

Voorwoord

Na maanden hard werken ligt voor u mijn onderzoek over de ontwikkeling van mobiele websites van Webstijl, waarin ik heb onderzocht hoe Webstijl haar mobiele websites kan verbeteren richting de toekomst nu de eisen en wensen, zowel technisch als functioneel, van deze producten toenemen. Dit onderzoek is uitgevoerd naar aanleiding van mijn afstudeertraject van de opleiding Communication and Multimedia Design aan de Haagse Hogeschool en heeft plaatsgevonden van februari tot oktober 2016.

Samen met mijn opdrachtgever en begeleider vanuit Webstijl, Dyon Metselaar, hebben we de probleemstelling opgezet en vormgegeven, en is het mij gelukt om de onderzoeksvragen te beantwoorden en daarbij een advies en een werkwijze op te leveren.

Bij dezen wil ik mijn begeleiders vanuit Webstijl en de Haagse Hogeschool bedanken voor de hulp de afgelopen periode. Zij stonden altijd voor me klaar voor vragen en feedback. Ook gaat mijn dank uit naar de medewerkers van Webstijl die mij regelmatig advies gaven, altijd voor me klaar stonden en me hielpen gedurende dit proces.

Ik wens u veel leesplezier toe.

*Wouter Labots
Alphen aan den Rijn, oktober 2016*

Inhoudsopgave

Voorwoord	1
Inleiding	4
De afstudeeropgave	5
Opbouw en indeling	5
Plan van aanpak	6
1. Look & Listen	7
1.1. Brochures	7
1.2. Open interview sessies	7
1.3. Gesprek met de opdrachtgever	8
1.4. Doelgroep analyse	8
1.5. Literatuuronderzoek	9
1.6. Huidige situatie: WP-Touch	10
1.7. User Needs	11
1.8. Tussentijdse presentatie	11
1.9. Reflectie en evaluatie	12
2. Create Concepts	13
2.1. Co-creatie sessie	13
2.1.1. Functionaliteiten en ideeën prioriteren	14
2.1.2. Design richtlijnen	15
2.2. Keuze voor CloudPress	15
2.3. Sitemap	17
2.4. Wireframes	18
2.4.1. Wireframe testsessie	18
2.5. Reflectie en evaluatie	19
3. Design Details	20
3.1. Conversiepunten	20
3.1.1. Toevoegen aan de wireframes	21
3.2. Styleguide	21
3.3. Visuele uitwerkingen	22
3.3.1. Testsessie/bespreking	23
3.4. Uitwerking met InVision	23
3.5. Testsessies	24
3.5.1. Expert Review	24
3.5.2. Testsessies met de doelgroep	25
3.5.3. Resultaten	26
3.6. Reflectie en evaluatie	27
4. Realise	28
4.1. Vorm en indeling	28
4.1.1. CloudPress presentatie	28
4.1.2. Klikbaar naslagwerk	29
4.1.3. Handboek werkwijze	30

4.2. Testsessies werkwijze	31
4.2.1. Resultaten en aanpassingen	32
4.3. Implementatie en afronding	33
4.4. Evaluatie en reflectie	33
Evaluatie CMD ontwerpmethode	34
Nawoord	35
Bijlagen	36
1. Plan van Aanpak en afstudeeropgave	36
2. Voortgangsverslag	42
3. Poster presentatie aan de Haagse Hogeschool	43
4. Verslag conceptbespreking	44
5. Feedback uit het TTA	45

Inleiding

De laatste jaren neemt mede door razendsnelle ontwikkeling van smartphones en de beschikbaarheid van draadloze netwerken en databundels het gebruik van mobiel internet snel toe. Door deze trend veranderen ook de eisen die aan een website van nu worden gesteld, zowel technisch maar voornamelijk functioneel. Deze moet namelijk ook op een mobiel apparaat goed bereik en bruikbaar zijn, en aansluiten bij de hedendaagse design trends zoals bijvoorbeeld flat design van Apple en material design van Google. Sterker nog, sinds 2015 is in sommige gevallen de mobiele variant van de website al belangrijker dan de ouderwetse computervariant.

Voor bedrijven als Webstijl, die online producten ontwikkelen voor ondernemers in de B2B markt is het belangrijk om deze trends tijdig te herkennen en indien nodig de producten daar op aan te passen. Middels dit onderzoek ga ik o.a. dieper in op deze trend en zal er aan het eind van het traject een advies, concept en werkwijze worden opgeleverd waarin staat beschreven hoe Webstijl haar websites aan de vernieuwde eisen van mobiele websites kan laten voldoen.

Beschreven in dit verslag staat de route en de keuzes die ik heb gemaakt gedurende dit traject. In mijn dossier staan de volledige uitwerkingen van de tussentijdse beroepsproducten beschreven.

Om het verloop van het onderzoek volledig te volgen is aan te raden het verslag en dossier stap voor stap, naast elkaar tegelijkertijd te lezen.

De afstudeeropgave

Door de introductie van 4G internet, grote databundels en snelle smartphones neemt het gebruik van internet op de smartphone snel toe. Door deze toename veranderen ook de eisen die worden gesteld aan de websites van nu. Deze websites moeten bijvoorbeeld snel werken op een klein scherm, snel laden en tegelijkertijd ook goed bruikbaar blijven. Dat heeft alles te maken met de mobiele trend van nu, waarin men steeds meer informatie verzameld op het internet via de smartphone.

Op moment van schrijven heeft Webstijl, een vooruitstrevend online marketing bedrijf, nog geen vaste werkwijze voor het ontwikkelen van websites geoptimaliseerd voor smartphones. De mobiele websites die nu worden geleverd zijn gegenereerd door een plugin, WP-Touch. Door het gebruik van deze plugin spelen er ook een aantal problemen op. Aangezien het een volledig geautomatiseerd proces is, is het lastig na te gaan waar deze problemen opspelen, en hoe deze kunnen worden opgelost. Zo is het ook moeilijk om de kwaliteit en gebruikersvriendelijkheid van deze websites te waarborgen.

Webstijl heeft aan mij gevraagd onderzoek te doen naar een vernieuwde werkwijze hoe ze haar mobiele websites in de toekomst moeten realiseren. Vanwege de snelle ontwikkelingen en veranderingen op het internet is het belangrijk dat zij haar producten, zeker richting de concurrentie en het marktaandeel blijven vernieuwen. Aan mij om middels dit onderzoek o.a. uit te zoeken aan welke richtlijnen een mobiele website moet voldoen, en hoe dit kan worden gerealiseerd en geïmplementeerd binnen de huidige processen.

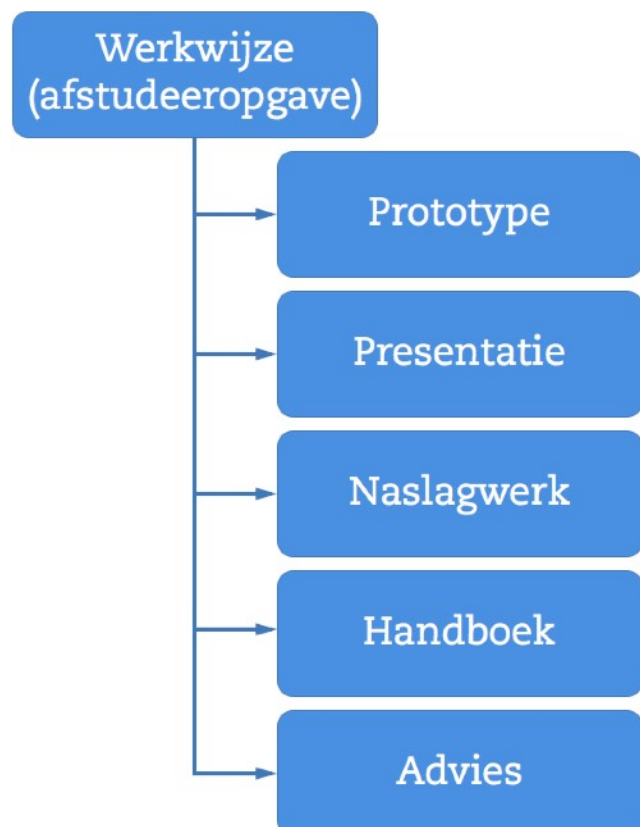
Opbouw en indeling

Oorspronkelijk heeft Webstijl, zoals dit hoofdstuk te lezen, mij de opdracht gegeven een werkwijze op te leveren waarmee Webstijl in de toekomst haar mobiele websites mee kan realiseren. Om naast de werkwijzes een meer tastbaar eindresultaat te leveren zal ik het proces omdraaien: gedurende de eerste fases van dit proces werk ik toe richting een Webstijl prototype van een mobiele website, waarna ik in de laatste fase gebaseerd op dat prototype de werkwijzes zal realiseren. Naast deze eindproducten zal ik Webstijl ook van een advies voorzien waarin ik mijn bevindingen zal presenteren en een aanbeveling zal doen richting de toekomst.

Dit figuur toont een overzichtelijke weergave van de door mij op te leveren producten in chronologische volgorde. Door eerst te kiezen voor het ontwikkelen van een tastbaar product wil ik het eindproduct voor collega's aantrekkelijker maken en dient Webstijl mobiel als een geschikte testcase. Tegelijkertijd kan ik op deze manier een completer eindproduct opleveren richting mijn opdrachtgever.

Alle definitieve eindproducten worden meegeleverd en zijn inzichtelijk in de bij het dossier geleverde USB-stick.

Figuur 1: Een totaaloverzicht van de door mij opgeleverde producten.



Plan van aanpak

Middels het opstellen van een plan van aanpak en de vorm/indeling van mijn eindproducten heb ik de eerste stappen gezet voor het oplossen van het vraagstuk dat Webstijl mij heeft gegeven. De vervolgstap is het kiezen voor een werkwijze. Om Webstijl's vraagstuk zo helder mogelijk te kunnen analyseren en beantwoorden heb ik gekozen om te werken volgens de CMD ontwerpmethode.

Om tot deze keuze te komen ik heb een afweging gemaakt tussen andere voor mij bekende werkwijzes waar ik ooit mee heb gewerkt. Omdat scrum het beste werkt voor een groepsproject, waterfall geen iteratiemomenten kent en Webstijl's werkwijze geen uitgebreide onderzoeksfase kent heb ik gekozen de CMD ontwerpmethode aan te houden. Deze methode is voor mij bekend, flexibel, en biedt mij voldoende ruimte om toe te werken richting een sterk hi-fi tussenproduct om vervolgens in de laatste fase tot een definitieve werkwijze te komen.

De vier fases van de CMD ontwerpmethode zijn als volgt ingedeeld:

- Look & Listen: deze fase geeft mij de gelegenheid om te leren over aspecten binnen en buiten de context van mijn opdracht, daarnaast wil ik deze fase ook inzetten om mijn eigen kennisgebied over het onderwerp uit te breiden en een eigen visie te ontwikkelen.
- Create Concepts: In de tweede fase van het project wil ik de opgedane kennis inzetten in de praktijk om toe te werken richting een lo-fi tussenproduct. Door eerst toe te werken naar een lo-fi tussenproduct voor het definitieve eindproduct krijg ik gelegenheid om te sturen en eventuele aanpassingen te verwerken.
- Design Details: Gedurende de vierde fase wil ik mijn tussenproduct meer vorm geven door mijn tussenproduct tot een hi-fi tussenproduct te ontwikkelen. Om dat te bereiken wil ik Webstijl collega's mee laten denken en betrekken met het inzetten van testsessies.
- Realise: In de laatste fase van de CMD ontwerpmethode wil ik me focussen om, aan de hand van het hi-fi tussenproduct een definitieve werkwijze voor Webstijl te ontwikkelen.

Gedurende het project zal ik, indien nodig, met het inzetten van iteratie momenten missende informatie uit andere fases aanvullen en/of corrigeren.

Overige zaken die relevant zijn bij de start van het project, waaronder de bedrijfscontext, activiteitenplanning, deadlines en deliverables staan beschreven in mijn originele plan van aanpak. Deze is terug te vinden in bijlage 1 pagina 36.

1. Look & Listen

De eerste fase van mijn Look & Listen fase zal bestaan uit verkennend vooronderzoek. Gedurende deze eerste fase van mijn onderzoek zal ik verkennend onderzoek uitvoeren rondom de context van mijn opdracht, met als doel te leren over Webstijl's personeel en huidige werkprocessen. Zo zal er sprake zijn van een verkennend, open interview en een doelgroep omschrijving.

Naast dit verkennend onderzoek zal ik ook buiten de context treden door verkennend literatuuronderzoek uit te voeren. Met dit literatuuronderzoek hoop ik meer te leren over het gebruik van mobiele websites om Webstijl straks van een juist advies en werkwijze te kunnen voorzien.

Vooronderzoek

1.1. Brochures

Om nieuwe en bestaande klanten van Webstijl goed te kunnen informeren over de producten heeft Webstijl een brochure gemaakt. Na binnenkomst op de eerste dag heb ik me eerst verdiept in deze brochures om meer te leren over het bedrijf en de bijbehorende producten. Deze brochures hebben mij geleerd over de producten die Webstijl verkoopt aan de klant, hoe werkprocessen in elkaar zitten en bekende klantcases hebben mij ook een impressie van de websites die Webstijl bouwt gegeven.

1.2. Open interview sessies

De volgende stap die ik heb ondernomen om meer over de context van mijn afstudeeropgave en Webstijl's producten te leren is het uitvoeren van een open interview met de medewerkers van Webstijl. Met dit interview wil ik de medewerkers leren kennen, maar ook een beeld krijgen van de werkprocessen in het bedrijf.

Omdat ik op dit moment nog niet voldoende kennis over het bedrijf bezit heb ik gekozen voor een open interview. Door het inzetten van een interview laat ik de geïnterviewde zoveel mogelijk aan het woord om zoveel mogelijk informatie te verkrijgen. Daarnaast is het een goede gelegenheid om collega's te leren kennen.

Om het interview toch richting te geven en om zoveel mogelijk te weten te komen over de werkprocessen binnen het bedrijf heb ik een aantal richtlijnen opgesteld. Deze richtlijnen komen voort uit wat ik heb geleerd uit de brochures en waar ik nog vragen over heb:

- Het werkproces van binnenkomst klant to oplevering
- Onderhoud van de website en het onderhouden van de klant relatie
- Veelgebruikte programma's en tools om werkzaamheden uit te voeren

Om het volledige proces binnen Webstijl goed te begrijpen heb ik van elke afdeling één of meer medewerkers benaderd voor mijn interview. Deze zijn gekozen omdat ze allemaal verantwoordelijk zijn voor een stukje traject die de klant doorloopt bij Webstijl. Door met allemaal een interview af te nemen kan ik het gehele proces gedetailleerd in kaart brengen.

- C. Hendriks (25), Online marketing expert
- J. Boutier (27), Service medewerker
- A. van der Aa (29), Accountmanager
- S. van der Niet (32), Accountmanager
- B. van Dijk (24), Conversie specialist

Het belangrijkste wat ik gedurende het interview heb geleerd is dat werkzaamheden per functie binnen Webstijl erg verschillen. Zij komen in verschillende fases met bijvoorbeeld een nieuwe website in contact. Zij hebben dan ook weer behoefte aan aparte functies om werkzaamheden uit te kunnen voeren. Webdesigners bijvoorbeeld komen vanaf het begin tot oplevering met het product in contact en hebben vooral behoefte aan tools om de website vorm te geven. Web marketeers komen pas na de oplevering aan bod en hebben behoefte aan SEO functionaliteiten.

Het uitvoeren van een deze interview sessies heeft mij geleerd over het complete proces waar klanten doorheen lopen wanneer ze een product bij Webstijl afnemen. Zo is mij bijvoorbeeld duidelijk hoe de producten tot stand komen, welke werkzaamheden daar aan vooraf gaan en hoe bestaande, opgeleverde klanten worden geholpen met werkzaamheden en campagnes.

Opmerkelijk kwam er ook een terugkomend probleem in de interviews aan bod. Het blijkt namelijk dat er regelmatig verkeerde producten worden geadviseerd en verkocht aan de klant. Vervolgens komt deze klant in een later stadium teleurgesteld bij ons terug omdat de producten niet renderen of aan de verwachting voldoen. Dit wetende, wil ik mijn bevinding bespreekbaar maken met de opdrachtgever. Daarnaast wil ik de opgedane informatie van de interview sessies verwerken tot een doelgroep omschrijving, die ik kan meenemen en toepassen in de komende ontwerpfases.

1.3. Gesprek met de opdrachtgever

Geleerd uit de interview sessies is dat er regelmatig verkeerde producten worden geadviseerd richting Webstijl klanten. Om dit probleem bespreekbaar te maken heb ik gekozen voor een gesprek met mijn opdrachtgever. Daarin heb ik mijn proces tot nu toe besproken en verteld over mijn bevindingen.

Gedurende het gesprek werden mijn bevindingen erkend, maar is besloten om daar wat betreft mijn onderzoek geen actie op te ondernemen. Het is in deze fase nog namelijk lastig na te gaan of klanten verkeerd worden geadviseerd, of dat ze Webstijl's product niet begrijpen. Wel is besproken om, wanneer het traject voor nieuwe mobiele websites rond is, het adviestraject verder te optimaliseren.

1.4. Doelgroep analyse

Gezien de hoeveelheid opgedane informatie tijdens de interview sessies heb ik gekozen deze informatie te verwerken in persona's, om vervolgens een doelgroep omschrijving te kunnen maken. Deze doelgroep omschrijving helpt mij continu om gedurende mijn verdere onderzoek te kunnen controleren of mijn werk relevant is en aansluit bij de behoeftes van de doelgroep.

Uit de gevoerde interviews en persona's heb ik de volgende drie doelgroepen genoteerd:

- De primaire doelgroep: Het personeel van Webstijl zelf: van developer tot accountmanager.
- De secundaire doelgroep: Bestaande klanten van Webstijl met lopende campagnes.
- De tertiaire doelgroep: Potentiële nieuwe klanten van Webstijl.

Van deze genoteerde doelgroepen is de primaire de meest belangrijke. Als ik terug kijk naar mijn afstudeeropgave waarin een werkwijze moet worden gerealiseerd, is het het meest belangrijk voor het personeel om met deze werkwijze te kunnen werken. De overige twee groepen waar klanten in worden betrokken is van minder belang omdat de klanten beperkte toegang tot deze werkwijze zullen hebben.

Figuur 2: Persona's gebaseerd op de beschreven doelgroep en open interviews.

