de clickable demo.

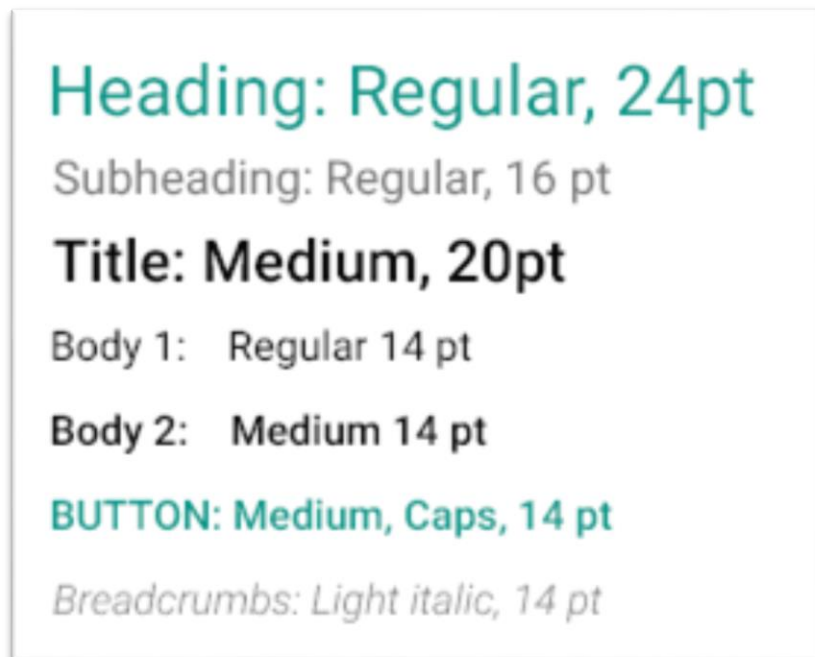
#616161	#F5F5F5	#FAFAFA	#000	12%
Dark primary color	Header background Primary color	Content background Light primary color	Borders/schadows Divider color	
#009688	#000	#000	#000	87% 54% 38%
Buttons, iconen fields Accent color	Primary text	Secundaire text Actieve iconen	Inactieve text Inactieve iconen	

***Figuur 14.** Kleuren pallet van de tweede versie van de clickable demo*

Het kleuren pallet van de tweede versie van de clickable demo staat in *figuur 14*. Van iedere kleur staat de HEX-code en de helderheid van die kleur. Ook staat er van iedere kleur op welke elementen deze kleur betrekking heeft en wat voor soort kleur het is.

Typografie

Material Design raadt aan om het lettertype Roboto te gebruiken, omdat deze goed geoptimaliseerd is voor Material Design. Ik heb dit lettertype overgenomen in de clickable demo en daarbij rekening gehouden met de voorschriften van Material Design op het gebied van lettergrootte, tekst helderheid en lijnafstand.



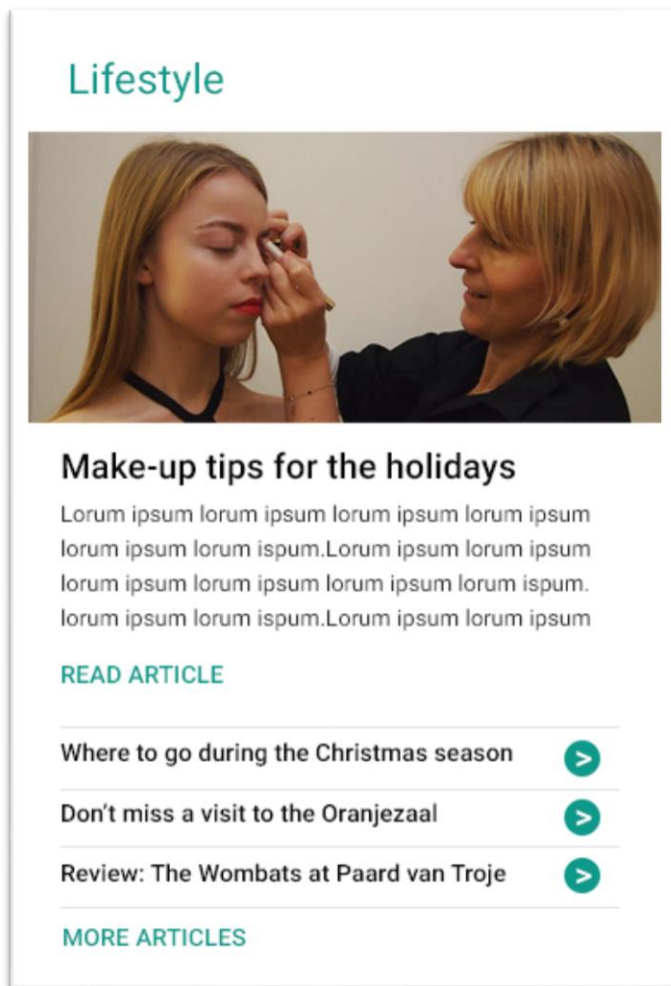
Figuur 15. Lettertype, letterkleur en lettergrootte per element van de tweede versie van de clickable demo

In figuur 15 is van de tweede versie van de clickable demo te zien hoe het lettertype per element eruit ziet. Te zien is de kleur van het element, of het lettertype Regular of Medium is en hoe groot het lettertype is in punten.

Interactieve elementen kiezen

Google beschrijft voor Material Design ook standaarden voor interactieve elementen, kleuren, typografie en andere componenten. Deze standaarden heb ik overgenomen als ontwerpkeuzes voor de interactieve elementen van de clickable demo. De interactieve elementen die gebruikt zijn in de demo staan beschreven in hoofdstuk 6.2 van het ontwerprapport.

Een belangrijk interactief element dat ik heb gekozen voor de clickable demo's is een 'card'. Een voorbeeld hiervan is te zien in figuur 16.



Figuur 16. Voorbeeld card met afbeelding uit de tweede versie van de clickable demo

In figuur 16 is een voorbeeld van een card te zien uit de tweede versie van de clickable demo. Te zien is eerst een heading waarin de categorie van de card staat, daarna een afbeelding, titel van het meest recente artikel en de eerste lijnen tekst van dat artikel en een button naar dat artikel. Daaronder staan de drie andere meest recente artikelen van die categorie met verwijzingen naar die artikelen en een verwijzing naar alle artikelen van de categorie.

Herkenbaarheid van het merk

Material Design beschrijft op welke manier het merk herkenbaar kan zijn binnen het ontwerp. Dat kan door het gebruik van kleuren, afbeeldingen, typografie en het logo.

In overleg met het team heb ik gekozen om het logo en de waarde propositie te gebruiken als herkenbaarheidspunt. Dit is het logo:



Figuur 17. Logo inclusief waarde propositie uit tweede versie van de clickable demo

4.4.2 Clickable demo opstellen

In deze paragraaf staat mijn werkwijze beschreven van het opstellen van de clickable demo. In het ontwerprapport wordt dit ook wel de eerste versie van de mock-ups genoemd.

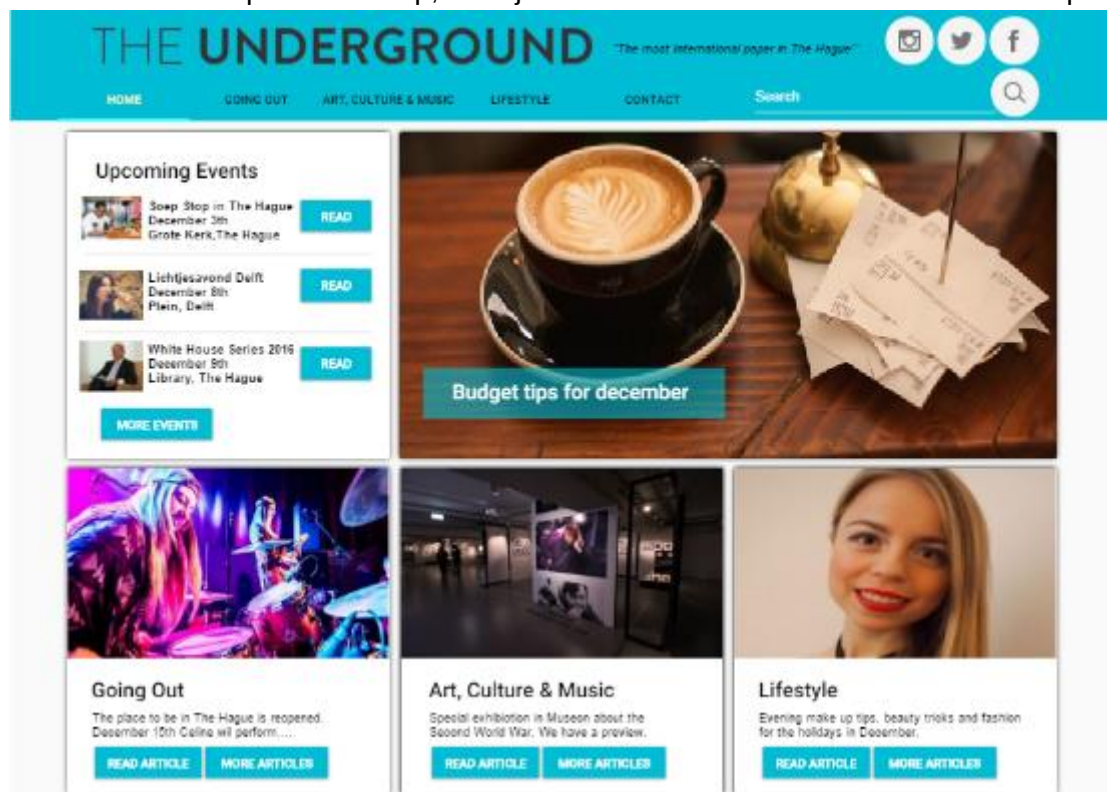
Eerste versie clickable demo

Na het bepalen van de ontwerpkeuzes die zich richten op Material Design, kon ik beginnen met het opstellen van mock-ups voor de clickable demo. Ik heb de wireframes, systeemeisen en de ontwerpkeuzes uitgewerkt en hiervan een mock-up opgesteld van de homepagina. In het ontwerprapport staan de systeemeisen beschreven die tijdens de clickable demo zijn gebruikt.

Clickable demo programma

Ik wilde niet alleen het ontwerp maar ook de interactie testen met de doelgroep. Daarom heb ik gezocht naar een geschikt programma om de clickable demo in op te stellen. Hierbij kwam ik uiteindelijk uit bij het programma proto.io, waarbij ik de demo kon opstellen met interactie. Dat is bijvoorbeeld wanneer de gebruiker op de navigatie zal klikken, dat de button daadwerkelijk oplicht.

In figuur 18 is een gedeelte van de mock-up van de homepagina van de clickable demo te zien. Voor de complete mock-up, verwijst ik u naar hoofdstuk 7.3.1 van het ontwerprapport.



Figuur 18. Mock-up van een gedeelte van de homepagina van de clickable demo

Meer ontwerpkeuzes

Bij het ontwerpen van de clickable demo heb ik Material Design standaarden als uitgangspunt genomen, maar voor sommige elementen waren er nog steeds keuzes te maken. Zo kan bijvoorbeeld de keuze worden gemaakt tussen 'flat buttons' en 'raised buttons'. Het team wou graag inbreng hebben in de ontwerpkeuzes en daarom heb ik besloten om een enquête te houden. Dit wordt in de volgende paragraaf beschreven.

4.4.3 Enquête opstellen

In deze sub paragraaf staat mijn werkwijze beschreven van het opstellen van de enquête. Het enquête rapport is als bijlage toegevoegd.

Doel

Tijdens het opstellen van de clickable demo kwamen een aantal ontwerpkeuzes naar voren die gemaakt moesten worden, zoals de keuze tussen verschillende soorten buttons. De teamleden van The Underground wilden graag betrokken worden bij ontwerpkeuzes en daarom is ervoor gekozen een enquête uit te voeren met het team. Een goede bijkomstigheid was dat de helft van de teamleden ook onderdeel is van de specifieke doelgroep van The Underground. Op deze manier is zowel het team als de doelgroep betrokken bij de ontwerpkeuzes.

Werkwijze

Na het opstellen van de eerste versie van de mock-up van de homepagina van de clickable demo, heb ik online een enquête opgesteld in het programma SurveyMonkey.com. Het voordeel van dit programma is dat de respondenten de enquête online kunnen invullen en dat hierna de resultaten overzichtelijk staan weergegeven. In de enquête wou ik de volgende ontwerpkeuzes weten:

Header: “Welke header is het meest aantrekkelijk?”

Advertisement: “Van welke advertentie is het meest duidelijk dat het een advertentie betreft?”

Upcoming events: “Welke manier van tonen van upcoming events heeft de voorkeur?”

Buttons: “Voor welke van de twee ontwerpen zou u kiezen, als u let op de buttonkeuze?”

