



PORTFOLIO



Angelina Coffie

2-12-2024

537166@student.fontys.nl

Inhoud

Inhoud	1
Introduction week Fast Forward.....	2
Idee	2
Prototype	2
Reflectie	3
Project 1: Branding	4
Moodboard en logo's.....	4
Persona's.....	8
Brandguide typography.....	11
Posters	12
Portfolio.....	17
Portfolio ideeën.....	17
Trello	18
Moodboard	18
Portfolio inspiraties	19
Wireframe.....	22
HTML/CSS	26
Cursor en scrollbar.....	31
Wolken en floating plane	32
Eigen logo	33
Hera	34
Version control.....	34
Usertesting	35
Project 2: Hike One.....	36
Usertesting Zilveren Kruis	36
Usertesting ZEKUR	40
Heuristic Evaluation	46
Career day	55
Codecademy	56
Personality test	57
Bronnen.....	58

Introduction week Fast Forward

Dit semester zijn we gestart met de Fast Forward introductieweek. We moesten samen tot een idee komen op het gebied van ICT dat in 2050 werkelijkheid zou kunnen worden. Daar hadden we een week de tijd voor. Vrijdag presenteerde we ons idee aan verschillende docenten en studenten.

Idee

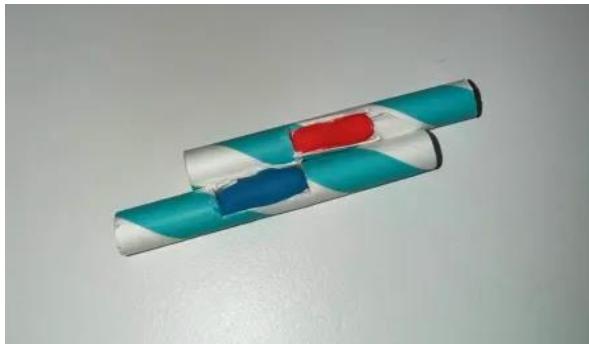
De eerste dag kregen we de opdracht om een ‘What if’ statement te definiëren. Het idee waar we op kwamen: “wat is er geen supermarkten meer zijn?”. En het idee was een pil die je inneemt, waar genoeg voedingsstoffen in zitten en je het op een hele andere beleving meemaakt. Het kan zijn dat wanneer je zo’n pil inneemt dat je bijvoorbeeld pasta in Italië aan het eten bent.

Prototype

Op de donderdag moesten we een prototype maken. Ik heb een fysieke prototype gemaakt. Een rietje met Play-doo . De play-do stelt voor als de pil en het rietje is waar de pil in moet gaan, want de pil gaat uiteindelijk in je arm. Ook heb ik AI afbeeldingen laten generen die de toekomst in dit scenario kunnen uitbeelden.

Fysieke prototype AI afbeeldingen





Dit zijn de prototypes die zijn gemaakt, dit is gemaakt van Play-Doh en een rietje.

Reflectie

Terwijl we bezig waren met het verzinnen van ideeën, kregen we steeds feedback dat het idee veel gekker kan zijn, we kwamen op ideeën die niet gek genoeg waren of dingen die er al een beetje zijn. Want 2050 is nog ver weg, maar heel veel technologieën hebben we nu al. Wat ik hier van geleerd heb, is om je ideeën alle kanten op te laten gaan, ookal is het heel gek of nieuw.

Project 1: Branding

Moodboard en logo's

Voor dit project zijn we aan de slag gegaan met de branding voor een zanger en zangeres die aankomende april een kroegentocht gaan doen in de bruine cafés van Eindhoven.

Moodboard:

Woody had ons een presentatie gegeven over wij hij en Truus de Groot zijn. Hij heeft ook wat filmpjes laten zien over wat ze al samen hebben gedaan. Uit die presentatie kreeg ik de indruk dat zij smartlappen muziek zingen voor een wat ouder publiek in een bruine kroegen en daar heb ik mijn eerste moodboard op gebaseerd. Bruine kroegen, donkere kleuren en muzieknoten die ik in mijn moodboard heb gezet.



Vanuit hier ben ik begonnen met het maken van logo's gebaseerd op mijn moodboard. Verder ben ik online gaan zoeken wat allemaal te maken heeft met kroegen en smartlappen. Ik kwam op het idee over de barstoelen die zich in de kroegen bevinden en de microfoon voor het zingen in de kroegen. Ook zag ik voorbeelden van logo's met letters en dat heb ik gebruikt met de namen van Woody en Truus.

Logo's:



Feedbackmoment

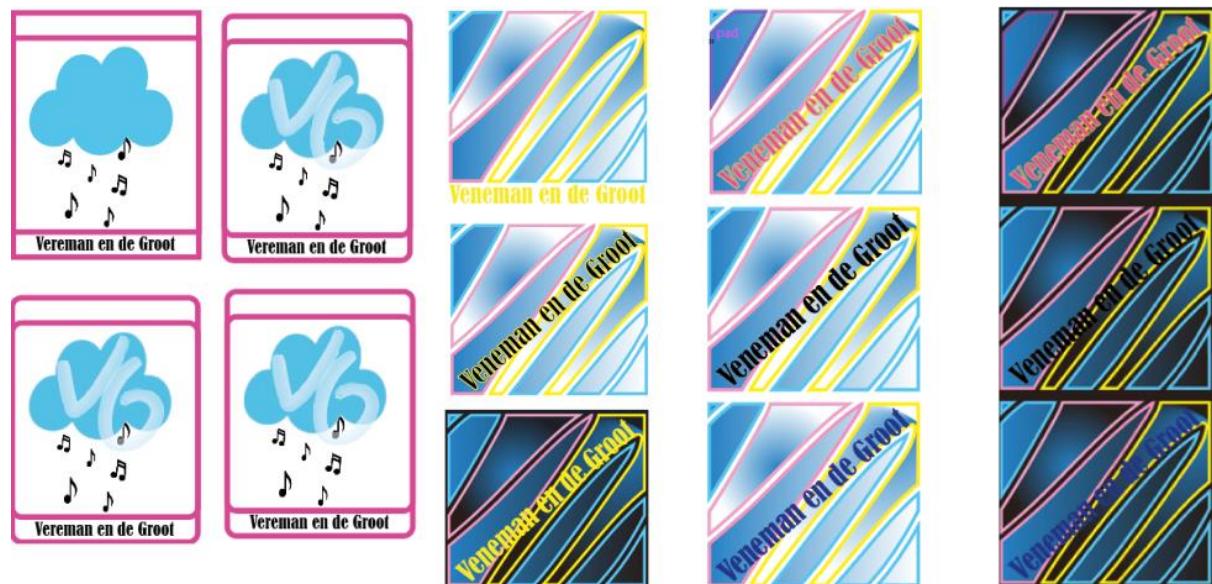
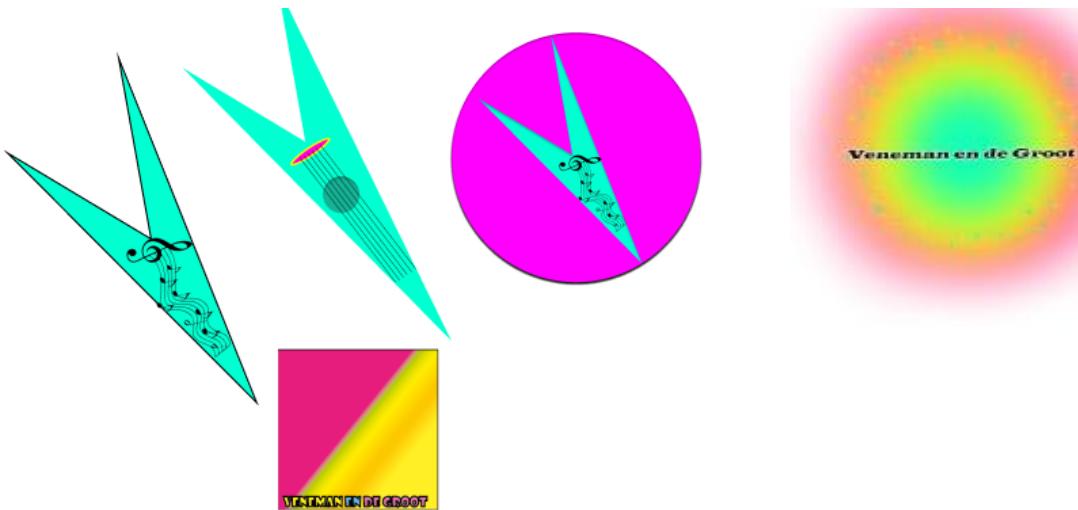
Nadat we onze moodboards en logo's hadden gemaakt, hadden we een gesprek gehad met Woody Veneman. Uit dat interview kwam uit dat hij zich meer wilt focussen op het Neo in plaats van het ouderwetse, zoals de barstoelen, microfoons en de bruine kleuren. Hij wilt ook meer op jongvolwassenen richten, op het moderne van nu. Initialen voor in het logo vond hij onpersoonlijk en wilde liever de volledige achternamen.

Dus na het gesprek ben ik een nieuwe moodboard gaan maken die meer modern was en meer jongeren aantrekt. En hieruit heb ik de nieuwe logo's op gebaseerd.

Moodboard:



Logo's



Bij de logo's hierboven gebruik ik meer neon kleuren wat Woody graag wilt zien.

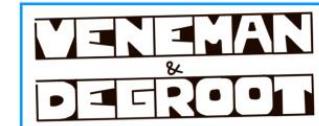
Deze logo's heb ik gemaakt met Photoshop en Illustrator.

We hebben een enquête gemaakt om erachter te komen welke logo's het doelgroep meer aanspreekt. Logo's die we gemaakt hebben, staan in de enquête.

Van de logo's die het meest zijn uitgekozen, hebben we een combinatie daarvan gemaakt.



Meest gekozen logo



Dit zijn de voorbeelden die in de enquête zijn gebruikt

Dit zijn de combinaties die ik heb gemaakt van de logo's die het meest zijn uitgekozen.



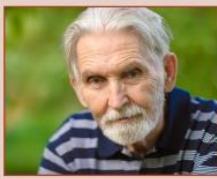
Persona's

Joëlle en ik hebben de persona's gemaakt. Eerst hadden we twee persona's gemaakt. Eén gericht op de mensen die ze al hebben in de bruine cafés en de ander die gaat over de jongvolwassenen die ze nu meer willen bereiken. De persona van de huidige doelgroep die al naar de cafés gaan, heb ik gemaakt. En de doelgroep die ze willen bereiken heeft Joëlle gemaakt. Uiteindelijk hebben we alleen de persona gebruikt voor de doelgroep die ze willen gebruiken.

Versie 1

Feedbackmoment:

Uit de feedback kwam dat je je meer moet focussen op één doelgroep en niet meerdere. Ook de lay-out van de persona's dat die niet helemaal overeen komen. En dat niet alle informatie die we hebben opgezocht voldoet. Ook had ik foto's van Google gebruikt. Ik kreeg als advies om <https://this-person-does-not-exist.com/en> te gebruiken.



Hugo de Visser

Hugo de Vissers lives in Eindhoven and just retired after spending decades working in construction. He's married and has two adult children. Hugo likes to meet old friends and people of his hometown at a dive bar and he likes to listen to typical dutch music.

"At the bar, every hour is happy hour."

Socials & Tools  	Personality Pros: <ul style="list-style-type: none">TraditionalOutgoingSociableNostalgic Cons: <ul style="list-style-type: none">Resistant to changeStuck in routinesRisk of overindulgence in alcohol	Goals <ul style="list-style-type: none">Be together with people who like dutch songs about lifeEnjoying retired lifeTraditional music with a twist
---	---	---



Robin de graaf

Robin is raised in a small town near Utrecht and liked pop-music and international hits. Smartlappen for her was always something for family parties and older generations, but she got interested in this genre after an encounter with this music.

"Nothing moves me more than music that comes straight from the heart. Smartlappen is new to me, but I can already feel it tells a story I want to explore."

Socials & Tools   	Personality Pros: <ul style="list-style-type: none">CuriousSocialOpen-mindedEager to learn Cons: <ul style="list-style-type: none">Inexperienced with genrePossible prejudicesInfluencable	Goals <ul style="list-style-type: none">Be together with people who like dutch songs about lifeGetting to know new musicTraditional music with a twist
--	---	---

ROBIN DE GRAAF

Robin was raised in a small town near Utrecht, likes pop-music, Hardstyle and Hip-hop. Smartlappen for her was always something for family parties and older generations, but she got interested in this genre after an encounter with this music.

"Nothing moves me more than music that comes straight from the heart. Smartlappen is new to me, but I can already feel it tells a story I want to explore."

Age: 25 Years
Occupation: Junior marketing worker
Family Status: Single
Homeplace: Eindhoven
Hobby: Likes to listen to music

SOCIALS & TOOLS

PERSONALITY

Frustrations

- Inexperienced with smartlappen
- Possible prejudices
- Influencable
- Older music style

GOALS

- Be together with people who like dutch songs about life
- Getting to know new music
- Traditional music with a twist

Versie 2

Hier heb ik de stijl van de persona aangepast, de lettertype gelijkgemaakt aan wat we ook in de brandguide gebruiken. Nu is er één persona in plaats van twee en heb ik een plaatje van een persoon gebruikt die niet bestaat.