	John Doe, Online Marketeer - Heeft behoefte aan een ontwikkeltool waar geavanceerde SEO werkzaamheden in kunnen worden uitgevoerd. - Het huidige programma biedt te weinig functionaliteiten om mijn werk uit te kunnen voeren.
	Angelle Schoofs, Webstijl klant - Wil een actuele, moderne, up-to-date responsive mobiele site bij Webstijl gericht op conversie. - De huidige mobiele website is niet mooi, er is weinig mogelijk en functioneert slecht.
	Carleen Roeten, Potentiële klant - Zoekt een webdesign partij die het complete stukje online marketing op zich kunnen nemen. - De huidige website van Carleen is verouderd, ze heeft geen kennis van de trends en te weinig tijd.

Nu de bedrijfscontext en doelgroep en haar primaire behoeftes helder zijn kan ik me gaan richten op het verder invullen van mijn onderzoek. Daarin wil ik mijn vooronderzoek uitbreiden met een literatuuronderzoek om zodoende een visie over het onderwerp, mobiele websites te ontwikkelen. Door de gegevens uit mijn vooronderzoek kan ik bewust bronnen zoeken en selecteren die voor mijn onderzoek relevant zijn.

Onderzoek

1.5. Literatuuronderzoek

Om meer kennis over het onderwerp mobiele websites op te doen en een eigen visie te creëren heb ik gekozen voor het uitvoeren van een uitgebreid literatuuronderzoek. Met deze opgedane informatie kan ik vervolgens mijn verdere onderzoek vorm geven en doordachte keuzes maken richting een bruikbare werkwijze. Daarnaast helpt de eerder opgedane kennis over Webstijl's werkprocessen en de omschreven doelgroep mij om bronnen te selecteren die relevant zijn voor mijn eindproduct.

Het uitgevoerde literatuuronderzoek heeft vorm gekregen door het selecteren van relevante bronnen. Daarin heb ik samen met mijn opdrachtgever een selectie van onderwerpen gemaakt welke in de context van mijn opdracht het meest belangrijk zijn, en welke minder. Ik heb ook kaders gesteld: onderwerpen over bijvoorbeeld technische aspecten en implementatie van een mobiele website heb ik voorlopig aan de kant geschoven omdat dit aspect binnen vanwege het gebruikte CMS en de huidige situatie grotendeels geautomatiseerd zal worden.

Gedurende het selecteren, lezen, analyseren en noteren van de literatuur heb ik gebruikte bronnen in twee groepen verdeeld. Dit om onderscheid te maken tussen blogartikelen, waarin webdesigners en ontwikkelaars veelal een visie of mening geven over het onderwerp, en wetenschappelijke bronnen waarin bewezen theorie uit eerder onderzoek wordt aangeboden. De theorie, mening of visie uit een blogartikel zal ik niet toepassen in het verder onderbouwen van ontwerpkeuzes omdat deze niet wetenschappelijk bewezen zijn. Opgedane kennis en mogelijkheden kan ik echter wel toepassen in de ontwikkeling van een visie, discussies of het vinden van de juiste vervolgstap of oplossing gedurende het onderzoek.

Met het uitvoeren van een literatuuronderzoek heb ik een brede basis aan kennis kunnen leggen die gedurende mijn onderzoek continu toe kan passen, aanvullen of nalezen als ik daar behoefte aan heb. Daarnaast helpt het, door het ontwikkelen van een eigen visie en breed inzicht in het onderwerp om missende informatie aan te vullen en zo tot een bruikbaar eindproduct te werken.

De vervolgstap die ik heb genomen is beschrijven van de huidige mobiele werkwijze. Met de inzichten die ik heb verkregen uit het literatuuronderzoek, zoals de vormgeving, realisatie en voordelen die kunnen worden benut door het gebruik van een smartphone kan ik de huidige situatie beter beoordelen.

1.6. Huidige situatie: WP-Touch

Nu er voldoende kennis is verzameld over het gebruik van mobiele websites door het uitvoeren van een literatuuronderzoek heb ik gekozen de huidige situatie te analyseren en beschrijven. Nu ik door deze nieuwe kennis in staat ben om de situatie beter te beoordelen kan ik ook controleren of deze oplossing wel bij Webstijl past, en waar ik mijn literatuuronderzoek kan inzetten om te herkennen waar beter mogelijk is.

Op dit moment gebruikt Webstijl de plugin WP-Touch voor het realiseren van haar mobiele websites. WP-Touch werkt volledig geautomatiseerd en genereert op basis van de opbouw van de desktop website een mobiele variant die nog beperkt kan worden aangepast door het gebruik van extra code. Middels een kort onderzoek naar WP-Touch wil ik de werking en bekende problemen van WP-Touch bestuderen en begrijpen, om hier vervolgens conclusies uit te kunnen trekken. Door de opgedane kennis uit de literatuurfase kan ik de werking en problemen van dit programma beter identificeren en beoordelen.

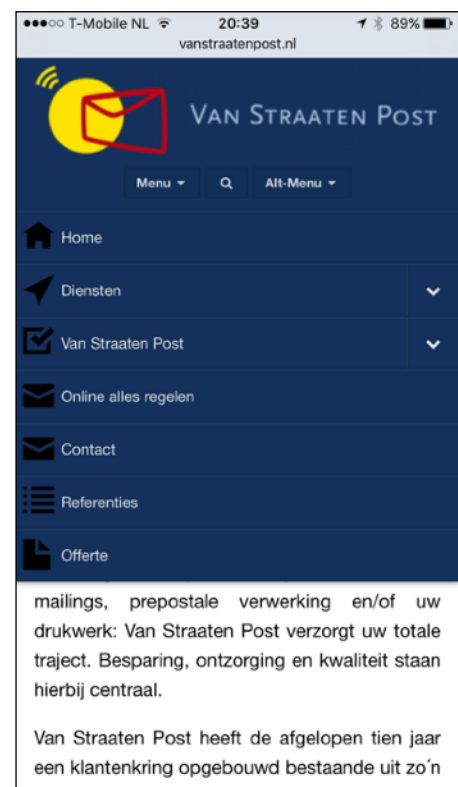
Om de werking van de plugin te begrijpen heb ik WP-Touch toegepast op verschillende actieve websites van Webstijl. De volgende punten kon ik hier uit opmaken:

- Er is geen kennis van code vereist om WP-Touch te gebruiken.
- Het realiseren van een mobiele website is binnen enkele minuten voltooid.
- Er is in zeer beperkte vorm mogelijkheid tot maatwerk.
- Eenmalige aanschafkosten voor onbeperkt gebruik van de plugin.
- De websites gegenereerd door WP-Touch worden door Google goed geïndexeerd en beschouwd als mobile-friendly, wat een voordeel is voor de positie in zoekmachines.

Na de realisatie van een mobiele website wordt deze worden gevuld met unieke mobiele content en afbeeldingen. Deze zijn ook voor de klant toegankelijk.

De analyse over de huidige situatie en WP-Touch leverde verschillende nieuwe inzichten op. Opvallend is dat WP-Touch zelf aangeeft slecht samen te kunnen werken met Headway themes, het huidige CMS dat Webstijl gebruikt. Dit vond ik zeer opvallend, en verklaart de nodige bestaande problemen. Daarnaast is het ook belangrijk om te herkennen dat WP-Touch wel voldoet aan de werkwijze van Webstijl, waaronder de ontwikkel snelheid en de benodigde kennis om een website te realiseren. Concluderend uit het analyseren van WP-Touch kan ik, op basis van de opspelende problemen en gebrekkige ondersteuning noteren dat WP-Touch geen geschikte plugin is om in de toekomst mobiele websites in te ontwikkelen. Naast de werkwijze zal ik in mijn eindproduct ook adviseren over een geschikte tool.

Nu de volledige huidige situatie, achtergrond informatie en informatie over een mogelijk nieuwe situatie is verkend kan ik deze resultaten inzetten voor het creëren van user needs. Door het inzetten van user needs kan ik voortbouwen op de functionaliteiten waar mijn doelgroep behoefte aan heeft, met nieuwe en kennis over de huidige processen in het achterhoofd.



Figuur 3: WP-Touch in de praktijk bij een Webstijl klant. Er is geen mogelijkheid tot het aanpassen van de navigatie.

1.7. User Needs

Duidelijk is nu hoe de huidige situatie in elkaar zit, welke mogelijkheden er voor de nieuwe situatie liggen en met welke doelgroepen ik te maken heb. Daarop heb ik een aantal user needs tot stand gebracht. Deze user needs zijn met name een verlengstuk van wat de toekomstige gebruikers moeten kunnen uitvoeren en dienen voor mij als een controle om te achteraf te controleren of Webstijl hiermee geholpen is en of mijn nieuwe werkwijze voldoet aan wat mijn doelgroep zoekt.

- Er moet een vrije keuze mogelijk zijn voor het toepassen van een ontwerpbenadering, met name mobile-first.
- Op beide websites, mobiel en desktop, moet unieke content mogelijk zijn.
- Een mobiele website moet zonder veel (diepgaande) kennis van code snel en effectief gerealiseerd kunnen worden.
- De website moet voldoende opties voor (mobiele) SEO optimalisatie bieden.
- Een aparte omgeving is noodzakelijk om ook de klanten (beperkte) wijzigingen in het product te laten doorvoeren.

Nu de user needs van het nieuwe product helder zijn is de onderzoeksfase afgerond. Met de doelgroep en haar behoeftes op een rijtje, een uitgebreid literatuuronderzoek en een helder beeld van de huidige situatie ben ik klaar om deze kennis toe te passen in de zoektocht naar een nieuwe tool waarin het Webstijl personeel haar werkzaamheden in kan uitvoeren. Om de fase officieel af te sluiten heb ik in overleg met mijn opdrachtgever besloten een presentatie te geven over mijn progressie tot nu toe.

1.8. Tussentijdse presentatie

Een tussentijdse presentatie is voor mij een goede kans om vlak voor het ingaan van de volgende fase nog de nodige feedback te verzamelen waarmee ik mijn Look & Listen fase verder kan aanvullen.

De invulling van de presentatie richting het personeel was verder volledig vrijblijvend. Ik heb gekozen om met name de punten te bespreken waarin opvallende resultaten aan bod kwamen, zoals het adviestraject en enkele statistieken uit de literatuurfase. Ook heb ik onderwerpen kort besproken waarin ik dacht dat het verstandig zou zijn om extra informatie over op te doen, waaronder bestaande oplossingen en frameworks, en de benodigde kennis om dit uit te voeren. Dit bracht de discussie naderhand tot interessante nieuwe inzichten waaronder het belang van snelheids optimalisatie van een mobiele website. Deze theorie heb ik alsnog met een iteratiemoment toegevoegd.

Het is fijn als je na een aantal weken werk goede berichten terug krijgt. Veel collega's dachten enthousiast mee dit heeft me meer geholpen dan ik vooraf gedacht had. Een presentatie of het werk tot nu toe is wat dat betreft een zeer fijne manier om opgedane kennis te delen.



Figuur 4: De gegeven presentatie.

1.9. Reflectie en evaluatie

Als onderdeel van mijn persoonlijke ontwikkeling kijk ik elke fase terug op mijn progressie en evalueer en reflecteer ik terug op mijn gemaakte keuzes.

Terugkijkend op de Look & Listen fase ben ik gemiddeld tevreden over mijn voortgang. Ik merkte dat ik aan het begin wat moeite had om een goede start te maken. Ik heb me vervolgens (te) snel in een open interview gestort waarvan ik vooraf niet goed voor ogen had wat ik daar uit wilde halen en bereiken. De gesprekken die ik daar heb gevoerd waren informatief, maar ik had het beter later in de fase kunnen plannen nadat ik al wat vooronderzoek had uitgevoerd. Dan kan ik namelijk beter gericht vragen stellen en onduidelijkheden over de huidige werkwijzen boven water krijgen. Het was voor mij achteraf ook moeilijk om bepaalde conclusies en vervolgstappen uit dit interview te halen omdat er te weinig lijn in zat. Wellicht zijn gesloten vragen in deze fase toch een betere optie.

De koppeling van deze interviews naar persona's en een doelgroep analyse voelt daarom niet waterdicht. In grote lijnen heb ik de doelgroep helder, maar als ik gericht aan de slag wasgegaan dan had ik ook door kunnen vragen om zo achterliggende kenmerken van mijn doelgroep boven water te krijgen. Wellicht kan desk research in de toekomst een optie zijn om naast de interviews en persona's meer over de doelgroep te leren.

Ik kijk wel zeer positief terug op de manier hoe ik om ben gegaan met het adviesprobleem. Daarin heb ik bewust gekozen dit probleem op tafel te leggen met het risico om mijn eindopdracht te wijzigen. Het gesprek met mijn opdrachtgever was verhelderend, maar had verder geen gevolgen voor de rest van mijn onderzoek. De vervolgstap die wij vervolgens samen hadden ingezet, het literatuuronderzoek heeft mij ontzettend goed geholpen. Daar heb ik gigantisch veel nieuwe inzichten en kennis uit gehaald waarvan ik verwacht deze in de komende fases in te kunnen zetten.

De keuze om pas na het literatuuronderzoek mezelf te verdiepen in de huidige situatie heeft goed uitgepakt. Ik kon zeker met de nieuwe opgedane kennis kritisch kijken naar de huidige oplossing en de functionaliteiten beoordelen. De conclusie dat de huidige situatie verouderd en dus ongeschikt was, was al snel gemaakt maar de manier hoe ik het heb kunnen beoordelen geeft mij een bevestigend gevoel.

Wat voor de volgende keer dat ik deze fase inzet van groot belang is, is om vanaf de eerste stap een einddoel voor ogen te hebben. Ik was zeker in het begin nog erg zoekende en zolang er geen einddoel duidelijk is blijf je teveel zweven en kon ik niet stap voor stap doordacht onderzoek doen. Gelukkig gaf de CMD ontwerpmethodologie wel voldoende houvast om deze fase toch door te komen, maar ik heb hier zeker niet alles uit kunnen halen wat erin zat.

De presentatie als afsluiter was een zeer geslaagde zet. Het is leuk om je werk te kunnen presenteren en hierbij positieve reacties te ontvangen. De vragenronde en discussie achteraf helpen je onderzoek aan te scherpen en zelf ook kritisch te blijven op je werk. Met enkele aanvullingen uit deze presentatie wil ik de komende fase mijn vooronderzoek inzetten richting een product.

2. Create Concepts

Invulling tussen en eindproduct

De tweede fase van de CMD ontwerpmethod, Create Concepts is ingericht om de kennis uit de Look & Listen fase toe te passen met als doel om toe te werken richting een lo-fi prototype als tussenproduct. Aangezien deze fase oorspronkelijk is gericht op het ontwikkelen van een (visueel) concept is besloten om deze fase te besteden aan het ontwikkelen van een prototype tussenproduct. Dit prototype tussenproduct zal vervolgens in de komende fase verder worden ontwikkeld en dient als voorbeeld waar mijn eindproduct, de mobiele werkwijze, toe in staat is. De definitieve werkwijze voor mobiele websites zal in de laatste fase worden geïntroduceerd en ontwikkeld.

Het onderwerp van dit te ontwikkelen prototype is een mobiele website voor Webstijl.nl. Dit onderwerp is tot stand gekomen omdat Webstijl al enige tijd heeft gemerkt uit analytics statistieken en ervaringen met de huidige (responsive website) dat mobiele bezoekers andere behoeften hebben, bijvoorbeeld het vinden van contactinformatie en locatiegegevens voor klanten die Webstijl willen bezoeken.

De Create Concepts fase zal ik inrichten met als doel toe te werken richting een lo-fi prototype van dit tussenproduct. Hiervoor zal ik o.a. een creatieve co-creatie sessie toepassen, functionaliteiten verzamelen en prioriteren, een keuze maken voor een ontwikkel programma op basis van de sessie en mijn onderzoek om vervolgens een sitemap en wireframes van deze website te kunnen realiseren.

2.1. Co-creatie sessie

Om de beschreven user needs verder te controleren en uit te werken heb ik gekozen om een co-creatie sessie met drie Webstijl medewerkers uit te voeren. Hiermee wil ik andere medewerkers actief bij mijn product betrekken en tegelijkertijd horen waar het eindproduct aan moet voldoen en wat zij daarvan verwachten. Door verschillende rondes in te zetten waar creativiteit een grote rol speelt hoop ik unieke informatie te verkrijgen om echte, achterliggende behoeftes te ontdekken.

Ik heb bewust gekozen om de opzet van de co-creatie sessie niet specifiek te richten op de Webstijl mobiel website. Mijn bedoeling was om zonder kaders te brainstormen voor de meest creatieve ideeën.

Om dit te bereiken heb ik de volgende rondes opgesteld:

- Ronde 1: Opwarmronde

De medewerkers van Webstijl brainstormen individueel gedurende één minuut over een eenvoudig onderwerp om de juiste mindset te creëren. Het doel van deze ronde was voornamelijk om beperkingen en drempels weg te nemen om het genereren van nieuwe ideeën te bevorderen.

- Ronde 2: Brainstorm

In de tweede ronde is met de gehele groep vier keer één minuut gebrainstormd over het onderwerp Webstijl mobiel. Door middel van verschillende kleuren post-its per persoon konden ideeën op een A2 geplakt, waarna iedereen na afloop zijn eigen ideeën gemakkelijk terug kon vinden. Na elke minuut werd het vel een kwartslag gedraaid zodat iedereen elkaar kon aanzetten tot het verzinnen van nog meer ideeën.

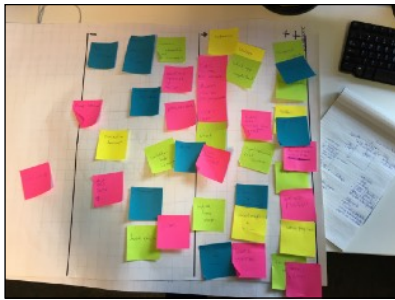
- Filteren

In deze tussenronde worden dubbele ideeën samengevoegd of geschrapt

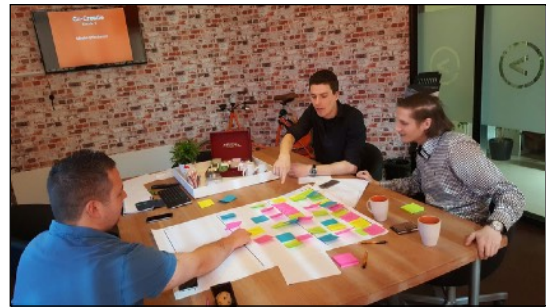
- Ronde 4: Prioriteren

De laatste ronde bestond uit het kort pitchen van alle ideeën en het bepalen van prioriteit. Om de beurt droegen we een idee aan en bepaalden we in de groep hoeveel prioriteit dit idee zou krijgen.

Dit leverde soms wat heftige discussies en meningsverschillen op maar droeg wel erg bij aan het vinden van de juiste prioriteit op de gevonden functionaliteiten.



