

Ontwerpdocument

Anoush Mazloumian | 100782051 | klas 205 | Valina, Christiaan & Vasilis | Blok WEB | 1/11/2018



Opdrachtomschrijving

De opdracht is om een verhalenwebsite te ontwerpen en te programmeren voor op reis. Responsive design staat centraal bij deze opdracht. De website moet zowel op mobiel, tablet en op desktop gangbaar zijn en de gebruiker moet voor, tijdens en na de reis een ervaring met de website hebben. Denk aan: verhalen lezen, opslaan en een reactie achterlaten.

Kortom, de website moet een [seamless multi-device experience](#) worden waar [responsive](#) het codewoord is.



Inleiding

In dit document laat ik kort mijn proces zien van hoe ik tot het eindconcept van de verhalenwebsite ben gekomen. De tussenliggende iteraties zijn allemaal te vinden in mijn procesboek. Je vind naast alle keuzes die ik heb gemaakt ook de link van de daadwerkelijk gemaakte website.

Ik heb gekozen om Transavia te nemen als opdrachtgever. Hun design spreekt me het meeste aan en ik vlieg er regelmatig mee.

Inhoudsopgave

1. Over de opdrachtgever 3

Merkstrategie en doelgroep	3
De huisstijl	4

2. Het eindconcept 5

Een multi-device design	5
Overzicht Transavia Stories	6
Breakpoints	7
Informatie architectuur	9
Customer journey map	10
User scenario	11
De happy wireflow	12
Jobstories	18
States & micro-interacties	19

3. Het visueel concept 21

Omschrijving verhaal & sfeerwoord	21
Beelden in de sfeer	22
Het visueel concept: Uitgelegd	23
Het visueel concept: Responsive	24
Het visueel concept: Micro-interactie	25

4. Bronvermelding 26

1 Over de opdrachtgever

Transavia's merkstrategie

De **missie** van Transavia is het optimaliseren van de klantervaring, waarmee een expliciete (merk)voordeur voor transavia gerealiseerd wordt. Hun **visie** is het altijd op zoek naar economische welvaart zijn, met inbegrip van duurzame winstgevendheid van Transavia in evenwicht, met ecologische kwaliteit en het welzijn van de mens. Ook heeft Transavia een **ambitie**: al zijn medewerkers inzetten met alle enthousiasme om voor de passagier de reisbeleving zo persoonlijk en relevant mogelijk te maken.



Doelgroep Transavia

Transavia richt zich sinds kort uitsluitend op toeristen en mensen die vrienden of familie gaan bezoeken (VFR). De zakenreiziger is geen doelgroep meer van Transavia Nederland, Frankrijk en Europa.

De huisstijl van Transavia

De volledige huisstijl is te vinden in mijn procesboek. Alle elementen die ik hier beschrijf heb ik meegenomen in mijn eindconcept.

Font

Heading 1 **Nexa Bold**

Heading 2

Lopende tekst
Links

Nexa Bold

Nexa Light
Nexa Light

20 pt

16 pt
12 pt
12 pt

Logo



Transavia heeft ervoor gekozen om op mobiel formaat het logo niet meer in de navigatie te zetten, maar gewoon op de pagina zelf.

Header en banners



In de header heeft transavia een duidelijke vocal point neergezet: "Waar wil je heen", dit is vaak het eerste doel is van de gebruiker: Een vakantie boeken.



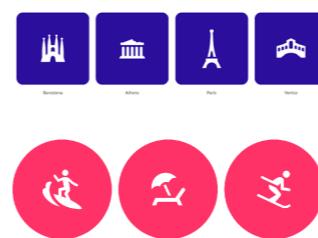
Transavia maakt gebruik van veel verschillende soorten banners. Deze vond ik zelf het beste bij de verhalenwebsite passen.

Kleurpalet

Transavia maakt gebruik van vier basis kleuren. Wit en groen, die behoren tot de secundaire kleuren groep, worden vooral gebruikt voor de echte basis, denk aan het logo en belangrijke achtergronden. Roze en blauw, worden gebruikt voor alle buttons. In de functie van de buttons zit ook een verschil. De roze buttons worden meer gebruikt voor de belangrijkste buttons. De blauwe voor de "bij" buttons.



buttons en iconen



Normaal

Hover

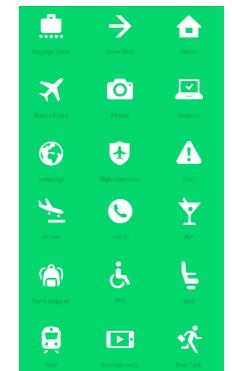


Al onze bestemmingen bekijken

Al onze bestemmingen bekijken

Kies je vertrekluchthaven

Kies je vertrekluchthaven



De blauwe vierkante icoontjes zijn de plekken waar je heen kunt gaan. De ronde roze icoontjes staan voor de verschillende soorten vakanties.