Het design van de persona heb ik gebaseerd op het thema 'Bruine kroegen'. Vandaar dat de persona bruinkleurig is. Na feedback gekregen te hebben over dat het design van de persona niet overeenkomt met de design die we al hebben gemaakt, heb ik de stijl aangepast. Ik heb dezelfde lettertype en kleuren en één van de elementen die we ook in het design hebben gebruikt. Ook heb ik het foto veranderd die ik van Google heb gehaald naar een foto van "This person does not exist".

Feedbackmoment UX

Tijdens UX hebben we de persona laten zien.

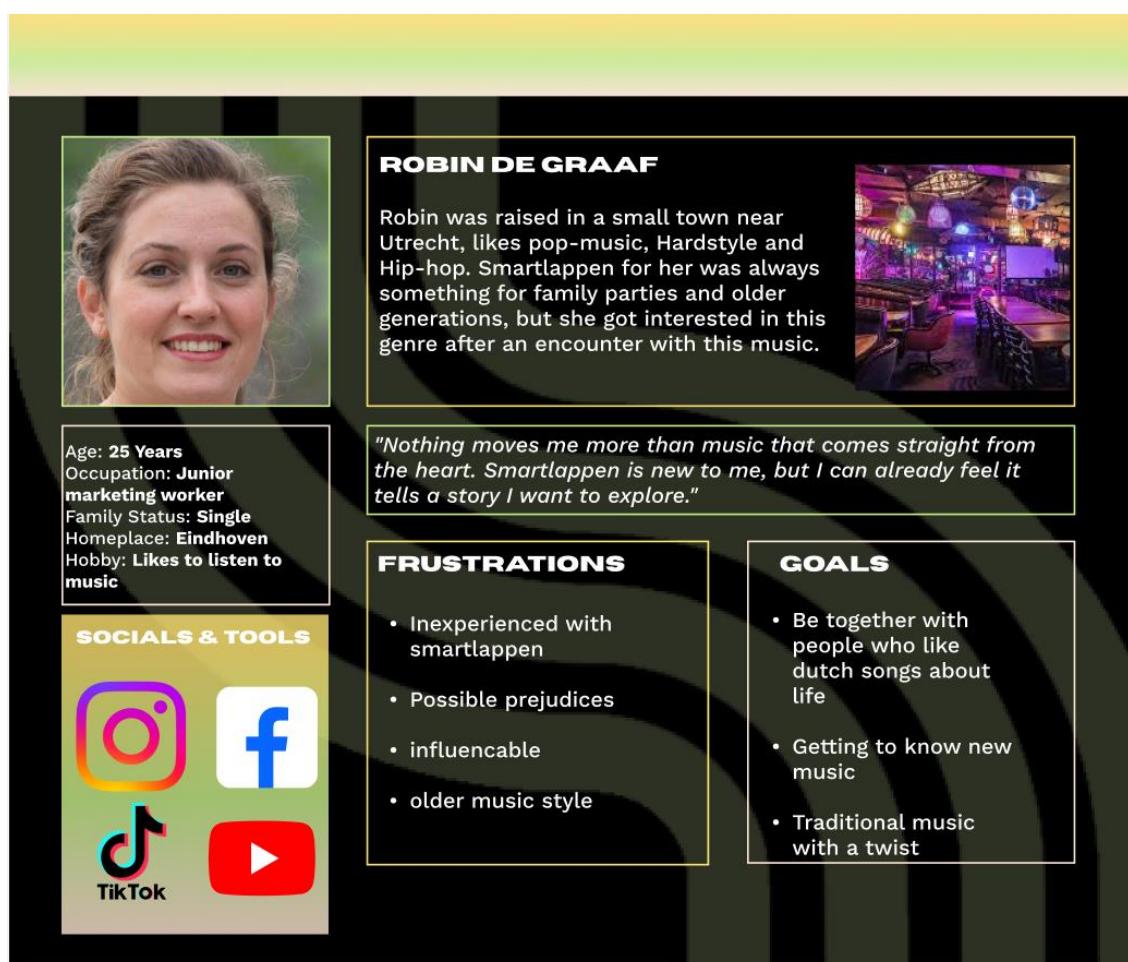
Als je meer data en meer echte informatie vanuit het doelgroep hebt gekregen, is het makkelijker om een persona te maken. Zo kun je de persona meer levend maken.

Waar ik meer moeite bij had bij het maken van de persona is de frustraties. Ik vroeg: "hoe kun je het beste vragen naar de frustraties van de doelgroep?" en als antwoord kreeg ik: "Door te vragen waar iemand tegen aanloopt binnen het onderwerp."

Bijvoorbeeld dat iemand dan antwoord: "Ik vind dat er alleen over verdrietige dingen wordt gezongen". Je hebt hierbij vaak meerdere vragen voor nodig om tot een concreet antwoord te komen.

Als advies kregen we om erbij te zetten via welke platformen ze naar muziek luisteren, zoals bijvoorbeeld Spotify.

Ook moeten we opletten op de witregels en de kopjes, zodat het consistent blijft. En dan moeten we het zo inrichten dat alles makkelijk af te lezen is.



ROBIN DE GRAAF

Robin was raised in a small town near Utrecht, likes pop-music, Hardstyle and Hip-hop. Smartlappen for her was always something for family parties and older generations, but she got interested in this genre after an encounter with this music.

"Nothing moves me more than music that comes straight from the heart. Smartlappen is new to me, but I can already feel it tells a story I want to explore."

SOCIALS & TOOLS

Age: 25 Years
Occupation: Junior marketing worker
Family Status: Single
Homeplace: Eindhoven
Hobby: Likes to listen to music

FRUSTRATIONS

- Inexperienced with smartlappen
- Possible prejudices
- influencable
- older music style

GOALS

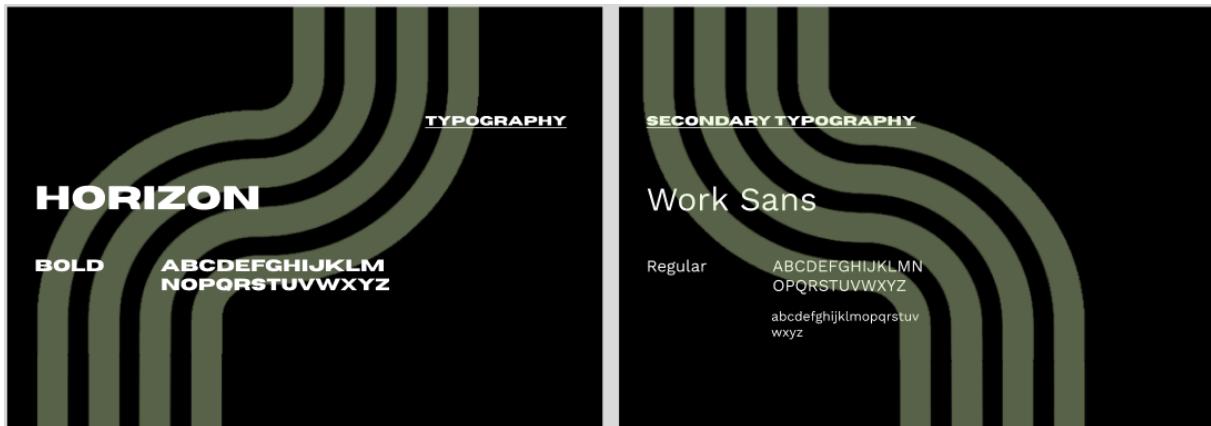
- Be together with people who like dutch songs about life
- Getting to know new music
- Traditional music with a twist

Versie 3

Hier heb ik de feedback toegepast.

Brandguide typography

Voor de brandguide heb ik de typography en de secondary typography op twee pagina's gezet. Zodat het duidelijk te zien is welke fonts we gebruiken. The primary typography op één pagina en de secondary typography die bedoeld is voor grotere teksten op bijvoorbeeld posters op de tweede pagina.



De eerste font zit in de logo en was al uitgekozen. De tweede typografie heb ik uitgekozen. Ik heb Work Sans uitgekozen, omdat de hoofdfont simpel is, wilde ik niet een al te gekke tweede font hebben en heb daarom ook voor een simpele font gekozen. Ze passen bij elkaar, omdat ze allebei geen serif zijn, maar sans.

Posters

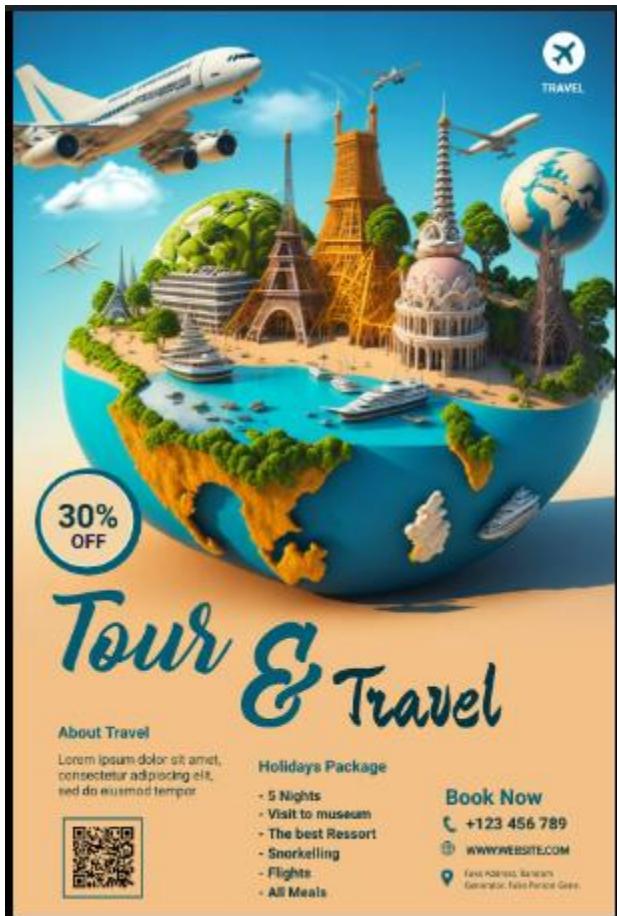
Om de kroegentocht die volgend jaar plaatsneemt te promoten, dacht ik aan het maken van posters. Waar alle namen van de kroegen opstaan, die ze gaan bezoeken met de datum wanneer het plaats gaat nemen. Ik heb eerst inspiratie opgezocht, zodat ik die kan gebruiken als voorbeeld/referentiepunt. Hieronder heb ik de inspiratie posters met de reden ernaast waarom ik die poster heb uitgekozen als inspiratie.



De titel en de slogan staan duidelijk boven aan, zo trek je gelijk de aandacht van het publiek. De plaatsen en de datums staan daarbij vermeld.

De titel en de datum zijn duidelijk en de call to action om te boeken.





Bij dit poster trok de qr code mijn aandacht, want ik had een idee om een QR-code te gebruiken op de poster. Zo zouden ze bijvoorbeeld naar de playlist van Veneman en de Groot kunnen gaan en een pre-order maken van hun LP.

Dit is een poster voor een concert van een Ierse muzikant. Een foto van de artiest wordt mooi weergegeven op de achtergrond van de poster en daarnaast staan de datums met daarbij de steden die de muzikant bezoekt.

DEREK RYAN IRISH CONCERT TOUR 2025



Dates and locations:

- 10th Jan Enniskillen, Killyhevlin Hotel
- 11th Jan Enniskillen, Killyhevlin Hotel
- 17th Jan Newry, Carol Court Hotel
- 18th Jan Westport, Castlecourt Hotel
- 19th Jan Sligo, Howlin's Wall Theatre
- 24th Jan Corofin, Woodford Dolmen Hotel
- 25th Jan Belfast, Grand Opera House
- 26th Jan Castletownbere, Ionata Arts Centre
- 31st Jan Mullingar, Park Hotel
- 1st Feb Derry, Millennium Forum
- 2nd Feb Ennis, Gáir Theatre
- 7th Feb Omagh, Silverback Hotel
- 8th Feb Galway, Léabharlann
- 14th Feb Newbridge, Keadeen Hotel
- 15th Feb Carrick-On-Shannon, Landmark Hotel
- 21st Feb Portlaoise, Midlands Park Hotel
- 22nd Feb Cork, Opera House
- 28th Feb Dublin, The Helix
- 1st Mar Wexford, National Opera House
- 2nd Mar Cavan, Hotel Kilmone
- 7th Mar Tullamore, Court Hotel
- 8th Mar Kilkenny, Hotel Kilkenny
- 22nd Mar Armagh, City Hotel
- 28th Mar Limerick, Lime Tree Theatre
- 29th Mar Killarney, Gleneagle INEC Arena
- 11th April Coolocktown, Glendalough Hotel
- 12th April Ballymena, Tullynally Hotel
- 21st April Newcastle, Steve Donald Hotel

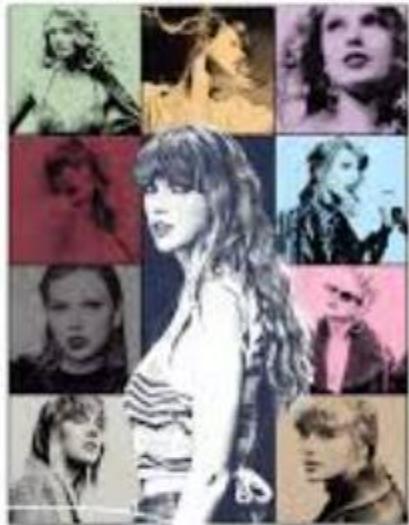
SPECIAL GUESTS

PLEASE CHECK INDIVIDUAL VENUES FOR SPECIFIC GUESTS



TICKETS AVAILABLE FROM VENUE BOX OFFICES AND DEREKRYANMUSIC.COM

TAYLOR SWIFT THE ERAS TOUR



19 & 20 AUGUST 2024
WEMBLEY STADIUM
LONDON

Een poster die twee dagen van een tour laat zien. Het laat foto's van de artiest zien in verschillende kleuren.