Figuur 5: Resultaten uit de brainstormsessie.



Figuur 6: Bespreken van de functionaliteiten.

- Resultaat

Zeker uit de tweede brainstorm ronde zijn vele creatieve resultaten voortgekomen, waaronder WhatsApp integratie, deeplinking, lange scroll pagina's met een doorlopende lay-out, geoptimaliseerde content voor mobiel en een herkenbare Webstijl mobiel stijl.

Nu er uit de sessie veel nieuwe ideeën en functionaliteiten bekend zijn geworden kan ik deze verder toepassen in de invulling van de wireframes. Om een helder overzicht te krijgen in deze nieuwe functionaliteiten zal ik deze eerst prioriteren om vervolgens te bepalen of ik hier binnen het Webstijl mobiel prototype iets mee kan. Het voordeel van deze ideeën is dat ze ook bruikbaar zijn voor toekomstige mobiele websites van Webstijl. Deze sessie kan zodoende de algemene kwaliteit van de mobiele website verder verbeteren.

2.1.1. Functionaliteiten en ideeën prioriteren

Om overzichtelijk te krijgen welke functionaliteiten voor mij bruikbaar zijn in het Webstijl mobiel concept heb ik gekozen de ideeën direct na afloop van de co-creatie sessie te verwerken in een MoSCoW analyse. Deze MoSCoW analyse laat mij snel zien welke functionaliteiten het meest belangrijk zijn, en welke functionaliteiten later nog van pas kunnen komen.

Om tot de juiste prioriteit te komen heb ik na afloop van de sessie samen met mijn opdrachtgever alle ideeën kort nabesproken. Omdat ik en mijn opdrachtgever beide een voorkeur hebben voor een bepaalde inrichting van de website heb ik deze ook nogmaals gecontroleerd aan de hand van mijn literatuur.

Must have	Should have	Could have	Want to have
Aangepaste content	Mobiele hero image	Videochat	Bump versturen
Korte formulieren	Beheren vanuit CMS	Animaties	Aparte domeinnaam
Direct bellen	Chat	Effecten	Persoonlijke data
Goed leesbaar	Landscape optimalisatie	Voiceberichten versturen	
Social media integratie	Content voor mobiel	Meertaligheid	
Snel contact	Simpele structuur		
Grote buttons	Artikelen delen		
Afbeeldingen Google certificaten tonen	WhatsApp integratie		

2.1.2. Design richtlijnen

Naast ideeën die zijn omgezet in functionaliteiten zijn er ook richtlijnen voortgekomen uit de brainstormsessie. Dit zijn aparte regels die kunnen worden aangehouden bij het ontwikkelen en indelen van de sitemap en wireframes. Deze richtlijnen zijn veelal gebaseerd op ontwerp keuzes van de huidige website en de algemene uitstraling van Webstijl. Om deze richtlijnen helder te krijgen voor mobiel zijn sommigen aangepast, met name om ze te voldoen aan de eisen voor het gebruik van touch screens. Dit komt neer op het toevoegen van extra ruimte en animaties om de gebruikerservaring op mobiel te verbeteren.

Door het naleven van deze richtlijnen kan het ontwerp achteraf getoetst worden of het voldoet aan de eisen van mobiel en de Webstijl huisstijl:

- Scroll boven een klik/tap.
- Gebruik maken van herkenbare en veel voorkomende elementen uit mobiel. Bijvoorbeeld hamburger icoon, locatie, telefoon en social media.
- Gebruik maken van lichte animaties en schaduweffecten door de gehele website voor een verbeterde vorm van interactie en hiërarchie.
- Overnemen van de huidige Webstijl uitstraling voor consistentie tussen desktop en mobiel.
- Toepassen van off-grid elementen zoals visuals om de website aantrekkelijk en spannend te maken.

Nu de functionaliteiten, de prioriteit daarvan en de ontwerp richtlijnen zijn vastgesteld kan ik deze gebruiken bij het maken van een bewuste keuze voor een ontwikkel programma waar mobiele websites mee kunnen worden ontwikkeld.

2.2. Keuze voor CloudPress

In mijn literatuuronderzoek in de Look & Listen fase heb ik al uitgebreid onderzoek gedaan naar bestaande frameworks, CMS systemen en overige oplossingen om effectief mobiele websites in te ontwikkelen. Deze heb ik ook getest, beschreven en de voor en nadelen hiervan genoteerd.

Nu duidelijk is geworden aan welke functionaliteiten in de mobiele Webstijl website moeten worden geïmplementeerd kan ik, naast mijn reeds uitgevoerde literatuuronderzoek een bewuste keuze maken voor een ontwikkel programma. Door te kiezen voor een vast nieuw ontwikkel platform is het voor Webstijl medewerkers straks mogelijk om op een vaste manier mobiele websites te ontwikkelen. Mijn eindproduct, de werkwijze zal dit programma ondersteunen.

Na een uitgebreide vergelijkingsronde van de user needs, functionaliteiten en richtlijnen tegenover mijn literatuur is de keuze gevallen op CloudPress. CloudPress is in staat de meest belangrijke functionaliteiten te vervullen en is op dit moment de beste optie voor het ontwikkelen van mobiele websites. De belangrijkste redenen hiervoor zijn o.a.:

- Er kan snel en effectief en met weinig kennis van code een website worden ontwikkeld.
- Er zijn kant en klare responsive 'blokken' waarin een website snel kan worden opgebouwd.
- Integratie met social media en WhatsApp is mogelijk.
- De mobiele variant worden voorzien van unieke content naast de desktop website.
- De website kan door middel van SEO plugin's apart worden geoptimaliseerd.
- Er is de mogelijkheid om direct in de code op wens van de klant maatwerk te leveren.
- Veel opties, waaronder toegang tot de broncode, mogelijk voor het inrichten van conversiepunten.

CloudPress voldoet helaas niet aan alle vooraf opgestelde user needs. Er moet o.a. verder worden onderzocht in hoeverre we een omgeving aan de klant kunnen bieden om de website te onderhouden. Webstijl wil de klant niet toelaten in de ontwikkelomgeving, om zodoende de controle over het product te verliezen.

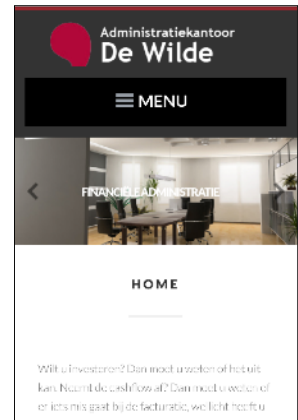
Nu de keuze voor een ontwikkel programma is gemaakt kan ik mij verder richten op de invulling van het prototype. Om CloudPress beter te leren kennen heb ik daarvoor twee demo websites uitgewerkt:

- Administratiekantoor de Wilde

De Wilde is al een lange tijd klant van Webstijl en maakt gebruik van een informatieve website. Zijn website bestaat uit simpele content pagina's met afsluitend conversie elementen.

Gedurende het bouwen van deze website kon ik steeds terug grijpen op de theorie uit de literatuurfase en zo keuzes voor deze demo websites maken:

- Samenvoegen van verschillende pagina's voor een simpele navigatiestructuur.
- Verkorte teksten wat lezen op mobiel makkelijker en sneller maakt.
- Optimaliseren van bestaande formulieren door velden weg te laten en input velden te verbeteren dmv. placeholders en zoomfuncties.

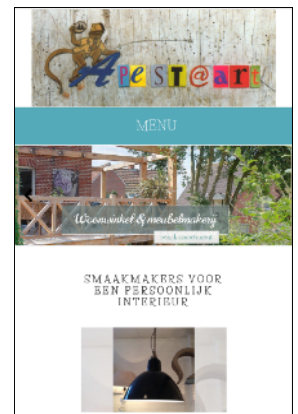


Ook nieuwe onderzochte functionaliteiten specifiek voor mobiel heb ik in de website kunnen toepassen waaronder Click2Call en Google Maps.

- De Apestaart

Meubelwinkel de Apestaart is een iets ingewikkeldere website omdat er gebruik wordt gemaakt van een product pagina. Binnen de mobiele website is dit opgelost door de product afbeeldingen verkleind en onder elkaar te tonen. De gebruiker heeft de mogelijkheid om hier horizontaal of verticaal doorheen te scrollen.

Naast de bouw kan de huisstijl ook helemaal worden overgenomen. Kleuren en web-fonts kunnen worden aangeroepen en conversiepunten zijn gemakkelijk aan te passen door het toevoegen van extra teksten en knoppen middels toegang tot de broncode.



Met een definitief gekozen ontwikkel programma kan ik vanaf dit punt vrij direct aan de slag om mijn prototype verder te ontwikkelen binnen de kaders van CloudPress. Om een doordachte pagina indeling te kunnen opzetten is het noodzakelijk om eerst de huidige Webstijl website te bekijken en te besluiten welke pagina's worden mee ontwikkeld in het prototype.

Ontwikkeling richting lo-fi prototype

2.3. Sitemap

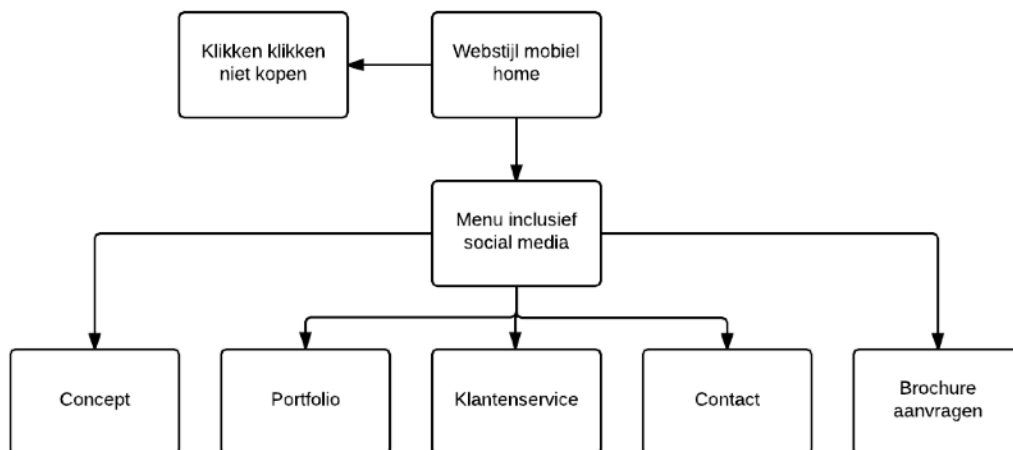
Om inzichtelijk te krijgen welke pagina's in de mobiele website kunnen worden geplaatst heb ik eerst de huidige Webstijl website doorlopen en deze verwerkt in een sitemap. Deze sitemap is tot stand gekomen door elke pagina op de website te bezoeken en te controleren welke links er aanwezig zijn op die pagina en waar deze naartoe doorverwijzen.

Geleerd uit de literatuurfase is het belangrijk om een mobiele website geen ingewikkelde menustructuur te geven. In overleg met mijn opdrachtgever en de conversiespecialist, die veel kennis heeft over druk bezochte pagina's en belangrijke content, heb ik de sitemap gepresenteerd en uitgelegd. Toen bleek al snel dat er voor de mobiele variant pagina's moesten worden geschrapt om geen ingewikkelde, onoverzichtelijke menustructuur te creëren.

Om te beslissen welke pagina's ook in de nieuwe website konden worden gebruikt hebben we deze verdeeld in drie categorieën:

- Pagina's die kunnen worden geschrapt.
- Meerdere pagina's die kunnen worden samengevoegd.
- Pagina's die niet mee gaan naar de mobiele website.

Het sorteren van de bestaande pagina's in deze categorieën was een interessant proces, waar zo nu en dan kleine discussies werden gehouden over het belang van de pagina. Toch moesten er flink wat knopen worden doorgehakt, wat resulteerde in de volgende sitemap:



Figuur 7: De invulling van de mobiele sitemap uitgewerkt.

Het belangrijkste wat we in dit proces voor ogen hebben gehouden is om de sitemap en dus de navigatie zo simpel mogelijk te houden. Een mobiele bezoeker is vaak maar kort op een website en mag daarin niet verdwalen in een assortiment pagina's. Ik heb daarom geadviseerd om maximaal 10 pagina's uit te werken. In overleg is besloten om 5 pagina's in de hoofdnavigatie te verwerken waar Webstijl's concept kan worden gepresenteerd tot het punt waar de bezoeker met Webstijl in contact kan komen. Daarnaast is de belangrijkste landingspagina, die op desktop veel bezoekers trekt ook meegenomen.

Nu door gebruik van de sitemap overzichtelijk is geworden welke pagina's worden uitgewerkt kan ik me focussen op het invullen van deze pagina's.

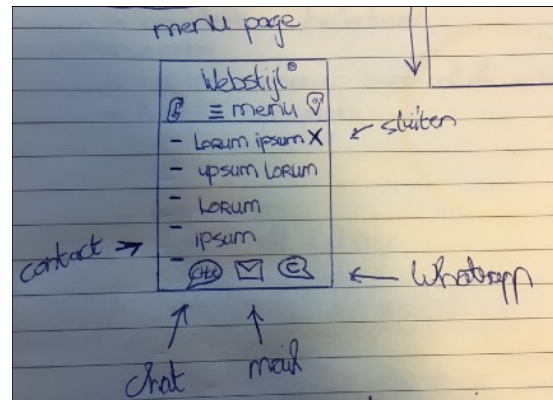
2.4. Wireframes

Nu duidelijk is geworden welke pagina's worden uitgewerkt in de mobiele variant kon ik op basis van de ontwikkelde sitemap de eerste wireframes ontwikkelen. Wireframes bieden mij het voordeel dat ik op een snelle en effectieve manier de indeling van de pagina's kan uittekenen. Deze kunnen vervolgens snel worden getest van feedback worden voorzien voordat ze worden uitgewerkt tot een ontwerp.

Het belangrijkste en vaste onderdelen, de navigatiestructuur en de footer heb ik als eerst uitgewerkt op papier. Hierdoor kon ik ze direct bespreken en eventueel aanpassen. Ik was qua creativiteit wel wat beperkt, omdat CloudPress maar één vorm van navigatie beschikbaar ondersteund voor mobiele apparaten. Deze navigatie werkt volgens het hamburger principe en werkt qua functionaliteiten prima.

Direct in de navigatie zijn een aantal belangrijke functionaliteiten uit de MoSCoW analyse verwerkt, namelijk direct bellen, locatie gegevens en e-mail. In de footer zijn Google certificaten verwerkt en een extra navigatie om bezoekers ook aan het eind van een pagina door te laten navigeren.

Na het bespreken van deze schetsen heb ik de rest van de pagina's verwerkt in de prototype tool Balsamiq. Dit programma is vanwege de ontwikkel snelheid en de mogelijkheid tot invoegen van links zeer bruikbaar om een lo-fi prototype in elkaar te zetten.



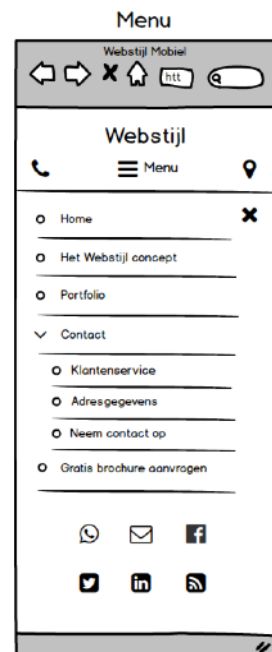
Figuur 8: De navigatiestructuur.

2.4.1. Wireframe testsessie

Nu het in deze fase nog zeer gemakkelijk is om wijzigingen uit te voeren in de wireframes heb ik deze direct met mijn opdrachtgever en de conversiespecialist getest. Deze sessies, omdat beide testpersonen al voorkennis hadden van mijn prototype, kort. Zij hebben het prototype doorgeklikt en daar feedback over gegeven, omdat er nog geen look & feel duidelijk was heb ik deze elementen duidelijk uitgelegd en aangegeven hoe ik dat voor me zie. Door op deze manier te sparren over het prototype heb ik mijn uitwerkingen gedetailleerder en doordachter kunnen krijgen. Zo zijn er een aantal elementen verschoven en zijn call 2 action buttons verder verbeterd.

Na afloop van de testsessies hebben we het complete proces van het lo-fi prototype geëvalueerd en de vervolgstappen besloten. Daarin heb ik geadviseerd om de invulling van conversiepunten te veranderen en in te spelen op de mogelijkheden van een smartphone, waaronder WhatsApp integratie door middel van deeplinks.

Nu het lo-fi prototype is afgerond en de pagina structuur staat is het voor mij zaak deze te ontwerpen en in te vullen volgens de Webstijl huisstijl. Zo ontstaat er een hi-fi prototype die vervolgens weer getest kan worden met andere gebruikers.



Figuur 9: De navigatie uitwerking in een Balsamiq wireframe.

2.5. Reflectie en evaluatie

De Create Concepts fase is terugkijkend zeer snel gegaan, waarin ik in een aantal weken een lo-fi prototype in elkaar heb kunnen zetten. Doordat in deze fase vrij snel een einddoel duidelijk was kon ik, in tegenstelling tot de Look & Listen fase wel direct gericht aan de slag. Hier heb ik de invulling van deze fase ook grotendeels op afgestemd. De CMD ontwerpmethode werkt zeer goed bij het ontwikkelen van een visueel product waardoor al snel voor ogen had hoe ik de fase wilde aanpakken.

Ook het organiseren van de co-creatie sessie was een geslaagde zet. Ik heb veel leuke reacties gekregen op de invulling van deze sessie. Creatief zijn is leuk maar ook zeer vermoeiend. Door dit als groep in verschillende rondes te doen is het veel langer vol te houden en worden de ideeën steeds beter. Ik heb het idee dat ik daar veel informatie heb verkregen die ik anders pas veel later of niet zou zijn tegen gekomen. Daarnaast is het ook een uitdaging om zo'n sessie voor te bereiden en krijg je de kans een stukje kennis vanuit school over te brengen aan anderen. De directeur van Webstijl vond het zo interessant dat hij het heeft gedeeld met alle Webstijl klanten. Dat stukje waardering voor mijn werk deed me goed.

Het invullen van de MoSCoW analyse en ontwerp richtlijnen hebben mij heel goed geholpen bij het verwerken van de gegevens uit de co-creatie sessie. Hier kon ik steeds bij het ontwikkelen van de wireframes op terugvallen, waardoor ik snel wist of de pagina's voldoende functionaliteiten bevatte of nog voldeden aan de richtlijnen.