2 Het concept: Transavia Stories

Een multi-device design

Het eindproduct is een multi device design van een verhalenwebsite van Transavia die een **consistente** en een **continue** ervaring met zich mee brengt. De verhalen kun je op elk device verder lezen waar en wanneer je maar wilt. Of je nu je thuis de computer aan hebt staan, de iPad in het vliegtuig gebruikt of als je op bestemming je telefoon in handbereik hebt, overal is toegang tot de verhalen van Transavia.



Informatie Architectuur

Annotaties

How people look for information

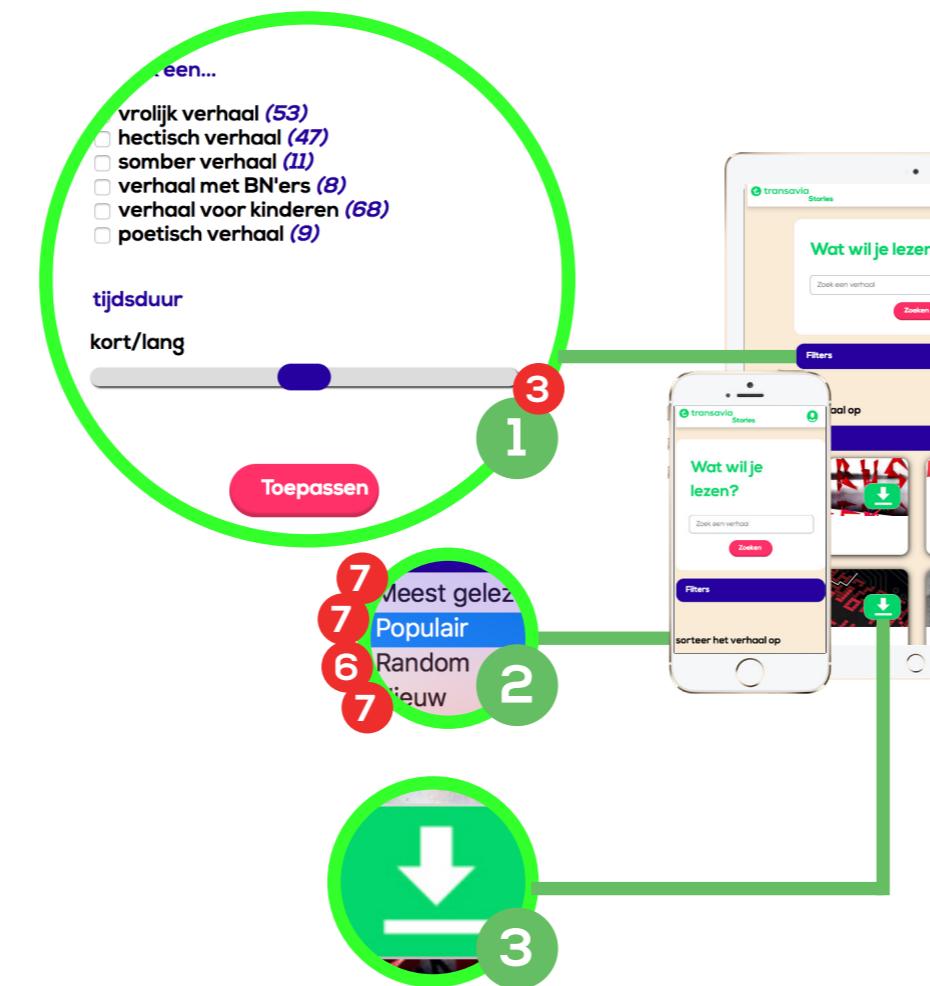
- 1 Exploring/Refinding/Refinding & narrowing
- 2 Comparing/Getting a broad idea