Deze groep wordt op een leuke manier laten zien op de foto. Daaronder is er een scheiding met de steden en de datums die daarbij horen voor de tour in maart.

KATIE TOUPIN AUSTIN PLAINE



2023 MARCH TOUR

MAR 2	The Burl - Lexington, KY
MAR 3	The Monarch - Louisville, KY
MAR 4	Southgate House Revival - Newport, KY
MAR 5	The Basement - Nashville, TN
MAR 8	Golden Dagger - Chicago, IL
MAR 9	Central Stage - St. Louis, MO
MAR 10	Knuckleheads - Kansas City, MO
MAR 11	Mercury Lounge - Tulsa, OK
MAR 12	Tulips - Fort Worth, TX



Deze posters heb ik gemaakt. De naam en de logo van de groep "Veneman en de Groot" duidelijk bovenaan, zodat het gelijk te zien is over wie de poster gaat.

De namen van de kroegen waar ze gaan optreden staan onder elkaar.

De datum en locatie van de kroegentocht staan er groot en dikgedrukt op, zodat ze gelijk kunnen zien wanneer het gaat plaatsnemen als ze naar de kroegentocht zouden willen gaan.

Deze posters zouden we bij de verschillende kroegen kunnen ophangen.

VENEMAN EN DE GROOT



Café de Beer (De Vredesduif)
Café-Bar Biljart Caravelle
Tapperij de Bierelier
Café Casino
Café de Gouden Bal
Café 't Rozenknopje
't Wonderke
Eetcafé Bommel
Café Wilhelmina
Café de Valk

**APRIL 2025
EINDHOVEN**

ZONDER RAFELS GEEN ZIEL

VENEMAN EN DE GROOT
ZONDER RAFELS GEEN ZIEL



KROEGENTOCHT

Café de Beer (De Vredesduif)
Café-Bar Biljart Caravelle
Tapperij de Bierelier
Café Casino
Café de Gouden Bal
Café 't Rozenknopje
't Wonderke
Eetcafé Bommel
Café Wilhelmina
Café de Valk

VENEMAN EN DE GROOT



— KROEGENTOCHT —

Café de Beer (De Vredesduif)
Café-Bar Biljart Caravelle
Tapperij de Bierelier
Café Casino
Café de Gouden Bal
Café 't Rozenknopje
't Wonderke
Eetcafé Bommel
Café Wilhelmina
Café de Valk

APRIL 2025
EINDHOVEN

ZONDER RAFELS GEEN ZIEL

Portfolio

Portfolio ideeën

- Wanneer je op een tab klik in het menu of ergens anders, dat er een kruisje naast het woord komt die draait.
- Vliegtuig als muis
- Vliegtuig op de achtergrond die beweegt of als plaatje
- Animaties
- Hover op project pagina bij bijvoorbeeld als je bij de moodboards kijkt.

The screenshot shows a portfolio website with a light orange header bar. The header contains the text "What does JavaScript do?" on the left, a small icon in the middle, and a right-pointing arrow on the right. Below the header is a dark blue navigation bar with three items: "About", a central logo consisting of a stylized letter "B", and "Projects" on the right. The main content area features a background image of a clear blue sky with white clouds and a white airplane flying from left to right. Overlaid on this background are the names "Samuel Boik" and "Graphic Design" in large, bold, white, sans-serif font. The overall aesthetic is clean and modern.

Trello

Voordat ik ben begonnen met mijn portfolio heb ik een Trello bestand gemaakt. Zo houd ik beter bij wat ik nog moet doen en wat ik al heb gedaan.

Moodboard

Om te beginnen aan mijn portfolio ben ik aan de slag gegaan met mijn moodboard. Ik ben plaatjes gaan zoeken die te maken hebben met wat ik leuk vind, plaatjes met de kleuren die ik in gedachte heb voor mijn portfolio en die heb ik bij elkaar gebracht.



Portfolio inspiraties

Vanuit daar ben ik inspiratie gaan opzoeken door te kijken naar voorbeelden van andere portfolio's die ik heb gevonden op het internet en voorbeelden die in de presentatie stonden. Uit sommige portfolio's die ik heb gezien, kan ik wat dingen halen die ik zou willen gebruiken in mijn eigen portfolio.

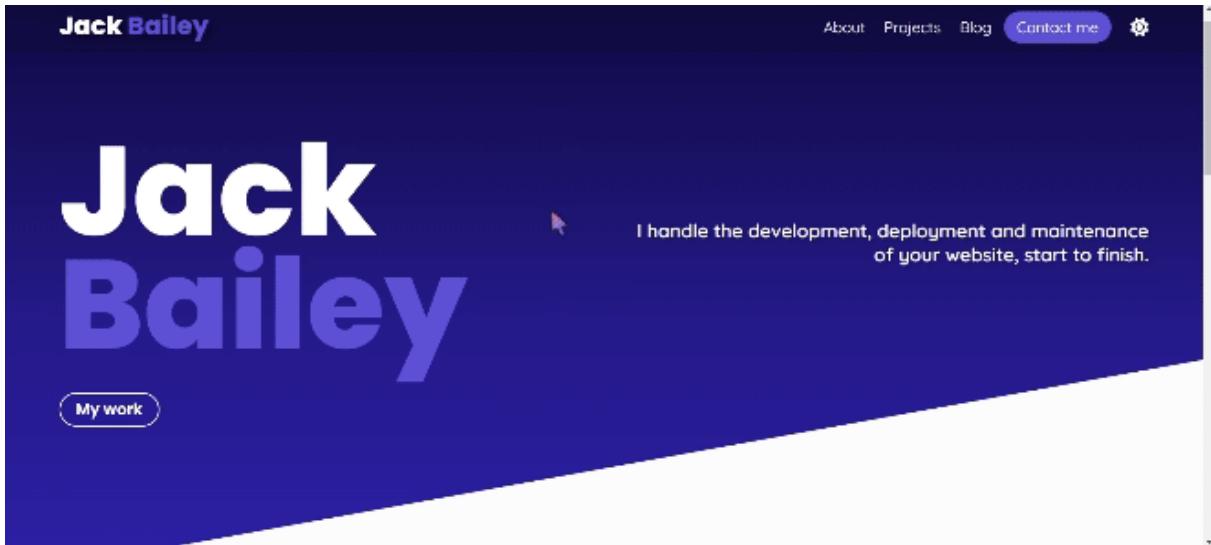


Bij dit portfolio heeft het een vliegtuig die beweegt wanneer je de muis over het scherm heen beweegt. Dat is wat ik ook zou willen uitproberen. In mijn moodboard heb ik ook al plaatjes staan over lucht, de ruimte en vliegtuigen, dus dat komt overeen met mijn moodboard.

De secties van de projecten wil ik ook zo gebruiken in de portfolio, maar dan wat kleiner.

Two screenshots of a portfolio website for 'memal creative'. The top screenshot shows the 'About' page. It features a large, friendly cartoon rabbit character on the right. On the left, there is a yellow speech bubble with the text 'Hi, my name is Megan' and a smaller text block below it stating: 'I create unique, user-friendly websites, working with small businesses to help grow their web presence.' The bottom screenshot shows a section titled 'current & past projects' which displays three small thumbnail images of different website designs.

Hoe de about eruit ziet zou ik ook kunnen toepassen in de portfolio.



Blurry header transition

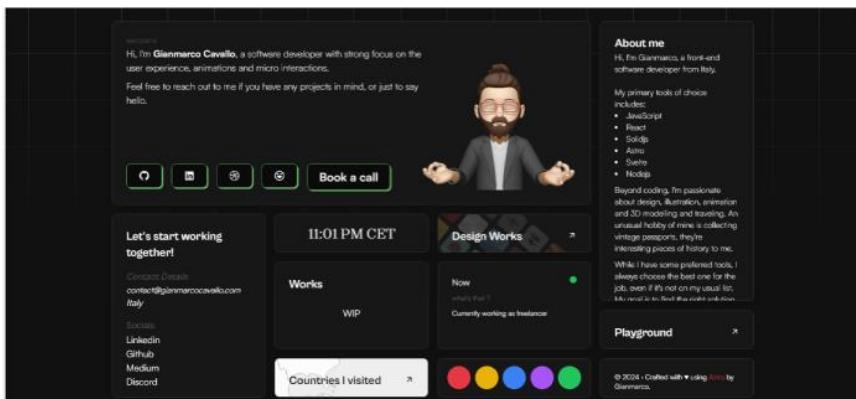
Dit zijn de voorbeelden van andere studenten die in de presentatie staan:

A screenshot of a student website with a dark background. At the top, there are navigation links: "Home" (highlighted in green), "Projecten", "Leeruitkomsten", and "Contact". Below the navigation, there is a section titled "Hello world," containing a bio and a blurred moodboard image.

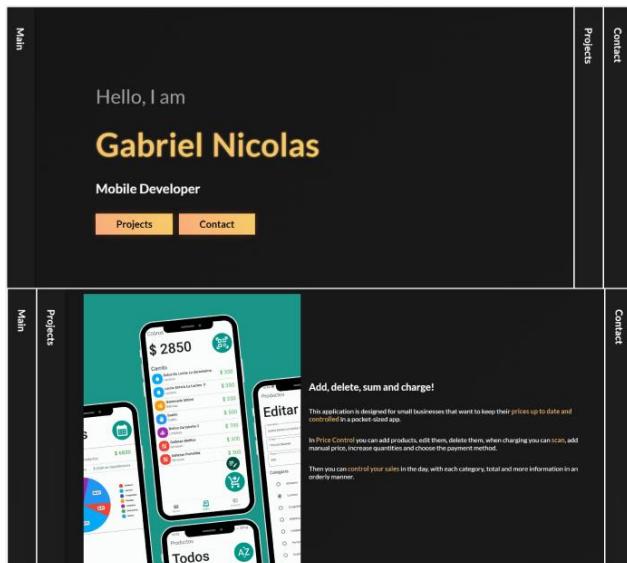
A screenshot of a student website with a dark background. A red arrow points to a section titled "Inspiratie". Below it, there is a text block about moodboards and a blurred moodboard image. An upward-pointing arrow is located at the bottom right of the section.

Uitklapbare bewijsstukken

Overige voorbeelden die ik niet perse zal gebruiken in mijn portfolio.

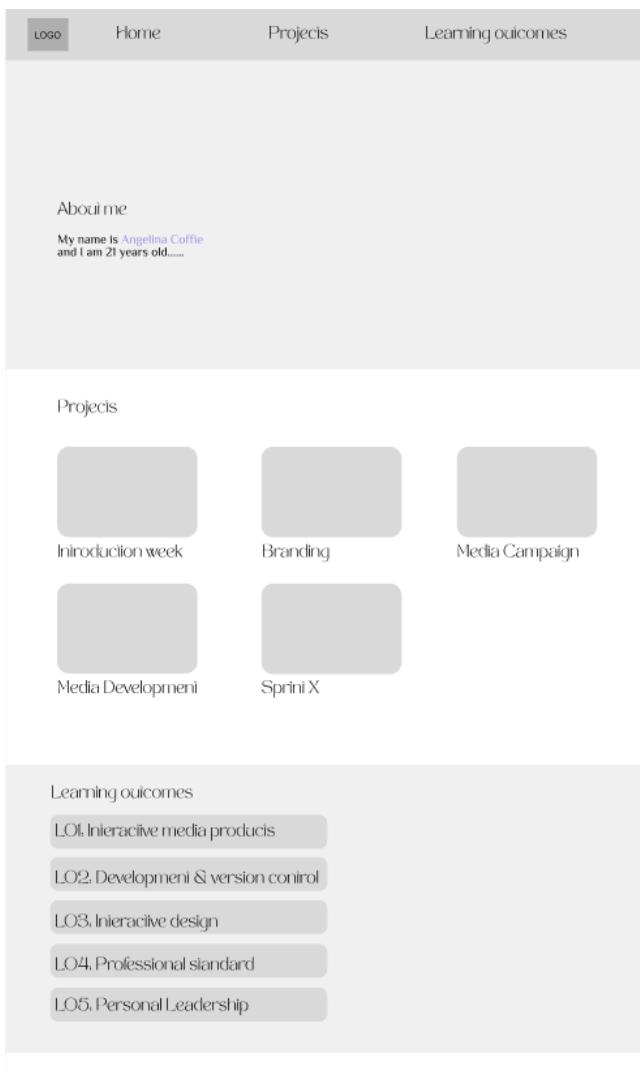


Wat ik leuk vind van deze portfolio is dat het lijkt op een spel. De vakjes die zo bij elkaar zijn gezet en het poppetje.