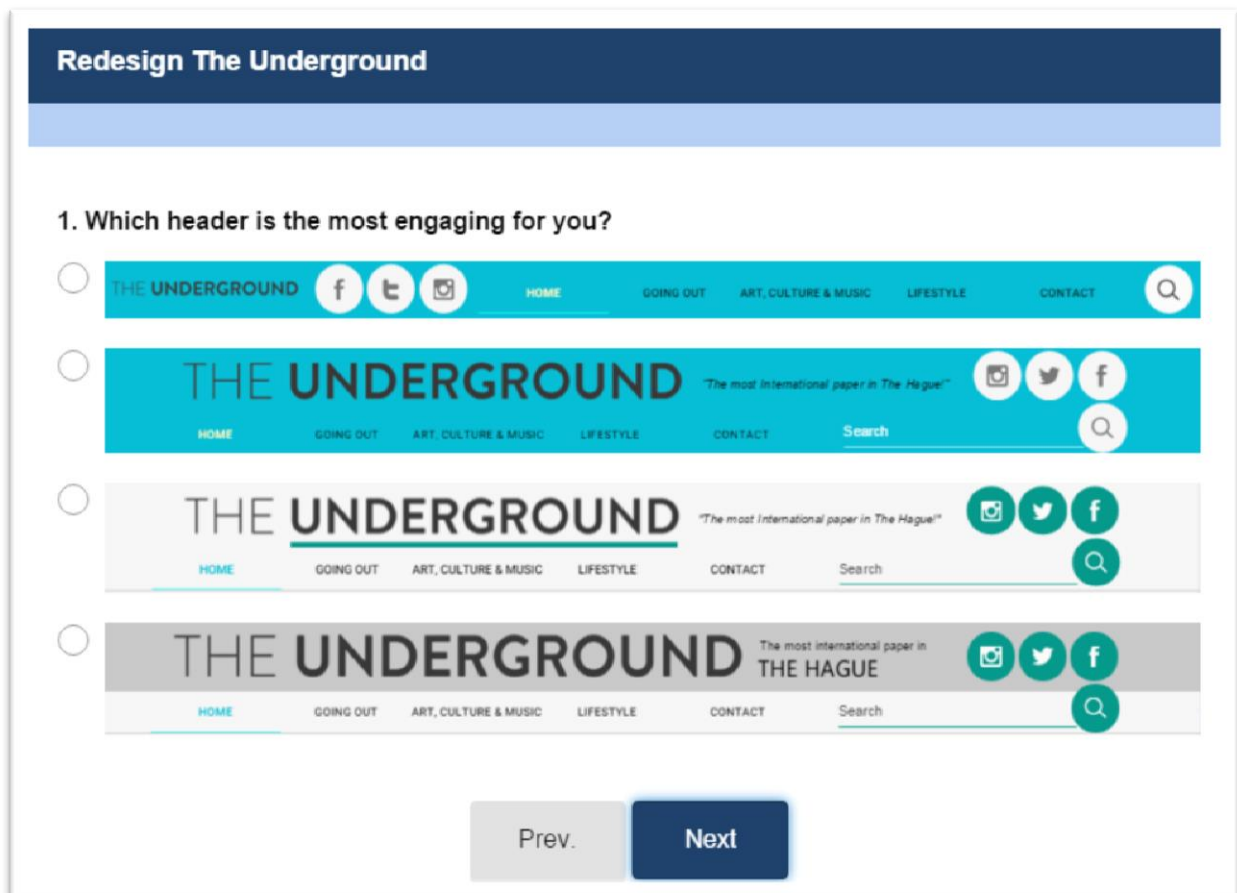
Join us: “Moet ‘Join us’ opvallen aan de hand van een transparante kleur, zoals in de afbeelding te zien is?”

Kleuren: “Er worden drie ontwerpen van de homepagina getoond met verschillende kleuren. Naar welk ontwerp gaat uw voorkeur uit?”

De bovenstaande ontwerpkeuzes zijn de deelonderzoeksvragen van de enquête. Bij iedere vraag staan afbeeldingen ter voorbeeld. Dit heb ik gedaan, omdat de meeste respondenten geen ervaring hebben met vormgeving en zij op deze manier eenvoudig kunnen worden betrokken bij de ontwerpkeuzes.

Enquêtevragen

Een voorbeeld van een enquêtevraag zoals de respondenten deze kregen te zien, staat in figuur. Hier is te zien dat de titel van de enquête heet: “Redesign The Underground” en dat daarna de vraag staat met vier keuzes. De enquêtevragen zijn bewust allemaal multiple-choice vragen, zodat er zo snel mogelijk een keuze kan worden gemaakt voor het antwoord dat de meeste respondenten hebben gegeven. Aan het einde van de enquête was de open vraag om vragen of opmerkingen, zodat de respondenten nog wel feedback konden geven.



Figuur 19. Screenshot van de eerste enquêtevraag zoals respondenten deze kregen te zien.

Verloop

De 18 teamleden hebben een mail ontvangen met de uitnodiging voor de enquête. Na 3 dagen heb ik een herinneringsmail gestuurd. Uiteindelijk hebben 14 leden van het team de enquête ingevuld, waarvan 7 personen ook daadwerkelijk onderdeel van de doelgroep van The Underground zijn. Doordat de helft van de respondenten onderdeel van de doelgroep zijn, heeft de doelgroep ook inbreng in de ontwerpkeuzes gekregen.

Resultaten

Na het uitvoeren van de enquête toonde het programma hoeveel van de respondenten de keuze hadden gemaakt voor een antwoord op de vraag. Zo kon ik zien dat 10 van de 14 respondenten de derde header in figuur het meest aantrekkelijk vonden.

Uitgebreide feedback

Eén van de respondenten was de vormgever van de tastbare krant en hij kwam met 7 punten van feedback. Omdat hij een expert is op het gebied van vormgeving, was de feedback van hem erg nuttig voor mij. Een voorbeeld van een feedback punt is: "De social media iconen zijn erg groot en conflicteren met de zoekbutton".

Aanpassingen clickable demo

De antwoorden waar meeste respondenten voor hadden gekozen en de feedback heb ik genomen zijn de aanpassingen voor de clickable demo. Vanuit de aanpassingen zoals

beschreven in hoofdstuk 5 van het enquête rapport heb ik de tweede versie van de mock-ups opgesteld. Zo koos ik bijvoorbeeld voor het uitwerken van de derde header in figuur ..

Feedbackpunten die ik heb overgenomen over de header waren ook:

In de header moet extra witruimte worden gebruikt, om deze overzichtelijker te maken.

Er moet beter onderscheid gemaakt worden tussen de social media iconen en de zoekbutton.

Er moet onderscheid gemaakt worden tussen verschillende buttons.

Na het kiezen van de derde header en het doorvoeren van de feedback is de volgende header ontstaan:



Figuur 20. Header van de tweede versie van de mock-ups van de clickable demo

4.4.4 Tweede versie clickable demo opstellen

In deze sub paragraaf staat mijn werkwijze beschreven van het opstellen van de tweede versie van de clickable demo. In het ontwerprapport wordt dit ook wel de tweede versie van de mock-ups genoemd.

In de vorige sub paragraaf stond beschreven hoe de enquête is opgesteld. De aanpassingen uit hoofdstuk 5 van het enquête rapport heb ik verwerkt in de tweede versie van de mock-ups van de clickable demo. Ik heb hieruit een homepagina, artikelpagina, contactpagina, evenementen kalender en evenement pagina opgesteld.

Tijdens het opstellen van de eerste versie van de mock-up in het programma proto.io liep ik telkens tegen het probleem aan dat het programma continu vast liep. Hierdoor besteedde ik te veel tijd aan het opmaken van de clickable demo. Daarom heb ik bij de tweede versies besloten om het ontwerp in Photoshop te maken en daarna de afbeeldingen hiervan in het programma in te laden. Dit scheelde veel tijd.

De volledige versies van de mock-ups van de clickable demo zijn te vinden in bijlage 1 van de externe bijlage ontwerprapport. In figuur 20. staat een gedeelte van de mock-up van de homepagina van de clickable demo.



Figuur 21. Tweede versie mock-up van een gedeelte van de homepage van de clickable demo

In figuur is te zien dat onder andere de volgende aanpassingen zijn gemaakt na aanleiding van de enquête, ten opzichte van de eerste versie van de clickable demo:

- De aantrekkelijkste header van de respondenten is overgenomen en uitgewerkt.
- De voorkeur van de manier van tonen van de event calendar van de respondenten is overgenomen en uitgewerkt.
- De voorkeur voor de buttons van de respondenten is overgenomen.
- De voorkeur voor de kleur teal van de respondenten is overgenomen.
- In de header is extra witruimte gebruikt om het overzichtelijker te maken.
- Tussen de cards zit minder ruimte en de schaduw is subtieler gemaakt.
- De categorieën hebben kleinere titels gekregen.
- De spotlight heeft geen titel meer, want hij staat al in de spotlight.

- De cards zijn opgesteld als volgt: De categorie bovenin, dan een foto, dan de titel en tekst van dat artikel en daarna verwijzingen naar de drie meest recente artikelen in die categorie.
- Er is onderscheid gemaakt tussen verschillende soorten buttons.

5. Detailontwerpfase

In dit hoofdstuk worden de activiteiten beschreven die vallen in de detailontwerpfase. Denk hierbij aan het opstellen van het testplan, het uitvoeren van de gebruikerstest, het opstellen van het testrapport en het aanpassen van de clickable demo.

5.1 Testplan opstellen

In deze paragraaf wordt mijn werkwijze beschreven van het opstellen van het testplan.

Doel

Het einddoel van het project is het verbeteren van de gebruiksvriendelijkheid van de website The Underground. De clickable demo is opgesteld als herontwerp van de website The Underground en deze wilde ik gaan testen middels een usability test op gebruiksvriendelijkheid met de doelgroep van The Underground. Hiervoor heb ik een testplan opgesteld waarin de onderzoeksvragen, usability aspecten, de testaanpak, werkwijze en testtaken staan beschreven. Het testplan is bedoeld om de usability test op een zo gestructureerd mogelijke manier te laten verlopen.

Werkwijze

Onderzoeksvragen

Voor de usability test heb ik als hoofdvraagstelling gekozen voor:

“Hoe gebruiksvriendelijk is de clickable demo volgens de doelgroep op het gebied van vormgeving, navigatie en informatie?”

Ik heb gekozen voor een usability test omdat dit zich richt op de gebruiksvriendelijkheid en dit is wat ik wilde testen. Deze hoofdvraagstelling heb ik onderverdeeld in deelonderzoeksvragen. De deelonderzoeksvragen heb ik opgesteld aan de hand van openstaande systeemeisen en wensen van de opdrachtgever. De deelonderzoeksvragen heb ik weer onderverdeeld in meetvragen die worden beantwoord in de usability test. Een voorbeeld van de eerste deelonderzoeksvraag met meetvragen is:

Deelonderzoeksvraag 1: Kan de testpersoon eenvoudig door de website navigeren?”

Meetvraag 1.1: Is de zoekbalk goed zichtbaar?

Meetvraag 1.2: Weet de testpersoon op welke pagina van de website hij is?

Meetvraag 1.3: Kan de testpersoon het contactformulier snel vinden?

Meetvraag 1.4: Is het duidelijk op welke elementen de testpersoon kan klikken en waarop niet?

Usability aspecten

Om de gebruiksvriendelijkheid in kaart te brengen, heb ik usability aspecten gekozen die dit kunnen beoordelen. Aan de hand van de opgestelde deelonderzoeksvragen en meetvragen heb ik gekeken welke usability aspecten hier het beste bij horen en hierbij kwam ik uit op de 5 E's van Quesenbery. Hieruit kwam voor de eerste deelonderzoeksvraag het volgende operationalisatieschema naar voren:

Deelvraag	Meetvraag	Bereik	Usability aspect	Meetmoment
1. Kan de testpersoon eenvoudig door de website navigeren?	1.1 Is de zoekbalk goed zichtbaar?	Ja/nee	Efficient	Usability test
	1.2 Weet de testpersoon op welke pagina van de website hij is?	Ja/nee + toelichting	Effective	Usability test
	1.3 Kan de testpersoon het contactformulier snel vinden?	1-3 clicks	Efficient, easy to learn	Usability test
	1.4 Is het duidelijk op welke elementen de testpersoon kan klikken en waarop niet?	Ja/nee + toelichting	Easy to learn, effective	Usability test

Figuur 23. Operationalisatieschema waarin per deelvraag de meetvragen staan en daarvan het bereik, de usability aspecten en het meetmoment

Zoals te zien is in figuur 23. Wordt van iedere meetvraag benoemd wat het bereik is van die vraag, welk usability aspect er wordt getoetst en het meetmoment.

Testtechnieken

De usability test heb ik uitgevoerd met het principe 'Think aloud', dit wil zeggen dat de testpersoon hardop denkt tijdens het uitvoeren van de taak, zodat er zo veel mogelijk informatie wordt gevonden. Daarbij observeerde ik de testpersoon en maakte ik aantekeningen.

De meeste meetvragen heb ik zo opgesteld, dat er antwoord kan worden gegeven met ja of nee. Daarom heb ik er bewust voor gekozen om bij iedere vraag om een toelichting van de testpersoon te vragen. Wanneer ik iets onduidelijk vond of te globaal stelde ik meer vragen aan de testpersoon, dit heet doorvragen.

Testpersonen

Ik heb de usability test uitgevoerd met 5 personen uit de doelgroep als testpersonen. Tijdens de interviews met de doelgroep had ik namelijk 5 personen geïnterviewd en daarbij hun verwachtingen en wensen voor de website in kaart gebracht. Ik heb er specifiek voor gekozen om dezelfde 5 personen te testen tijdens de usability test, want zij konden goed aangeven of het herontwerp aan de verwachtingen voldoet. De testpersonen moesten wel onderdeel zijn van de doelgroep en daarom heb ik de criteria uit de specifieke doelgroep uit het doelgroep rapport als uitgangspunt genomen. Deze criteria waren:

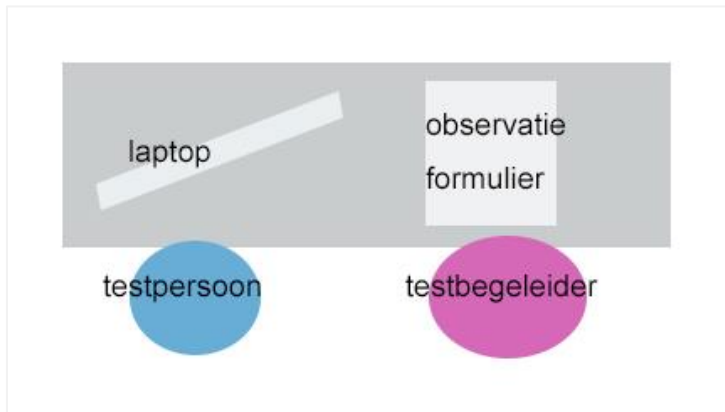
- De testpersoon is een expat: Hij/zij is geboren in het buitenland, heeft geen Nederlandse nationaliteit, maar woont en werkt wel in Nederland en verdienen gemiddeld meer dan andere werknemers.
- De testpersoon woont en werkt in Den Haag.
- De testpersoon is tussen de 25 en 40 jaar oud.
- De testpersoon heeft de interesse in de betrokkenheid bij Den Haag.

De testpersonen voldoen allemaal aan de bovenstaande criteria als specifieke doelgroep van The Underground.