Wegwijzer

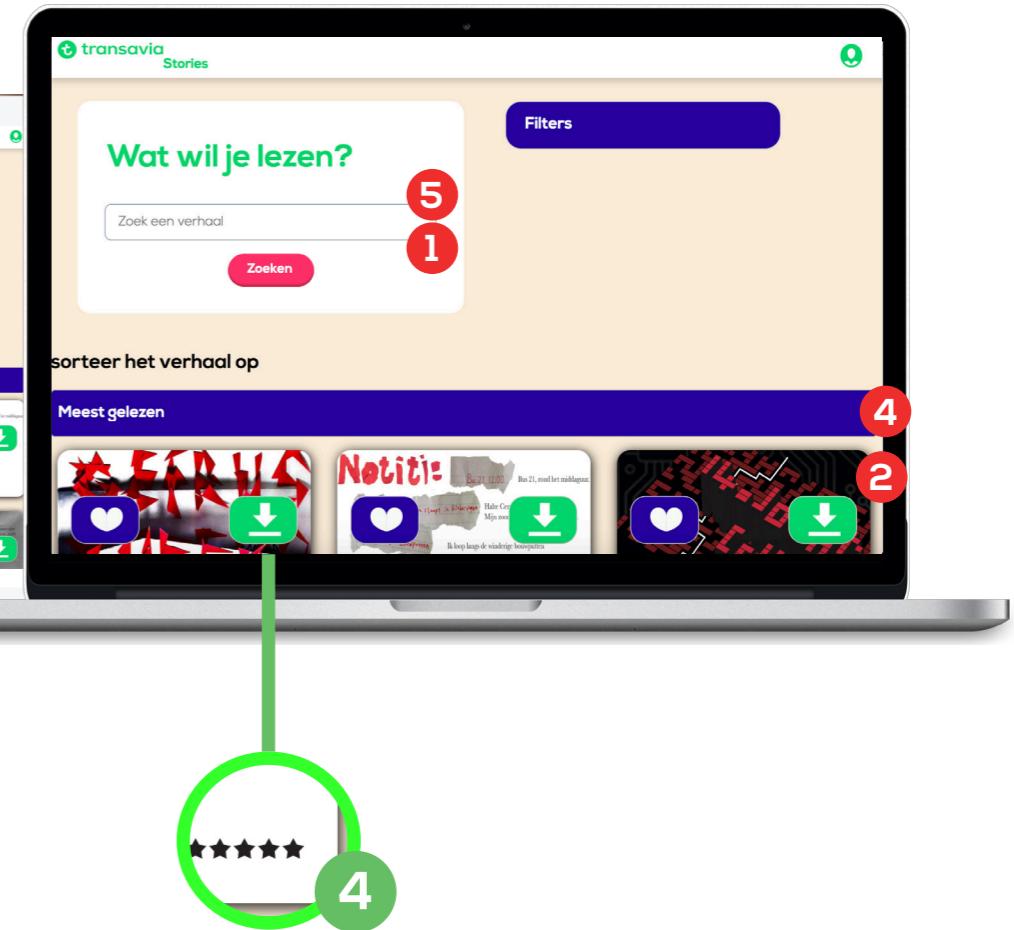
- 3 Filter
- 4 Sorteren op
- 5 Zoeken

Organisatieschema's

- 6 Random
- 7 Nummeriek - exact



De overzichtspagina

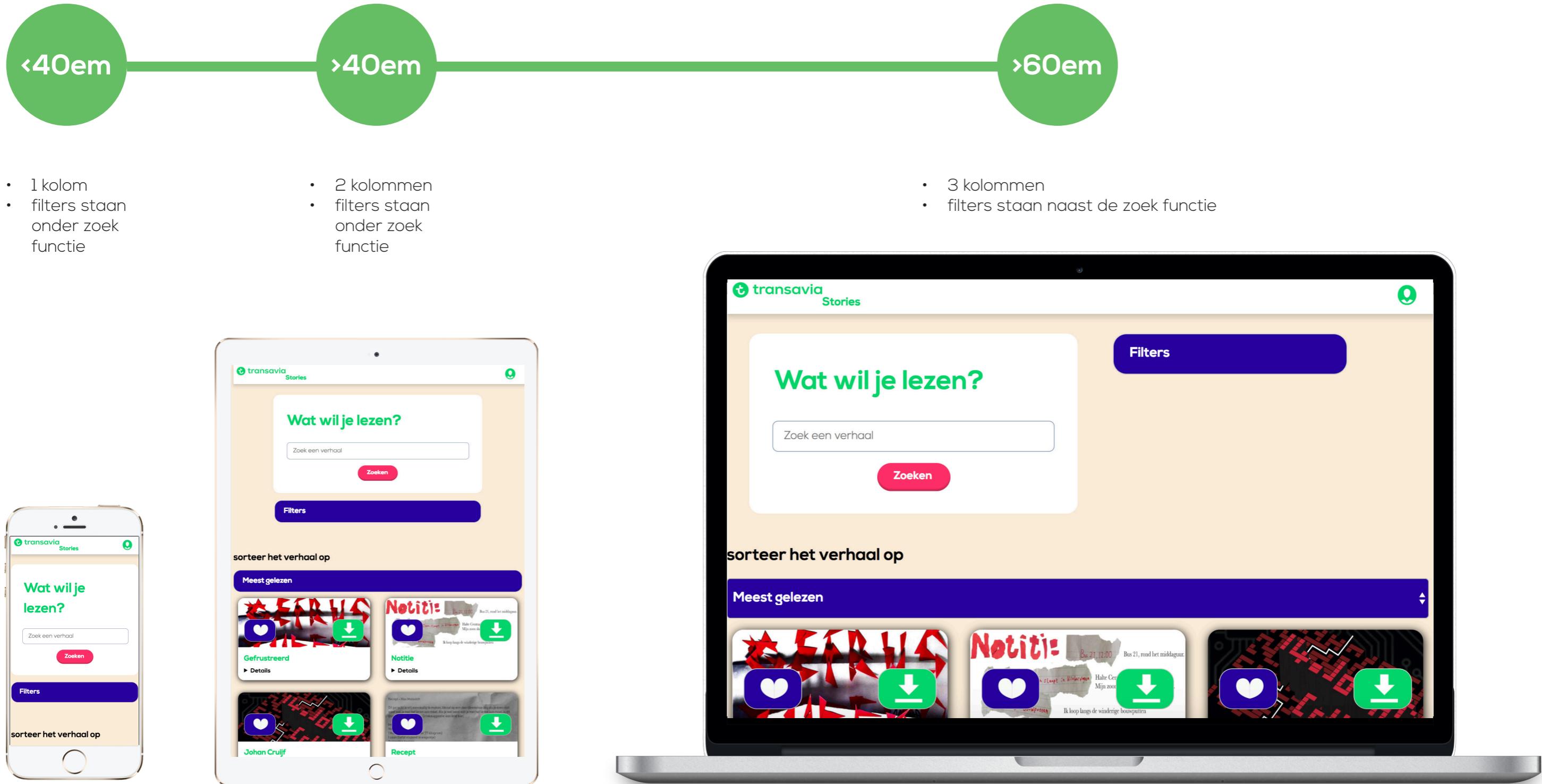


De user goals

- 1 De gebruiker wil een leuk verhaal kunnen vinden
- 2 De gebruiker wil aanbevolen of verassende resultaten aangeboden krijgen
- 3 De gebruiker wil tijdens de reis verhalen kunnen lezen
- 4 De gebruiker wil input geven zodat anderen beter leuke verhalen kunnen vinden

In mijn procesboek kun je de **mobile first** versie van de informatie architectuur van Transavia Stories vinden. Mobile first zorgt ervoor dat je meteen begint na te denken wat nu echt belangrijk is op de website, omdat de ruimte beperkt is. Zo kun je de desktop en tablet versie makkelijker uitwerken.