Wat bijzonder is van deze portfolio is dat het anders is opgedeeld. De tabbladen staan verticaal gepositioneerd.

Wireframe



Hier heb ik de eerste wireframe gemaakt voor de hoofdpagina. Van wat ik allemaal heb gezien en heb er een combinatie van gemaakt.

Feedbackmoment

Ik heb feedback gevraagd op mijn gemaakte moodboard, inspiraties en wireframe.

Ik moet voor mezelf omschrijven waarom ik de plaatjes heb gekozen voor mijn moodboard. Vanuit daar de inspiratie die ik ben gaan opzoeken voor mijn portfolio. En de elementen die ik heb gezien van verschillende voorbeelden en die ik wil gebruiken in mijn wireframes. De vragen beantwoorden zoals: Waarom heb je dit gekozen? Wat vond je er leuk aan? Waarom heb je dit uitgekozen?

Zo zal ik dat ook gaan doen met de Fast Forward week en de branding project. Wat ik voor het project heb gedaan en de iteraties die ik heb gemaakt.

Ik heb met Lody gezeten en hij gaf me een idee om iets met de departure schermen te doen in mijn portfolio. Ik heb dit idee gebruikt voor mijn projecten. Wanneer je op een van de “destinations” klikt kom je op één van de project pagina’s terecht.

Prototype website. Homepagina

The screenshot shows a prototype website with the following structure:

- Navigation Bar:** Home, About me, Projects, Learning outcomes
- About me:** My name is Angelina Coffie and I am 21 years old....
- Projects:** Semester 2

Date	Destination	Flight	Gate	Status
6/9	Intro week	HV567	A1	Done →
4/10	Branding	KL567	B2	Done →
8/11	Fix-that-UX	KL567	C3	Ongoing →
6/12	Media Dev	KL567	D4	Ongoing →
17/1	Sprint X	KL567	E5	Ongoing →

- Learning outcomes:**
 - L01: Interactive media products →
 - L02: Development & version control →
 - L03: Interactive design →
 - L04: Professional standard →
 - L05: Personal Leadership →
- Footer:** Angelina Coffie, angelinacoffie@outlook.com, Portfolio, Projects, Learning outcomes, Projects (links to previous sections)

Feedbackmoment

Ik heb laten zien waar ik nu mee bezig ben. Mijn pagina's in Figma, een tabel waar ik mijn projecten in heb gezet op de homepage en de dropdowns.

Het ontwerp van de homepage is zo goed als af; nu ga ik verder met de pagina voor de leeruitkomsten en de projectenpagina.

Nu ga ik verder kijken hoe ik de pagina in elkaar wil zetten. Dat ik bijvoorbeeld alle leeruitkomsten onder elkaar op één pagina zet of dat ik het uitklapbaar maak wanneer ik op de leeruitkomst klik of dat elke leeruitkomst een aparte pagina heeft. Wat ik kan doen is het uittesten van de verschillende manieren om te kijken welke het fijnst is.

Ik ben verschillende manieren aan het uitproberen om door de leeruitkomsten en projecten heen te gaan. Ik dacht aan een drop down die sticky is waar je dus altijd gebruik van kan maken om naar een leeruitkomst of project te gaan.

This semester we started with Fast Forward introduction week. We need to come up with an idea together in the field of ICT that could come true in 2030. We had a week for this. On Friday we talked to various teachers and students about our idea.

Introduction Week Fast Forward

Angelina Coffie
n37156@student.fontys.nl

Portfolio
Home
About Me
Projects
Learning Outcomes

Projects
Fast Forward
Branding
Project
Media Dev
Sprint 4

Moodboard

Brandguide

Hier heb ik een voorbeeld van een drop down met alle leeruitkomsten

You work in the relevant tech media and design landscape and create interactive media products that you have tested with users and stakeholders.

Learning Outcome 1

Angelina Coffie
n37156@student.fontys.nl

Portfolio
Home
About Me
Projects
Learning Outcomes

Projects
Fast Forward
Branding
Project
Media Dev
Sprint 4

LO1 **LO2** **LO3** **LO4** **LO5**

Hier heb ik de leeruitkomsten onder aan op de pagina, zodat je makkelijk naar de volgende leeruitkomst gaat.

This semester we started with Fast Forward introduction week. We needed to come up with an idea together in the field of ICT that could come true in 2050. We had a week for this. On Friday we talked to various teachers and students about our idea.

Moodboard

Logo's

Brandguide

Angelina Coffie
Portfolio Projects Learning Outcomes

Dit is de eerste versie van een project pagina

This semester we started with Fast Forward introduction week. We needed to come up with an idea together in the field of ICT that could come true in 2050. We had a week for this. On Friday we talked to various teachers and students about our idea.

Moodboard
De eerste dag kregen we de opdracht om een 'What if'-statement te definiëren. Het idee waar we op kwamen: 'wat is er geen supermarkt meer zijn?'. En het idee was een pil die je innemt, waar genoeg voedingsstoffen in zitten en je het op een hele andere beleving meemaakt. Het kan zijn dat wanneer je zo'n pil innemt dat je bijvoorbeeld pasta in Italiaan aan het eten bent.

Logo's

Brandguide

Posters

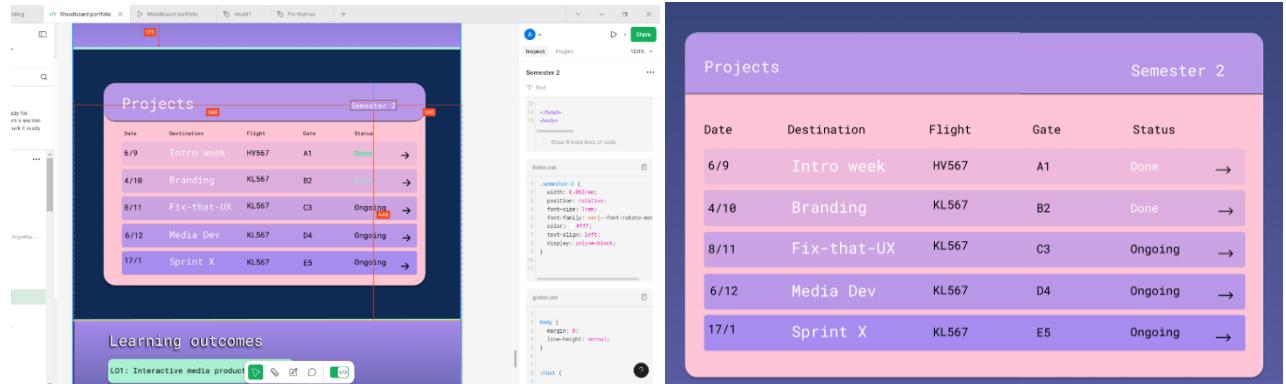
Angelina Coffie
Portfolio Projects Learning Outcomes

Dit is een andere versie van een project pagina. Hier heb ik kaders om de tekst heen gedaan, zodat het mooier gescheiden wordt van elkaar. Ik kreeg hier feedback op dat het fijn is dat het zo gescheiden is van elkaar doormiddel van de kaders.

Projectenpagina's

Ik moet nog beslissen hoe ik de leeruitkomsten wil laten zien. Of het op meerdere pagina's wordt of dat alles op één pagina komt.

HTML/CSS



Figma versie

Figma versie

Logo	Home	About Me	Projects	Learning Outcomes
Projects			Semester 2	
Date	Destination	Flight	Gate	Status
6/9	Intro week	HV567	A1	Done
4/10	Branding	KL567	B2	Done
8/11	Fix-that-UX	KL567	C3	Ongoing
6/12	Media Dev	KL567	D4	Ongoing
17/1	Sprint X	KL567	E5	Ongoing

Tabel versie

Ik probeerde het departure scherm te coderen. Eerst was ik begonnen met verschillende divs. Dat lukt alleen niet zo goed, vervolgens ben ik het gaan proberen met een tabel (zoals hierboven), maar ik kwam erachter dat het lastig is om af te wijken van de standaard tabel. Ik heb Stan gevraagd of hij mij hiermee kon helpen en het is nu opgelost met ul, list en span.

```
<ul class="flights__list">
  <li class="flights__item">
    <span>Date</span>
    <span>Destination</span>
    <span>Flight</span>
    <span>Gate</span>
    <span>Status</span>
  </li>
  <li class="flights__item1">
    <span>6/9</span>
    <span class="Destination">Intro week</span>
    <span>HV567</span>
    <span>A1</span>
    <span class="status done">Done</span>
    <span class="arrow">
      <a href="FastForward.html" class="dec">→</a>
    </span>
  </li>
```

Projects					Semester 2
Date	Destination	Flight	Gate	Status	
6/9	Intro week	HV567	A1	Done	→
4/10	Branding	KL567	B2	Done	→
8/11	Fix-that-UX	KL523	C3	Ongoing	→
6/12	Media Dev	KL567	D4	Ongoing	→
17/1	Sprint X	KL567	E5	Ongoing	→

Dit is het resultaat geworden in Visual Studio code

Na een feedbackmoment met Stan heb ik de leeruitkomsten veranderd op de homepagina. Omdat ik ook al een departure scherm heb is het best druk samen met het mint groene kleur. Stan had mij een voorbeeld laten zien hoe ik het zou kunnen doen. Dat heb ik hier aangepast. Dit heb ik ook aan Evelien laten zien. En ze zei dat het er inderdaad wat rustiger uitziet.

Voor:



Na:



Ik heb naar verschillende lettertypes gekeken om te gebruiken in mijn portfolio. Één van de lettertypes is ‘TAN - MON CHERI’. Tijdens een feedbackmoment met Evelien zei ze dat bij dit lettertype de letter ‘T’ niet opvalt. Daarom heb ik een andere font uitgekozen om te gebruiken ‘Unna’.

Voor:



Na:



Feedbackmoment

Van Pieter kreeg ik de feedback om niet te lange zinnen te maken, als je het wat korter maakt, leest dat fijner.

Voor:

The screenshot shows a digital portfolio interface with a purple header bar containing navigation links: Home, About Me, Projects, and learning outcomes. The main content area displays two learning outcomes in separate sections:

- LO4: Professional standard**
You apply professional practice, both individually and in teams, in the areas of project organisation, communication with stakeholders, exploratory research, and reporting.
- Evidence**
[Empty text area]
- Reflectie**
[Empty text area]

- LO5: Personal Leadership**
You take the initiative in asking for, and reflecting on, feedback. You identify your own core values as the basis for your study career and professional development.
- Evidence**
[Empty text area]
- Reflectie**
[Empty text area]

Na:

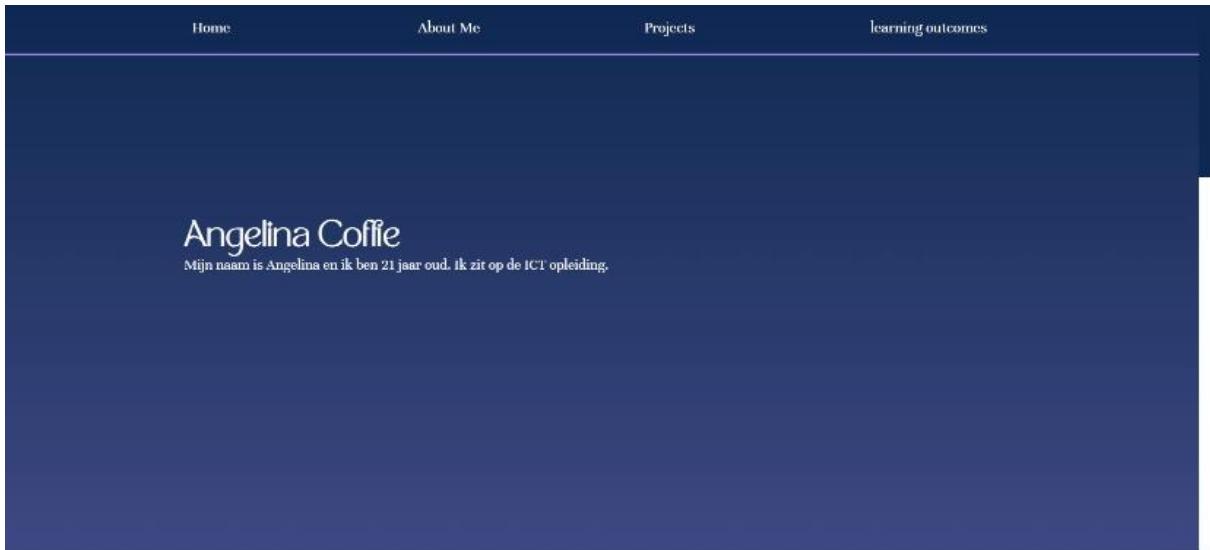
The screenshot shows a digital portfolio interface with a purple header bar containing navigation links: Home, About Me, Projects, and learning outcomes. The main content area displays two learning outcomes in separate sections:

- LO2: Development & version control**
You explore front-end development languages, you write code and document in a version control environment.
- Evidence**
[Empty text area]
- Reflectie**
[Empty text area]

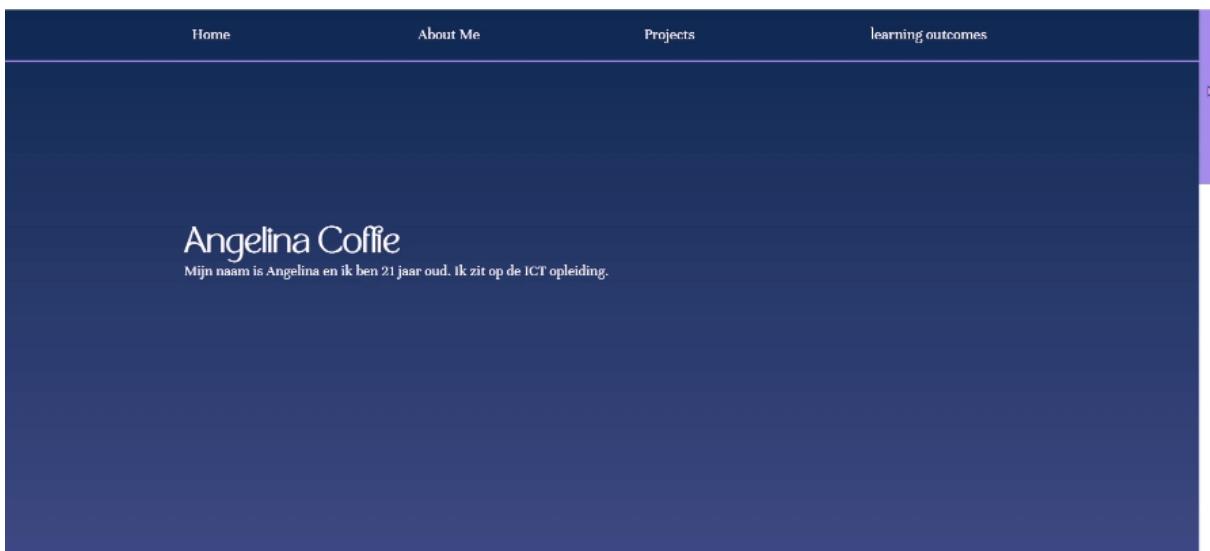
- LO3: Iterative design**
You explore and use professional design tools and you iteratively design visual works.
- Evidence**
[Empty text area]
- Reflectie**
[Empty text area]

Cursor en scrollbar

Om alles bij mijn design te betrekken. Ben ik gaan kijken of ik mijn cursor kon veranderen van een standaard cursor naar een cursor die bij mijn portfolio past. Het was even zoeken, want het wilde eerst niet werken. Uiteindelijk heeft Lody mee ermee geholpen om het uit te zoeken. Het lag aan de grootte van de afbeelding dat het niet wilde werken.



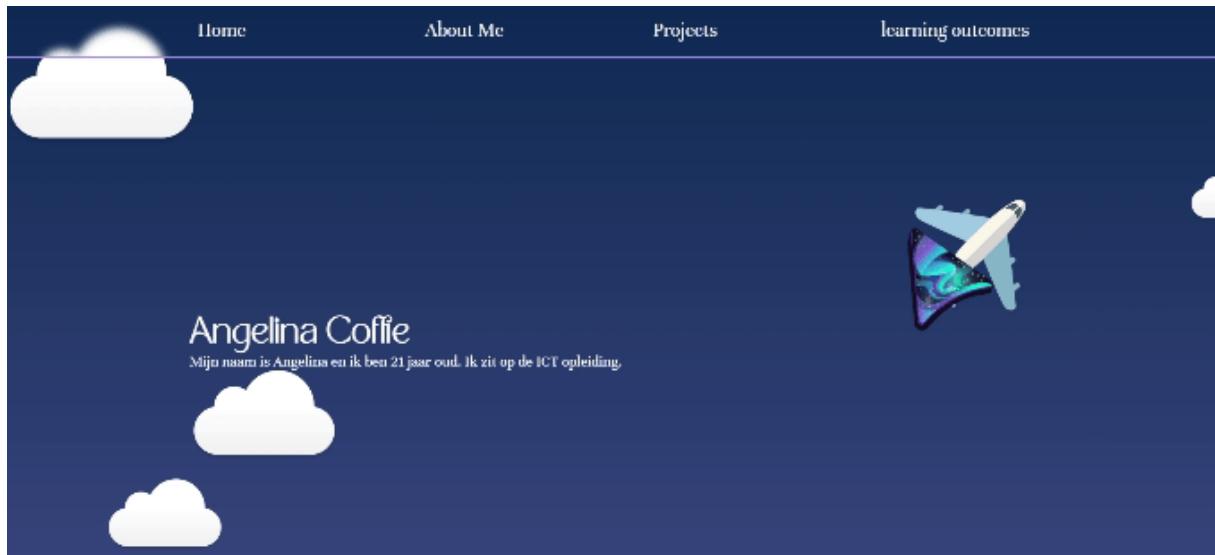
Ook heb ik de scrollbar aangepast naar een andere kleur



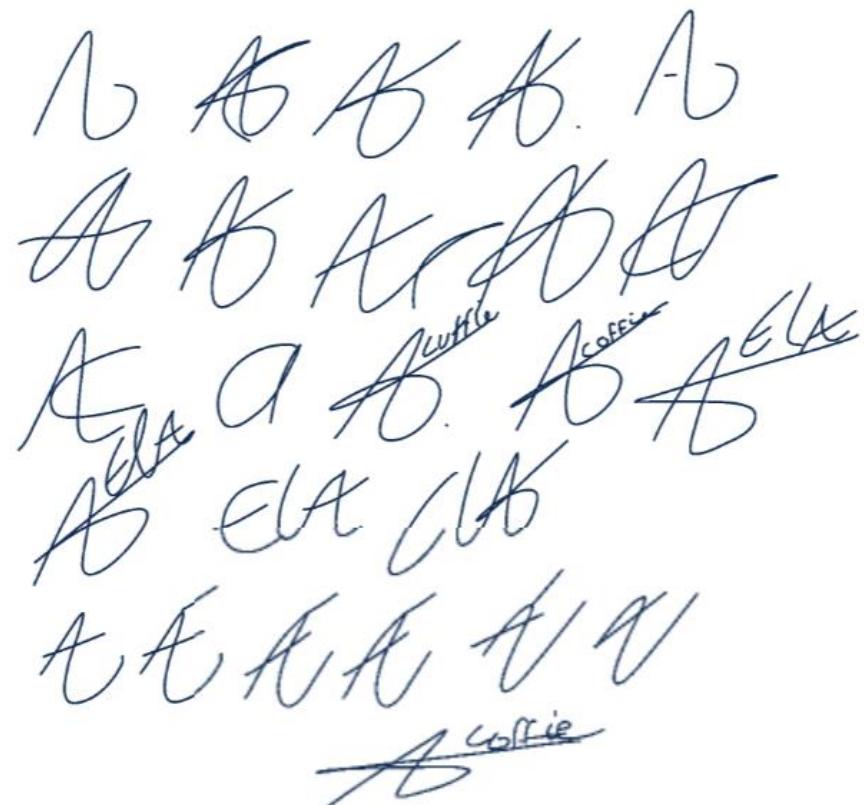
Wolken en floating plane

In mijn portfolio zit de thema luchtvaart. Ik heb nu een departure scherm om mijn pagina, maar naast dit nog niet veel meer. Daarom kwam ik op het idee om bewegende wolken op de homepagina te zetten, zodat je meer het gevoel hebt dat je in de lucht bent tussen de wolken.

Door inspiratie van een andere website wilde ik een zwevende vliegtuig op de landings pagina die je cursor volgt. Ik heb dit kunnen toepassen met html een css en keyframes.



Eigen logo



Feedbackmoment

Een paar logo's die ik heb gemaakt uitkiezen die ik het meest leuk vind en daarop doorgaan.
Het leuke is dat het je eigen handschrift is. Zo maak je het je eigen/persoonlijk.
Het is leuk als er meer in zit. Dat je meer uit de logo kan halen.
In Illustrator verder kijken of je het dikker of dunner wilt maken. En het tegengestelde doet: witte logokleur op een zwarte achtergrond of een zwarte logokleur op een witte achtergrond uitproberen.
Tutorials opzoeken om de basis te leren van Illustrator. Samen FIGMA en Illustrator gebruiken.

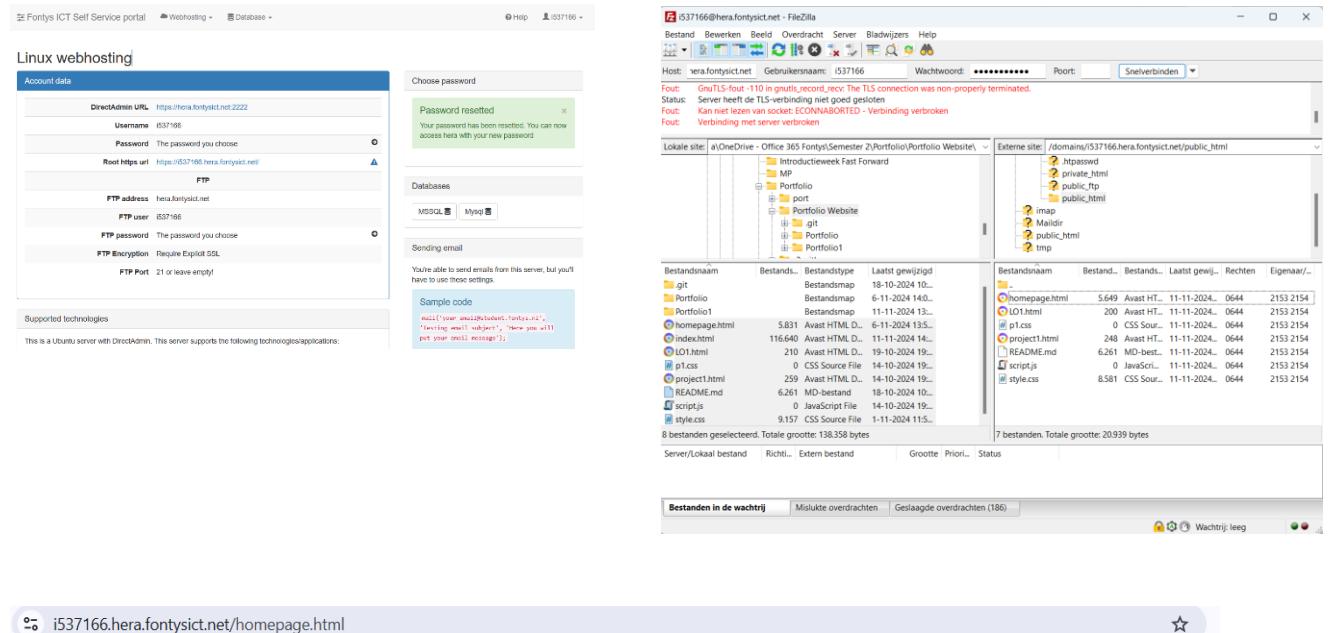


Dit zijn de twee logo's die ik het leukst vind.

Hera

Ons portfolio website moeten wij op Hera online zetten. Ik heb dat eerder niet hoeven doen en had daar nog moeite mee. Ik heb Joëlle gevraagd hoe ik dat kan doen en ze heeft het me uitgelegd en hoe je het blijft bijwerken wanneer je verder aan de website hebt gewerkt.

Eerst heb ik een account gemaakt bij Linux webhosting en vervolgens heb ik FileZilla gedownload. Op FileZilla heb ik ingelogd met mijn i537166 account en de host: hera.fontys.ict.nl en vervolgens mijn bestanden van mijn portfolio overgezet naar public_html.



Version control

Ik heb een Git aangemaakt om mijn proces bij te houden. Ik kan hierdoor ook alle wijzigingen die ik maak, opslaan en ik kan mijn code makkelijk delen met anderen. Ik maak regelmatig commits na elk grote aanpassing.

Als andere de code van mijn website zouden willen bekijken, kunnen ze eerst mijn README doorlezen om te begrijpen hoe het allemaal in z'n werk gaat.