Testomgeving

De gebruikerstest werd gehouden op het kantoor van The Underground in een rustige omgeving, zodat de testpersonen zo min mogelijk konden worden afgeleid. In het testplan heb ik een testopstelling gemaakt, deze is te zien in figuur 24.

De testopstelling staat vast en is voor alle testpersonen als volgt:



Figuur 24. Testopstelling van de usability test met de doelgroep

Zoals te zien is in de testopstelling zijn er alleen een testpersoon en testbegeleider aanwezig. De testpersoon voert de taken uit op de laptop en de testbegeleider maakt aantekeningen op het observatieformulier.

Testtaken

Om de meetvragen te beantwoorden, heb ik testtaken opgesteld welke de testpersoon moest uitvoeren. De clickable demo bestaat uit de pagina's: Homepagina, artikelpagina, contactpagina, evenementen kalender en evenement pop-up. Ik heb van iedere pagina een testtaak gemaakt waarin de verschillende meetvragen worden gesteld. In figuur 25 is een voorbeeld van testtaak 3 te zien.

Taak 3. Contact opnemen		
Zoek waar je contact kunt opnemen met het bedrijf en neem contact op		
<u>Clicks</u> vanaf homepagina naar contactpagina:		
Is de werking van het contactformulier duidelijk voor de testpersoon?	Ja/nee	Toelichting
Opmerkingen over de contactpagina's:	Opmerking:	

Figuur 25. Testtaak 3 van de usability test met de doelgroep

Zoals te zien is in figuur 25 zijn de testtaken in de vorm van een observatieformulier opgesteld.

Dit heb ik gedaan omdat ik als testbegeleider de testpersoon zou begeleiden tijdens de usability test en gelijk aantekeningen kon maken. De taak voor de testpersoon is hier 'Zoek waar je contact kunt opnemen met het bedrijf en neem contact op'. Ik als testbegeleider moest dan het aantal kliks van de testpersoon invullen en vragen of de werking van het contactformulier duidelijk is voor de testpersoon.

Opzet usability test

In hoofdstuk 6 van het testplan heb ik de werkwijze voor de usability test voor mij als testbegeleider opgesteld. Vooraf aan de test zou ik de testpersonen mondeling uitnodigen en afspraken maken. Op de dag van de usability test zou ik eerst de computer en de formulieren klaarleggen. Voor het ontvangen en instrueren van de testpersoon heb ik een opsomming gemaakt van taken die ik moest doen, namelijk:

- De testbegeleider heet de testpersoon welkom en biedt diegene wat te drinken aan.
- De testbegeleider legt het doel en de wijze van testen uit.
- De testbegeleider legt uit de test onder begeleiding wordt doorlopen: De testbegeleider zal de taken opnoemen en vragen stellen tussendoor.
- De testbegeleider legt uit dat bij iedere vraag een nadere toelichting gewenst is.
- De testbegeleider legt het principe van Thinking Aloud uit en vraagt of de testpersoon dit begrijpt.
- De testbegeleider vraagt om toestemming om de test op te nemen via een geluidsrecorder en zodra dit mag, wordt deze aangezet.
- De testbegeleider vraagt om toestemming van het gebruik van de naam van de testpersoon en indien dit goed is, wordt de naam opgeschreven op het observatieformulier.

Tijdens de usability test moest ik de testpersoon begeleiden, observeren, vragen stellen en aantekeningen maken. Na de test moest ik de testpersoon vragen of hij of zij nog vragen of opmerkingen heeft. Tot slot zou ik de testpersoon bedanken voor deelname.

In de volgende paragraaf staat beschreven hoe de gebruikerstest is verlopen.

5.2 Usability test uitvoeren

In deze paragraaf staat mijn werkwijze beschreven van het uitvoeren van de gebruikerstest.

Doel

Het doel van de usability test is het in kaart brengen of de doelgroep het herontwerp van The Underground gebruiksvriendelijk vinden op het gebied van vormgeving, navigatie en informatie. Aan de hand van de usability test kunnen dan aanpassingen worden gemaakt in de clickable demo, zodat het gebruiksvriendelijk is.

Werkwijze

Ik heb de usability test uitgevoerd zoals beschreven in het testplan. Alle vijf testpersonen kwamen opdagen en deze heb ik getest in de periode van 1 december tot 4 december 2015. Iedere testpersoon heeft onder begeleiding van mij als testbegeleider de 4 testtaken doorlopen en antwoord gegeven op de meetvragen. Ik heb geobserveerd, vragen gesteld en aantekeningen gemaakt op de observatieformulieren. De test verliep helemaal zoals gepland in het testplan.

5.3 Testrapport opstellen

In deze paragraaf staat mijn werkwijze beschreven van het opstellen van het testrapport.

Doel

Om antwoord te krijgen op de globale onderzoeksvraag en deelonderzoeksvragen van het testplan heb ik na de usability test een testrapport opgesteld. Hierin staan de ingevulde observatieformulieren, een analyse van de testresultaten, een terugkoppeling op de hoofd- en deelonderzoeksvragen en de verbeterpunten na aanleiding van de usability test.

Resultaten samenvoegen en analyseren

Na het uitvoeren van de usability test had ik testresultaten in de vorm van ingevulde observatieformulieren. Deze resultaten moest ik samenvoegen en analyseren.

Taken en meetvragen

De observatieformulieren waren ingevuld per testtaak en daarom heb ik ervoor gekozen om de resultaten van de meetvragen per testtaak te analyseren in hoofdstuk 3 van het testrapport. De antwoorden op vragen die gingen over de vormgeving van de clickable demo waren meningen en daarom heb ik ervoor gekozen deze niet samen te voegen, maar op te sommen. De meeste meetvragen werden beantwoord met ja of nee en zo kon ik tellen hoeveel van de testpersonen 'ja' hadden geantwoord en hoeveel 'nee' hadden geantwoord. Wanneer er een toelichting was heb ik deze ook overgenomen. Daarna heb ik gekeken of meerdere testpersonen dezelfde toelichting hadden en dit verwerkt in de resultaten. Alle meetvragen zijn in paragraaf 3.1 van het testrapport beantwoord met ja, nee of deels met daarbij toelichting.

Usability aspecten

Om te kijken hoe de clickable demo scoorde op de usability aspecten heb ik een tabel opgesteld in hoofdstuk 3.2 van het testrapport met daarin per usability aspect de meetvragen die daarbij horen en of deze meetvragen behaald zijn. In de vorige paragraaf werd al in

kaart gebracht welke van de meetvragen behaald zijn en nu is het overzichtelijk in een tabel hoe de usability aspecten scoren.

Concluderen

Nadat ik de resultaten van de usability test had samengevoegd en geanalyseerd, kon ik een conclusie schrijven. In de conclusie koppel ik terug op de globale onderzoeksvraag en deelonderzoeksvragen, om te kijken of deze zijn behaald.

Terugkoppeling op deelonderzoeksvragen

Om antwoord te geven op een deelonderzoeksvraag, heb ik de meetvragen doorlopen die vallen onder die deelonderzoeksvraag. De meetvragen samen geven namelijk antwoord op de deelonderzoeksvraag. Een voorbeeld van een conclusie op een deelonderzoeksvraag is:

“Kan de testpersoon eenvoudig door de website navigeren?”

De zoekbalk is goed zichtbaar volgens alle testpersonen. De testpersonen kunnen allemaal het contactformulier snel, namelijk binnen 1 klik vinden. De testpersonen weten allemaal op welke pagina ze zich bevinden. Alle testpersonen vonden het duidelijk dat ze op de turquoise elementen konden klikken, maar uit de test blijkt dat er een aantal niet-klikbare elementen zijn die wel staan afgebeeld als klikbaar, namelijk: ‘share article’, ‘leave comment’ en de advertenties. Al met al kunnen de testpersonen dus eenvoudig door de website navigeren.

Alle deelonderzoeksvragen zijn positief behaald. Er kwamen ook verbeterpunten naar voren voor de clickable demo. In bovenstaande conclusie is dat bijvoorbeeld dat een aantal niet-klikbare elementen turquoise zijn, terwijl dat normaal staat voor klikbare elementen.

Terugkoppeling op globale onderzoeksvraag

De deelonderzoeksvragen samen geven antwoord op de hoofdonderzoeksvraag. Doordat alle deelonderzoeksvragen positief zijn behaald, is de hoofdonderzoeksvraag ook behaald. De clickable demo is dus gebruiksvriendelijk volgens de doelgroep op het gebied van informatie, navigatie en vormgeving.

De mate van gebruiksvriendelijkheid werd ook getest aan de hand van de usability aspecten. Deze zijn ook positief behaald. Al met al is de clickable demo dus gebruiksvriendelijk, maar zijn er wel een aantal verbeterpunten in kaart gebracht.

Verbeterpunten

Tijdens de usability test kwamen verbeterpunten naar voren voor de clickable demo, namelijk:

- De niet-klikbare elementen 'share article', 'leave comment' en de advertenties moeten niet de klikbare kleur turquoise hebben, waardoor het niet lijkt alsof ze klikbaar zijn.
- De advertentie van 'Out with annie' zou zo moeten worden gepresenteerd als die van Starbucks, want dit is duidelijk een advertentie.
- De titel van de advertentie is te groot, dus zou kleiner moeten zijn. De titel van een advertentie zou zwart of grijs moeten zijn, klein zijn en schuingedrukt.
- Wanneer de homepagina te druk wordt bevonden zouden de kolommen 'Out with annie', 'TU top 10' en 'Blogs & Columns' weg kunnen worden gehaald.
- Het blok 'Join us' hoort niet op de artikelpagina, maar wel onderaan de contactpagina.
- De contactpagina zou moeten bestaan uit een gehele pagina zonder zijbalk.
- De pop-up van de event calendar mag kleiner en midden in het scherm getoond worden, zodat deze duidelijker zichtbaar is.
- In de details van de event calendar pop-up moet de prijs worden aangeduid met een euro-teken en is het handig dat bij de details de datum nogmaals wordt genoemd.

De verbeterpunten zijn aangepast in de clickable demo. Nu kan worden gesteld dat de clickable demo gebruiksvriendelijk is volgens de doelgroep op het gebied van informatie, navigatie en vormgeving.

6. Uitvoeringsfase

In dit hoofdstuk zouden de activiteiten komen te staan die vallen binnen de uitvoeringsfase, namelijk het implementeren van het ontwerprapport op de website en het opstellen van het adviesrapport zoekmachineoptimalisatie. De uitvoeringsfase is echter komen te vervallen.

Ongeregelde heden in het team

Op 4 december, net toen ik de usability testen had uitgevoerd, kwamen er ongeregelde heden voor in het team. Op het kantoor werken twee teams samen, namelijk het team van Coos Communicatie en van The Underground. The Underground is onderdeel van Coos Communicatie. Eén van de personen die alleen werkt voor Coos Communicatie nam het initiatief om een award te winnen voor The Underground, aangezien het team van The Underground hiervoor geen moeite deed. Dit was nodig om subsidie te krijgen.

Het nieuws dat specifiek iemand van het team van Coos de award heeft aangenomen, werd niet goed ontvangen bij het team van The Underground. Mijn opdrachtgever (de baas van The Underground) werd vanaf dat moment bestookt met e-mails met klachten van team en er werd zonder overleg van mijn opdrachtgever een meeting georganiseerd, waarin het team besloot verder te gaan met de krant zonder de eigenaar. Dit ging allemaal niet ten goede van de sfeer. Eén van de medewerkers paste ook bepaalde wachtwoorden aan, waaronder die van Google Analytics. Het wachtwoord van Google Analytics kan niet worden teruggehaald en dat is rot voor mijn project, aangezien ik aan het einde wou vergelijken of er meer bezoekers op de website kwamen en de bezoekersduur is verhoogd.

Er ontstond een verdeling tussen de Nederlanders van het Coos team en de buitenlanders van het team van The Underground. Ik behoorde volgens The Underground eigenlijk tot het Coos team omdat ik Nederlands ben en daarom liet het team van The Underground mij links liggen. Zo kreeg ik geen e-mails meer, werd ik niet uitgenodigd op het feest en hadden ze geen interesse meer in mijn afstudeeropdracht. Ik zou officieel na afloop van mijn project een presentatie houden aan het hele team in het Engels, maar is uiteindelijk niet meer gebeurt.

Overname The Underground

De eigenaar heeft gesproken met het team en samen besloten ze dat het team The Underground zou overnemen. Uiteindelijk is dit niet gelukt vanwege het financiële plaatje. Mijn opdrachtgever heeft op 15 december besloten om helemaal te stoppen met het uitgeven van The Underground. Dit was op het moment dat ik net het testrapport had afgerond en wou starten met het opstellen van het adviesrapport.

Adviesrapport

In overleg met de opdrachtgever was er geen belang meer bij het adviesrapport, aangezien The Underground niet meer bestaat. Dit kwam voor mij goed uit, want ik had al verbeterpunten opgesteld in het testrapport en deze uitgewerkt in de clickable demo. Alles wat dan in het adviesrapport zou komen te staan, zou hetzelfde zijn als in het testrapport en dat is onnodig.

Implementatie van clickable demo op de website

Implementaties op de website had ik al gemaakt in de designfase van het project. Deze zouden anders pas in deze uitvoeringsfase worden gemaakt, maar zijn nu komen te vervallen.

7. Nazorgfase

In dit hoofdstuk worden de activiteiten beschreven die vallen binnen de nazorgfase. Denk hierbij aan het presenteren van de projectresultaten en het overdragen van de projectresultaten.

7.1 Presenteren resultaten

In deze paragraaf staat mijn werkwijze beschreven van het presenteren van de resultaten van het project.

Meerdere presentaties

Gedurende het hele project heb ik zes presentaties gehouden over de voortgang van mijn project en de tussenproducten. We hadden minimaal maandelijks een vergadering met het hele team van The Underground en dan zette ik mezelf altijd op de agenda, zodat ik mijn bevindingen en producten kon presenteren en hier feedback op kon krijgen.

De leden van het team vonden het leuk dat ik mijn voortgang besprak en ik vond het nuttig dat ik hierdoor feedback kreeg om mee verder te gaan. Zo heb ik onder andere feedback gekregen op onderzoeksbevindingen, de sitemap, de persona's en de wireframes.