Minder geslaagd vond ik de invulling van de wireframe testsessies. Deze zijn eigenlijk iets te snel en enthousiast verlopen, en doordat het is uitgevoerd met personeel dat al voorkennis had is het lastig om te bepalen of ik hier alles uit heb gehaald. Deze sessies had ik beter en met gerichte vragen voor moeten bereiden om zeker te weten dat alle mogelijke details konden worden besproken. Een zelfde gevalletje als het interview in de eerste fase, waar ik helaas toch iets te gemakzuchtig ben geweest.

In alle besprekingen met mijn opdrachtgever en de conversiespecialist over de invulling van de sitemap en pagina's ben ik wel altijd kritisch op het resultaat gebleven. De discussies die hier uit volgde waren goed om het product steeds te blijven verbeteren. De Create Concepts fase voelt over het algemeen geslaagd, waardoor ik dit lo-fi prototype in de volgende fase kan doorontwikkelen tot hi-fi prototype.

Gedurende de Create Concepts fase, en het meer voor ogen krijgen van het einddoel ben ik ook anders tegen mijn doelgroep aan gaan kijken. De door mij beschreven doelgroepen, en dan met name de secundaire en tertiaire zijn naarmate het proces vorderde meer veranderd in stakeholders en zullen later in mijn proces hopelijk alsnog van waarde zijn.

3. Design Details

De Design Details fase zal worden besteed aan het uitwerken van het lo-fi prototype tot hi-fi prototype om deze vervolgens met korte testsessies verder te verbeteren. In deze fase zal o.a. verder worden nagedacht over conversiepunten, zal er een styleguide worden ontwikkeld om de uitstraling van het prototype te bepalen en zal met behulp van een prototype tool het design klikbaar worden gemaakt.

Aan het eind van deze fase is het hi-fi prototype voltooid en kan in de laatste fase de werkwijze, op basis van het prototype en de look & listen fase, worden voltooid.

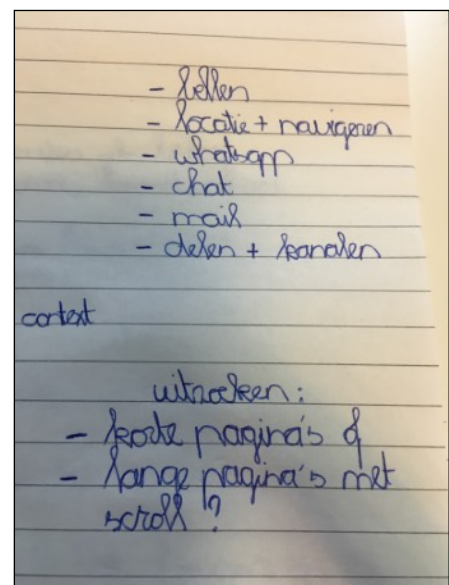
3.1. Conversiepunten

Webstijl focust haar nieuwe websites op het toevoegen van conversiepunten, met als doel de bezoeker in contact te laten komen met het bedrijf/organisatie. Veel gebruikte voorbeelden zijn het aanvragen van een brochure, een telefoongesprek of een contact formulier. Webstijl maakt bij het toevoegen van conversiepunten onderscheid tussen twee soorten conversie:

- Harde conversie: voor bezoekers die een keuze hebben gemaakt of zijn overgehaald door de website. Ze zoeken een directe mogelijkheid om in contact te komen of om het product te kopen.
- Zachte conversie: voor nog twijfelende of zoekende bezoekers die nog geen beslissing hebben genomen. Zij zoeken vaak naar vrijblijvende conversiepunten om informatie in te winnen. Veel gebruikte zachte conversie is het aanvragen van een offerte of het stellen van een vraag.

Ook het hi-fi prototype zal worden voorzien van verschillende conversiepunten om de gebruiker te sturen in de website. Resultaten uit de eerder uitgevoerde creatieve sessie kunnen hier (opnieuw) worden ingezet. Veel ideeën die uit deze sessie zijn ontstaan kunnen direct worden ingezet bij de opbouw van conversiepunten voor het prototype. Om de conversiepunten in mijn prototype meer vorm te geven heb ik de mogelijkheden uitgelegd en besproken met de conversiespecialist. Samen zijn we tot een opzet gekomen welke conversiepunten voor dit prototype interessant zijn en welke in de werkwijze kunnen worden opgenomen.

Een aantal conversiepunten heb ik vervolgens aangepast om te kunnen voldoen aan de mogelijkheden van een smartphone, bijvoorbeeld direct bellen bij een telefoonnummer en navigeren naar contactgegevens met behulp van Google Maps. Met een duidelijk overzicht van de conversiepunten opgesteld, wil ik deze toevoegen aan mijn wireframes om deze een meer gerichte indeling te geven.



Figuur 10: Aantekeningen van verzamelde conversiepunten.

3.1.1. Toevoegen aan de wireframes

Met de juiste conversiepunten heb ik mijn wireframes aangevuld en verbeterd. Hiermee wil ik, zodra ik de ontwerpen ga maken zeker zijn dat er niet veel meer aan de pagina indeling hoeft te worden aangepast.

Naarmate ik de conversiepunten steeds meer ging implementeren en bespreken merkte ik dat ik meer kon nadenken over de journey van een bezoeker in de website. Een belangrijke wijziging die ik op basis van de journey heb toegepast was het verplaatsen van een bel/mail optie op de homepage, omdat de bezoeker op dat moment nog niet zo ver in de journey is om tot deze optie te komen. Natuurlijk dient er ook rekening te worden gehouden met de bezoeker die al wel direct in contact wil komen, dus een link naar bijvoorbeeld een contactpagina is wel noodzakelijk. In zo'n situatie is het de kunst een goede tussenweg te vinden om beide conversies toch voldoende in te zetten.

Ingrijpende wijzigingen in de opbouw van de pagina's is ook direct besproken met de conversiespecialist en opdrachtgever. Door in dit proces continu mijn progressie met ze te bespreken kreeg ik steeds meer het idee dat de wireframes goede vormen aan begonnen te nemen.

Ontwerpfase

3.2. Styleguide

Na het vaststellen van de conversiepunten en het afronden van de wireframes ben ik begonnen met het focussen op het designen van deze pagina's. Om deze ontwerpen allemaal eenzelfde stijl mee te geven heb ik een Webstijl styleguide document ontwikkeld waarin ontwerp en design regels zijn vastgelegd, met als doel consistent en herkenbare ontwerpen te designen. Aan de hand van een styleguide kan ook een look & feel worden gecontroleerd voordat deze in de uiteindelijke designs wordt verwerkt.

Een styleguide kan zeer breed worden uitgewerkt. Zo kan een compleet merk worden neergezet en worden styleguides ook ingezet voor het ontwikkelen van promotiemateriaal. Omdat het in dit geval enkel om een mobiele website gaat is gekozen om deze alleen te richten op webdesign, geoptimaliseerd voor mobiel gebruik. Dit houdt in dat afstanden, groottes van elementen en lettertypes zijn afgestemd om wat bruik- en leesbaar is op een smartphone.

De volgende onderdelen zijn in de styleguide opgenomen, gebaseerd op wat nodig is om de wireframes te ontwikkelen tot designs:

- Kleuren, inclusief codes en gebruik.
- Lettertypes, inclusief grootte en line-height (in px).
- Afstanden (margins) boven, tussen, en onder teksten en elementen (in px).
- Correct gebruik van knoppen, inclusief hover/touch state. Hierin heb ik onderscheid gemaakt tussen knoppen die naar pagina's/anchor's binnen de website linken en naar externe websites of deeplinks naar applicaties op de smartphone zoals de telefoon of WhatsApp.
- Het gebruik van vaste iconen zoals de social media knoppen die regelmatig in de website worden toegepast.
- Het gebruik van het Webstijl logo in verschillende groottes, situaties en achtergrondkleuren.
- De grid waarin nieuwe pagina's in worden ontwikkeld, gebaseerd op het creëren van voldoende ruimte om te gebruiken met behulp van een touchscreen en het optimaal benutten van de beschikbare, beperkte ruimte. Mede daardoor blijft het ontwerp consistent.

Ter inspiratie om de styleguide meer uit te laten stralen als enkel een document met opgestelde regels, heb ik van andere grote internet bedrijven zoals Google, Apple en Microsoft doorgenomen. Daarin heb ik geleerd en toegepast dat een styleguide moet uitstralen wat je als bedrijf ook wilt uitstralen. Ik heb daarom gekozen voor een opvallende, schermvullende styleguide die in zijn

volledigheid Webstijl uitstraalt. In de toekomst is het ook de bedoeling om de styleguide uit te breiden naar desktop.

Om de styleguide, naast het hi-fi prototype ook bruikbaar te maken voor het eindproduct, de vernieuwde werkwijze, zullen er regels die ook voor andere websites kunnen worden toegepast worden meegenomen en gedocumenteerd.

Met de uitgewerkte styleguide en definitieve wireframes met conversiepunten heb ik nu een goed overzicht gecreëerd om effectief aan de visuele uitwerkingen te kunnen beginnen. Na afloop van deze uitwerkingen is het dan nog zaak een aantal testsessies op te zetten om het hi-fi prototype voor de laatste keer te kunnen verbeteren.



Figuur 11: Voorbeeldpagina van de styleguide voor Webstijl.

3.3. Visuele uitwerkingen

Nadat er in de voorgaande producten is toegewerkt naar een duidelijke pagina indeling en uitstraling ben ik begonnen met de ontwikkeling van de visuele uitwerkingen. Dit heb ik uitgevoerd in het ontwerpprogramma Sketch. Sketch is gespecialiseerd in het ontwerpen van website interfaces voor smartphones. Door deze uitwerkingen vervolgens weer te verwerken in een klikbaar hi-fi prototype is het mogelijk om testsessies te plannen en af te nemen.

Het enige wat in deze fase nog niet was voorbereid was, was het gebruik van afbeeldingen en teksten binnen de website. Ik had er de ruimte wel voor gereserveerd maar aangezien deze plaatjes eventueel moeten worden aangeschaft of gemaakt is gekozen om hier materiaal van de desktop website in toe te passen. Zo komt de look & feel die de website uit moet stralen niet in gevaar. Teksten heb ik, in overleg met mijn opdrachtgever direct aangepast. Hierin heb ik hem geadviseerd om teksten te schrappen en flink in te korten om het voor mobiele bezoekers makkelijk leesbaar te houden.

3.3.1. Testsessie/bespreking

Na het afronden van de eerste serie wireframes heb ik deze samen met mijn opdrachtgever direct besproken. Ik heb mijn progressie om tot de ontwerpen te komen laten zien en direct een aantal kleine aanpassingen in gedaan, waaronder het toevoegen van meer witruimte en minder content. Ik heb hem, naar aanleiding van mijn literatuur en ervaringen met het ontwikkelen ook in geadviseerd om tot de juiste oplossingen te komen.

Nu de serie uitwerkingen zijn uitgewerkt zijn ze klaar om te worden getest. Vanwege de tijd en het belang van deze testsessies heb ik besloten daar een tweetal sessies voor te organiseren. Met deze resultaten zal ik het hi-fi prototype verder verbeteren en leren waar mijn werkwijze aan moet voldoen.



Figuur 12 en 13: De eerste uitwerkingen van het ontwerp.



Ontwikkeling richting lo-fi prototype

3.4. Uitwerking met InVision

Om de visuele uitwerkingen van de vorige fase uit te werken tot prototype heb ik deze uitwerkingen aan elkaar gekoppeld met behulp van een prototype tool. In deze tool kunnen de visuele uitwerkingen, die zijn voortgekomen uit voorgaand onderzoek, door middel van links op de conversieknoppen en menu elementen tot hi-fi prototype worden uitgewerkt, met als doel mijn prototype tot het eindpunt te ontwikkelen en voor te bereiden op testsessies.

Om het prototype vorm te geven tot klikbaar prototype heb ik deze uitgewerkt met de prototype tool InVision. De keuze voor InVision is gemaakt omdat dit programma nauw samenwerkt met het ontwerpprogramma Sketch, en ik zodoende snel en effectief een klikbaar prototype kan opzetten zonder deze in zijn geheel na te bouwen in CloudPress. Dit prototype kon ik vervolgens voorzien van de nodige opmaak en gebruik van een sticky navigatie voor de juiste gebruikerservaring. Een ander voordeel van het ontwikkelen van een prototype in InVision is de mogelijkheid om deze te online te verspreiden en te openen op smartphones. Zo is het mogelijk om mobiele gebaren zoals horizontaal en verticaal te swipen toe te passen en kan ik direct testen of dit gebruik ook logisch is.

3.5. Testsessies

Na het afronden van het hi-fi prototype zal ik, om het concept nog verder aan te scherpen twee testsessies uitvoeren. Deze testsessies zijn ingekort om, vanwege de tijd en belang van het prototype toch nog verbeteringen te kunnen doorvoeren. Daarnaast kan er ook van deze wijzigingen geleerd worden en worden gebruikt als verdere aanvulling op de werkwijze.

Om alle doelgroepen zoveel mogelijk in het proces te betrekken is gekozen voor het uitvoeren van twee testsessies: een expert review, waarin ik het personeel van Webstijl zal vragen een serie vragen over de website in te vullen, en een testsessie met de klanten doelgroepen om aan de hand van scenario's te leren hoe zij met de website om gaan. Door elke testsessie door 4 tot 8 personen uit te laten voeren kan ik, op basis van onderzoek van J. Nielsen ongeveer 70-80% van de usability problemen oplossen. Hiermee wordt het voor mij mogelijk om mijn werkwijze aan te vullen. Ik verwacht dat overige problemen in een later stadium alsnog boven komen wanneer nieuwe mobiele websites in CloudPress worden gerealiseerd. Hierdoor kan mijn werkwijze ook later nog worden geperfectioneerd.

3.5.1. Expert Review

Om de primaire doelgroep, de medewerkers van Webstijl mijn prototype te laten testen heb ik voor het afnemen van de expert review gekozen om gebruik te maken van de heuristics opgezet door J. Nielsen (1995). Deze keuze is gemaakt omdat de betreffende heuristics voor deze fase van mijn ontwerp allesomvattend zijn en ik zo snel en effectief mijn uitwerkingen kan testen op verschillende aspecten, waaronder ook mobiele richtlijnen. Aangezien deze doelgroep ook gebruik zal maken van mijn werkwijze, kunnen de resultaten vrij direct worden doorvertaald naar het eindproduct. Een aantal wijzigingen waren nodig om de expert review en de heuristics geschikt te krijgen voor het testen van een hi-fi prototype. Zo zijn niet alle heuristics van J. Nielsen van toepassing op mijn uitwerking. Ik heb ervoor gekozen deze buiten de testsessies te laten omdat deze heuristics voornamelijk slaan op het testen van een stuk software, in plaats van een aantal uitwerkingen. Dat gaat om de volgende heuristics:

- Visibility of system status: Mijn prototype is afhankelijk van een stuk hardware, 'systeem status', is dus niet van toepassing.
- Error prevention: Het voorkomen van foutmeldingen zijn binnen een website nog niet van toepassing. Enkel verzonden formulieren kunnen een foutmelding tonen, maar dit kan in de gebruikte heuristics getest worden.
- Help and documentation: Documentatie en hulpfuncties zijn in het prototype niet beschikbaar.

De overige heuristics, die wel kunnen worden ingezet voor het testen van een website zijn opgenomen in de uitwerking van de testsessie. Deze toetsen het ontwerp op verschillende onderdelen, van visuals tot psychologie. Naast dat het mijn prototype verbeterd, kan ik de resultaten ook toepassen en verwerken in de werkwijze. De precieze invulling en instructies van deze uitwerking krijgen de medewerkers van Webstijl toegestuurd waarin ze ook de antwoorden en opmerkingen over de website kunnen plaatsen. Om het prototype snel te kunnen benaderen is het instructieformulier voorzien van een QR-Code en een verkorte URL, waardoor het prototype snel kan worden benaderd.



Figuur 14: Webstijl medewerker Chelsey tijdens de Expert Review.

De resultaten van de expert review waren zeer variërend. Veel testgebruikers hebben vooral gelet op functionaliteiten die kunnen hun functies van belang zijn. Zo kwam er van de SEO afdeling veel feedback over het gebruik van correcte kopteksten, terwijl de webdesigners mij wezen op een paar punten die in de lay-out konden worden verbeterd. Door mijn literatuuronderzoek opnieuw te raadplegen heb ik de wijzigingen eerst doorgenomen voor deze in mijn ontwerpen toe te passen.

Om de status van het prototype door te nemen heb ik deze besproken met mijn opdrachtgever. Daarin hebben we de voortgang besproken en de tweede testsessie besproken. Daarmee wil ik de secundaire en tertiäre doelgroep betrekken om het prototype verder te verbeteren.

3.5.2. Testsessies met de doelgroep

Met een verbeterd prototype uit de expert review sessies heb ik toegewerkt naar een tweede testsessie waarin ik mijn andere doelgroepen, de bestaande en potentiële Webstijl klanten wil testen. Helaas was het hier niet mogelijk om, binnen een kort tijdsbestek klanten te benaderen om deze sessie mee af te nemen. Daarnaast weegt natuurlijk mee dat de definitieve werkwijze door de primaire doelgroep zal worden gebruikt, en deze sessie dus van minder belang is.

Om toch resultaten te boeken heb ik de testsessies uitgevoerd met de account managers binnen Webstijl. Het gebruiken van testgebruikers die niet optimaal zijn afgestemd op de doelgroep brengt ook de nodige risico's met zich mee. Account managers zijn bijvoorbeeld geen internet deskundigen (dus ze kunnen niet als expert users worden gezien), maar bezitten wel veel voorkennis van de producten van Webstijl. Hierdoor ontstaat er een risico dat testresultaten beïnvloed kunnen worden. Om dit uit te sluiten zal ik de testresultaten per persoon met de opdrachtgever bespreken en samen de vervolgstap en verbeterpunten bepalen. Daarnaast zal ik de testsessie vullen met scenario's, waardoor elke functionaliteit zal worden behandeld en de testpersoon zich in iemand anders moet inleven voor de meest eerlijke resultaten.

De scenario's en testtaken zijn gebaseerd op de functionaliteiten van het prototype. Deze vragen zijn samen met mijn opdrachtgever en de conversiespecialist opgesteld. Omdat de conversiepunten vaak het 'eindpunt' van de journey binnen het prototype zijn, vond ik zijn inbreng in de scenario's zeer belangrijk.



Figuur 15 en 16: De tweede doelgroep testsessie, waarin ik ondertussen observeer en aantekeningen maak.