<https://github.com/AngelinaCo10/Portfolio1>

User testing

Om keuzes te maken voor kleine verschillen ben ik gaan A/B testen. Dit helpt mij om sneller keuzes te maken.

A/B testing

Kader om intro heen:

A kader: |||

B zonder kader: ||

Project 6

A

Project 7

B

Introduction Week Fast Forward

This semester we started with Fast Forward introduction week. We needed to come up with an idea together in the field of ICT that could come true in 2050. We had a week for this. On Friday we talked to various teachers and students about our idea.

EZY MEAL

Introduction Week Fast Forward

This semester we started with Fast Forward introduction week. We needed to come up with an idea together in the field of ICT that could come true in 2050. We had a week for this. On Friday we talked to various teachers and students about our idea.

EZY MEAL

Lettertype bold of thin:

A bold: || (titels bold en de rest thin)

B thin : |||

Home

About me

Projects

Learning outcomes

A

Introduction Week Fast Forward

This semester we started with Fast Forward introduction week. We needed to come up with an idea together in the field of ICT that could come true in 2050. We had a week for this. On Friday we talked to various teachers and students about our idea.

Moodboard

Introduction Week Fast Forward

This semester we started with Fast Forward introduction week. We needed to come up with an idea together in the field of ICT that could come true in 2050. We had a week for this. On Friday we talked to various teachers and students about our idea.

Moodboard

B

Project 2: Hike One

Het bedrijf Hike One heeft ons deze opdracht gegeven, om drie zorgverzekeringswebsite te onderzoeken en daar uiteindelijk één website van kiezen en daarmee aan de slag te gaan. Het doel van dit project is om de flow van de zorgverzekeringswebsite te verbeteren voor een ieder die zijn premie wilt berekenen.

Usertesting Zilveren Kruis

Jong persoon

Doel van de test:

De test is gericht op het evalueren van de gebruiksvriendelijkheid van de premiecalculator en de algehele user flow op de zorgverzekering website. We willen weten of de gebruikers zonder problemen hun premie kunnen berekenen en of de website intuïtief werkt.

Testscenario's:

1. **Stap 1:** Een nieuwe gebruiker wil de premie voor een basisverzekering met aanvullende verzekering berekenen.
2. **Stap 2:** Een gebruiker wil de dekking aanpassen (eigen risico verhogen/verlagen) en de premie herberekenen.
3. **Stap 3:** Een gebruiker wil tijdens het berekenen een gezinssituatie toevoegen (bijv. partner en kinderen).

Testcriteria:

- Kan de gebruiker de premiecalculator gemakkelijk vinden op de website?

Ja

- Kan de gebruiker zonder hulp door het proces nавигировать?

Ja

- Is alle benodigde informatie duidelijk en begrijpelijk voor de gebruiker?

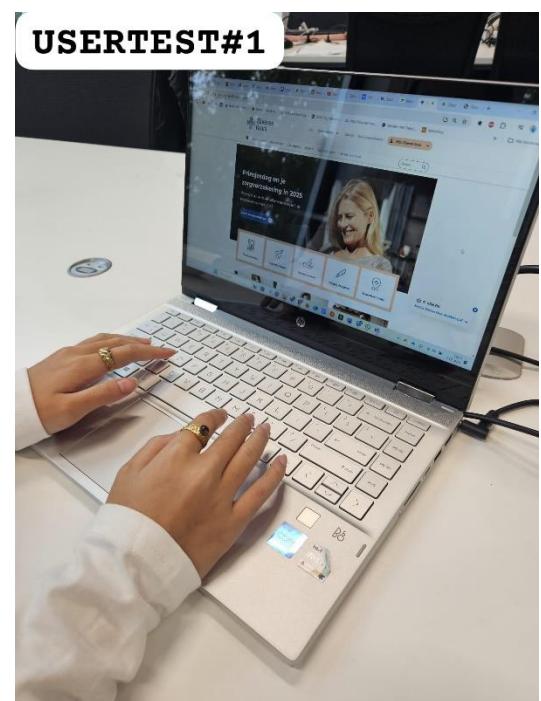
ja

- Komen er fouten of obstakels naar voren die het proces moeilijk maken?

Kleine lettertype, de pakketten staan niet naast elkaar om te vergelijken.

- Begrijpt de gebruiker de getoonde premie en de opties die erbij komen?

Ja



- Hoelang duurt het voor de gebruiker om het hele proces te doorlopen?

4 min

Vragen na de test:

- Wat vond je over het algemeen van de website en het premiecalculator proces?
Duidelijk, maar heel veel tekst. Uiteindelijk kan je het wel vinden.
- Zijn er verbeteringen die je zou willen zien?
 - De onderscheid tussen verschillende teksten duidelijker maken. Tekst lijkt op elkaar, - omdat het in dezelfde stijl is.
 - Het toevoegen van een 2^{de} persoon opvallender maken.
 - Lettertype groter.
- Zou je de website aanraden aan anderen om hun premie te berekenen? Waarom wel of niet?
Ja, je gaat er makkelijk doorheen.

Conclusie:

Het is gemakkelijk om een basisverzekering af te sluiten. Je gaat er makkelijk doorheen. Tekst is een beetje te klein.

Ouder persoon

Doel van de test:

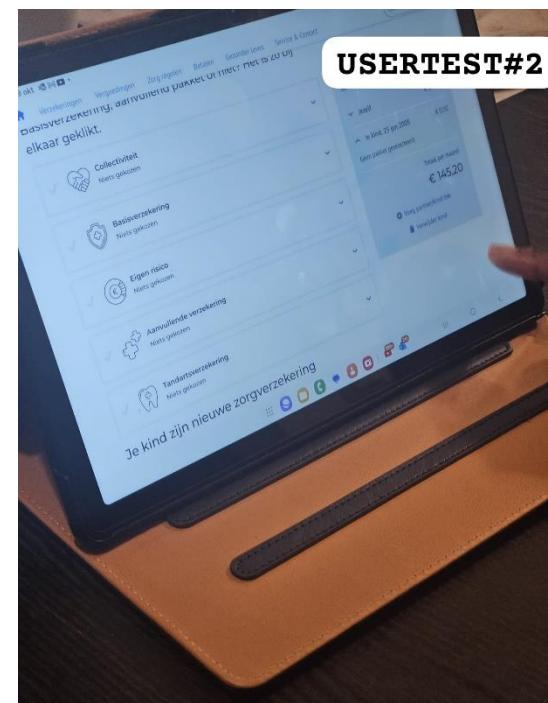
De test is gericht op het evalueren van de gebruiksvriendelijkheid van de premiecalculator en de algehele user flow op de zorgverzekering website. We willen weten of de gebruikers zonder problemen hun premie kunnen berekenen en of de website intuïtief werkt.

Testscenario's:

1. **Stap 1:** Een nieuwe gebruiker wil de premie voor een basisverzekering met aanvullende verzekering berekenen.
2. **Stap 2:** Een gebruiker wil de dekking aanpassen (eigen risico verhogen/verlagen) en de premie herberekenen.
3. **Stap 3:** Een gebruiker wil tijdens het berekenen een gezinssituatie toevoegen (bijv. partner en kinderen).

Testcriteria:

- Kan de gebruiker de premiecalculator gemakkelijk vinden op de website?
Ja
- Kan de gebruiker zonder hulp door het proces navigeren?
Ja
- Is alle benodigde informatie duidelijk en begrijpelijk voor de gebruiker?
Ja
- Komen er fouten of obstakels naar voren die het proces moeilijk maken?
 - Begin niet duidelijk. Moet ik eerst berekenen?
 - Was aan het kijken of er een mogelijkheid was om de risico aan te passen op de laatste pagina.
 - Was niet zeker of alles was ingevuld voor de 2^{de} persoon. Kwam erachter dat nog niks was ingevuld. Pas toen ze verder klikte voor de volgende pagina door een melding.
- Begrijpt de gebruiker de getoonde premie en de opties die erbij komen?
Ja
- Hoelang duurt het voor de gebruiker om het hele proces te doorlopen?
6 minuten



Vragen na de test:

- Wat vond je over het algemeen van de website en het premiecalculator proces?
Het was even zoeken in het begin, omdat het geen bekende site is.
- Zijn er verbeteringen die je zou willen zien?
Of je de verzekering gelijk sluit of dat je alleen de premie berekent. Het verschil hierin onduidelijk.
- Zou je de website aanraden aan anderen om hun premie te berekenen? Waarom wel of niet?
Ja, het is makkelijk.

Conclusie:

Het was in het begin even zoeken, maar daarna is het makkelijk.

User testing ZEKUR

Ouder persoon

Doel van de test:

De test is gericht op het evalueren van de gebruiksvriendelijkheid van de premiecalculator en de algehele user flow op de zorgverzekering website. We willen weten of de gebruikers zonder problemen hun premie kunnen berekenen en of de website intuitief werkt.

Testscenario's:

2. **Stap 1:** Een nieuwe gebruiker wil de premie voor een basisverzekering met aanvullende verzekering berekenen.
3. **Stap 2:** Een gebruiker wil de dekking aanpassen (eigen risico verhogen/verlagen) en de premie herberekenen.
4. **Stap 3:** Een gebruiker wil tijdens het berekenen een gezinssituatie toevoegen (bijv. partner en kinderen).

Testcriteria:

- Kan de gebruiker de premiecalculator gemakkelijk vinden op de website?
Ja
- Kan de gebruiker zonder hulp door het proces nавigeren?
Ja
- Is alle benodigde informatie duidelijk en begrijpelijk voor de gebruiker?
Ja
- Komen er fouten of obstakels naar voren die het proces moeilijk maken?
 - Er is geen knop om terug te gaan bij de gegevenspagina, heeft hierdoor moeite om terug naar de eigen risico te gaan.
- Laat niet gelijk zien waar de kind voor verzekerd is.
- Begrijpt de gebruiker de getoonde premie en de opties die erbij komen?
Ja
- Hoelang duurt het voor de gebruiker om het hele proces te doorlopen?
5 minuten

Vragen na de test:

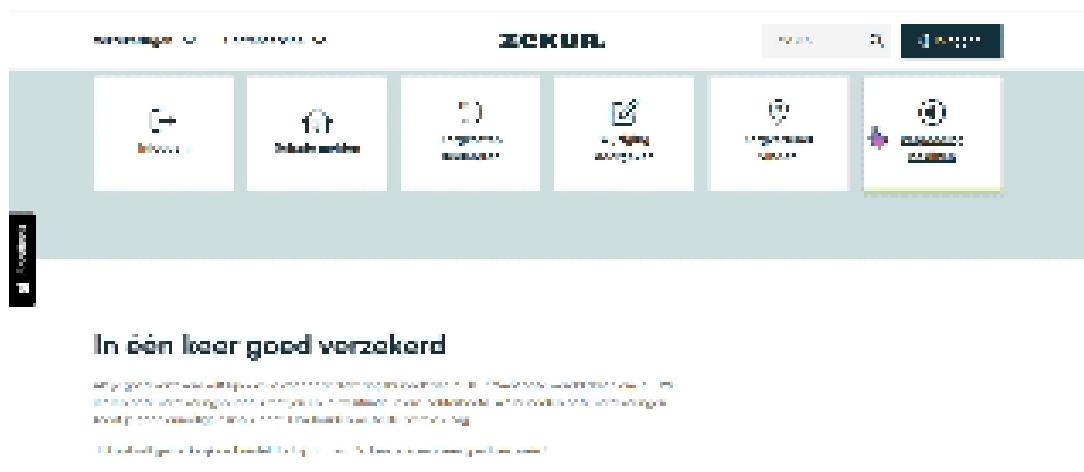
- Wat vond je over het algemeen van de website en het premiecalculator proces?
 - Het is duidelijk
 - Het is geen drukke website.
 - Het is makkelijk om naar de verzekeringen te gaan.
- Zijn er verbeteringen die je zou willen zien?

Even zoeken om iets aan te passen. De kopjes moeten duidelijker. Het liefst een rijtje met kopjes waar je makkelijk terug kunt gaan, dan hoeft je niet over de hele pagina te scrollen. Het kan beter.
- Zou je de website aanraden aan anderen om hun premie te berekenen? Waarom wel of niet?

Nee, niet echt aan te raden, het helpt mij niet erg. Iemand die nog geen verzekering heeft, zou deze verzekering kunnen pakken.

Conclusie:

Het is duidelijk, het heeft niet te veel tekst. Het is makkelijk om naar de verzekeringen te gaan. De bedragen aan de zijkant zien zou fijner zijn dan onderin die verdwijnt.



Screenrecorder user test met user

Pijn punten

- Het heeft geen knop om makkelijk terug te gaan naar de vorige stap/pagina, dan hoeft je niet door de hele pagina te scrollen.
- Het laat niet gelijk zien waar de persoon voor verzekerd is, wanneer je de tweede persoon toevoegt.
- De huidige weergave van de bedragen onderaan de pagina is niet praktisch. Wanneer er iets wordt toegevoegd, verschijnt de opsomming kort, maar verdwijnt deze ook snel weer. Het zou handiger zijn als de opsomming zichtbaar blijft, bijvoorbeeld als een kassabon aan de zijkant, gedurende het afsluiten van de verzekering.