Eindpresentatie

In eerste instantie zou ik aan het einde van het project de resultaten van mijn project presenteren aan het hele team van The Underground, maar dit is niet gebeurd. In het vorige hoofdstuk staat beschreven dat The Underground nog voor mijn presentatie uit elkaar viel en niet meer bestaat.

In overleg met het team van Coos Communicatie heb ik mijn presentatie gehouden voor hun. Zij zijn allemaal Nederlands, dus ik heb ervoor gekozen om de presentatie in het Nederlands te houden. Ik heb de volgende punten gepresenteerd:

Benoemen van analyses:

- Inventarisatierapport
- Heuristic Evaluation
- Doelgroep rapportage
- Doelgroep interviews

Benoemen presentatie gegeven en via de mail doorgestuurd over:

- Systeemeisen (alleen met opdrachtgever)
- Wireframes
- Sitemaps
- Trendonderzoek resultaten

Tonen van de eerste versie van de mock-ups

Bedanken voor het deelnemen aan de enquêtes

Tonen van de tweede versie van de mock-ups

Resultaten van de usability test benoemen

Bovenstaand is een soort spreekschema, zoals ik die iedere keer tijdens presentaties had opgesteld voor mezelf. Het hielp mij dat ik alleen de punten opschreef, zodat ik niet krampachtig hele zinnen uit mijn hoofd wilde leren voor de presentatie. Door het gebruik van zo'n soort spreekschema merkte ik dat het een handvat was voor het te vertellen verhaal tijdens de presentatie.

Feedback

Na de presentatie kreeg ik de volgende feedback:

- Je hebt veel gedaan tijdens het project
- Het eindresultaat ziet er goed uit
- De clickable demo is stukken beter dan de website
- De clickable demo is zo professioneel dat hij direct zou kunnen worden ingezet
- Als ik je vergelijk met hoe je net binnen kwam ben je ontzettend gegroeid en dat is ook te zien aan de presentatie

7.2 Overdragen resultaten

In deze paragraaf staat mijn werkwijze beschreven van het overdragen van de resultaten van het project.

Na afloop van de presentatie heb ik alle documenten, behalve het afstudeerdossier, aan mijn opdrachtgever gemaild. Doordat ik tussendoor telkens mondeling de producten had besproken waren de producten niet nieuw voor de opdrachtgever.

Aangezien The Underground nu niet meer bestaat, kan de opdrachtgever niets meer met mijn documenten. Ze gaf aan dat ze de documenten anders erg nuttig had gevonden en de clickable demo graag had willen hebben als nieuwe website.

8. Evaluatie

In dit hoofdstuk wordt geëvalueerd op het project aan de hand van een proces- en productevaluatie en een evaluatie op de verworven competenties.

8.1 Procevaluatie

In deze paragraaf evalueer ik op het proces tijdens mijn afstudeerproject.

Methoden

De ontwerp- en projectmanagementmethode sloten wat mij betreft goed aan bij het project. Ik vond de fasering van de methodes met de werkzaamheden uit het afstudeerplan erg handig als overzicht voor de methodes. Alles sloot netjes op elkaar aan.

Technieken

De volgende keer zal ik nog meer nadenken over de werkzaamheden binnen een project dan de producten. Omdat ik niet voor ieder product de werkzaamheden los had beschreven, had ik er bijvoorbeeld niet gedacht aan dat de interviewgegevens verwerkt moeten worden. Hetzelfde geldt voor de rapporten card-sorting en het trendonderzoek en de enquête gegevens.

Vergaderingen en overleg

We hadden een maandelijkse vergadering met het hele team en vanaf september was de vergadering wekelijks. Tijdens iedere vergadering presenteerde ik mijn voortgang van het project, zodat ik feedback kreeg van de teamleden. Dit bleken belangrijke momenten in mijn project te zijn, want door de feedback kon ik verder.

Het team wilde de op te leveren producten, zoals de documentaties niet zien, maar wilde wel visuele voorbeelden zien. Ik heb dus geen feedback ontvangen op de documenten en dit vond ik lastig, omdat ik geen idee had of de documentatie goed was.

Ik heb er wel voor gezorgd dat ik mondelinge feedback van het team kreeg op de tussenresultaten. Zo adviseerde ik bijvoorbeeld de aanbevelingen uit de Heuristic Evaluation en vroeg ik om feedback op de interviewvragen, de systeemeisen, de sitemap en de wireframes. Door de overdracht en feedback kon ik verbeteringen maken voor deze tussenresultaten en was het team op de hoogte van mijn voortgang.

Andere werkzaamheden in het bedrijf

Binnen het bedrijf heb ik ook taken verricht als medewerker, die niet voor het project van belang waren. Omdat de web manager een lange tijd ziek is geweest en ik de enige was die ervaring had met Wordpress, werd ik in die tijd verantwoordelijk voor het toevoegen van artikelen en evenementen op de website. Het was voor mij eenvoudig te doen en doordat er direct resultaat was (zichtbare artikelen en evenementen online) vond ik het erg leuk om te doen. Verder heb ik ervoor gezorgd dat het bedrijf een andere hostingpartij kreeg, omdat deze verliep op 17 november en heb ik daarbij ondersteuning gegeven aan iedereen om de e-mail in te stellen. Tot slot waren er nog huishoudelijke klussen, zoals afwassen, de koelkast ontdooien en een grote schoonmaakdag. Ook mocht ik mee naar uitjes, zo heb ik deelgenomen aan een boottocht met de contributors, een afscheidsetentje, een verjaardag

borrel, een lunch tussendoor, een feest van het 1 jarig bestaan van de krant en een kersdiner en nieuwjaarsborrel.

Werken in een team

Ik werd op kantoor bij alle activiteiten en vergaderingen betrokken die gingen over The Underground. Zo heb ik geregeld overlegd, gepresenteerd en geadviseerd voor het team. Hierdoor heb ik echt leren werken in een team. Al met al vond ik het erg leuk om te werken in een team. Het was geregeld gezellig met collega's, maar er waren ook verschillende woordenwisselingen tussen iedereen. Uit bijna iedere oplossing kom je vanuit overleg samen uit. Ik had echt het gevoel onderdeel te zijn van een echte baan, terwijl ik officieel alleen afstudeerder was.

Samenwerken

Gedurende mijn project heb vooral samengewerkt met Arto de webmanager, Rosy de hoofdredacteur en Saskia de opdrachtgever.

Arto was een moeilijk persoon om mee te werken volgens iedereen in het team inclusief hem zelf. Het kostte moeite en tijd om hem dingen uit te leggen en hij ging overal langdurig op in. Ik heb rustig gehandeld en kon daardoor redelijk overweg met hem, wat iedereen in het team verbaasde. Hij was verantwoordelijk voor de website en is een autist en moest daarom bij ieder punt worden betrokken. Hier heb ik wel redelijk moeite mee gehad, aangezien hij er maar hooguit 1 keer per week was en ik hem steeds moest overhalen wanneer ik iets wou aanpassen op de website. Hier heb ik wel van geleerd hoe je iemand kan overhalen door iets uit te leggen.

Met Rosy de hoofdredacteur had ik het ook lastig. Tijdens iedere maandelijkse vergadering presenteerde ik mijn bevindingen en/of producten, zoals de sitemap aan het hele team en kreeg dan feedback waarmee ik verder kon. Rosy gaf mij dan geen feedback, maar wanneer ik dan met de tweede verbeterde versie van de sitemap aankwam, had ze ineens allemaal opmerkingen. Die opmerkingen moest ik dan later alsnog bijvoegen en verwerken, aangezien zij de hoofdredacteur is en over die dingen gaat. Dit kwam geregeld voor. Ook moest ik terwijl ik hier helemaal nog niet klaar voor was al wijzigingen op de website implementeren. Achteraf gezien denk ik dat zij echt het idee had dat ik een werknemer was binnen het team en daardoor hard moest meewerken. Ik achteraf had meer moeten opkomen voor mijn eigen afstudeeropdracht, door eerst de clickable demo te maken.

Met de opdrachtgever Saskia heb ik vooral overlegd en tips gekregen over mijn project. Ik besprak mijn bevindingen via een presentatie of rechtstreeks met Saskia en kreeg dan tips over hoe ik verder kon gaan. Zo hielp ze bijvoorbeeld bij het opstellen en prioriteren van de systeemeisen, maar ook gaf ze de tip dat ik minder op de details moest letten van bijvoorbeeld het lettertype van de clickable demo. Ze gaf ook persoonlijke feedback door bijvoorbeeld te zeggen dat ik erg gegroeid was wat betreft zelfvertrouwen. Ik vond het erg motiverend om samen te werken met Saskia.

Met de andere mensen uit het team had ik goed contact. De collega's waren verschillend tussen de één of twee dagen op kantoor. Ook wisselden de collega's: Er gingen drie personen weg en er kwamen vijf personen bij. In het begin vond ik het lastig om Engels te praten, maar na een maand merkte ik dat het vanzelf ging. Ik vond het leuk om samen te werken in een team.

Uitloop van de planning voor het eerste TTA

Ik heb me niet aan de planning gehouden, door de toevoeging van extra documenten, de onverwachte uitloop van andere documenten, andere werkzaamheden en ziekte.

Aan het begin van het project kwam het inventarisatierapport als extra rapport erbij, omdat de website niet was bevroren en er een nulmeting moest worden gehouden over het huidige gebruik van de website om deze later te kunnen vergelijken. Hier had ik geen rekening mee gehouden in de planning en daardoor liep de planning uit.

Daarna volgde de Heuristic Evaluation, waarmee ik langer bezig ben geweest dan ik van tevoren had geschat. In plaats van 4 dagen ben ik bijna drie weken bezig geweest met het opstellen van de Heuristic Evaluation, omdat ik te veel richtlijnen (247) had gekozen, deze moest vertalen en te laat in het proces begon met het prioriteren van deze richtlijnen.

Bij het opstellen van het doelgroeponderzoek ben ik een tijd vastgelopen in het uitzoeken wat ik precies van de doelgroep zou willen weten. Toen ik dat eenmaal had vastgesteld en het interview had opgesteld, bleek twee interviewpersonen op vakantie waren gegaan en hierdoor had ik uitloop van de interviews. Ik had van tevoren ook niet nagedacht over hoe ik de interviewgegevens zou verwerken. Ik heb een extra rapport opgesteld waarin de interviewgegevens worden verwerkt, maar hierdoor liep de planning nog meer uit.

Inmiddels zou ik vanuit het doelgroeponderzoek de wensen van de doelgroep in kaart gebracht moeten hebben voor de user needs die systeemeisen worden, maar de interviews waren nog niet allemaal afgenomen en daardoor is het nog niet compleet.

Ondertussen wilde ik verder gaan met het opstellen van de nieuwe sitemap in het ontwerprapport. Om deze op te stellen moest er wel eerst een onderzoek gedaan worden en hiervoor is het extra rapport card sorting erbij gekomen. Vervolgens ben ik een week lang erg ziek geworden, waardoor ik niets kon doen. Hierdoor liep de planning nog meer uit.

Doordat ik nog niet alle behoeften van de doelgroep in kaart heb kunnen brengen, waren de systeemeisen nog niet helemaal compleet en kon ik zodoende nog niet beginnen aan het opstellen van de wireframes. Verder waren er nog een aantal kleine onvoorziene zaken waar ik geen rekening mee had gehouden vanuit het bedrijf. Zo is de webmanager langer dan een maand uitgevallen vanwege privéomstandigheden en heb ik zijn taken die periode overgenomen. Verder waren er ook wat andere dingen zoals een uitje, vergaderingen en een schoonmaakdag.

Na het eerste TTA

Na het eerste Tussentijds Assessment (TTA) heb ik een periode verlenging gekregen voor mijn project. In overleg met The Underground heb ik tot het einde van mijn officiële stageperiode fulltime op kantoor gezeten en vanaf oktober nog maar ééns per week. Tot op heden waren de leden van The Underground namelijk veel op kantoor, maar vanaf nu zouden zij ook slechts één dag per week op kantoor verschijnen. De rest van de dagen zat ik op het kantoor van mijn vriend, omdat ik officieel al klaar zou moeten zijn met mijn afstudeerperiode en ik ook al moest gaan werken voor hem. Ik moest dus het werk voor hem en voor mijn afstuderen verdelen.

Na het eerste Tussentijds Assessment heb ik de interviews met de doelgroep en het doelgroep rapport afgerond, de wireframes en mock-ups opgesteld, trendonderzoek uitgevoerd, de wijzigingen op de website geïmplementeerd en ben ik gestart met het opstellen van de clickable demo.

Tijdens het opstellen van deze producten kwam The Underground met een nieuwe missie en visie waarin stond beschreven dat het design van de website moest uitstralen dat het hip en

trendy is en waarin beknopte informatie over de doelgroep staat beschreven. Ook waren er wat prioriteiten in de indeling van content verschoven. Zo had The Studentground en het online downloaden van de krant geen prioriteit meer in de wireframes. Hierdoor moesten aanpassingen worden gemaakt in het doelgroeponderzoek, de systeemeisen, sitemap en wireframes en hierdoor besloot ik trendonderzoek te doen naar wat een hip design is. Dit waren zaken die ik vooraf niet had voorzien.

Vanwege de nieuwe missie en visie in augustus moest ik van het team eerder starten met het implementeren van wijzigingen op de website. Normaal zou ik moeten starten na de testresultaten en adviezen vanuit de clickable demo, maar nu moest ik starten terwijl ik de ontwerprichtlijnen en ontwerpkeuzes nog niet in kaart had gebracht. Doordat ik eerder moest starten van het team met het implementeren op de huidige website, was het onmogelijk om mij aan de opgestelde planning te houden. Het implementeren kostte namelijk twee weken tijd, omdat ik moest uitzoeken hoe ik de limiteringen van Wordpress kon negeren. Tevens doordat ik ook moest werken voor mijn vriend, afhankelijk van wanneer de klant op kantoor zou komen, kon ik niet de planning niet aanhouden.