3.5.3. Resultaten

De resultaten uit deze sessies nuttig, maar er zijn geen grote wijzigingen uit voortgekomen. Ik merkte vooral dat per persoon de journey en benadering naar het prototype heel erg verschilde. De ene testpersoon wilde namelijk zo snel mogelijk in contact komen na het lezen van de concept uitleg, terwijl de andere testpersoon heel vrijblijvend rustig door de website ging en uit kwam op een brochure aanvraag. De extra testpersonen uit de tertiaire doelgroep hadden meer vragen over het product en negen heel erg naar het sturen van een vraag. In geen van de gevallen merkte ik dat de testpersoon zijn of haar boodschap niet kwijt kon, en dat was een fijne bevestiging. Het betekend namelijk dat voor elke fase waar een bezoeker zich in bevind, mijn website een juist conversie element heeft om daar op in te spelen.

Zoals bij de eerste testsessie zijn de resultaten aan de hand van eerder onderzoek nagekeken. Gezien de kleine wijzigingen en persoonlijke voorkeuren van de testpersonen heb ik aan de hand van de testsessies geen grote veranderingen doorgevoerd.

Nu met de testresultaten op zak van al mijn doelgroepen acht ik mijn prototype afgerond. Dit huidige hi-fi prototype gebaseerd op mijn onderzoek en ontwikkeling in CloudPress laat zien waar de nieuwe mobiele websites van Webstijl aan kunnen voldoen. De laatste verkregen feedback uit de testsessies vond ik een mooie afsluiter en gaf ook nog de laatste informatie die nodig was om de werkwijze te gaan ontwikkelen. De laatste fase zal daarom in teken staan van het bepalen van de vorm werkwijze, en het vertalen van mijn prototype in dit product. Naast de oplevering van de werkwijze zal ik ook een advies uitbrengen wat gebaseerd is op mijn bevindingen in dit gehele proces.

3.6. Reflectie en evaluatie

De derde fase van mijn onderzoek stond voornamelijk in teken van het uitwerken van het Webstijl mobiel concept tot hi-fi prototype. Om dit te bereiken heb ik verschillende tools ingezet om dit prototype meer invulling te geven. Zo heb ik o.a. nagedacht over de uitstraling van de website en hier een styleguide voor ontwikkeld. Omdat ook conversie elementen een belangrijk onderdeel van de website is heb ik met behulp van een aantal sessies met medewerkers van dit gebied een goed plan op kunnen zetten. Een leerpunt voor mij is om voor aanvang van deze gesprekken alvast voorbereidend werk te doen zodat ik zelf gericht te werk kan. Te vaak gebeurde het dat er eerst nog moest worden nagedacht over de precieze invulling van bijvoorbeeld een conversieplan.

Activiteiten waar ik zeker nog verder van moet leren zijn het voorbereiden en uitvoeren van de testsessies. Hier kijk ik meer zeer gemengde gevoelens op terug. De expert review was geslaagd qua opzet, maar achteraf had ik meer met het personeel in gesprek moeten gaan om deze wijzigingen verder door te spreken in plaats van direct de wijzigingen aannemen, controleren aan de hand van literatuur en doorvoeren. Het voordeel van deze sessie was wel dat ik zeker het idee had dat mijn prototype er duidelijk op vooruit ging. Maar door achteraf door te vragen of de resultaten te bespreken had ik wellicht meer kunnen leren.

De tweede sessie met de doelgroep was met oog op het eindresultaat duidelijk van minder belang, maar het niet inzetten van de oorspronkelijke doelgroep bracht natuurlijk wel risico's met zich mee. Ik begreep Webstijl's standpunt, maar het maakt mijn testsessie wel zeer twijfelachtig. Het is voor een bedrijf als Webstijl namelijk veel tijd om testpersonen te benaderen, en in de ondernemers wereld gaat het ook om het verlenen van een gunst. Deze ondernemers verwachten na zo'n testsessie dan ook duidelijk iets terug, en dat kan Webstijl in dit stadium (nog) niet bieden. Ik hoor in zo'n situatie mijn stem als expert wel meer te laten gelden in plaats van er te snel genoeg mee te nemen. Gelukkig heb ik door het toevoegen van personen uit mijn eigen omgeving die in de tertiaire doelgroep passen toch de informatie kunnen vinden om het product te verbeteren. Al zaten er ook grote voordelen aan het testen met deze testpersonen. Door mijn testvorm, waar scenario's en vragen werden doorgesproken had ik wel de gelegenheid om te observeren. Het is opmerkelijk hoeveel je kan leren van iemand gezichtsuitdrukking en houding. Zeker met een smartphone is een stukje frustratie als iets niet goed loopt al snel te bespeuren. Deze details, die je alleen opdoet door met de testpersoon samen het ontwerp te bekijken leert je details die een ontwerp echt tot in de puntjes kunnen verbeteren.

4. Realise

In de laatste fase ga ik, zoals al eerder beschreven terug naar mijn originele afstudeeropgave om de werkwijze voor het ontwikkelen van nieuwe mobiele websites alsnog te implementeren. Aan de hand van de resultaten en richtlijnen die in het prototype zitten verwerkt zal deze fase worden besteed om de vorm van de werkwijze te bepalen, en zal het eindproduct vervolgens worden gerealiseerd. De eerste stap die ik zal zetten om het eindproduct te realiseren is het bepalen van de vorm werkwijze die hiervoor geschikt is.

4.1. Vorm en indeling

Om te bepalen welke vorm werkwijze voor het bedrijf Webstijl het meest relevant is heb ik dit vraagstuk eerst bij mijn opdrachtgever en de primaire doelgroep neergelegd met als doel om tot de juiste invulling te komen. Om er zeker van te zijn dat mijn werkwijze ook veel gebruikt zal worden is het van groot belang om de juiste invulling te bepalen.

In het gesprek wat ik hierover met mijn opdrachtgever had hebben we hier over gebrainstormd en heb ik teruggekeken naar de originele Webstijl werkmethode. Daarin heb ik namelijk geleerd dat Webstijl een vrij directe aanpak kent, en dus een werkwijze in de vorm van een handboek niet tot zijn recht komt. Uit de brainstormsessie waarin we hebben kunnen sparren over verschillende vormen zijn we uitgekomen op drie eindproducten om aan de brede wensen van de primaire doelgroep te voldoen. Om het personeel op een gemakkelijke manier kennis te laten maken met het programma CloudPress en hoe dit gebruikt kan worden, is gekozen voor het uitvoeren van een introductie presentatie. Daarnaast zullen er, om de huidige werkmethode aan te vullen nog twee eindproducten worden opgeleverd: een snel, klikbaar naslagwerk met daarin veel gebruikte functies en vragen worden behandeld en beantwoord, en een handboek met overige tips, gegevens en richtlijnen waar aan dient te worden gehouden bij de ontwikkeling van een mobiele website. Hier heb ik de mogelijkheid om mijn literatuurfase nogmaals te gebruiken ter aanvulling van dit document.

Met de vorm van de werkwijze bepaald kan ik doelgericht verder werken aan het uitwerken van het eerste eindproduct, de introductie presentatie van CloudPress.

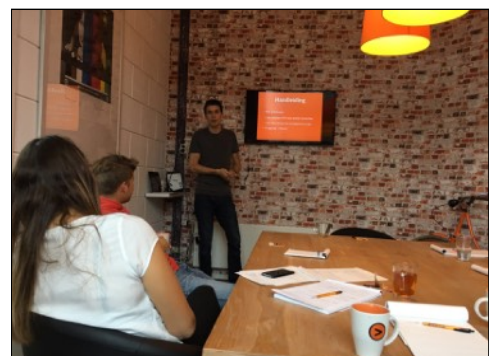
4.1.1. CloudPress presentatie

Een uitstekend middel om een nieuwe werkwijze te implementeren in een bedrijf is het geven van een presentatie om het nieuwe ontwikkel programma te introduceren. Daarin heb ik mijn conclusies besproken van het hi-fi prototype besproken en laten zien. Vervolgens heb ik het Webstijl team voorlichting gegeven over de werking van CloudPress. Om de presentatie interactief te maken heb ik daar direct een demo aan gekoppeld om de werking van CloudPress te ervaren. Tijdens de demo hebben we met de gehele groep gewerkt aan een nieuwe, responsive pagina.

Het grote voordeel van de presentatie was dat er achteraf direct kritische vragen over de werking en implementatie werden gesteld. Zo kwam er o.a. ter sprake hoe de technische implementatie te werk zou gaan en hoe klanten wijzigingen in de website aan konden brengen. Door het beantwoorden van deze vragen en er verder over door te praten ontstond er direct discussie waardoor er nog meer over het onderwerp wordt nagedacht.

Nu de presentatie is uitgevoerd en CloudPress bekend is onder de medewerkers van Webstijl, kan ik door met de vervolgstap en uitrol van de werkwijze. Daarin begin ik met de introductie van het klikbare naslagwerk.

Figuur 17: De gegeven presentatie richting de Webstijl medewerkers.



4.1.2. Klikbaar naslagwerk

Het tweede eindproduct dat zal worden opgeleverd is het klikbare naslagwerk. Dit naslagwerk zal bestaan uit een aantal hoofdtaken en functionaliteiten, en geeft vervolgens stap voor stap uitleg hoe de handeling kan worden uitgevoerd. Ook medewerkers met vragen kunnen dit bestand gebruiken bij hun werkzaamheden.

Het naslagwerk is hoofdzakelijk opgezet om, wanneer er vragen of onduidelijkheden opspelen snel antwoord op een vraag te krijgen, om zo de werkzaamheden snel weer te hervatten. Daarnaast is een snel naslagwerk een vorm die binnen Webstijl past: snel en oplossingsgericht.



Figuur 18: Een functie van CloudPress stap voor stap uitgelegd.

De werking van het naslagwerk is simpel: men klikt op de desbetreffende hoofdtak, loopt vervolgens een aantal stappen door ondersteund met begeleidende teksten en een afbeelding. De beschreven hoofdtaken zijn gebaseerd op de belangrijkste functionaliteiten van CloudPress welke eerder zijn beschreven in de literatuurfase, en die uit de discussie zijn voortgekomen na afloop van de eerder gegeven presentatie:

- Het toevoegen van een website: Vanaf het inloggen in de CloudPress omgeving tot aan het werken in de visuele editor.
- Een pagina toevoegen: Een bestaande website verder uitbreiden met een nieuwe pagina.
- Blokken toevoegen: Een voor-ontwikkeld blok toevoegen aan de website, en het invullen hiervan.
- Het aanpassen van deze blokken: Extra opties hoe een voor-ontwikkeld blok naar wens kan worden aangepast.
- Implementatie: Stap voor stap uitleg hoe een website kan worden gepubliceerd in de Webstijl CMS omgeving.
- Debuggen: Hoe je met gebruik van Google Chrome een probleem in de code kunt opsporen en vervolgens op kunt lossen.
- Conversie opmaken: Een zeer belangrijk onderdeel van Webstijl's websites, het toevoegen en opmaken van conversie elementen. Aangezien dat een zeer breed onderwerp is, heb ik deze gefocused op de basis, voornamelijk call2action buttons en formulieren.

Wanneer er na de voorlichting van een handeling of functionaliteit nog steeds vragen zijn en de medewerker zich niet geholpen voelt, zal het naslagwerk de medewerker doorverwijzen naar het handboek, waar dieper op de theorie wordt ingegaan.

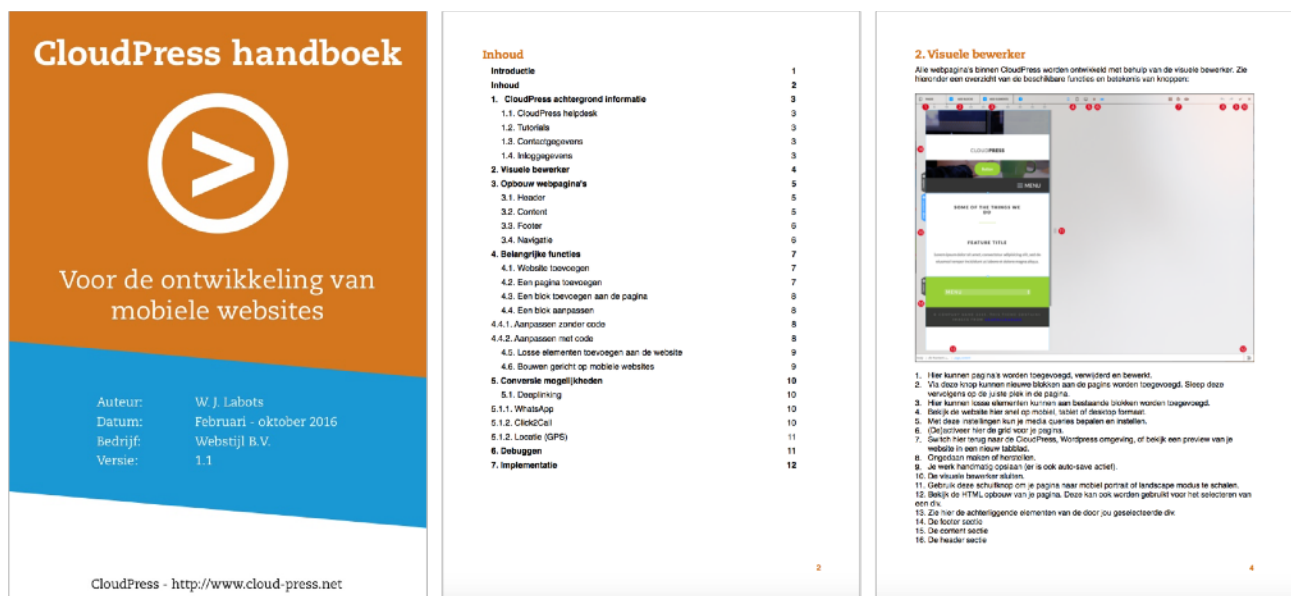
4.1.3. Handboek werkwijze

Ter aanvulling, en als alternatief voor het klikbaar naslagwerk heb ik gekozen voor het ontwikkelen van een apart handboek waarin gedetailleerde informatie over CloudPress wordt gegeven en dieper op de functionaliteiten wordt ingegaan. Dit product is ontwikkeld om medewerkers, die de gegeven demo niet hebben gevolgd, of deze theorie opnieuw door willen nemen te helpen bij het starten met CloudPress.

Het handboek bevat verschillende informatieve afbeeldingen, belangrijke informatie, links, stapsgewijze uitleg, tips en belangrijke handelingen die men moet weten om effectief met CloudPress aan de slag te kunnen:

- Achtergrond informatie: Tutorials, helpdesk, inloggegevens, etc.
- Uitleg visuele bewerker en overzicht van functies.
- Opbouw van webpagina's: Header, content, footer, navigatie, etc.
- Belangrijke CloudPress functies: Websites toevoegen, pagina's bewerken, aanpassen, etc.
- Een CloudPress website inrichten op conversie: Deeplinking, WhatsApp, GPS, etc.
- Debuggen met de Chrome Console.
- Implementatie: Benodigde plugin's, stappen en informatie.

Om dit handboek verder uit te breiden en te controleren zal deze, naast het klikbare naslagwerk worden betrokken in een testsessie. Daarin laat ik de testpersoon het handboek nalezen en wil ik uit vragen herleiden of de werkwijze zijn doel bereikt.



Figuur 19: De voorpagina, inhoudsopgave en hoofdstuk 2 uit het handboek.

4.2. Testsessies werkwijze

Om het opgeleverde klikbare naslagwerk verder te testen, aan te vullen en te verbeteren heb ik, in overleg met mijn opdrachtgever besloten deze te verbeteren met behulp van een 360 graden testsessie. Gedurende deze testsessie zullen verschillende stakeholders bij het product worden betrokken en zullen zij het klikbare naslagwerk gebruiken bij het ontwikkelen van een webpagina in CloudPress.

De testpersonen die ik voor mijn testsessie heb uitgekozen zijn logischerwijs gebaseerd op de primaire doelgroep en beschikken over de benodigde kennis. Daarvan zijn drie testpersonen direct betrokken en hebben zij voorlichting gehad van mijn gegeven presentatie. De andere twee testpersonen zijn extern, hebben geen voorlichting gehad en kunnen dus vanuit een ander oogpunt feedback geven. De volgende testpersonen zullen de testsessie uitvoeren:

- Dyon Metselaar (26), opdrachtgever en manager
- Roel Verlaan (19), web ontwikkelaar en systeembeheerder
- Simone Verlaan (19), webdesigner
- (Extern) Richard van Goch (24), web ontwikkelaar en netwerk engineer
- (Extern) Jurgen Richter (45), video ontwikkelaar

Om het klikbare naslagwerk goed te testen zal de testpersoon individueel, 30 minuten lang een webpagina nabouwen in CloudPress. Daarbij kan de testpersoon de hulp van het klikbare naslagwerk gebruiken. Na afloop van de sessie zullen de resultaten worden besproken en zal de testpersoon een aantal vragen beantwoorden om zijn mening en ervaring over het product te geven.

De volgende vragen zullen na afloop van de testsessie worden gesteld. Deze zijn gebaseerd om de volledigheid en relevantie van de onderwerpen in het naslagwerk te controleren en zijn gecontroleerd en nabesproken samen met de opdrachtgever.

1. Hoe heb je het werken in CloudPress ervaren?
2. Heeft de gegeven demo je daar bij geholpen?
3. Heb je het naslagwerk nodig gehad tijdens het werken in CloudPress?
4. Heeft het naslagwerk je vragen goed beantwoord?
5. Miste er bepaalde uitleg of informatie die je wel nodig had?
6. Van welk onderwerp zou je meer willen weten?
7. Welk onderwerp in de werkwijze miste je?

Naast informatie over de klikbare werkwijze krijgt de testpersoon ook de mogelijkheid om het handboek door te lezen en hier feedback op te geven. Aanvullingen die op het naslagwerk worden gegeven kunnen eventueel ook direct worden doorgevoerd in het handboek.

1. Wat is je algemene indruk van het handboek?
2. Heb je in het handboek informatie gelezen die je miste in het naslagwerk?
3. Van welk onderwerp zou je meer willen weten?
4. Welke informatie heb je gemist?
5. Vind je het extra handboek nuttig? Zou je het gebruiken?
5. Heb je nog overige aanvullingen/tips op het handboek naslagwerk?

De resultaten worden geconcludeerd in de volgende paragraaf. Daaruit zullen verbeteringen worden beschreven en doorgevoerd in het klikbare naslagwerk en handboek.

4.2.1. Resultaten en aanpassingen

Er werd zeer enthousiast gereageerd op de testsessie, en met name het klikbare naslagwerk en handboek. De algemene ervaringen en hulp die de producten boden bij de testsessie konden goed worden toegepast bij het ontwikkelen van de testpagina. Met de opgedane resultaten is het voor mij mogelijk mijn producten te verbeteren.

Na afloop van de sessies heb ik de resultaten kort doorgesproken individueel met de testpersoon. Daarbij heb ik de vragen doorgenomen en konden algemene reacties over het ontwikkelen met CloudPress worden uitgewisseld. Uit deze resultaten heb ik veel feedback en aanvullingen kunnen halen om mijn werkwijzes verder aan te vullen en te verbeteren.