Dit zijn de pijnpunten waar ik achter ben gekomen na het usertesten

The screenshot shows the ZEKUR website's navigation bar with 'Verzekeringen' and 'Klantenservice' dropdown menus. The main content area is titled 'Zorgverzekeringen' with a sub-section 'Onze zorgverzekering'. Below this are links for 'Premie berekenen', 'Alles over betalen', 'Vergoedingen', and 'Zorg regelen'. On the left, there's a sidebar with a 'Feedback' button. In the center, a large digital sign displays '147,- P.M.' with a 'Bereken je premie' button below it. A note says 'Bereken alleen je premie, aanvragen kan later'. To the right is a photo of a person standing on a dock by a lake.

Je moet op 3 knoppen drukken, voordat je bij premie berekenen uitkomt.

The screenshot shows the 'Afsluiten' page of the ZEKUR website. The top navigation bar includes 'Verzekeringen' and 'Klantenservice' dropdowns, a search bar, and an 'Inloggen' button. The main title is 'Je zorgverzekering afsluiten'. Below it is a sub-section titled 'Sluit je zorgverzekering af' with two numbered steps: 'Premie berekenen' (marked with a checkmark) and 'Gegevens invullen'. To the right of the first step is a 'wijzigen' link with a pencil icon. The page has a light gray background with some shadows.

Geen terug knop naar de vorige pagina

Pijnpunten

- Knop om makkelijk terug te gaan naar de vorige stap/pagina, dan hoef je niet door de hele pagina te scrollen.
- Het laat niet gelijk zien waar de persoon voor verzekerd is, wanneer je de tweede persoon toevoegt.

The screenshot shows a web page from the ZEKUR website. At the top, there are navigation links for 'Verzekeringen' and 'Klantenservice'. The ZEKUR logo is centered above a search bar with a magnifying glass icon and a 'Zoeken' button. To the right of the search bar is a 'Inloggen' button with a user icon. Below the header, a section asks 'Hoeveel kinderen wil je verzekeren?' with a numeric input field set to '2'. There are minus and plus buttons on either side of the input field. To the left of the input field is a 'Feedback' button with a speech bubble icon. On the right, there is a large orange 'Ga verder' button. Below this section, a note states 'Al 150.000 klanten kozen voor een verzekering van ZEKUR' and a link 'Ik ben al klant, wijzig mijn verzekering'. At the bottom of the page, a green bar displays the text 'Jouw premie € 145,80 per maand' followed by a dropdown arrow.

- De huidige weergave van de bedragen onderaan de pagina is niet praktisch. Wanneer er iets wordt toegevoegd, verschijnt de opsomming kort, maar verdwijnt deze ook snel weer. Het zou handiger zijn als de opsomming zichtbaar blijft, bijvoorbeeld als een kassabon aan de zijkant, gedurende het afsluiten van de verzekering.

Verbeteringen

- Samenvatting aan zijkant van pagina
- Terug knop

Nadat we alle zwaktepunten van de website hebben onderzocht, zijn we aan de slag gegaan met een nieuwe prototype maken voor de zorgverzekering van ZEKUR. Een ieder heeft een eigen design gemaakt. Vervolgens hebben we gestemd op de prototype die de zwaktepunten het beste hebben verbeterd. Met dat design heeft iedereen een usertest gedaan.

Usertest met redesign van ZEKUR, Vrouw 44 jaar

Doele van de test:

De test is gericht op het evalueren van de gebruiksvriendelijkheid van de premiecalculator en de algehele user flow op de zorgverzekering website. We willen weten of de gebruikers zonder problemen hun premie kunnen berekenen en of de website intuïtief werkt.

Testscenario's:

1. **Stap 1:** Een nieuwe gebruiker wil de premie voor een basisverzekering met aanvullende verzekering berekenen.
2. **Stap 2:** Een gebruiker wil de dekking aanpassen (eigen risico verhogen/verlagen) en de premie herberekenen.
3. **Stap 3:** Een gebruiker wil tijdens het berekenen een gezinssituatie toevoegen (bijv. partner en kinderen).

Testcriteria:

- Kan de gebruiker de premiecalculator gemakkelijk vinden op de website?
Ja, ze zag de knop “premie berekenen gelijk op de pagina”.
- Kan de gebruiker zonder hulp door het proces navigeren?
Ja
- Is alle benodigde informatie duidelijk en begrijpelijk voor de gebruiker?
Ja
- Komen er fouten of obstakels naar voren die het proces moeilijk maken?
 - *Zag kind berekenen niet. Heeft het niet ingevuld.*
- Begrijpt de gebruiker de getoonde premie en de opties die erbij komen?
Ja
- Hoelang duurt het voor de gebruiker om het hele proces te doorlopen?
3 minuten

Vragen na de test:

- Wat vond je over het algemeen van de website en het premiecalculator proces?
Het was makkelijk en duidelijk
- Zijn er verbeteringen die je zou willen zien?
Nee
- Zou je de website aanraden aan anderen om hun premie te berekenen? Waarom wel of niet?
Ja, het is makkelijk te volgen en je gaat er snel doorheen.

Heuristic Evaluation

Bij de tussen presentatie online was de feedback gegeven om de Nielsen Norman methode Heuristic Evaluation te gebruiken om de research te verbeteren. De Nielsen Normen heb ik daarna ook gebruikt. Het laat je beter nadenken over bepaalde functionaliteiten op een website die de gebruiksvriendelijkheid moet verbeteren. Ik heb het werkboek gebruikt van Nielsen Norman en heb de issues en de recommendations erin gezet per heuristiek. Bij sommige heb ik een foto erbij gezet waar je de issue ziet.

Heuristic Evaluation

Workbook

EVALUATOR: Angelina Coffie
DATE: 30-10-2024
PRODUCT: ZEKUR.
TASK: Zorgverzekering aansluiten

1

Visibility of System Status

The design should always keep users informed about what is going on, through appropriate feedback within a reasonable amount of time.

- Does the design clearly communicate its state?
- Is feedback presented quickly after user actions?

Issues

Bij het invullen van de gegevens wordt er niet verteld of de input juist is ingevuld. Wanneer je de BSN nummer verkeerd hebt ingevuld en ergens anders op klikt of op 'volgende stap' klikt dan pas geeft die aan dat het BSN nummer onjuist is ingevuld.

Recommendations

Je kunt bijvoorbeeld met een vinkjeernaast aangeven dat het juist is ingevuld. Of de kleur van de inputbar veranderen. Gelijk aangeven of het onjuist is ingevuld.

2

Match Between System and the Real World

The design should speak the users' language. Use words, phrases, and concepts familiar to the user, rather than internal jargon. Follow real-world conventions, making information appear in a natural and logical order.

- Will user be familiar with the terminology used in the design?
- Do the design's controls follow real-world conventions?

Issues

De website is volledig in het Nederlands en er is geen mogelijkheid om de taal te veranderen op de website.

Recommendations

De mogelijkheid hebben om de taal te veranderen naar keuze.

3

User Control and Freedom

Users often perform actions by mistake. They need a clearly marked "emergency exit" to leave the unwanted action without having to go through an extended process.

- Does the design allow users to go back a step in the process?
- Are exit links easily discoverable?
- Can users easily cancel an action?
- Is *Undo* and *Redo* supported?

Issues

Wanneer je bij gegevens bent, is er geen knop om terug te gaan naar de vorige stap om de premie te wijzigen. Alleen als je naar boven scrollt, kun je naar het wijzigen van de premie.

Recommendations

Waar de knop 'volgende stap' staat zou ook een knop met 'vorige stap' kunnen staan. Zo is het sneller en makkelijker te vinden.

Verzekeringen ▾ Klantenservice ▾

ZEKUR.

Zoeken



Inloggen

Sluit je zorgverzekering af

➊ Premie berekenen

wijzigen

➋ Gegevens invullen

Jouw gegevens

Hoe heet je?

Voornaam

Feedback

Wat is je burgerservicenummer?

Burgerservicenummer

Feedback

Dit nummer vind je o.a. op je identiteitsbewijs, rijbewijs en verzekeringsbewijs. We gebruiken je burgerservicenummer (BSN) om te controleren of je in aanmerking komt voor een zorgverzekering.

Volgende stap

4

Consistency and Standards

Users should not have to wonder whether different words, situations, or actions mean the same thing.
Follow platform and industry conventions.

- Does the design follow industry conventions?
- Are visual treatments used consistently throughout the design?

Issues

Bij sommige opties is het verschil niet duidelijk of je één of meer van de opties kan selecteren. Ze gebruiken dezelfde soort knoppen waar je bijvoorbeeld alleen één optie kan uitzieken.

Recommendations

Maak het verschil duidelijker, gebruik verschillende knoppen.



The screenshot shows the ZEKUR website with two service offerings:

- Hulp na een Ongeval:**
 - ✓ Uitkering voor extra kinderopvang
 - ✓ Vergoeding voor hondenuitlaatservice
 - ✓ Vergoeding voor fysiotherapie
 - ✓ Tot maximaal € 2.500,- per ongeval

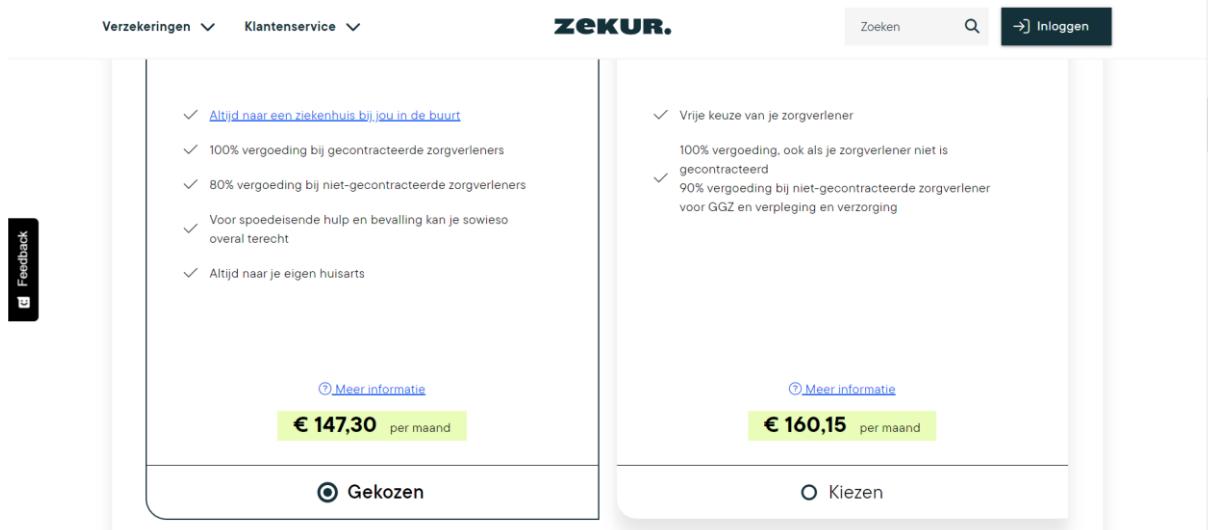
€ 2,25 per maand

Gekozen
- Zorg Ongevallen:**
 - ✓ Uitkering bij blijvende invaliditeit
 - ✓ Vergoeding van tandartskosten
 - ✓ Uitkering bij overlijden
 - Vergoeding van je verplicht eigen risico van € 385,- als je ook ZEKUR Wonen, ZEKUR Auto, ZEKUR ZZP of ZEKUR MKB hebt en je met ambulancevervoer naar een ziekenhuis bent gebracht.

€ 2,50 per maand

Gekozen

Hier kun je twee opties selecteren.



The screenshot shows the ZEKUR website with two service offerings:

- Altijd naar een ziekenhuis bij jou in de buurt:**
 - ✓ Altijd naar een ziekenhuis bij jou in de buurt
 - ✓ 100% vergoeding bij gecontracteerde zorgverleners
 - ✓ 80% vergoeding bij niet-gecontracteerde zorgverleners
 - ✓ Voor spoedeisende hulp en bevalling kan je sowieso overal terecht
 - ✓ Altijd naar je eigen huisarts

[Meer informatie](#)

€ 147,30 per maand

Gekozen
- Vrije keuze van je zorgverlener:**
 - ✓ Vrije keuze van je zorgverlener
 - 100% vergoeding, ook als je zorgverlener niet is gecontracteerd
 - 90% vergoeding bij niet-gecontracteerde zorgverlener voor GGZ en verpleging en verzorging

[Meer informatie](#)

€ 160,15 per maand

Kiezen

Hier kun je alleen één optie selecteren.

5

Error Prevention

Good error messages are important, but the best designs carefully prevent problems from occurring in the first place. Either eliminate error-prone conditions, or check for them and present users with a confirmation option before they commit to the action.