Na het tweede TTA

Ik heb na het eerste TTA de tweede planning aangehouden als uitgangspunt, maar na het voltooien van iedere activiteit heb ik het aantal dagen opnieuw ingeplant. Het uitvoeren van deze planning hielp mij wel bij het verdere verloop van het project. Ik rondde een activiteit af en bekeek na iedere activiteit hoeveel dagen ik dan nog had en verdeelde de planning opnieuw. Op deze manier was de planning meer een soort takenlijstje dan een daadwerkelijke planning.

Deze nieuwe vorm van plannen bood een goed overzicht voor mij, aangezien er telkens onverwachte omstandigheden waren, zoals een onverwachte lunch met het team, een lange vergadering of ziekte.

Na het tweede TTA heb ik de enquêteresultaten verwerkt, de tweede versie van de clickable demo opgesteld, het testplan opgesteld, de usability test uitgevoerd en het testrapport opgesteld. In eerste instantie had ik niet gepland om een enquête te houden en hierdoor had ik te weinig tijd voor het opstellen van het adviesrapport. Gelukkig kwamen er zowel uit de enquête als de usability test genoeg resultaten voor de clickable demo. Uiteindelijk ben ik zelf ook erg tevreden over de clickable demo.

Achteraf gezien had ik

De volgende keer zou ik eerst nadenken of ik het project mogelijk in het Engels zou doorlopen. Ik werkte namelijk in een team waarvan de helft geen Nederlands praatte en met de doelgroep kon ik ook alleen in het Engels communiceren. Ik heb in meerdere rapporten moeten vertalen, namelijk: Heuristic Evaluation, card sorting rapport, doelgroeponderzoek, gebruikerstest, adviesrapport, presentatie. Het was misschien makkelijker geweest om het project in het Engels te doorlopen.

In het vervolg zal ik een planning proberen te vinden die aansluit bij mij. Het moet in ieder geval geen onoverzichtelijke planning zijn zoals de eerste activiteitenplanning was. Ik had die planning veel te strak opgesteld en doordat de planning zo uitgebreid was, was het bijna onmogelijk om de planning later bij te stellen. In het vervolg zal ik voor een eenvoudigere planning kiezen, die aanpasbaar is. Dit zal veel verheldering bieden.

Voordat ik ziek werd liep ik vast in het project. Ik was veel alleen op kantoor vanwege vakanties en kwam mezelf een beetje tegen. Ik ben vaak faalangstig en blijf dan steken in onder andere het afronden van de interviewvragen. Achteraf gezien had ik eerder om hulp moeten vragen, zodat ik eerder knopen zou doorhakken. Uiteindelijk, na een uitgebreid gesprek met mijn bedrijfsmentor kwam ik weer tot nuttige inzichten waarmee ik verder kon. Zo hebben we samen de interviewvragen geprioriteerd, aangezien ik te veel had gemaakt en niet wist waarop te prioriteren. In het vervolg zal ik sneller om hulp vragen wanneer ik vastloop.

Rond het einde van het project merkte ik dat ik steeds zelfverzekerder ben geworden en dat ik nu zeker assertief ben. Ik ging richting het einde van het project steeds meer overleggen en samenwerken met anderen uit het team en daardoor werd ik mondiger. Dit heeft positief geholpen en ik zal in de toekomst zeker eerder om hulp vragen.

Toen het team mij vroeg om alvast implementaties op de website aan te brengen, had ik standvastig moeten zijn door aan te geven dat ik dan minimaal eerst de ontwerprichtlijnen en ontwerpkeuzes in het ontwerprapport daarvoor wou uitwerken. Dan waren de implementaties van betere kwaliteit. In een volgend project zal ik dan ook beter mijn project waarborgen.

Achteraf gezien heb ik gemerkt dat ik het vormgeven en programmeren van een website erg leuk vind. Het echt creatief bezig zijn met Photoshop vond ik leuk, maar nog leuker daaraan vond ik dat ik de ontwerpkeuzes samen met het team en de doelgroep heb gemaakt. Dit samenwerken maakte voor mij het ontwerpproces makkelijker.

Bij het implementeren van de wijzigingen merkte ik dat ik het erg leuk vond om op zoek te gaan naar mogelijkheden om met HTML, CSS en PHP code aanpassingen te maken. Ik heb al eerder websites opgesteld, maar nog nooit eerder met een Wordpress systeem gewerkt. Doordat ik wel voorkennis had van het opstellen van andere websites, kon ik gericht zoeken op internet naar mogelijkheden van Wordpress, dat maakte het makkelijk en leuk om te doen.

Ik ga per 11 januari 2016 werken bij een internetbedrijf die websites ontwerpt, ontwikkeld en host en het lijkt me geweldig om mij hierin verder te specialiseren.

8.2 Productevaluatie

In deze paragraaf evalueer ik op de producten die ik tijdens dit project heb opgesteld.

Afstudeerplan

Ik ben tevreden over het afstudeerplan, omdat het duidelijkheid schept voor mij, mijn opdrachtgever en mijn begeleiders over mijn project. Ik vond het de fasering van de werkzaamheden uit mijn afstudeerplan erg handig tijdens mijn project. Het was handig om een overzicht te hebben met de dagen erbij. Bij het opstellen van het afstudeerplan zal ik in het vervolg meer rekening houden met de diepte van de inventarisatie en analyse binnen een project.

Plan van aanpak

Een aantal zaken uit de plan van aanpak vond ik nuttig tijdens het project en anderen niet. De standaards en richtlijnen waren nuttig, sommige consistenties en maatregelen wel en anderen niet. De onderdelen: opdrachtschrijving, werkzaamheden en competenties en

beroepstaken waren volgens mij niet nuttig, omdat deze ook al in het afstudeerplan staan beschreven.

Planning

Mijn eerste planning vond ik onoverzichtelijk, maar mijn tweede planning vond ik wel nuttig. Ik zou een minder ingewikkelde planning maken dan de eerste activiteitenplanning. Toen ik mijn planning opstelde leek het overzichtelijk, maar na een tijdje vond ik de planning zelf te ingewikkeld om te lezen. De volgende keer zou ik zoeken naar een eenvoudigere planning.

Inventarisatierapport

De gegevens over het huidige gebruik en de bezoekers uit het inventarisatierapport waren handig om na het project te zien of de doelstellingen zijn behaald van meer bezoekers en een langere bezoekersduur. De screenshots van de website waren handig om tijdens het project de nieuwe mock-ups met de oude website te vergelijken.

Achteraf gezien heb ik te veel onnodige informatie beschreven in het inventarisatierapport. In het rapport staat bijvoorbeeld per element van de website een uitgebreide beschrijving waar het voor dient, terwijl ik er later in mijn project niets mee heb gedaan.

In een volgend project zal ik geen uitgebreid inventarisatierapport meer opstellen, omdat de Heuristic Evaluation al dient als nulmeting van de website en ik met de uitgebreide beschrijvingen van elementen in het inventarisatierapport niks heb gedaan. Ik zal wel weer screenshots maken van de website en van de gegevens over het huidige gebruik van de website, omdat deze wel nuttig zijn.

Heuristic Evaluation

Ik heb te veel tijd besteed aan het opstellen van de Heuristic Evaluation, terwijl dat niet nodig zou zijn. Ik had beter kunnen kiezen voor een set met minder richtlijnen om tijd te besparen. Als dit niet mogelijk is, zou ik eerder de richtlijnen hebben geprioriteerd om het onderzoek binnen de kluwen te houden. Ook had ik de Heuristic Evaluation met meer dan 2 personen moeten uitvoeren om tot meer nuttige resultaten te komen, dit zal ik in het vervolg doen. Er kwamen veel nuttige resultaten uit de Heuristic Evaluation waaruit aanbevelingen kwamen, dus ik vind deze experttest een goede techniek. De meeste aanbevelingen zijn overgenomen tot uiteindelijke systeemeisen, daarvoor was het nuttig.

Doelgroep rapportage

Het opstellen van de doelgroep rapportage ging in eerste instantie lastig, omdat er nauwelijks bronnen beschikbaar waren over expats in Nederland. Uiteindelijk heb ik na het zoeken op verschillende termen op Google onder andere nuttige informatie van het CBS over de doelgroep gevonden.

Er waren nauwelijks bronnen beschikbaar over expats in Nederland en dit maakte het lastig. De motivatie en behoeften van de doelgroep zou ik in kaart brengen middels interviews met de doelgroep, maar van de 10 personen zijn er uiteindelijk 5 personen afgehaakt vanwege privéomstandigheden of niets laten weten. Dit was erg frustrerend, want hierdoor kon ik niet verder met het opstellen van de user needs en liep ik vast. Uiteindelijk heb ik na het eerste TTA besloten daarom genoeg te nemen met de interviews van slechts vijf personen, maar wanneer ik meer mensen had geïnterviewd waren de bevindingen misschien van betere kwaliteit, omdat ik dan meer informatie zou hebben.

Het doelgroep rapportage is erg nuttig voor het team van The Underground, om inzicht te geven in de doelgroep, want dit was er namelijk niet. Ik zou ieder bedrijf aanraden om een

doelgroep rapportage te laten opstellen want het biedt veel inzicht in de doelgroep.

Interview rapportage

Om de resultaten van de interviews kwalitatief te kunnen verwerken, heb ik het interview rapportage opgesteld. Vooraf had ik er niet over na gedacht hoe ik de gegevens uit de interviews zou verwerken, maar door het interviewrapport op te stellen kwam ik toch tot een goede verwerking van de gegevens. Wanneer ik ooit weer interviews zal gaan houden, zal ik vooraf rekening houden met het verwerken van de gegevens: Ik zal opnieuw een interviewrapportage opstellen.

Card-sorting rapportage

Om tot een nieuwe sitemap te komen, heb ik card-sorting uitgevoerd met het team en hiervoor het rapport Card-Sorting opgesteld. Ik heb dit rapport echter te ingewikkeld opgesteld. Het rapport Card-sorting heb ik zo ongeveer als een testrapport opgesteld, terwijl dit onnodig was. Achteraf gezien had ik voor de card-sorting helemaal geen deelonderzoeksvragen, testtaken en een analyseformulier hoeven opstellen. Het had volstaan als ik de activiteit had uitgevoerd met de testpersonen, daarvan foto's had gemaakt en deze had verwerkt tot 1 gewenste sitemap.

Ook het verwerken van de testresultaten heb ik achteraf gezien veel te ingewikkeld benaderd: Eerst schreef ik de resultaten op papier op, daarna maakte ik een foto ervan, vervolgens typte ik de geschreven resultaten uit en tot slot werkte ik ze uit als resultaten in de vorm van visuele sitemaps. Eigenlijk had ik alleen foto's hoeven te maken van de sitemaps, zodat ik ze daarna kon samenvoegen in één gezamenlijk bestand, zoals de vergelijking van de vijf sitemaps in hoofdstuk 4.6 van het rapport Card-sorting.

Voortaan zal ik rekening houden met de verwerking van de techniek Card-sorting, maar zal ik het document eenvoudiger opstellen. Ik zou dan de methode beschrijven, van de resultaten foto's maken en daarna deze resultaten samenvoegen in één sitemap.

Ontwerprapport

Het ontwerprapport was erg nuttig als input voor de verbeteringen van de website en het opstellen van de clickable demo. Ik vond het prettig dat er in het ontwerprapport stapsgewijs ontworpen wordt, zodat er over iedere ontwerpkeuze wordt nagedacht. Het ontwerprapport is ook handig om te tonen aan de opdrachtgever, om de keuzes te onderbouwen. De tussenresultaten uit het ontwerprapport waren handig als visuele voorbeelden om te bespreken met andere leden van het team. Zo heb ik de systeemeisen, sitemap, wireframes en mock-ups gepresenteerd aan het team en kreeg ik hierop feedback.

In het vervolg zal ik vaker een ontwerprapport maken, maar zal ik daarin niet alle keuzes zo uitgebreid onderbouwen als dat ik in dit ontwerprapport heb gedaan. In dit ontwerprapport wou ik ten behoeve van school zo veel mogelijk uitleggen over de producten en hoe deze tot stand zijn gekomen. In het werkveld zou ik niet zo veel van de keuzes onderbouwen. Zo'n ontwerprapport zal volgens mij volstaan uit de systeemeisen, de sitemap, de wireframes en de mock-ups en mogelijk nog interactie elementen.

De systeemeisen vond ik erg handig voor het eindproduct (de clickable demo), omdat daarin zowel de wensen van de doelgroep staan als de bedrijfsdoelstellingen en zo kon worden getoetst of ze behaald waren. Ik heb een tabel gemaakt waarin ik tijdens het ontwerprapport na ging per fase welke van de systeemeisen ik had afgewerkt. Zo vond ik het overzichtelijk

welke van de systeemeisen ik had afgerond. Deze tabel is toegevoegd als bijlage 8. De sitemaps, de wireframes en de mock-ups vond ik erg handig als toonbaar resultaat om aan het team te laten zien en om hierop feedback te krijgen.

Trendonderzoek

Het trendonderzoek bleek achteraf een belangrijk uitgangspunt voor de ontwerpkeuzes in de surface van het ontwerprapport. Vanuit het trendonderzoek kwam ik tot de conclusie dat Material Design de webdesigntrend is in 2015 en daarom heb ik besloten hier meer informatie over te vinden. Hierdoor kwam ik op vaststaande richtlijnen en standaarden voor deze stroming en dit was nuttig, omdat ik deze kon implementeren in de clickable demo. Als ik geen trendonderzoek had gedaan, dan zouden de ontwerpkeuzes in het ontwerprapport nergens op gebaseerd zijn, dus dit rapport was erg nuttig voor het ontwerpen van de mock-ups en de clickable demo.

Het was alsof er een wereld voor mij open ging toen ik Material Design ontdekte, want de richtlijnen en standaarden hiervan maakten het voor mij makkelijker om een ontwerpbeginpunt te hebben. Vooraf had ik geen flauw idee welk type buttons, lettertype en opbouw van de lay-out ik zou gaan maken, maar door voorbeelden van Material Design te zien raakte ik geïnspireerd. Ik zal in de toekomst dan ook vaker een trendonderzoek naar webdesign uitvoeren, voordat ik begin met het opstellen van mock-ups.