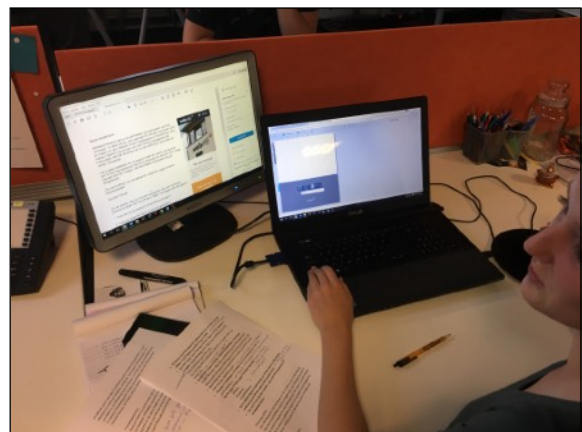
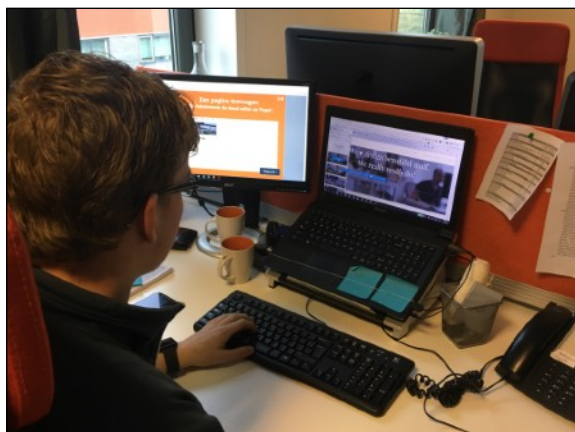
Zo heb ik uit de vragen en gesprekken genoteerd:

- Met name het klikbare naslagwerk bevat duidelijke en korte stappen om een doel te bereiken.
- De indeling van het handboek is verzorgd, duidelijk, to the point en overzichtelijk.
- De gegeven demo was voor de interne testpersonen een nuttige toevoeging om te starten met CloudPress.
- De testpersonen raken snel gewend aan CloudPress.

En ook voldoende verbeterpunten:

- De testpersoon mist aanvullende informatie over andere aanwezige pagina's in CloudPress (Blog, search, post, etc.).
- De testpersoon had problemen met het ontwikkelen van een formulier. Deze staat niet in de werkwijzes opgenomen.
- Er zijn veel categorieën en blokken die niet worden gebruikt. De testpersonen waren benieuwd naar de werking van deze blokken en of dit een toevoeging kan zijn aan de mobiele websites.

Deze resultaten en verbeterpunten heb ik samen met mijn opdrachtgever besproken en de punten gecontroleerd met de testpersonen. Vervolgens zijn deze resultaten verwerkt in de werkwijzes. De volgende, en laatste stap in dit traject is de verdere implementatie in Webstijl's werkprocessen. Na afloop van deze stappen kan ik mijn definitieve conclusies trekken en daarop een aanbeveling doen.



Figuur 20 en 21: Testpersonen aan het werk tijdens de testsessies.

4.3. Implementatie en afronding

Na het doorvoeren van de laatste correcties aan de eindproducten door middel van de resultaten uit de testsessies zijn mijn eindproducten afgerond. De laatste stap in het project, de implementatie is met als doel de nieuwe producten in gebruik te nemen. Dit implementatieproces zet zich ook na het afronden van dit afstudeertraject voort. In samenwerking met mijn opdrachtgever en directeur van Webstijl zullen de komende weken worden gebruikt om het nieuwe product meer vorm te geven richting de klant. Daarbij zullen ook andere factoren waar ik geen grip op heb, zoals kosten, productietijd en de beschikbaarheid van webruimte een rol spelen.

De opgeleverde werkwijzes zullen ook in de huidige werkprocessen worden opgenomen. Het uitgebrachte advies, te lezen in mijn dossier zal ook worden aangenomen.

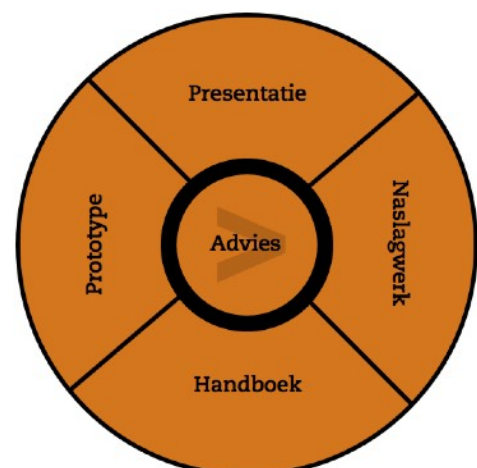
4.4. Evaluatie en reflectie

Na afloop van de afronding van de laatste sessie evalueer en reflecteer ik voor de laatste keer terug op mijn gemaakte keuzes in de laatste fase van de CMD ontwerpmethode, realise. Hierin stonden de ontwikkeling van de werkwijzes en het verbeteren van deze eindproducten centraal.

Over de ontwikkeling van de producten ben ik zeer tevreden. Vanuit mijn literatuuronderzoek kon ik steeds de koppeling naar mijn werkwijzes maken en in overleg met de opdrachtgever kon ik een werkwijze vorm kiezen die het beste bij Webstijl zou passen voor een zo goed mogelijk eindresultaat. Ik merkte helaas wel dat ik de koppeling met het ontworpen tussenconcept minder kon toepassen. Ik kon mijn opgedane kennis in CloudPress tijdens het ontwikkelen van dit concept wel goed toepassen bij bijvoorbeeld het klikbare naslagwerk, maar ik had graag meer gebruik gemaakt van de uitgevoerde activiteiten zoals de brainstorm, sitemap en styleguide. Deze komen naar mijn gevoel op dit moment niet genoeg terug in het eindresultaat.

De invulling van de testsessies was ook nieuw voor mij. Na een kort literatuuronderzoek naar testvormen van mijn soort eindproduct kon ik de 360 graden feedback methode toepassen. Dit bleek een geslaagde zet: alle interne medewerkers die mijn testsessie hadden uitgevoerd kwamen met voldoende input voor een verbeterde versie. De externe testpersonen hadden echter minder invloed. Zij kwamen redelijk op gang met CloudPress maar hadden regelmatig vragen over het ontwikkelen van een mobiele website, omdat ze de basiskennis miste. Ook de gegeven input voor de verbetering van de werkwijzes was beperkt. Wellicht hebben deze testpersonen in de toekomst, als ik deze vorm nogmaals ga uitwerken meer voorkennis nodig in de vorm van een voorlichting. In het algemeen terugkijkend op alle uitgevoerde testsessies merk ik dat ik deze vaak te makkelijk heb opgepakt. Ik kan hiervan leren om testsessies in toekomstige projecten serieuzer en groter aan te pakken.

Totaal terugkijkend op de eindproducten ben ik zeer tevreden over het resultaat, al heb ik niet elke koppeling in de eerdere fases goed kunnen toepassen/hergebruiken. Dat heeft in mijn ogen mede te maken met de door mij gekozen werkmethode gedurende dit proces. Al met al is Webstijl zeer tevreden met het door mij opgeleverde product en dan ben ik dit ook. In de toekomst krijg ik de gelegenheid om deze werkwijzes en CloudPress verder te implementeren in Webstijl's processen en ervoor te zorgen dat ook de Webstijl klanten gebruik kunnen gaan maken van CloudPress websites. Daar ligt persoonlijk nog een flinke uitdaging. De werkwijzes, in combinatie met het prototype biedt een perfect en compleet startpunt voor een vernieuwd en modern product.



Figuur 22: Een totaalafbeelding van de opgeleverde producten richting Webstijl.

Evaluatie CMD ontwerpmethode

Naast de algemene evaluatie per fase waarin ik beschrijf wat goed en minder goed is gegaan blik in dit hoofdstuk terug op mijn keuze voor het werken met de CMD ontwerpmethode. De keuze, aan het begin van dit traject om voor de CMD ontwerpmethode te gaan had meerdere redenen. Het was voor mij een werkwijze waar ik vertrouwd mee was aangezien ik er voor dit traject al drie en een half jaar mee had gewerkt. Daarnaast is het een flexibele werkwijze die met iteratie momenten ook gemakkelijk kan worden aangepast indien nodig. Een voor de logische, en voor de hand liggende keuze, lijkt het.

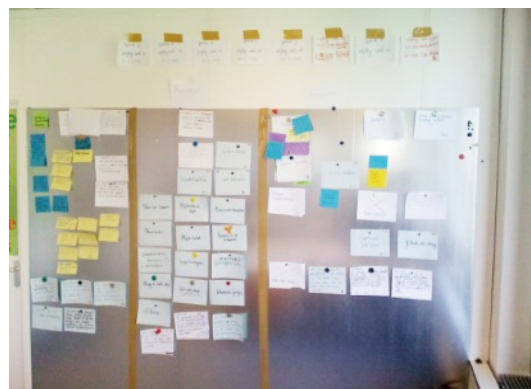
Toch zou ik, als ik de keuze opnieuw zou mogen maken niet opnieuw voor de CMD ontwerpmethode kiezen. Dat is met de reden omdat de CMD ontwerpmethode specifiek gefocust is op het ontwikkelen van een grafisch eindproduct. Met name de tweede, derde en vierde fase zijn van origine ingericht op het ontwerpen en uitdenken van een website structuur. Tools om richting een ander eindproduct te werken, zoals mijn werkwijze, zijn er niet. Dit was iets waar ik me pas na afloop van de Look & Listen fase bewust van werd. De goede richting naar een werkwijze ontbrak.

Dit probleem oplossen om mijn project toch tot een goed eindresultaat te brengen was een van de grotere uitdagingen die ik ben tegen gekomen. In overleg met mijn opdrachtgever, en om de ontwerpmethode toch effectief in te zetten is gekozen voor het ontwikkelen van een tussenconcept waarin ik laat zien waar mijn werkwijze toe in staat is. Vervolgens zal dit tussenconcept worden gebruikt om de werkwijze op te baseren. Met andere woorden, dat betekend dat ik twee van de vier fases heb besteed aan het ontwikkelen van een visueel product, terwijl mijn eindresultaat mogelijk een andere vorm zou hebben. Het idee overheerst dat ik in die twee fases niet optimaal heb kunnen leren hoe de werkwijze in elkaar moet zitten.

Als ik de keuze wel opnieuw zou mogen maken zou ik kiezen voor een meer open methode waarin nog meer ruimte beschikbaar is om uit te voeren waar op dat moment behoefte aan is. De SCRUM methode is daar een goed voorbeeld van. Door na elke activiteit opnieuw te beoordelen welke volgende stap de juiste is, is het mogelijk om een andere weg te volgen in plaats van de 'verplichte' CMD ontwerpmethode fases. Daarnaast is het voor betrokkenen, bijvoorbeeld de stakeholders, collega's, en de opdrachtgever meer inzichtelijk om in te zien waar in het proces ik me bevind en is er meer ruimte voor overleg en discussie om gezamenlijk de route uit te stippelen.

Een nadeel van het toepassen van SCRUM is dan wel dat ik zelf moet besluiten welke tools ik ga inzetten en is plannen moeilijker. De CMD ontwerpmethode had wat dat betreft al een aantal 'vaste' stappen zoals het ontwikkelen van wireframes, een sitemap, styleguide, etc. waardoor ik altijd snel door heb kunnen werken.

Al met al valt te concluderen dat elke werkmethode zijn voor en nadelen heeft en iedereen daar ook zijn eigen mening over heeft. Wat persoonlijk voor mij erg belangrijk is om in de toekomst te controleren, is of de methode mij tot het gevraagde eindresultaat kan brengen. Kan een voor mij bekende werkmethode dat niet, dan is het het meer dan waard om tijd te investeren om andere werkmethodes tegen elkaar af te wegen.



Figuur 23: Met bijvoorbeeld gebruik van een scrum-bord is het voor betrokkenen gemakkelijker inzicht te krijgen in het project en gezamenlijk (de juiste) richting te bepalen.

Nawoord

Ter afsluiting van de verslaglegging van mijn afstudeertraject bij Webstijl reflecteer en kijk ik terug naar de gehele periode. Daarin heb ik een proces meegemaakt die ik als ontzettend leerzaam heb ervaren, in twee aspecten:

Bij de start van dit traject, 8 februari, wist ik namelijk nog niet waar ik aan toe was en wat ik van de opdracht kon verwachten. Door in de daaropvolgende weken een uitgebreid literatuuronderzoek door te werken heb ik in een korte tijd geleerd over de werking van mobiele websites, maar ook daaromheen. De waarde van een aparte website naast desktop, design benaderingen, SEO mogelijkheden, maar ook de achterliggende redenen van het gebruik van deze websites en de groei in de laatste jaren hebben mijn kennis en inzicht om dit onderwerp uitgebreid. Daarin merk ik dat ik ook buiten mijn afstudeertraject om een goede ontwikkeling heb doorgemaakt. Ik kan terugkijken op een wat moeizame start, maar vervolgens wel de meest leerzame Look & Listen fase die ik tot nu toe heb doorlopen.

Het andere aspect was het steeds weer opnieuw opdoen van ervaring binnen deze werkwijze, zelfs nadat ik deze werkwijze al tientallen keren heb ingezet leer ik er elke keer weer van. Dat maakt het webdesign vak in mijn ogen ook zo mooi: geen project is hetzelfde. Binnen dit project heb ik bijvoorbeeld ervaren hoe moeizaam het kan gaan als het einddoel nog niet helder is. Aan mij om dit in de toekomst sneller te herkennen en daar naar te handelen. Zo'n zelfde leerdoel zit ook in het voorbereiden van testsessies met de doelgroep, waar ik achteraf sales medewerkers voor heb gebruikt. Dan hoor ik, als expert op dat gebied mijn stem meer te laten gelden. Achteraf na de oplevering van het project is het natuurlijk nog mogelijk om te blijven sleutelen en aanpassingen te doen, maar ik weet zeker dat er details zijn die ik nu niet heb kunnen vinden/herkennen wat met de juiste invulling wel mogelijk was geweest. Zo blijkt opnieuw hoe belangrijk het is om in dit beroepenveld continu te blijven leren, reflecteren en jezelf te ontwikkelen.

Er kwamen ook andere moeilijke momenten aan bod. De wijziging van het resultaat van de afstudeeropgave en de onzekerheid daaromheen hadden invloed op mijn werk. Op bepaalde momenten wist ik niet goed waar ik verstandig aan deed en hoe ik het onderzoek zo voort kon zetten om toch weer resultaten te blijven behalen die ik nodig had. Pas na het bedrijfsbezoek en een gesprek met mijn begeleider achteraf kon ik deze onzekerheid achter me laten. Eigenlijk iets te laat.

Een ander belangrijk aspect in mijn traject was uiteraard de communicatie met mijn begeleider en andere medewerkers binnen Webstijl. Ik heb dit persoonlijk als zeer prettig ervaren. Vele vergaderingen, discussies, presentaties en interessante sessies heb ik meegemaakt tussen de werkzaamheden door en dat hielp mij om de primaire doelgroep betrokken te houden, kennis op te doen en scherp en alert te blijven.

Maar waar het natuurlijk allemaal om draait is het eindproduct en advies. Dat is in mijn ogen, na een verlengde periode alsnog geslaagd. Ik heb Webstijl kunnen leveren wat er in het begin van mij is gevraagd in een zeer complete vorm: een prototype, werkwijzes en een advies vormen het begin van een compleet nieuw productaanbod binnen Webstijl's dienstverlening. Ik sta de komende periode voor een nieuwe uitdaging, waarin ik verder de kans krijg om mijn product te implementeren in de dagelijkse processen waar Webstijl mee te maken heeft. Ook zal het een mooie testcase zijn om meer klanten bij mijn eindonderzoek te betrekken. Ik voel me er in ieder geval klaar voor om nu het beroepenveld in te gaan met een mooie start van mijn carrière bij het bedrijf die me deze kans heeft gegeven. Daarbij gaat mijn speciale dank nogmaals uit naar mijn begeleider Dyon Metselaar, en Webstijl directeur Nico de Jong.

Wouter Labots

Alphen aan den Rijn, oktober 2016

Bijlagen

1. Plan van Aanpak en afstudeeropgave

1. Aanleiding

Naar aanleiding van de afstudeerders afstudeertraject bij Webstijl B.V. (Vanaf nu geschreven als Webstijl) schrijft de afstudeerder dit plan van aanpak om de projectaanpak vast te leggen.

Gedurende het afstudeertraject gaat de afstudeerder voor Webstijl een onderzoek uitvoeren naar het gebruik van mobiele websites onder haar klanten en werknemers. Als resultaat adviseert de afstudeerder hoe Webstijl in de toekomst haar producten kan aanpassen om aan de huidige standaarden te kunnen voldoen, en zal de afstudeerder door middel van een prototype een werkwijze introduceren.

In dit rapport gaat de afstudeerder dieper in op de probleemstelling en resultaat, maar zal ook een planning ontwikkelen en de benodigde tools uitlichten waarvan de afstudeerder verwacht deze nodig te hebben.

2. Bedrijfscontext

Webstijl is in 2004 opgericht als een full-service internetbureau richting de MKB. Tegen scherpe prijzen levert Webstijl websites en indien van toepassing ook webshops en SEO optimalisaties aan de klant in een abonnementsvorm. Daarnaast adviseert Webstijl de klant over zijn online positie en biedt het actieve begeleiding in online campagnes.

Webstijl is gelegen in Alphen aan den Rijn en op dit moment een zeer snel groeiend bedrijf met 25 werknemers die intern en extern werken. Na het contracteren van een nieuwe klant gaat deze via de Webdesign afdeling een traject in waar in samenwerking met de Webstijl medewerkers een nieuwe website wordt gelanceerd. Na de oplevering van deze website zal deze worden overgedragen naar de Service afdeling waar de website continu zal worden onderhouden. De afstudeerder zal binnen de Webdesign afdeling werken waar het eerste contactmoment met de klant plaats zal vinden.

Andere afdelingen binnen Webstijl maar waar de afstudeerder (in)direct mee te maken krijgt zijn Sales, Administratie en de SEO afdeling.