- Does the design prevent slips by using helpful constraints?
- Does the design warn users before they perform risky actions?

Issues

Het verteld niet waar je naartoe gaat wanneer je op 'verder' drukt.

Recommendations

Er bij zetten waar je naartoe gaat als je op 'verder' klikt. In plaats van 'verder' kun je bijvoorbeeld 'gegevens volgende stap' op de knop zetten.

6

Recognition Rather Than Recall

Minimize the user's memory load by making elements, actions, and options visible. The user should not have to remember information from one part of the interface to another. Information required to use the design (e.g. field labels or menu items) should be visible or easily retrievable when needed.

- Does the design keep important information visible, so that users do not have to memorize it?
- Does the design offer help in-context?

Issues

Ze blijven niet zien wat ze selecteren, want ze krijgen de opsomming van het bedrag onderaan te zien die ze eerst moeten uitklappen.

Recommendations

Een bon die zichtbaar blijft terwijl ze bezig zijn met het selecteren van de opties.

The screenshot shows a web page for ZEKUR. At the top, there are navigation links for 'Verzekeringen' and 'Klantenservice'. The ZEKUR logo is in the center, followed by a search bar and a 'Inloggen' button. Below the header, a question asks 'Hoeveel kinderen wil je verzekeren?' with a numeric input field containing '4'. There are minus and plus buttons to adjust the value. A feedback link is visible on the left. Below the input field, a note states 'Al 150.000 klanten kozen voor een verzekering van ZEKUR' and a link 'Ik ben al klant, wijzig mijn verzekering'. At the bottom, a green bar displays 'Jouw premie € 217,75 per maand' with a dropdown arrow.

7

Flexibility and Efficiency of Use

Shortcuts – hidden from novice users – may speed up the interaction for the expert user such that the design can cater to both inexperienced and experienced users. Allow users to tailor frequent actions.

- Does the design provide accelerators like keyboard shortcuts and touch gestures?
- Is content and functionality personalized or customized for individual users?

Issues

Je kunt op de pagina gegevens niet door naar de volgende stap, zoals naar vragen beantwoorden gaan voordat je alles hebt ingevuld, maar je kunt wel al zien dat het de volgende stap is.

Er zijn geen shortcuts, want je kunt niks voorbij gaan als je het niet hebt ingevuld. Vanuit de homepagina kun je niet direct naar premie berekenen.

Recommendations

Als anderen de vragen alvast willen bekijken, is het fijn als je de vragen kunt uitklappen.

Verzekeringen ▾ Klantenservice ▾

ZEKUR.

Zoeken



Inloggen

Feedback

Jouw gegevens

Gegevens kinderen

Contactgegevens

Betaalgegevens

③ Vragen beantwoorden

8

Aesthetic and Minimalist Design

Interfaces should not contain information that is irrelevant or rarely needed. Every extra unit of information in an interface competes with the relevant units of information and diminishes their relative visibility.

- Is the visual design and content focused on the essentials?
- Have all distracting, unnecessary elements been removed?

Issues

Wanneer je op premie berekenen klikt, zie je eerst waarom je ZEKUR moet kiezen en je ziet voor de helft daaronder 'bereken je zorgpremie' waar je eigenlijk naartoe wilde

Recommendations

Zorgen dat 'bereken je zorgpremie' gelijk goed zichtbaar is. Minder witregels of het op een andere manier op pagina de redenen voor ZEKUR weergeven.

Verzekeringen ▾ Klantenservice ▾

ZEKUR.

Zoeken



Inloggen

Home / Zorgverzekering / Premie berekenen

Premie zorgverzekering 2024

✉ Feedback

Daarom ZEKUR

- ✓ Altijd een ziekenhuis bij jou in de buurt
- ✓ Spoedeisende hulp en bevallingen in alle ziekenhuizen
- ✓ Je kan altijd naar je eigen huisarts
- ✓ Met veel aanvullende opties



[Bereken je zorgpremie](#)

9

Help Users Recognize, Diagnose, and Recover from Errors

Error messages should be expressed in plain language (no error codes), precisely indicate the problem, and constructively suggest a solution.

- Does the design use traditional error message visuals, like bold, red text?
- Does the design offer a solution that solves the error immediately?

Issues

Hij geeft wel een foutmelding alleen die zou ook een voorbeeld kunnen geven, bijvoorbeeld bij het invullen van een BSN nummer.

Recommendations

Een voorbeeld geven van wat je moet invullen.

The screenshot shows a web page with a header containing 'Verzekeringen' and 'Klantenservice' dropdown menus, the 'ZEKUR.' logo, a search bar, and a 'Inloggen' button. The main content area has a heading 'Wat Is Jeburgerservicenummer?'. Below it is a text input field labeled 'Burgerservicenummer'. To the left of the input field is a red triangle icon with a white exclamation mark, indicating it is a required field. To the right of the input field is a note: 'Burgerservicenummer is een verplicht veld'. Below the input field is a note: 'Dit nummer vind je o.a. op je identiteitsbewijs, rijbewijs en verzekeraarsbewijs. We gebruiken je burgervisenummer (BSN) om te controleren of je in aanmerking komt voor een zorgverzekering.' At the bottom right of the form is an orange button labeled 'Volgende stap'.

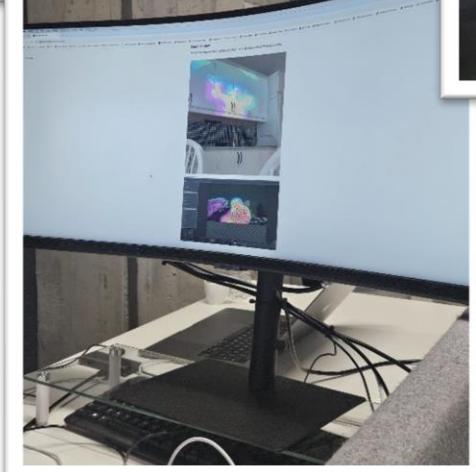
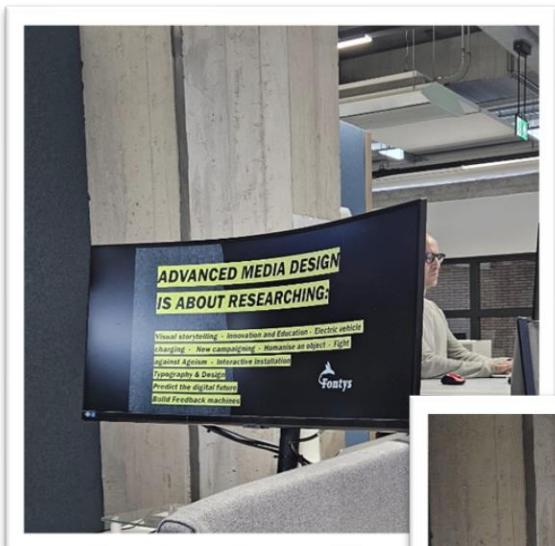
Career day

Fontys heeft een career day georganiseerd op Strijp-TQ, waar ze vertellen over de minors die Fontys heeft en verschillende bedrijven die komen, waar je bijvoorbeeld stage kunt gaan lopen. Daar heb ik me gelijk voor ingeschreven, zodat ik meer inzichten kan krijgen over wat ik in de toekomst wil gaan doen.

Ik ben ernaar toegegaan en dit was voor mij de eerste keer. Het was even kijken wat de bedoeling was, want het was ook heel drukbezocht. Ik ben wat gaan rondkijken en ik ben uiteindelijk bij Advanced Media gekomen. Het is geen minor, maar het is een richting die je kunt kiezen in semester 6 of 7.

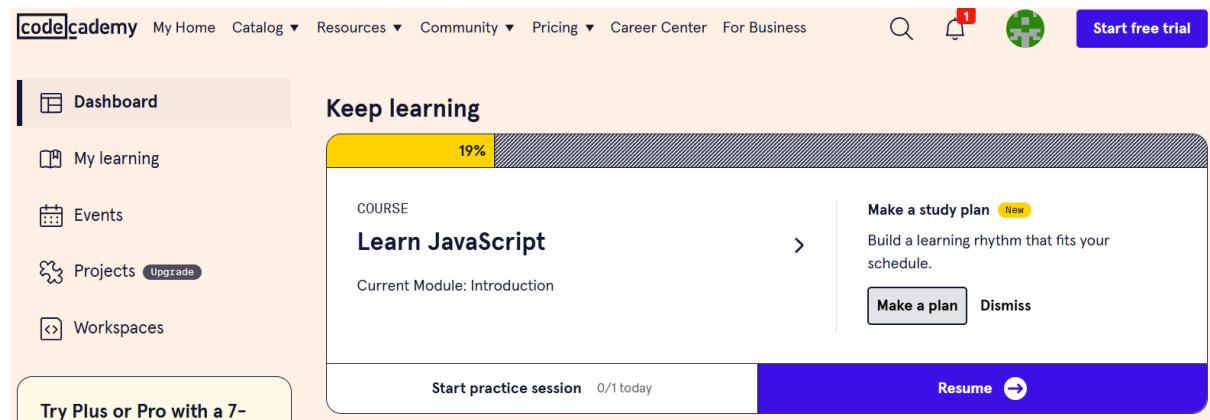
Een docent heeft uitgelegd hoe het semester zal verlopen, wat er van je verwacht zal worden en hij heeft voorbeelden laten zien van studenten in dat semester. Je kunt in dit semester verschillende kanten op gaan, zoals Visual storytelling, Humanise an object en Build Feedback machines. Je kunt veel dingen gaan maken en wat ook leuk is, is dat je een week naar het buitenland gaat en je hebt in die week een project met studenten van daar.

De volgende keer dat Fontys een Career Day organiseert zal ik zeker weer gaan. Nu weet ik hoe zo'n dag eruit ziet.



Codecademy

Om **JavaScript** beter onder de knie te krijgen, ben ik gaan oefenen op Codecademy. Ik merk dat ik de concepten veel beter begrijp wanneer ik zelf aan de slag ga. Door actief te oefenen, fouten te maken en direct feedback te krijgen, leer ik veel sneller. Het helpt me om zelf dingen uit te proberen, in plaats van alleen uitleg te krijgen van anderen.



Personality test

Your personality type is:

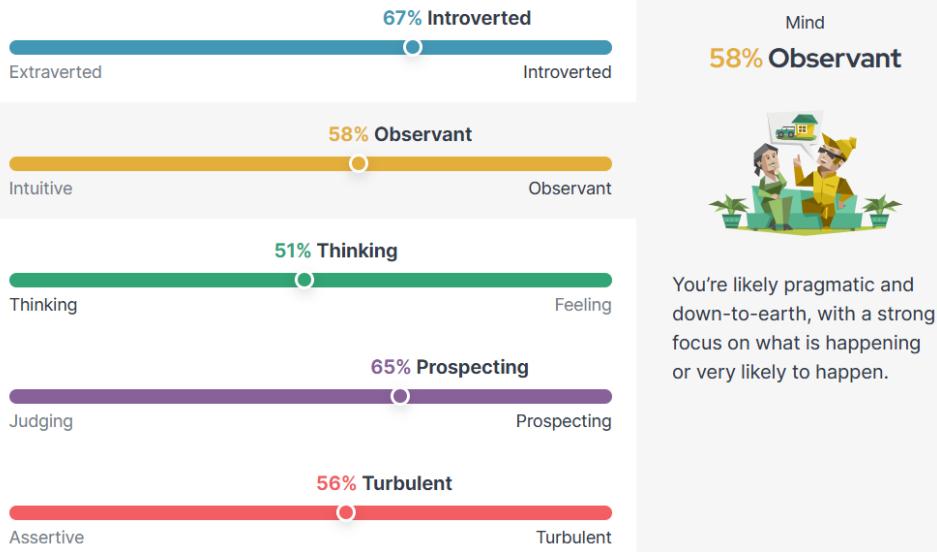
Virtuoso

ISTP-T



As an ISTP (Virtuoso), you are a bold explorer of the tangible world, driven by a restless curiosity to understand how things work. Your hands-on approach to life is matched only by your adaptability, allowing you to navigate challenges with a unique blend of practical logic and spontaneous creativity. You thrive on solving immediate problems, your mind a toolbox of skills and knowledge ready to be applied at a moment's notice.

1 Personality Traits



Ik vond het interessant om te zien welke eigenschappen de test naar voren haalt na het beantwoorden van de vragen. De resultaten leggen de eigenschappen goed uit.

Bronnen

<https://www.youtube.com/watch?v=AsR90KL5U2E> (mouse cursor)

<https://developer.mozilla.org/en-US/docs/Web/CSS/gradient/linear-gradient> (linear color)

<https://www.youtube.com/watch?v=uI3k9Ol-Mp4> (dropdown Figma)

<https://stackoverflow.com/questions/27583937/how-can-i-make-a-css-glass-blur-effect-work-for-an-overlay> (blur effect)

https://www.w3schools.com/css/css_dropdowns.asp (dropdown)

<https://www.16personalities.com/free-personality-test>