Enquête

Het team wilde graag betrokken zijn bij de ontwerpkeuzes in het herontwerp van The Underground. Het team kwam echter nauwelijks nog op kantoor en er waren in totaal 18 teamleden, waardoor ik besloot om een enquête te houden. Achteraf gezien ben ik erg tevreden over de enquêtes, want hierdoor hebben zij het gevoel mee te hebben geholpen en heb ik goede input gekregen voor aanpassingen. Ik vond het dus erg handig om de enquête in te zetten. Ook vond ik het programma handig waarin ik de enquête heb opgesteld en direct resultaat kon zien, deze zal ik zeker vaker gebruiken.

Clickable demo

Bij het opstellen van de clickable demo heb ik in de eerste versie alles opgesteld in het programma Proto.io, maar dit programma liep steeds vast. In de tweede versie van de clickable demo heb ik alles eerst opgesteld in Photoshop en dit werkte veel beter. Achteraf heb ik te veel tijd besteed aan het werken met het programma, terwijl ik makkelijker gelijk in Photoshop had kunnen werken.

Uiteindelijk ben ik erg tevreden over het eindresultaat: de clickable demo. Ik vind de clickable demo er erg professioneel uitzien en ben blij met de positieve opmerkingen van iedereen die hem heeft gezien.

Testen

Ik ben tevreden met de hele usability test: Het testplan, de usability test en het testrapport. Door het opstellen van het testplan heb ik de usability test goed kunnen voorbereiden, zo wist ik precies hoe en wat ik moest testen. De usability test zelf verliep ook soepel, want alle testpersonen kwamen opdagen, de test was goed voorbereid en er kwamen voldoende resultaten uit. Omdat ik de onderzoeksvragen en meetvragen zo goed mogelijk had uitgewerkt, was het eenvoudig om de resultaten te verwerken in het testrapport. Al met al

was het testrapport erg nuttig, omdat hieruit bleek dat de gebruiksvriendelijkheid is verbeterd en daarbij nog een aantal verbeterpunten zijn.

8.3 Evaluatie op competenties en beroepstaken

In deze paragraaf evalueer ik op de verworven competenties en beroepstaken tijdens dit project.

Opstellen interaction design

Het hele project heb ik mij bezig gehouden met het opstellen van interaction design. De focus van het project is namelijk het verbeteren van de gebruiksvriendelijkheid van de website van The Underground en hierop zijn alle documenten gericht. Zo heb ik in het rapport Heuristic Evaluation de mate van gebruiksvriendelijkheid in kaart gebracht, heb ik de doelgroep betrokken bij de keuzes voor de informatie, navigatie en vormgeving van de website en heb ik deze getest. In het ontwerprapport wordt de clickable demo in stappen uitgewerkt, zodat er stapsgewijs wordt gewerkt aan de interaction design.

Doelgroep analyse opstellen

Tijdens dit project heb ik een doelgroep analyse opgesteld en dit was erg belangrijk voor The Underground, omdat zij nog geen inzicht hadden in de doelgroep. De website moest gebruiksvriendelijker worden gemaakt, maar dat kan alleen als er inzicht is in wie de doelgroep is. Ik heb verschillende methodes gebruikt om tot het uiteindelijke doelgroep rapportage te komen, namelijk: Bronnenonderzoek, interviewen en persona's opstellen. Deze beroepstaak wordt aangetoond middels het doelgroep rapport.

Usability test opzetten en uitvoeren:

Na het opstellen van de clickable demo heb ik een usability test opgezet en uitgevoerd. In het testplan staat de opzet van de usability test en in het testrapport staan de resultaten van de usability test.

Vormgeving ontwerpen

In het ontwerprapport heb ik stapsgewijs een herontwerp gemaakt van de bestaande website van The Underground. Het ontwerprapport toont dus aan hoe ik de vormgeving heb ontworpen. De mock-ups uit het laatste hoofdstuk van het ontwerprapport zijn de uiteindelijke resultaten van het ontwerpen van de vormgeving.

Presentatie – advies

Gedurende het hele project heb ik 6 presentaties aan het hele team van The Underground gegeven en mijn eindpresentatie heb ik aan het team van Coos gegeven. Door het geven van de presentaties heb ik aan deze competenties gewerkt.

Literatuurlijst

Literatuurbronnen:

Garrett, J. J. (2011). *The Elements of User Experience: User-Centered Design for the web and beyond* (2^e druk). Berkeley, CA: New Riders

Grit, R. (2008). *Projectmanagement* (5^e druk). Wolters-Noordhoff

Internetbronnen:

HAN Hogeschool. (z.d.). *Bronnen vermelden volgens APA*.

Geraadpleegd op 19 mei 2015, van

<http://specials.han.nl/themasites/studiecentra/verwerken-en-delen/bronnen-vermelden/>

The Underground.(2015). The Underground [complete website]

Geraadpleegd dagelijks in de periode van 19 mei 2015 tot 31 augustus 2015.

Bronnen voor vergelijking richtlijnen in hoofdstuk 2.5 van dit dossier:

5 E's van Whitney Quesenbery

<http://www.wqusability.com/articles/getting-started.html>

Honeycomb van Peter Morville

<http://www.usability.gov/what-and-why/user-experience.html>

20 usability guidelines van Weinschenk & Barker

https://en.wikipedia.org/wiki/Heuristic_evaluation

Webcontent toegankelijkheid richtlijnen van W3C

<http://www.w3c.nl/Vertalingen/2000/WAI-WEBCONTENT/WAI-WEBCONTENT-NL.html>

247 Richtlijnen van David Travis

<http://www.userfocus.co.uk/resources/guidelines.html>

10 Heuristics for User Interface Design van Jacob Nielsen

<http://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>

Bronnen voor het vergelijken van de projectmanagementmethoden:

PRINCE2:

<https://nl.wikipedia.org/wiki/PRINCE2>

Bronnen voor het vergelijken van de ontwikkelmethoden:

RUP:

https://en.wikipedia.org/wiki/Rational_Unified_Process

Ontwerprichtlijnen Material Design:

<https://www.google.com/design/spec/material-design/introduction.html>

Clickable demo programma:

<http://www.proto.io>

Figurenoverzicht:

Afkortingenlijst:

Interne bijlagen

Bijlage 1. Afstudeerplan

Informatie afstudeerder en gastbedrijf *(structuur niet wijzigen)*

Afstudeerblok: 2015-1.2 (start uiterlijk 11 mei 2015)

Startdatum uitvoering afstudeeropdracht: 11 mei 2015

Inleverdatum afstudeerdossier volgens jaarrooster: 5 oktober 2015

Studentnummer: 11116366

Achternaam: mw. Emming

Voorletters: K.

Roepnaam: Kelly

Adres: Jonathanstraat 68

Postcode: 2524 JJ

Woonplaats: Den Haag

Telefoonnummer: -

Mobiel nummer: 0624510996

Privé emailadres: smak_kelly@hotmail.com

Opleiding: CMD

Locatie: Den Haag

Variant: voltijd

Naam studieloopbaanbegeleider: Walter Nijenhuis

Naam begeleidend examiner:

Naam tweede examiner:

Naam bedrijf: The Underground

Afdeling bedrijf: De website van the Underground

Bezoekadres bedrijf: Saturnusstraat 60

Postcode bezoekadres: 2516 AH

Postbusnummer:

Postcode postbusnummer:

Plaats: Den Haag

Telefoon bedrijf: 070-8903535

Telefax bedrijf:

Internetsite bedrijf: www.theunderground.nl

Achternaam opdrachtgever: mw. Laurijsen

Voorletters opdrachtgever: S.

Titulatuur opdrachtgever: eigenaar

Functie opdrachtgever: eigenaar

Doorkiesnummer opdrachtgever:

Email opdrachtgever: saskia@theunderground.nl

Achternaam bedrijfsmentor: mw. Laurijsen

Voorletters bedrijfsmentor: S.

Titulatuur bedrijfsmentor: eigenaar

Functie bedrijfsmentor: eigenaar

Doorkiesnummer bedrijfsmentor:

Email bedrijfsmentor: saskia@theunderground.nl

Doorkiesnummer afstudeerder:

Functie afstudeerder (deeltijd/duaal):

Verbeteren van de gebruiksvriendelijkheid van website The Underground.

Opdrachtomschrijving

1. Bedrijf

The Underground is opnieuw gelanceerd op 17 november 2014 onder leiding van de nieuwe uitgever Saskia Laurijsen, na een jaar uit de running te zijn geweest. Saskia Laurijsen is eigenaresse van COOS!, een communicatie en PR bureau en The Underground valt daar nu onder.

The **Underground** is een gratis, tweemaandelijks Engelstalige newspaper gericht op lokale en internationale inwoners van Den Haag en omstreken. The Underground heeft zowel een online als een geprinte versie, namelijk een website en een tastbare krant. Momenteel is de website ondersteunend aan de tastbare krant, maar het moet in de toekomst een gelijkwaardige positie krijgen, namelijk die van een community platform voor de doelgroep. The Underground vormt de basis de internationale community in Den Haag met als missie het verbinden van lokale en internationale inwoners van Den Haag en als doel het informeren van de community over culturele en sociale activiteiten en hotspots rondom Den Haag. Tevens biedt het nieuwe inzichten, gebeurtenissen en verhalen van inwoners van Den Haag en omgeving. Het bijzondere aan The Underground is dat een groot deel van de doelgroep zelf zowel de lezers als de schrijvers zijn. De visie van The Underground is dan ook: "You are the Underground".

The Underground wordt gerund door een vast team, welke bestaat uit: Uitgever Saskia, editor-in-chief Rosy, commercieel manager Pascalle, webmanager Arto, art-director Remy, social media manager Megan en journalist Ailie. Verder werkt er een grote groep vrijwilligers op zelfstandige basis aan artikelen. De afstudeerder komt te werken binnen het vaste team als interaction designer voor de website van The Underground.

De website is tijdens de herlancering van The Underground overgenomen en in een nieuwe template geplaatst, er is echter bij de vormgeving, interactiepatronen en informatiestructuur geen rekening gehouden met gebruiksvriendelijkheid. Doordat de website is overgenomen is er in eerste instantie uitgegaan van de bestaande artikelen en categorieën als informatiestructuur. Volgens het team is de structuur van deze informatie onoverzichtelijk en dat uit zich in ieder geval in de navigatiestructuur en plaatsing van informatie op de website. De vormgeving van de website zou moeten passen bij die van de krant en bij de doelgroep. Er is echter nog geen onderzoek gedaan naar de doelgroep en er is geen inzicht in de behoeften van de doelgroep, terwijl de website juist om de doelgroep hoort te draaien. In het design is ook geen rekening gehouden met de uitbreiding van banners, terwijl dit in de toekomst nodig is.

2. Probleemstelling

De website van The Underground voldoet niet aan zijn doel om een community platform te vormen voor de doelgroep. De website is opnieuw gelanceerd, maar ontvangt te weinig bezoekers en de bezoekers haken snel af, maar het is voor het team onduidelijk waar dat aan ligt.

3. Doelstelling van de afstudeeropdracht

Na afloop van de afstudeerperiode heeft de afstudeerder verbeteringen aangebracht op de website van The Underground met als doel het verhogen van het aantal bezoekers en de bezoekersduur.

4. Resultaat

De afstudeerde heeft onderzoek gedaan naar de doelgroep en de gebruikersvriendelijkheid van de website, mock-ups ontworpen, getest, geïmplementeerd en aanbevelingen gedaan op het gebied van vindbaarheid van de website.

Wanneer de doelgroep in kaart is gebracht en gebruiksvriendelijkheid is toegepast, zal de kwaliteit van de website voor de doelgroep groter worden. Dit is belangrijk voor het doel van de website als community platform. Wanneer er aanbevelingen zijn gegeven op het gebied

van vindbaarheid, kan het team hier in de toekomst rekening mee houden en dit toepassen. In de meest gunstige situatie krijgt de website mede hierdoor meer bezoekers en zullen zij langer op de website blijven.

5. Uit te voeren werkzaamheden, inclusief een globale fasering, mijlpalen en bijbehorende activiteiten

Het project zal volgens Jesse James Garrett als ontwerpmethode worden gevolgd, aangezien het project draait om een 'user centered' aanpak en (behalve het testen en implementeren) alle elementen in JJG naar voren komen.

De projectmanagementmethode die wordt gebruikt is degene van Roel Grit. De methode van Roel Grit gaat namelijk verder dan alleen het opleveren van een ontwerprapport, hierbij wordt ook rekening gehouden met implementatie en nazorg. Tevens zit er hier na iedere fase een evaluatiemoment, waarbij wordt gekozen om door te gaan, te wijzigen of te stoppen.

De werkzaamheden zijn ingedeeld volgens de projectmanagementmethode: fase A tot en met F. Daaronder is er een onderverdeling gemaakt in de fasen van Jesse James Garrett: fase 1 t/m 5.

Fase A. Ideevorming (8 dagen)

Fase 1. Strategy plane

- Plan van aanpak opstellen 4 dagen
- Heuristic evaluation (experttest) uitvoeren 4 dagen

Fase B. Definitiering (15 dagen)

- Doelgroeponderzoek uitvoeren: literatuuronderzoek, interviews 10 dagen
- Persona's opstellen 2 dagen

Fase 2. Scope plane

- Requirements (systeemeisen) opstellen 3 dagen

Fase C. Design (15 dagen)

Fase 3. Structure plane

- Sitemaps opstellen 3 dagen

Fase 4. Skeleton plane

- Wireframes opstellen 5 dagen

Fase 5. Surface plane

- Mockup opstellen 4 dagen
- Clickable demo opstellen 3 dagen

Fase D. Detailontwerp (15 dagen)

- Testplan opstellen 4 dagen
- Usabilitytest (gebruikerstest) uitvoeren 3 dagen
- Testrapport opstellen 3 dagen
- Aanpassen clickable demo 5 dagen

Fase E. Uitvoering (6 dagen)

- Implementeren ontwerprapport op website 3 dagen
- Adviesrapport zoekmachineoptimalisatie opstellen 3 dagen

Fase F. Nazorg (3 dagen)

- Presenteren en overdracht 3 dagen

Totaal aantal dagen in project: 70 dagen.