Op dit moment is Webstijl zoekende naar de juiste aanpak van het publiceren van een mobiele variant van haar websites. Dit gaat op dit moment automatisch via de Wordpress plugin 'wp-touch' en het thema 'headway themes', maar het resultaat wat hieruit voortkomt biedt niet alle functionaliteiten en voldoet niet aan de norm van gebruikersvriendelijkheid waar een mobiele website van nu over kan beschikken. Zeker omdat Webstijl kwaliteit hoog in het vaandel heeft staan en de eisen en wensen van klanten over hun website toenemen is het belangrijk om te onderzoeken hoe Webstijl zich in de toekomst hier in kan verbeteren. Mijn taak is om te onderzoeken hoe dit kan, en hoe dit in de praktijk kan worden toegepast.

3. Probleemstelling

Op dit moment heeft Webstijl geen vaste aanpak op welke manier ze haar mobiele websites in de toekomst moeten ontwikkelen en hoe ze gebruikersvriendelijkheid van deze websites kunnen garanderen richting de klant. Daarnaast ontbreekt het inzicht wat de functionaliteiten van mobiele websites in de toekomst zullen zijn en aan welke eisen en wensen deze moeten voldoen.

4. Doelstelling

Met het uitvoeren van deze opdracht wil de afstudeerder binnen ongeveer 30 weken een werkwijze ontwikkelen waarbij Webstijl haar klanten in de toekomst kan helpen bij het realiseren van een succesvolle mobiele website. Webstijl's huidige websites voldoen niet meer aan de norm van functionaliteiten en gebruikersvriendelijkheid die mobiele websites van nu kunnen bieden.

5. Resultaat

Om de doelstelling van deze opdracht te bereiken zal aan het eind van het afstudeertraject een high-fi prototype en een adviesrapport worden opgeleverd en gepresenteerd richting de opdrachtgever en de doelgroep. Dit rapport zal voortkomen uit een iteratief ontwerp proces waarin de afstudeerder de huidige situatie zal onderzoeken, onderzoek zal doen naar de (echte) behoeftes van Webstijl en de klant, verschillende testsessies zal uitvoeren en interviews met de stakeholders en de doelgroep zal afnemen.

6. Op te leveren producten

Om het resultaat te bereiken zal de afstudeerder verschillende producten opleveren richting de opdrachtgever en aan de Haagse Hogeschool:

6.1. Richting de opdrachtgever

- Plan van aanpak
- Hi-fi prototype van een nieuw product
- Documentatie prototype en werkwijze
- Op aanvraag: interessante en opvallende bevindingen

6.2. Richting de Haagse Hogeschool

- Plan van aanpak
- Voortgangsverslag
- Uitwerking poster inclusief presentatie
- Hi-fi prototype van een nieuw product
- Documentatie prototype en werkwijze
- Afstudeerdossier

7. Methoden en technieken

Webstijl gebruikt op moment van schrijven een eigen werkwijze richting haar klanten. Wanneer een nieuwe klant bij Webstijl binnen komt wordt hij/zij door middel van een intakegesprek op de hoogte gesteld van onze werkwijze en het proces. Tijdens dit gesprek wordt ook het bedrijf of de onderneming van de klant besproken. Op basis van dit gesprek wordt er een eerste design uitgewerkt. Dit met als doel om de online identiteit van de klant vast te stellen. Onderwerpen in dit gesprek zijn o.a.:

- Is er al een oude website aanwezig?
- Is er een logo aanwezig?
- Welke kleuren komen er binnen het bedrijf terug?
- Is er een vaste opmaak die in de website terug moet komen?
- Welke producten worden er aangeboden?
- Zijn er aanvullende services?
- Heeft u al een idee over de invulling van de pagina's?

Na het opleveren van een eerste design heeft de klant vaak een kleine week om dit design te bestuderen en zijn op- en aanmerkingen te geven. Telefonisch worden deze dan doorgenomen en afhankelijk van het aantal correctierondes die de klant heeft gekozen

herhaalt dit proces zich weer. Meestal is na één à twee correctierondes het akkoord met de klant bereikt. Vervolgens wordt de website gerealiseerd en opgeleverd. Als er aanvullende producten zijn gekocht zoals SEO optimalisatie of een bedrijfsvideo dan worden deze naderhand toegevoegd/gemaakt.

Natuurlijk is de klant altijd koning, maar wat vaak voor komt is dat klanten zelf nog niet goed weten wat ze willen. Ze hebben vaak wel een idee over content, contactinformatie, maar dit is vaak niet heel efficiënt. Als Webstijl moeten wij de klant vaak bijsturen en informeren over online mogelijkheden waarbij er zoveel mogelijk rendement kan worden behaald. Er is dan altijd wel een risico dat de klant botst met de werkwijze. Het is daarom zaak om altijd ideeën en aanpassingen vanuit onze kant goed te onderbouwen.

Wanneer het proces is voltooid wordt de website overgeleverd aan afdeling Service, die in contact blijft met de klant. Zo kunnen er SEO bijstellingen worden gedaan, conversie controles, content en lay-out wijzigingen, etc. Ook voor algemene vragen over online conversie kan de klant altijd contact opnemen met Webstijl. Via deze werkwijze hoopt Webstijl een langdurige relatie met de klant op te bouwen.

7.1. Webstijl's werkwijze vergeleken met de CMD methode

Als de afstudeerder de Webstijl werkwijze vergelijkt met de CMD methode die is aangeleerd dan komt de afstudeerder niet veel overeenkomsten tegen. Webstijl maakt wel veel gebruik van (telefonische) interviews, en gebruikt iteratie momenten om het product te optimaliseren. Ze gebruiken ook ervaring van andere (succesvolle) websites en gebruiken dit als basis voor een nieuwe website.

Het komt helaas ook vaak voor dat deze iteraties niet tot een goed product lijden, omdat er vooraf geen grondig onderzoek wordt gedaan naar bijvoorbeeld de doelgroep en zijn behoeftes. Hier liggen veel mogelijkheden voor Webstijl om in de toekomst een meer doordacht product neer te zetten. Een voorbeeld is het inzetten van een mobiele website of responsive website. Terwijl dit probleem had kunnen worden voorkomen als er werd gekeken naar waar de doelgroep nou echt naar op zoek is.

7.2. Mijn werkwijze

Om een sterk product neer te zetten wil de afstudeerder gebruik maken van de CMD methode. Dit omdat deze methode voor mij na het al vele malen te hebben gebruikt erg vertrouwd is en de afstudeerder deze goed begrijpt. En nog belangrijker: wat de afstudeerder er mee bereikt. Een opsomming van tools die de afstudeerder verwacht te gebruiken zijn opgenomen in mijn planning.

8. Werkzaamheden

Zoals eerder vermeld is het lastig uit te plannen wat er gedurende het project nodig is om tot een goed eindresultaat te komen. In onderstaand schema probeert de afstudeerder op overzichtelijke wijze het traject uit te stippelen. Deze planning is onder voorbehoud en datums kunnen nog gewijzigd worden.

8.1. Planning

1. Inwerktraject	Week / Datum
Wordpress	Week 1
Headway	Week 1
WP-Touch	Week 1
2. Fase Look & Listen	
Literatuuronderzoek	Week 2 - 6
Brainstorm sessies	Week 2
Interviews voorbereiden	Week 2
Beschrijving huidige systemen en werkwijze	Week 2
Opleveren plan van aanpak	19 februari 2016
Beschrijving gewenste werkwijze	Week 3
Interviews uitvoeren	Week 3
Resultaten interviews uitwerken in infographic	Week 4
Schematisch gebruik mobiele websites Webstijl klanten	Week 4
Bedrijfsbezoek	Week 4
Benchmarking	Week 5
Gebruik mobiel internet in schema	Week 5
Voorlopige conclusie	Week 6
Evaluatie, reflectie en eventueel iteratie	Week 6
Ruimte voor aanpassingen en feedback	Week 7
3. Fase Create Concepts	
Persona's (klant en medewerker)	Week 7
Opleveren voortgangsverslag	Week 7
User-needs	Week 8
Evaluatie, reflectie en eventueel iteratie	Week 8
Ruimte voor aanpassingen en feedback	Week 9
4. Fase Design Details	
Definitie tussenconcept (Prototype)	Week 10

Opbouw tussenconcept (Prototype)	Week 10
Wireframes en annotaties	Week 10
Pre-testing tussenconcept (Prototype)	Week 11
Scenario's (klant en medewerker)	Week 12
Testsessie prototype voorbereiden	Week 13
Testsessie met medewerkers uitvoeren	Week 13
Evaluatie, reflectie en eventueel iteratie	Week 13
Tussentijds assessment	Week 13
Ruimte voor aanpassingen en feedback	Week 14
Fase Realisatie	
Conclusies en resultaten	Week 15
Presentatie werkwijze naar personeel Webstijl	Week 15
Uitwerking product werkwijze	Week 16
Uitwerking product werkwijze	Week 16
Advies	Week 16
Ruimte voor aanpassingen, feedback en afsluiting	Week 17

Verlenging	Week / Datum
Opstartgesprekken school Invulling werkwijze bepalen Tussenconcept uitwerken	Week 34
Ontwikkelen werkwijze (eindproduct) Verslagen	Week 35
Presentatie CloudPress	Week 36
Ontwikkelen werkwijze (eindproduct) Verslagen	Week 37
Ontwikkelen werkwijze (eindproduct) Verslagen	Week 38
Ruimte voor aanpassingen en correcties	Week 39
Deadline: Uploaden en inleveren afstudeerdocumenten	Week 40

8.2. Deadlines

In onderstaand schema heeft de afstudeerder alle deadlines op een overzichtelijke manier bij elkaar geplaatst. De data in dit schema zijn onder voorbehoud en kunnen gedurende het project nog gewijzigd worden.

Datum / Week	Product / Activiteit
19 februari 2016	Opleveren plan van aanpak
Week 4 (25%)	Bedrijfsbezoek begeleidend docent
Week 7 (45%)	Opleveren voortgangsverslag aan begeleidend docent
Week 10 (60%)	Dossier bespreking en poster presentatie
Week 13 (80%)	Tussentijds assessment
3 oktober 2016	Opleveren afstudeerdocumenten

2. Voortgangsverslag

Door: Wouter Labots
Bedrijf: Webstijl B.V.
Datum: 14 maart 2016

Al zes weken ben ik nu onderweg met mijn afstudeertraject bij Webstijl. Terugkijkend is de tijd gevlogen, waarin ik naar mijn idee een succesvolle start heb gehad. De eerste weken stonden vooral in het teken van inwerken en heel veel informatie verzamelen voor een zo sterk mogelijke basis. Nu ben ik op een punt gekomen waarin ik deze informatie ga gebruiken in mijn zoektocht naar een ideale oplossing waarin Webstijl haar mobiele websites in de toekomst kan ontwikkelen. Ik heb stiekem al wat ideeën, maar deze zijn nog niet concreet genoeg of onderbouwd. Ik hoop dat ik de juiste stukjes informatie kan vinden om hier een mooi geheel van te maken. De komende weken zullen daarom in teken staan van bestaande tools en oplossingen waar ik mijn oog op heb laten vallen goed onderzoeken of dit ook echt binnen Webstijl past.

Dinsdag 8 maart is ook mijn begeleider Stephanie van der Meer langs geweest bij Webstijl. Samen met mijn begeleider vanuit Webstijl, Dyon Metselaar hebben we een goed gesprek gehad over de eerste weken van mijn onderzoek en hoe we de komende weken gaan indelen. Er zijn veel ideeën om ook bestaande klanten bij mijn onderzoek te betrekken en op deze manier ook al direct mijn werkwijze in de praktijk te brengen. Het was echter nog wel een beetje onduidelijk hoe mijn eindresultaat er precies uit gaat zien. Natuurlijk komt er een gedetailleerd rapport waarin ik mijn onderzoek vanaf dag 1 heb beschreven, maar daarnaast is het eindresultaat nog een beetje onduidelijk. De komende week zal ik daar een knoop over gaan doorhakken zodat ik ook weet waar ik naar toe kan werken.

Vorige week vrijdag heb ik ook een tussentijdse presentatie gegeven aan mijn collega's van Webstijl tot nu toe. Ik heb o.a. voorlichting gegeven over algemeen mobiel internet gebruik en hoe we verschillende ontwerp benaderingen zoals mobile first kunnen gaan inzetten voor onze producten. De presentatie werd erg goed ontvangen en ook hier heb ik goede feedback uit kunnen halen die me verder kan helpen richting een goede oplossing. Mijn collega's waren in ieder geval alvast enthousiast! Over een aantal weken hoop ik nog een keer een vergelijkbare presentatie te doen die dan al meer gericht is op het eindresultaat. Het zou leuk zijn als ik dan ook al een werkend product kan laten zien.

Tot op heden kijk ik met een goed gevoel terug en tot nu toe is het gehele traject me ook goed meegevallen. Ik heb hier goede mensen om me heen die me wanneer nodig een zetje in de goede richting kunnen geven. Er is nog meer dan genoeg werk te verzetten maar als het zo door gaat moet het zeker goed komen!

3. Poster presentatie aan de Haagse Hogeschool

Samen met mijn begeleider heb ik dinsdag 5 april de poster presentatie sessie aan de HHS bezocht. Als onderdeel van mijn afstuderen heb ik een poster ontworpen die discussie oproept om in gesprek te gaan met andere studenten, met als doel om tot nieuwe inzichten te komen.



Bijlage figuur 1: De gebruikte poster tijdens de presentaties.

Als titel heb ik gekozen voor voor een pakkende en interesse opwekkende tekst. Het is wel allesomvattend, omdat dit de kern is van het probleem van conversie op mobiele telefoons. In het tweede blok is gekozen voor termen die tijdens het onderzoek veel aan bod zijn gekomen. Afsluitend, in het derde blok staan vier verschillende vraagstukken geplaatst waarover gediscussieerd kan worden. De poster is simpel opgebouwd, maar biedt voldoende voer voor discussies en het uitwisselen van gedachten.

De gesprekken over de poster en de inzichten daaruit vielen helaas tegen. Er waren veel geïnteresseerde mensen in het project omdat de titel voor velen herkenbaar was. Deze mensen konden me echter niet helpen bij het vinden van nieuwe inzichten. De gesprekken die zijn gevoerd waren prettig en herkenbaar, maar helaas bestaat er nog geen goede oplossing voor het probleem om meer conversie te halen uit mobiele webshops. Dit stukje markt is nog erg in groei en een goede oplossing is simpelweg nog niet zomaar beschikbaar, al hangt dat natuurlijk heel erg van de doelgroep af. Het delen van de opgedane kennis was wel erg prettig, zeker als mede afstudeerders in hetzelfde vaarwater zitten.

4. Verslag conceptbespreking

Als feedback moment halverwege het afstudeertraject heb ik, 19 april, samen met mijn begeleider vanuit school, Stephanie een conceptbespreking gehad over mijn producten tot nu toe. Ter voorbereiding op dit gesprek heb ik enkele concept documenten toegestuurd van mijn uitwerkingen, waarop ik feedback heb ontvangen.

Gedurende het gesprek hebben we het voornamelijk over de Create Concepts fase gehad, waar ik op dat moment in zat, en met name de verslaglegging hiervan. Daaruit bleek dat de achterliggende keuzes en onderbouwingen van mijn uitwerkingen nog miste en dat de stukken evaluatie en reflectie tussen de producten door beter apart konden worden besproken. Daarnaast is mij ook uitgelegd hoe het complete eindtraject vanuit school er uit komt te zien. Beginnende bij de controle lijsten, het tussentijds assessment gesprek (TTA) en het inlever moment.

Er waren ook nog een aantal kleine vragen over de manier van verslaglegging. Deze vraagstukken hebben we besproken en hierop heb ik duidelijke antwoorden gehad. De manier van feedback ontvangen ging in mijn ogen wat lastiger. Het kwam tijdens het gesprek steeds vaker voor dat we langs elkaar heen praatten over bepaalde onderwerpen of elkaar niet goed begrepen. Dit zorgde zo nu en dan voor wat verwarring. Het kwam vooral omdat iedereen andere termen voor de documenten gebruikt. Door soms weer even opnieuw te beginnen over een onderwerp of een voorbeeld te geven hebben we deze verwarring opgelost.

Ter afsluiting van het gesprek was Stephanie ook erg benieuwd naar mijn plekje binnen het bedrijf en hoe ik het afstudeertraject tot nu toe vond gaan. Ik vond het fijn om ook even over andere dingen te praten dan enkel de opdracht.

De bespreking was voor mij zeer nuttig. Door een gesprek als deze is het mogelijk om al je vragen even op tafel te leggen en hier direct weer antwoord op te krijgen. Daarnaast heb ik met de verkregen feedback weer meer dan genoeg aanknopingspunten om mijn verslag te verbeteren.

5. Feedback uit het TTA

Tussentijds assessment CMD

Student: Wouter Labots Studentnummer: 12054399
Examinator 1: Stephanie van der Meer Examinator 2: Christian Detweiler
Datum: 17-05-2016 eerste / tweede TTA: Eerste

Tijdens het tussentijds assessment is het volgende geconstateerd:	ja	nee
a Het voortgangsverslag is ontvangen	x	
b Het afstudeerdossier is digitaal beschikbaar	x	
c Het plan van aanpak is aanwezig	x	
d Formulier conceptbespreking is aanwezig (is reeds naar student verzonden)		x
e Het afstudeerdossier geeft voldoende inzicht in de stand van zaken	x	
f De afstudeeropdracht is tot nu toe naar behoren uitgevoerd	x	

Advies examinatoren (niet bindend)

Aankruisen welk advies de student heeft gekregen

x	Inleveren
	Verlengen
	Stoppen

Besluit student

Aankruisen welke beslissing de student heeft genomen

x	Afstudeerdossier wordt op afgesproken datum ingeleverd	Inleverdatum: : 03-06-2016
	Afstudeerperiode wordt verlengd	Inleverdatum:
	Student stopt met afstudeeropdracht	

Korte samenvatting hoofdpunten feedback TTA

Het is niet geheel duidelijk welk probleem er wordt geadresseerd. Aanvankelijk lijkt het te gaan om het ontwikkelen van een werkwijze voor het realiseren van mobiele websites, waarbij medewerkers van de opdrachtgever de doelgroep zijn. Later lijkt het te gaan om het daadwerkelijk ontwikkelen van een mobiele website voor de opdrachtgever, waarbij klanten van de opdrachtgever de doelgroep zijn. Het verslag zou gebaat zijn bij een duidelijker onderscheid tussen deze doelstellingen. Als de opdracht primair gaat om het ontwikkelen van een werkwijze, dan krijgt de mobiele site van Webstijl onevenredig veel aandacht. Als het ontwikkelen van een mobiele site voor Webstijl een middel is om een werkwijze voor het ontwikkelen van mobiele sites te illustreren, dan zou die werkwijze nog apart als beroepsproduct opgeleverd moeten/kunnen worden.

Afstudeerverslag is verder in huidige vorm wat lastig te volgen – er worden bijvoorbeeld in de tekst abrupte sprongen gemaakt tussen achtergrondinformatie (1.1) en interviews (1.2).