6. Op te leveren (tussen)producten

Plan van aanpak inclusief planning

Heuristic evaluation rapport

Doelgroeprapportage inclusief persona's,

Ontwerprapport (Tussenproducten: Systeemeisen, Sitemaps, Wireframes, Mockups)

Testplan

Testrapport

Adviesrapport zoekmachineoptimalisatie

7. Te demonstreren competenties en wijze waarop

Opstellen interaction design

Alle onderdelen binnen het ontwerprapport richten zich op interaction design. Ook het testen van de gebruikers richt zich op interaction design. De focus van het project is het opstellen van interaction design.

Doelgroepanalyse opstellen:

Voor dit project is het van belang om doelgroeponderzoek te doen, want de focus van het project zit in de doelgroep. Pas nadat de doelgroep in kaart is gebracht, kan de gebruikersvriendelijkheid hierop worden verbeterd. Deze beroepstaak wordt aangetoond middels het doelgroep rapportage.

Usabilitytest opzetten en uitvoeren:

Nadat het ontwerprapport is ontwikkeld, moet er worden nagegaan of de doelgroep het met de nieuwe ontwerpen eens is. Daarom wordt er een gebruikerstest uitgevoerd om de gebruikersvriendelijkheid in kaart te brengen van de ontwerpen. Mogelijke onduidelijkheden in bijvoorbeeld de informatie of navigatie kunnen ook worden getest, dit is afhankelijk van de loop van het ontwerprapport.

Bij deze beroepstaak horen de beroepstaken: opstellen testplan en opstellen testrapportage, om de gebruikerstest goed in kaart te brengen en onderbouwen. De resultaten van de gebruikerstest worden beschreven in het testrapport en de aanpassingen worden doorgevoerd in de vernieuwde clickable demo.

Vormgeving ontwerpen

Middels het ontwerprapport wordt er methodisch een herontwerp gemaakt van de bestaande website. De mock-ups uit het laatste hoofdstuk van het ontwerprapport zijn de uiteindelijke resultaten van het ontwerpen van de vormgeving.

Presentatie – advies

Gedurende het hele project wordt er gewerkt aan de probleemstelling. Het is onmogelijk om het hele probleem binnen de duur van het project op te lossen, daarom is een goede overdracht van belang. Aan het einde van de afstudeerperiode zal er dus een presentatie worden gegeven door de afstudeerder, waarin adviezen worden gegeven aan het team voor in de toekomst.

Bijlage 2. Planning versie 1 op 12-5-2015

Projectmanagementfase		A. Ideeëvorming		B. Definieren		C. Design		D. Detailontwerp					E. Uitvoering					F. Nazorg				
Ontwikkeelfase		1. Strategy		2. Scop		3. Stru		4. Skel					5. Surface									
Stageweek		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
Begindatum		12-mei	21-mei		1-jun		18-jun	24-jun	30-jun	6-jul	13-jul	20-jul	27-jul	3-aug	10-aug	13-aug	25-aug	3-sep	10-sep	17-sep		
Deadline		19-mei	29-mei		17-jun		23-jun	28-jun	3-jul	10-jul	16-jul	24-jul	31-jul	7-aug	11-aug	23-aug	1-sep	8-sep	14-sep	21-sep		
Tijd (dage)	Vooractiviteit met doorlooptijd:																					
4	A. Plan van aanpak & Planning		*20-5-2015																			
5 A	B. Heuristic evaluation				1-jun																	
12 B	C. Doelgroeponderzoek					20-jun																
3 C	D. Systeemeisen opstellen						27-jun															
3 D	E. Sitemaps opstellen							29-jun														
3 E	F. Wireframes opstellen								6-jul													
4 F	G. Mockups opstellen									13-jul												
4 G	H. Clickable demo opstellen										17-jul											
4 H	I. Testplan opstellen											27-jul										
4 I	J. Gebruikerstest uitvoeren												3-aug									
4 J	K. Testrapport opstellen												10-aug									
3 K	L. Clickable demo aanpassen													12-aug								
7	M. Adviesrapport opstellen														24-aug							
4 L	N. Implementeren															2-sep						
15	O. Afstudeerdossier opstellen																	9-sep				
3 Alle	P. Presenteren en overdract																				2-okt	

Bijlage 3. Planning versie 2

Planning van 17 augustus t/m 2 oktober:

Ik heb nog 7 weken, dus 35 dagen

	Dagen	Prioriteit laag-hoog
Doelgroeponderzoek:	3 dagen	2
Gebruikersonderzoek aanvullen (SiteAnalytics)		
interviews uitvoeren		
Persona's opstellen		
Ontwerprapport	5 dagen	5
Sitemap opstellen		
Wireframes opstellen		
Mockup opstellen		
Clickable demo	2 dagen	6
Opstellen		
Gebruikersonderzoek	5 dagen	7
Testplan opstellen		
Gebruikersonderzoek uitvoeren		
Testrapport opstellen		
Clickable demo implementeren op website	4 dagen	9
Afstudeerdossier		
Schrijven	7 dagen	8
Adviesrapport zoekmachineoptimalisatie	2 dagen	10
Presenteren en overdracht	2 dagen	11

Extra onderdelen die niet in afstudeerplan stonden:

Card-sorting:	1 dag	1
Uitwerken bevindingen in sitemaps		
Benchmark nieuwswebsites uitvoeren	3 dagen	3
Vergelijking stijl krant beschrijven (in ontwerprapport)	1 dag	4

-----totaal 35 dagen

Bijlage 4. Rapportage bedrijfsbezoek

In dit document staat de agenda en de rapportage van het gesprek met de begeleider van school op het bedrijfsbezoek op 29 juni 2015.

Agenda Bedrijfsbezoek bij The Underground

Datum: Maandag 29 juni 2015 om 10.00 uur.

Deelnemers: Saskia Laurijssen, Kelly Emming, Liesbeth Bos

Opening en Vaststelling van de agenda

Mededelingen

Agendapunten:

- Kennismaking met bedrijf en werkomgeving.
- Kennismaking met bedrijfsmentor.
- Formele gang van zaken rond afstuderen.
- Het belang van terugkoppelmomenten en het afstudeerdossier.
- Voortgang van de afstudeeropdracht.
- Planning van de afstudeeropdracht.

Besluitvorming:

- Afspraken over opnemen afstudeerdossier in HBO-kennisbank.
- Afspraken over het vervolgtraject, het elektronisch dossier en terugkoppelmomenten.

Rondvraag

Sluiting

Aantekeningen eerste gesprek:

Ik zou kunnen besluiten om de eindpresentatie voor het bedrijf in het Engels te houden.

Methodiek:

Werken volgens een methodiek is belangrijk. Aan de hand hiervan kan er worden besloten wat wel werkt en wat niet.

Heuristics:

Ik gaf aan dat ik veel heuristics heb gekozen, namelijk meer dan 200. Ik zou dit kunnen inkrimpen tot een set van 70 of zelfs van 10 heuristics aan de hand van overleg of brainstormsessie met mijn bedrijfsmentor.

Doelgroeponderzoek:

Nu ga ik het doelgroeponderzoek zo aanpakken: Gegevens ontvangen van opdrachtgever zoals 25+ etc. Eerst bronnenonderzoek (incl. Analytics gegevens), daarna gericht interviewvragen a.d.h.v. gesprek opdrachtgever.

Dit is anders want ik wou eerder eerst interviews afnemen en aan de hand daarvan verder bronnenonderzoek doen, maar het is logischer om eerst bronnenonderzoek te doen als basis en daarna interviews te houden.

Mogelijk ook te doen:

Korte benchmark: Tijdens interviews met de doelgroep vraag ik welke concurrenten er bekend zijn.

Bekijken hoe zij het op hun website aanpakken als inspiratie voor vormgeving & functionaliteiten.

Card-sorting met de doelgroep om de informatiestructuur in kaart te brengen.

Voor mijzelf:

Ik ben deskundig en zal keuzes moeten maken. Het proces kan een andere wending krijgen, mits beargumenteerd. Ik moet er voor waken om veel te overleggen met het bedrijf. Het zou handig zijn om na iedere stap feedback te vragen aan betrokkenen.

De competenties moeten worden aangetoond middels het verslag.

Het is belangrijk dat ik bijhoudt wat ik doe en welke besluiten er worden genomen vanuit overleg.

Gang van zaken:

3 weken voor de inleverdatum: Concept (TTA) inleveren aan de examinatoren (begin september)

Beslissingen:

- Dropbox aanmaken als elektronisch dossier, via hier worden ook de dossiers ingeleverd.
- In augustus wordt er een afspraak gemaakt, waarin een aantal zaken worden gekeurd: Is het elektronisch dossier aanwezig? Is er een verslag van het gesprek aanwezig? Feedback van de bedrijfsmentor. Hierin moet ik ook een start hebben gemaakt aan het afstudeerdossier.
- Opnemen dossier online: concurrentie gevoelige informatie moet eruit.

Bijlage 5. Interviewvragen voor de opdrachtgever

De volgende vragen zijn gesteld aan de opdrachtgever op 11 mei 2015 met als doel het in kaart brengen van de context van het afstudeerbedrijf en de afstudeeropdracht:

Wat is The Underground?

Wat zijn de missie, visie de doelstellingen(en) van The Underground?

Wat is de doelstelling van de website (en de eventuele social media kanalen)?

Wat is er bekend over de doelgroep? Welk contact is er met de doelgroep?

Wat is het verdienmodel van The Underground?

Welke vormen van marketing worden er momenteel gebruikt?

Is er ook een paper voor andere steden?

Wie zijn de concurrenten?

Wat zijn de rollen binnen het vaste team?

Is er iemand aanwezig binnen het team met een CMD-achtergrond?

Hoe komen artikelen tot stand, wanneer ze niet worden opgestuurd door contributors?

Hoe vaak wordt de paper online verspreid en waarom?

Wat doen jullie aan zoekmachineoptimalisatie?

Maken jullie gebruik van methodes, zoals een projectmanagementmethode?

Waar zal The Underground in de toekomst staan

Welke onderzoeken of documenten zijn er al beschikbaar?

Hebben jullie voorwaarden aan geheimhouding, publicatie etc.?

Welke kwesties zou ik mogelijk in kaart kunnen brengen en/of oplossen?

Bijlage 6. Interviewvragen voor het doelgroeponderzoek

In dit document staan de interviewvragen die zijn gebruikt tijdens interviews met de doelgroep.

Het doel van dit interview is het in kaart brengen van de behoeften van de doelgroep voor de website van The Underground.

1. Waarvan ken je The Underground?

(Plaats een 'x' in de velden die van toepassing zijn)

Ik ben adverteerder	Ik ben contributor	Via het internet	Via de krant	Niet

2. Wat ken je van The Underground?

(Plaats een 'x' in de velden die van toepassing zijn)

De krant	De website	Facebook	Twitter	Pinterest	Geen van allen

3. Met welk doel zou je de website van The Underground bezoeken?

(Bijvoorbeeld informatief, amusement)

4. Beschrijf een aantal termen over je beeldvorming over The Underground.

(bijvoorbeeld: hip, interessant)

5. Welke websites van concurrenten van The Underground ken je?

6. Welke van de volgende onderwerpen zouden jou interesseren:

(Plaats een 'x' voor de velden die van toepassing zijn)

	Evenementen calendar
	Festivals en markten
	Restaurants en cafés
	Bioscoop en theater
	Muziek
	Kunst en cultuur
	Beauty en gezondheid
	Winkelen
	Mode
	Facilitaire informatie (zoals huisvesting, financiële zaken)
	Online edities van de krant
	Informatie over het team van The Underground

7. Over welke verdere onderwerpen zou je graag willen lezen in The Underground?

8. Wat zijn problemen, angsten of zorgen als expat in Nederland, waarover je graag zou lezen of informatie ontvangen in The Underground?

9. Ontbreekt er iets aan de website, dat wel gewenst zou zijn?

(Bijvoorbeeld een verwijzing naar gerelateerde artikelen of een sitemap)

Bijlage 7. Implementatie gebruikte code

In dit document staan de codes beschreven die zijn geïmplementeerd op de website in de periode tussen 15 september en 15 oktober.

Typografie aanpassen

Voor het aanpassen van de typografie naar het lettertype ‘GothamBookRegular’ en de daarbij horende ‘GothamBold’ en ‘GothamLight’ zijn de lettertypes toegevoegd op de server.

Vervolgens is de volgende code toegevoegd aan ‘stylesheet.css’.

```
@font-face {
    font-family: 'gotham_bookregular';
    src: url('fonts/ufonts.com_gotham-book-webfont.eot');
    src: url('fonts/ufonts.com_gotham-book-webfont.eot?#iefix') format('embedded-opentype'),
        url('fonts/ufonts.com_gotham-book-webfont.woff2') format('woff2'),
        url('fonts/ufonts.com_gotham-book-webfont.woff') format('woff'),
        url('fonts/ufonts.com_gotham-book-webfont.ttf') format('truetype'),
        url('fonts/ufonts.com_gotham-book-webfont.svg#gotham_bookregular')
    format('svg');
    font-weight: normal;
    font-style: normal;
}
```

```
@font-face {
    font-family: 'Gotham-Bold';
    src: url('Gotham-Bold.eot?#iefix') format('embedded-opentype'), url('Gotham-Bold.otf')
    format('opentype'),
        url('Gotham-Bold.woff') format('woff'), url('Gotham-Bold.ttf')
    format('truetype'), url('Gotham-Bold.svg#Gotham-Bold') format('svg');
    font-weight: normal;
    font-style: normal;
}
```

```
@font-face {
    font-family: 'Gotham-Light';
    src: url('Gotham-Light.eot?#iefix') format('embedded-opentype'), url('Gotham-Light.otf')
    format('opentype'),
```

```

        url('Gotham-Light.woff') format('woff'), url('Gotham-Light.ttf')
format('truetype'), url('Gotham-Light.svg#Gotham-Light') format('svg');

    font-weight: normal;

    font-style: normal;

}

body{ font-family: 'gotham_bookregular', 'Open Sans', Helvetica, Arial, sans-serif;
font-size: 14px; font-size: 0.875rem; line-height: 1.6; background: #f7f7f7; word-
wrap: break-word; }

```

De navigatiebalk uitlijnen:

Voor het uitlijnen van de navigatiebalk is de volgende code aan ‘stylesheet.css’ toegevoegd:

```

.main-nav li{

width: 19%;

text-align: center;

}

```

De navigatiebalk laten mee scrollen:

Voor het laten mee scrollen van de navigatiebalk, waardoor hij continu zichtbaar is, is de volgende code aan ‘stylesheet.css’ toegevoegd:

```

.main-nav{

position: fixed;

width: 100%;

max-width: 980px;

z-index: 1000;

}

.main-nav li{

width: 19%;

text-align: center;

}

```

Zoekoptie in navigatiebalk:

Voor het plaatsen van de zoekoptie in de navigatiebalk is er PHP en CSS code toegevoegd.