Competentie			
1. Look and listen.			
1A. Analyseren en begrijpen van de opdracht. Onderzoekt zelfstandig de probleemstelling en stelt een debriefing met planning op aan de hand van zelf gekozen methoden voor een opdracht in een lastige context.	Het ontwerpprobleem wordt inhoudelijk onderzocht en begrepen.		
	Hoofd- en bijzaken worden onderscheiden en hoofdzaken krijgen aandacht in de rapportage.		
	Feedback		
	De debriefing geeft een weergave van de inhoud en complexiteit van de opdracht.		
	De debriefing past bij de complexiteit van de opdracht en getuigt van inzicht in de gegeven probleemstelling of onderzoeksvraag.		
	Feedback		
	De analyse van de opdracht is vertaald naar een planning voor het project.		
	De planning is compleet.		
	Feedback		
1B. Businessdoelstelling uitwerken en user needs verzamelen. Kan zelfstandig in een lastige context met behulp van een passende techniek een gebruikersonderzoek doen, verantwoorden en presenteren waarin de samenhang tussen business goals en user needs van de opdracht naar voren komt.	Er is onderzoek gedaan naar business goals en user needs, leidend tot requirements.		
	De organisatie en gebruiker staan aangetoond centraal in het onderzoek. De requirements zijn gebaseerd op de conclusies van het onderzoek en geven voldoende beeld waaraan het ontwerp moet voldoen.		
	Feedback		
1C. Context onderzoeken. Onderzoekt zelfstandig op passende wijze gebruiksomstandigheden vanuit meerdere invalshoeken.	Onderzoek naar de context of gebruiksomstandigheden leidt tot helder beeld daarvan.		
	Er is een helder beeld van de context of gebruiksomstandigheden. Keuzes en conclusies zijn (soms indirect) afgeleid uit de onderzoeksresultaten.		
	Feedback		
	Er is een geschikte onderzoeksmethode toegepast.		
	Onderzoeksmethode is geschikt.		
	Feedback		
	Gebruikte bronnen zijn betrouwbaar en relevant.		
	Bronnen zijn betrouwbaar en relevant.		

Competentie				
		Feedback		
Opmerkingen: Het ontwerpprobleem is aanvankelijk niet geheel helder – het lijkt erop dat je een aanpak wil ontwikkelen voor het realiseren van mobiele websites. In de doelstelling wordt vervolgens gesproken over een adviesrapport en een hi-fi prototype. Het is onduidelijk waarvan dit een hi-fi prototype moet worden – is het een mobiele website die ontwikkeld is volgens de voorgestelde werkwijze? In het daaropvolgende onderzoek wordt de context wel goed onderzocht door middel van literatuuronderzoek en onderzoek naar de huidige werkwijze van de opdrachtgever. Er lijkt een switch te komen in de opdracht – daar zou iets meer op gereflecteerd kunnen worden, en op welke gebruikers er uiteindelijk werden gekozen.				
2. Create Concepts.				
2A. Ontwerprichtingen creëren in conceptvorm. Kan zelfstandig op basis van een passende methode verschillende ontwerprichtingen creëren uitgaande van user needs en deze in business goals en conceptvorm verantwoorden aan diverse stakeholders.	Het ontwerpproces is een user-centered design proces.			
	De gebruiker staat centraal in het vaststellen van ontwerpisen en het uitwerken van concepten.			
	Feedback			
	In het ontwerpproces is de oplossingsruimte creatief verkend.			
	Het proces is iteratief en reflectief en leidt tot een beargumenteerde oplossingsrichting.			
	Feedback			
2B. Concept concretiseren. Maakt zelfstandig in een lastige context aan de hand van user needs en business goals een keuze uit ontwerprichtingen en concretiseert deze in een concept.	Het ontworpen concept is duidelijk en gestoeld op onderzoek.			
	Het concept is helder gepresenteerd en beargumenteerd vanuit de conclusies uit het onderzoek.			
	Feedback			
	Het ontworpen concept beantwoordt aan de business goals en user needs.			
	Het concept is een relevant antwoord op de probleemstelling en is een acceptabel voorstel, qua strategie & concept.			
	Feedback			
Opmerkingen: Gebruiker wordt betrokken bij het proces, bijvoorbeeld in een co-creatiesessie, wat blijkt geeft van een user-centered proces. Ook worden elders medewerkers betrokken voor feedback. Het ontworpen concept is gebaseerd op een deel van het onderzoek (niet op het deel over frameworks en tools). Minder duidelijk is hoe het ontworpen concept beantwoordt aan de business goals en user needs. Het ontworpen concept lijkt een mobiele versie van de site van Webstijl te zijn, terwijl de probleemstelling gaat over het ontwikkelen van een werkwijze voor het ontwikkelen van mobiele sites.				

Competentie				
3. Design Details.				
3A. Informatiearchitectuur ontwerpen. Kan volgens een zelf gekozen methode binnen een lastige context gegevens identificeren en hiervoor een informatiestructuur ontwerpen.	Er is een informatiestructuur ontworpen die aansluit bij gebruiksbehoeften.			
	De gebruiker is meegenomen in het vaststellen van ontwerpeisen en het uitwerken van een informatiearchitectuur.			
	Feedback			
3B. Handelingen en feedback ontwerpen. Kan zelfstandig volgens geschikte methoden de task flow, de functionele specificaties en het gedrag van een digitale toepassing ontwerpen in de vorm van een interactiemodel van gebruikshandelingen en systeemfeedback.	Er is een interactieontwerp gemaakt dat aansluit bij gebruiksbehoeften.			
	De gebruiker is meegenomen in het vaststellen van ontwerpeisen en het uitwerken van een interactie-ontwerp. De interactie en gebruikersbeleving zijn beargumenteerd.			
	Feedback			
3C. Ontwerpen user interface en maken visueel ontwerp. Kan zelfstandig het interactiemodel vertalen naar een user interface ontwerp, maakt daarin een keuze in interactie elementen, bepaalt de opbouw van de interface en maakt een visueel ontwerp.	Het ontwerp voldoet aan de eisen die aan het ontwerp gesteld werden.			
	Het ontwerp voldoet voldoende aan de eisen die aan het ontwerp gesteld werden.			
	Feedback			
	Het ontwerp beantwoordt aan de business goals en user needs.			
	Het ontwerp is een relevant antwoord op de probleemstelling en er is een acceptabel ontwerp, qua interactie & (visueel) design.			
	Feedback			
3D. Maken van een low-fidelity prototype. Kan zelfstandig een juiste keuze maken tussen soorten low-fidelity prototypes om de feedback te verzamelen over de gewenste aspecten van het ontwerp.	Er is een low-fidelity prototype dat de functionaliteit van het ontwerp effectief communiceert.			
	Het prototype communiceert duidelijk de functionaliteit van het ontwerp.			
	Feedback			
Opmerkingen: Informatiearchitectuur is aanwezig. Het is lastig na te gaan of het aansluit bij de gebruiksbehoeften – de geïdentificeerde gebruikersbehoeften zijn voor medewerkers en klanten die al een mobiele site hebben, terwijl de mobiele site die wordt ontworpen gericht lijkt te zijn op potentiële klanten (dus een andere doelgroep). Interactieontwerp idem. UI en visueel idem. Low-fi prototype communiceert effectief functionaliteit				

Competentie				
4. Realise.				
4A. Vervaardigen van een werkend high-fidelity prototype. Maakt zelfstandig, met zelfgekozen tools, een werkend high-fidelity prototype van een ontwerp en kan daarmee gebruiksfeedback verzamelen om het concept te verifiëren.	Er is een high-fidelity prototype dat de kwaliteiten van het ontwerp effectief communiceert.			
	Het prototype communiceert duidelijk de kwaliteiten van het ontwerp.			
	Feedback			
4B. Rekening houden met de technische eisen van de omgeving waarin een digitale toepassing geïmplementeerd moet worden. Kan zelfstandig het ontwerp van een digitale toepassing afstemmen op de grenzen van de technische mogelijkheden waarbinnen de toepassing geïmplementeerd kan worden en kan optreden als gesprekspartner voor technische experts.	Het ontwerp is afgestemd op de technische mogelijkheden.			
	Het ontwerp is realiseerbaar en maakt gebruik van de technische mogelijkheden.			
	Feedback			
Opmerkingen: High-fidelity prototype communiceert duidelijk de kwaliteiten van het ontwerp, en is sterk afgestemd op de technische mogelijkheden.				
5. Evalueren en testen tijdens alle fasen van het ontwerpproces.				
Kan zelfstandig in alle fasen van het ontwerpproces evalueren en valideren op basis van behoeften, wensen en eisen van de belanghebbenden. Kan aan de hand van relevante richtlijnen van de beroepsgroep conclusies trekken uit de feedback ten aanzien van het ontwerp en het ontwerpproces.	Het ontwerp is gevalideerd met belanghebbenden.			
	Er is gevalideerd met subjecten uit de doelgroep.			
	Feedback			
	Evaluatie-/testresultaten zijn geanalyseerd en conclusies zijn getrokken t.a.v. het ontwerp.			
	Heldere analyse en conclusies.			
	Feedback			

Competentie			
Opmerkingen: Het is onduidelijk in hoeverre het ontwerp gevalideerd is met subjecten uit de doelgroep. Wel is er een co-creatiesessie uitgevoerd om de wensen tav functionaliteit bij de doelgroep op te halen. Er zijn wel twee soorten tests uitgevoerd – een expert review en een test met de secundaire doelgroep. De resultaten worden geanalyseerd en er worden conclusies uit getrokken. Het is op dit moment niet duidelijk wat er met de conclusies wordt gedaan. Het is wel verwarrend dat nieuwe klanten hierbij nog als secundaire doelgroep worden aangeduid. De mobiele site van Webstijl wordt getest. De site is, afgaand op de sitemap, hi-fi prototype, etc., primair gericht op klanten van Webstijl, en niet op medewerkers. Het is daarom opvallend dat klanten hier als secundaire doelgroep worden aangeduid.			
6. Kiezen van de aanpak			
6A. Kiezen methode(n) en technieken bij een user-centered ontwerpproces. Is in staat om zelfstandig een eigen user-centered ontwerpproces in een lastige context in te richten en te verantwoorden met behulp van geschikte methoden en technieken.	Methoden en technieken zijn gekozen om gebruiksbehoeften te achterhalen en oplossingen te creëren in een user-centered ontwerpproces.		
	Gekozen methoden en technieken zijn geschikt.		
	Feedback		
	Er is een volledig ontwerpproces dat in samenhang is uitgevoerd.		
	De benodigde ontwerpfasen zijn doorlopen en zijn in samenhang uitgewerkt.		
	Feedback		
6B. Kiezen projectbeheersingsmethode. Kan zelfstandig op basis van een opdracht in een lastige context een geschikte projectbeheersingsmethode kiezen en een beheersingstraject inrichten.	De methode voor projectbeheersing is geschikt en adequaat toegepast.		
	Het project is methodisch beheerst, de aanpak is afgestemd op de context, doelstellingen en middelen.		
	Feedback		
6C. Reflecteren op de aanpak. Kan zelfstandig reflecteren op het resultaat in relatie tot eigen aanpak van een opdracht in een lastige context en in relatie tot actuele ontwikkelingen in het vakgebied.	Er is goed gereflecteerd op de aanpak.		
	Student reflecteert voldoende op de projectaanpak		
	Feedback		
	Er is adequaat gereageerd op veranderingen in de context en/of in het project.		
	Student heeft op gepaste wijze afgeweken van of vastgehouden aan het plan van aanpak.		
	Feedback		

Competentie			
Opmerkingen: Er worden methoden en technieken gebruikt om de behoeften van medewerkers ten aanzien van de te gebruiken tool, CloudPress. Bij dezelfde groep worden functionaliteiten opgehaald voor de mobiele site van Webstijl. Het lijkt er niet op dat er bij de daadwerkelijke eindgebruikers van die site behoeften worden opgehaald. Er wordt niet expliciet een methode voor projectbeheersing toegepast, behalve het indelen van het project in de fasen Create Concepts, etc., wat genoeg houvast lijkt te geven. Student reflecteert op zijn handelen en aanpak, en lijkt redelijk te reageren op veranderingen in het project.			
7. Inzicht verwerven in (nieuwe) toepassingsdomeinen.			
Kan zelfstandig de specifieke kennis van een nieuw toepassingsdomein verwerven en vertalen naar kaders voor een ontwerp in een lastige context.	Er is onderzoek gedaan in het toepassingsdomein.		
	Het onderzoek heeft geleid tot inzicht in het toepassingsdomein.		
	Feedback		
	Er is een oplossingsrichting bepaald die beantwoordt aan de problemen in het toepassingsdomein.		
	Inzicht in het toepassingsdomein is vertaald in heldere ontwerpkaders en oplossingen.		
	Feedback		
Opmerkingen: Student heeft uitgebreid onderzoek gedaan in het toepassingsdomein – met name naar tools voor het realiseren van mobiele websites. De uiteindelijke oplossingsrichting – een mobiele site voor Webstijl, beantwoordt niet aan die toepassingsdomein. Wel is die ontwikkeld op basis van heldere ontwerpkaders.			

Competentie				
8. Functioneren als kenniswerker.				
8A. Toepassen resultaten onderzoek. Selecteert en gebruikt zelfstandig actuele wetenschappelijke informatie bij het zoeken naar de oplossing van een probleem in een lastige context.	Actuele, betrouwbare en relevante bronnen zijn correct gebruikt.			
	Er zijn diverse en voldoende bronnen gebruikt en er is correct gerefereerd.			
	Feedback			
	Wetenschappelijke informatie is effectief ingezet bij het nemen van ontwerpbeslissingen.			
	Ontwerpbeslissingen zijn helder onderbouwd op basis van resultaten uit onderzoek.			
	Feedback			
8B. Praktijkgericht onderzoek doen. Kan zelfstandig een opdracht in een lastige context vertalen naar onderzoeksvragen en een passend onderzoeksplan en werkt daarin als reflective practioner met betrekking tot de ontwikkeling van kennis over de context en het vakgebied CMD.	Relevante en passende onderzoeksvragen zijn geformuleerd.			
	De geformuleerde onderzoeksvragen zijn relevant en passend bij de opdracht.			
	Feedback			
	Passende onderzoeksactiviteiten zijn opgezet en uitgevoerd.			
	De onderzoeksactiviteiten zijn qua methode, techniek en haalbaarheid passend gekozen en correct uitgevoerd.			
	Feedback			
	Uit het onderzoek worden heldere conclusies getrokken die tot een advies of ontwerpbeslissingen kunnen leiden.			
	De onderzoeksresultaten zijn helder geanalyseerd en conclusies zijn getrokken m.b.t. de mogelijke implicaties voor het vervolg.			
Feedback				
Opmerkingen: Student verricht uitgebreid onderzoek, en de gevonden informatie wordt effectief ingezet bij het nemen van (ontwerp)beslissingen. De gevonden informatie is niet per se wetenschappelijk, maar wel relevant. Er worden heldere conclusies uit getrokken.				

Competentie			
9. Verantwoordelijkheid nemen voor jezelf en anderen.			
9A. Je eigen leerproces vormgeven. Is in staat om zelfstandig zijn eigen leervragen over het vakgebied van CMD te formuleren en weet met welke strategieën hij zich verder kan ontwikkelen.	Student kan aangeven wat hij/zij nog wil leren in het vakgebied.		
	Student geeft blijk van inzicht in eigen kunnen en wat nog ontwikkeld moet worden.		
	Feedback		
	Student kan constructief met feedback omgaan.		
	Student kan feedback zakelijk opvatten en op zijn werk betrekken, neemt het niet persoonlijk.		
	Feedback		
9B. Hanteren van je maatschappelijke verantwoordelijkheid Is in staat om bij het bedenken van oplossingen voor de opdrachtgever de invloed van het ontwerp op de maatschappij in te schatten.	Uit de verantwoording van het ontwerp blijkt dat over maatschappelijke effecten is nagedacht.		
	Ontwerpbeslissingen kunnen worden verantwoord, m.b.t. maatschappelijke effecten.		
	Feedback		
Opmerkingen:			
10. Functioneren in (internationale) organisaties.			
10A. Je plek vinden in een organisatie. Neemt zijn eigen plek in de beroepsomgeving in en kent zijn taken en verantwoordelijkheden daarbinnen.	De documentatie en/of presentatie geven blijk van een eigen rol en verantwoordelijkheden.		
	Rol en verantwoordelijkheden zijn voldoende duidelijk en van voldoende niveau.		
	Feedback		
10B. Communiceren in organisaties. Kan zelfstandig een adviesproces uitvoeren en alle belanghebbenden binnen en buiten de organisatie daarbij betrekken.	In het project is actief gecommuniceerd met belanghebbenden.		
	Belanghebbenden zijn op correcte en effectieve wijze betrokken.		
	Feedback		
	De presentatie van het projectresultaat geeft inzicht in de kwaliteiten daarvan.		

Competentie			
		De presentatie en verdediging zijn overtuigend, zowel qua boodschap en argumentatie als middel.	
		Feedback	
10C. Projectmatig werken. Gaat zelfstandig in een lastige context samenwerkingsrelaties aan met alle belanghebbenden gericht op het behalen van gemeenschappelijke doelen en rekening houdend met risico's, planning en rollen.		Het project is planmatig en methodisch aangepakt en op veranderingen is adequaat gereageerd.	
		De aanpak in het project is passend en effectief geweest en gaande het proces is bewust met veranderingen omgegaan.	
		Feedback	
Opmerkingen: Uit de documentatie blijkt dat de student een duidelijke rol heeft en verantwoordelijkheid neemt. Er lijkt met belanghebbenden actief gecommuniceerd te zijn			
11. Denken en handelen als een ontwerper.			
Functioneert als beginnend beroepsbeoefenaar en staat daarbij in een actieve verhouding tot de beroepspraktijk. Denkt actief na over zijn beroep op metaniveau. Ontwikkelt een carrièreperspectief.		De student heeft een beeld van het vakgebied en weet zicht daarin te positioneren.	
		De student heeft een goed beeld van wat het vakgebied inhoudt en neemt daarin een positie.	
		Feedback	
Houdt ontwikkelingen in de samenleving in relatie tot zijn vakgebied in de gaten en ontwikkelt een eigen visie hierop. Is in staat om op zijn eigen werk te reflecteren op basis van het werk van ontwerpers en ontwerpstromingen in zijn vakgebied.		De student kan reflecteren op het vakgebied, het eigen werk en dat van anderen.	
		De student kan beredeneerd spreken over het vakgebied en in vaktermen discussiëren over de rollen en kwaliteiten daarbinnen.	
		Feedback	