Aan het bestand 'header.php' is de volgende code toegevoegd:

```
<?php get_search_form(); ?>
```

Aan het bestand 'stylesheet.css' is de volgende code toegevoegd:

```
.main-nav li{  
width: 11%;  
text-align: center;  
}  
  
#menu-item-47486{  
width: 18%; }  
  
  
#searchform{  
float: right;  
border: 1px solid #a8a8a8;  
width: 36%;  
}
```

Button in de zoekbalk plaatsen

Om een button van een vergrootglas in de zoekbalk te plaatsen is eerst de afbeelding aan de server toegevoegd en daarna is de volgende code aan 'stylesheet.css' toegevoegd:

```
#searchform{  
border: 1px solid #bbb;  
padding: 0.1rem;  
}  
  
.searchsubmit_glass{  
display: inline-block;  
float: right;  
}  
  
.main-nav li{
```

```
width: 13.5%;

text-align: center;

}

#menu-item-47486{

width: 22%;

}
```

In het bestand ‘searchform.php’ is de volgende HTML code toegevoegd:

```
<input class="searchsubmit_glass" type="image"
src="http://www.theunderground.nl/wp-content/themes/mh_magazine/images/zoeken.png"
style="width:20px; height:20px; border:none;" >
```

Placeholder in zoekbalk:

Om een placeholder te maken is het volgende gedeelte vervangen in het bestand ‘header.php’

```
<input type="text" value="<?php esc_attr_e('Search', 'mh'); ?>" onfocus="if (this.value ==
'<?php _e('To search, type and hit enter', 'mh'); ?>') this.value = ''" name="s" id="s" />
```

Het is vervangen voor het volgende:

```
<input type="text" name="s" id="s" placeholder="Search">
```

Bijlage 8. Afwerkingstabel systeemeisen

Deze bijlage is de afwerkingstabel die is gebruik gedurende het ontwerprapport om bij te houden welke eisen zijn afgewerkt. Er zijn twee tabellen met systeemeisen: de functionele eisen en de content eisen. In de tabellen staat van iedere eis, de prioriteit op MoSCoW-schaal, de status en waar de eis aantoonbaar is.

Functionele eisen

Eis	Prioriteit	Status	Aantoonbaar
De website maakt het mogelijk om op iedere pagina (behalve de evenementen kalender) minimaal drie van de meest recente artikelen te tonen.	M	Klaar	Clickable demo
De website maakt het mogelijk om vanuit de news ticker te navigeren naar de meest recente artikelen.	W	Open	-
De website maakt het mogelijk om een artikel te lezen.	M	Klaar	Wireframe Artikelpagina
De website maakt het mogelijk om op een artikel te reageren.	C	Klaar	Wireframe Artikelpagina
De website maakt het mogelijk om vanaf een artikel te navigeren naar gerelateerde artikelen.	S	Klaar	Wireframe Artikelpagina
De website maakt het mogelijk om te zoeken naar een artikel.	M	Klaar	Wireframes
De website maakt het mogelijk om de zoekoptie te starten middels een button.	M	Klaar	Clickable demo
De website maakt het mogelijk om een evenementen kalender te tonen met daarin evenementen in de omgeving Den Haag.	M	Klaar	Sitemap/ Wireframe kalender
De website maakt het mogelijk om een evenement te lezen.	M	Klaar	Wireframe evenement
De website maakt het mogelijk om een evenement te zoeken.	W	Klaar	Wireframe evenement
De website maakt het mogelijk om de Event Calendar te bekijken vanaf 1 klik vanaf de homepage.	M	Klaar	Wireframe homepage
De website maakt het mogelijk om de Event Calendar te openen vanuit meer dan één link.	S	Open	Clickable demo / Test

De website maakt het mogelijk om een overzicht van distributiepunten te bekijken.	M	Klaar	Sitemap
Artikelen die horen bij de tastbare krant bevatten een verwijzing naar het overzicht van de distributiepunten.	W	Open	-
De website maakt het mogelijk om distributiepunten te werven middels het geven van informatie en een contactmogelijkheid.	M	Klaar	Sitemap/Wireframe homepagina
De website maakt het mogelijk om vorige edities van de krant online te bekijken.	C	Klaar	Sitemap
De website maakt het mogelijk om alle bedrijfsinformatie op één specifieke sectie van de homepagina te bekijken.	M	Klaar	Sitemap
De website maakt het mogelijk om contact op te nemen middels een contactformulier.	M	Klaar	Wireframe contact
De website maakt het mogelijk om de Contactpagina te bekijken vanaf 1 klik vanaf de homepagina.	M	Klaar	Sitemap
De website maakt het mogelijk om verplichte velden het contactformulier te valideren wanneer het formulier wordt verzonden.	S	Open	-
De website maakt het mogelijk om feedback te geven in de vorm van tekst wanneer het formulier wordt verzonden.	M	Klaar	Clickable demo
De website maakt het mogelijk om een artikel te 'liken' op Facebook.	S	Klaar	Wireframe artikelpagina
De website maakt het mogelijk om vanaf iedere pagina direct te verwijzen naar de social media kanalen van The Underground.	M	Open	Wireframes
De website maakt het mogelijk om na het klikken op een advertentie, in een apart tabblad de website van de adverteerder te openen.	M	Klaar	Clickable demo
De website maakt het mogelijk om adverteerders te werven middels het geven van informatie en een contactmogelijkheid.	M	Klaar	Sitemap/Wireframe homepagina
De website maakt het mogelijk om visuele feedback te geven wanneer er op een button wordt geklikt.	M	Klaar	Clickable demo

De website maakt het mogelijk om visuele feedback te geven wanneer een gebruiker op een pagina is.	M	Klaar	Clickable demo
De website maakt het mogelijk om vanuit iedere pagina terug te navigeren naar de homepage.	M	Klaar	Sitemap
De website maakt het mogelijk om biografieën van contributors te bekijken.	S	Klaar	Sitemap
De website maakt het mogelijk om contributors te werven middels het geven van informatie en een contactmogelijkheid.	M	Klaar	Sitemap/Wireframe homepage
Iedere pagina behalve de homepage moet broodkruimels bevatten.	M	Klaar	Wireframes

Content eisen

Eis	Prioriteit	Status	Aantoonbaar
Er is een verwijzing aanwezig naar de website van The Studentground.	S	Klaar	Sitemap
De website bevat een footer.	M	Klaar	Wireframes
Er is een pagina aanwezig met verwijzingen naar externe websites met informatie voor expats en deze opent in een nieuw tabblad.	S	Klaar	Sitemap
Er zijn pagina's aanwezig per categorie van de navigatie, zoals 'Lifestyle' waarin de artikelen op volgorde van het meest recent worden getoond.	M	Klaar	Wireframe categoriepage
Alle linknamen, met uitzondering van de navigatie categorieën beginnen met een actiewoord.	W	Open	-
De consistentie van de benaming van de zoekbalk is op iedere pagina gelijk.	M	Klaar	Clickable demo
De consistentie van de plaatsing van de zoekbalk is op iedere pagina gelijk.	M	Klaar	Wireframes
Alle verwijzing titels komen overeen met de titelnamen van die pagina.	C	Open	-
De waarde propositie is benoemd op de homepage.	M	Klaar	Wireframe homepage
De lettertypes zijn leesbaar en consistent.	M	Open	Test
De gebruiker moet weten op welke pagina van de	M	Open	Test

website hij is.			
De vormgeving past bij de stijl van de tastbare krant.	M	Open	Test
De informatiearchitectuur is passend bij de beschikbare content van de website.	M	Klaar	Sitemap
De vormgeving is ondersteunend aan de gebruiksvriendelijkheid.	M	Open	Test
De navigatie moet overzichtelijk zijn zodat de gebruiker zo weinig mogelijk hoeft te klikken.	M	Open	Test
Recente artikelen moeten eenvoudig vindbaar zijn.	M	Open	Test
De zoekbalk moet goed zichtbaar zijn.	M	Open	Test
De homepage moet rustig zijn, door geen overbodig gebruik van informatie.	S	Open	Test
De lay-out van een artikel moet breed genoeg zijn voor de leesbaarheid van het artikel.	M	Open	-
Van advertenties moet het duidelijk zijn dat het advertenties zijn.	M	Open	Test
De homepage moet een ruimte hebben voor een uitgelicht artikel.	M	Open	Wireframe homepage
Op de homepage moet van iedere artikelcategorie minimaal 1 van de meest recente artikelen staan.	M	Klaar	Wireframe homepage
De website maakt gebruik van 'breadcrumbs'.	W	Klaar	Wireframes
De lay-out van de website heeft ruimte voor de uitbreiding tot maximaal 6 banners van adverteerders op iedere pagina.	M	Klaar	Wireframes
De vormgeving van de website moet uitstralen dat het hip en trendy is.	M	Open	Test

Bijlage 9: Rapportage opdrachtgever



Faculteit IT & Design

Delft

Den Haag

Evaluatieformulier afstuderen

In te vullen door opdrachtgever c.q. bedrijfsmentor(en)

Student: Kelly Emming

Periode:

Bedrijf c.q. instelling: COOS! Communicatie/ Newspaper The Underground

Bedrijfsmentor: Saskia Laurijsen

Plaats: Den Haag

Datum: 5 januari 2016

1. Heeft de student zich zelf snel en goed ingewerkt in het bedrijf en de uit te voeren afstudeeropdracht? Kelly was vanaf het begin zeer ondernemend en assertief. Zij was wat nerveus, omdat de voertaal bij The Underground Engels is. Dat bleek geen problemen op te leveren. Zij wist haar helder uit te leggen wat haar bedoeling was en werd snel in het team opgenomen. Kelly had al het nodige vooronderzoek gedaan en kwam zeer goed voorbereid binnen.

2. Hoe beoordeelt u de communicatieve vaardigheden van de student (in de samenwerking met collega's, in contacten met de opdrachtgever, bij mondelinge presentaties, schriftelijke rapportages)?

Kelly was in het begin wat onzeker, terwijl dat niet nodig was. Het was leuk te zien hoe ze het ene na het andere obstakel wist weg te werken. Ze groeide in haar zelfvertrouwen. Zo moest zij samenwerken met een persoon die zelf een zeer lastige persoonlijkheid heeft en zij wist daar heel goed mee om te gaan.

3. Hoe heeft de student tijdens het uitvoeren van de opdracht gefunctioneerd?

• Qua verantwoordelijkheid	goed / voldoende / matig / onvoldoende
• Qua zelfstandigheid	goed / voldoende / matig / onvoldoende
• Qua planmatig werken	goed / voldoende / matig / onvoldoende
• Qua creativiteit	goed / voldoende / matig / onvoldoende
• Qua productiviteit	goed / voldoende / matig / onvoldoende
• Qua samenwerken met collega's	goed / voldoende / matig / onvoldoende
• Qua draagvlakontwikkeling	goed / voldoende / matig / onvoldoende
• Qua inspelen op bedrijfscultuur	goed / voldoende / matig / onvoldoende
• Qua rekening houden met de specifieke context van het bedrijf	goed / voldoende / matig / onvoldoende
• Qua het op gang brengen van de nodige veranderingen	goed / voldoende / matig / onvoldoende

4. Hoe beoordeelt u de kennis en kunde van de student in verhouding tot wat u verwacht van een bijna afgestudeerde?

Kelly leverde meer dan ik verwachtte. Wij hebben vaker stagiaires die veel meer begeleiding nodig hebben. De eisen die aan het afstuderen van Kelly werden gesteld, lijken hoger te zijn dan bij vergelijkbare studenten. Kelly is volop klaar om in de praktijk aan de slag te gaan.

5. Hoe beoordeelt u de kwaliteit van de opgeleverde (tussen)producten?

Goed, Kelly maakt het zich niet makkelijk en bleef verbeteren. Ze is een perfectioniste, waardoor ze misschien iets te vaak in de details bleef hangen.

6. Bent u tevreden over het opgeleverde (eind)product?

- **In hoeverre heeft u gekregen wat is afgesproken?**

Meer gekregen dan verwacht.

- **In hoeverre voldoet het (eind)product aan uw verwachtingen?**

Kelly heeft ons geholpen een betere website te ontwikkelen, die een stuk gebruiksvriendelijker is en mooier

- **Wat is de bruikbaarheid en onderhoudbaarheid hiervan?**

Wordt al gebruikt en we bellen Kelly als er iets aangepast moet worden

- **Wat gebeurt er met het opgeleverde (eind)product?**

- **Kunt u direct met het opgeleverde product aan de slag?**

7. Zijn er nog aspecten voor u van belang die nog niet aan de orde zijn geweest?

Nee, ik ben erg trots op haar en het werk dat zij verricht heeft.

8. Bent u bereid een volgende keer weer uw medewerking te verlenen aan het beschikbaar stellen van een afstudeerplaats (graag met toelichting)?

Als ze allemaal zoals Kelly zijn, laat maar komen!

Externe bijlagen

Bijlage 1. Plan van aanpak

Bijlage 2. Inventarisatierapport

Bijlage 3. Heuristic Evaluation rapport

Bijlage 4. Doelgroep rapportage

Bijlage 5. Interview rapportage

Bijlage 6. Card-Sorting rapportage

Bijlage 7. Enquête resultaten rapport

Bijlage 8. Ontwerprapport

Bijlage 9. Trendonderzoek rapport

Bijlage 10. Testplan

Bijlage 11. Testrapport