Breakpoints



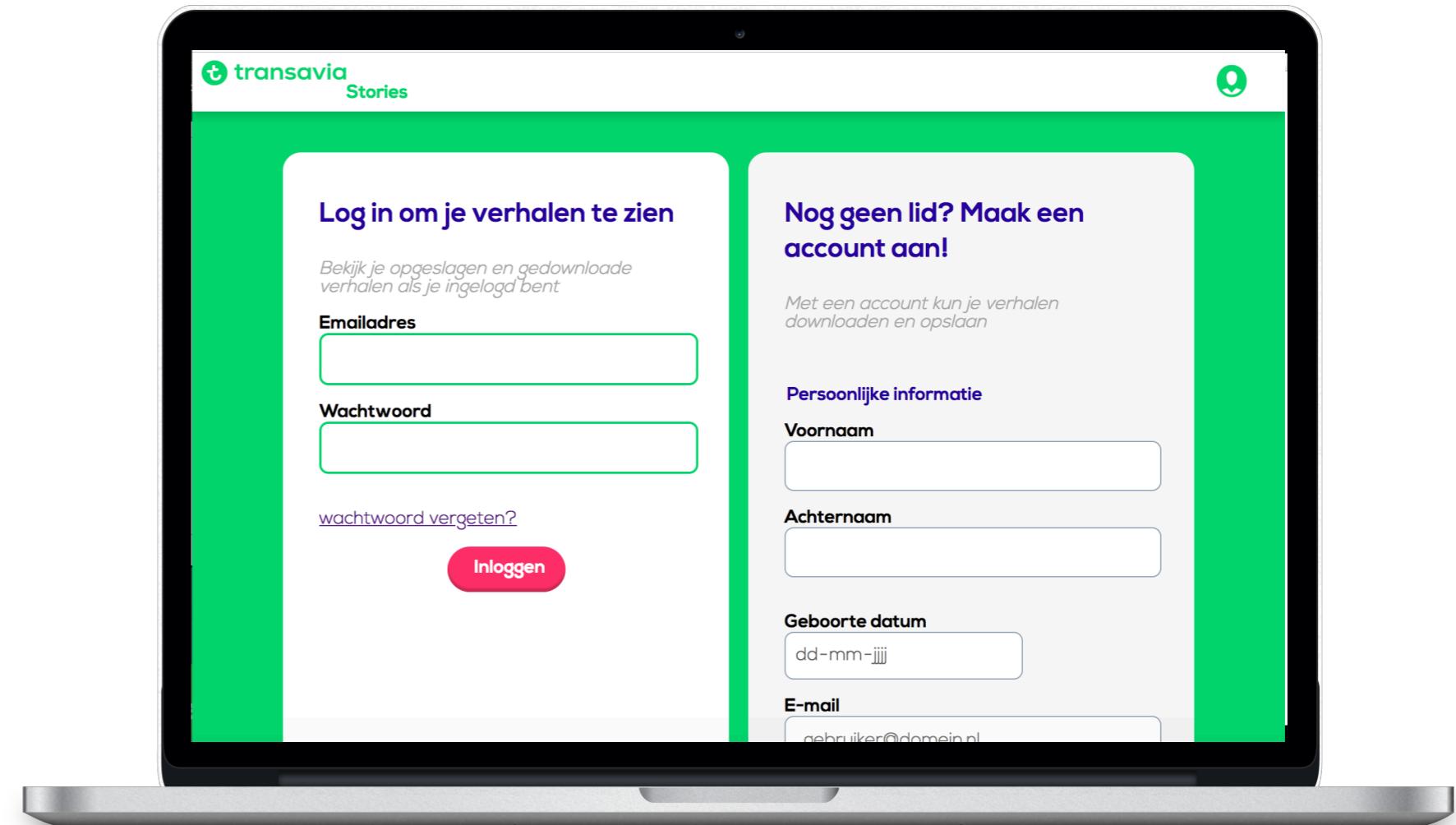
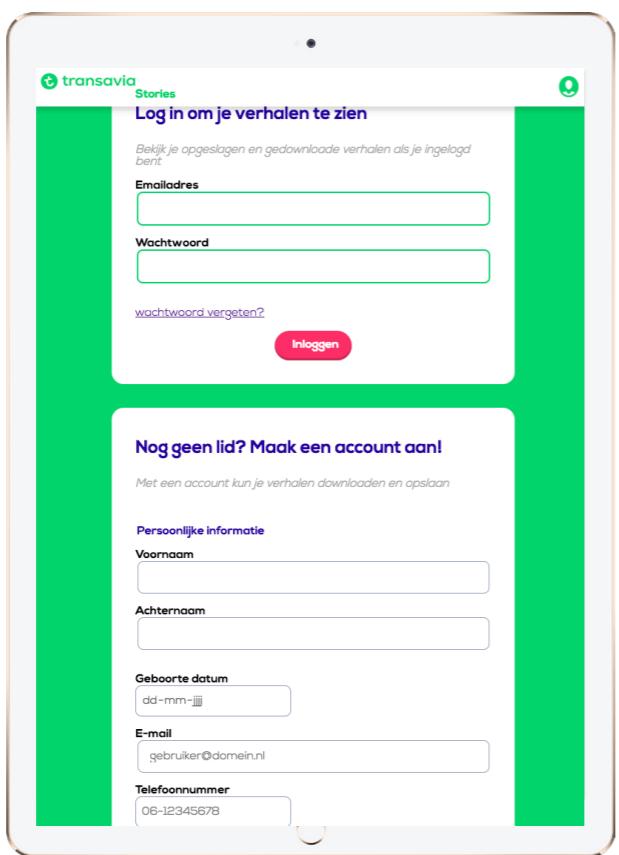
Breakpoints



- 1 kolom
- formulieren staan onder elkaar

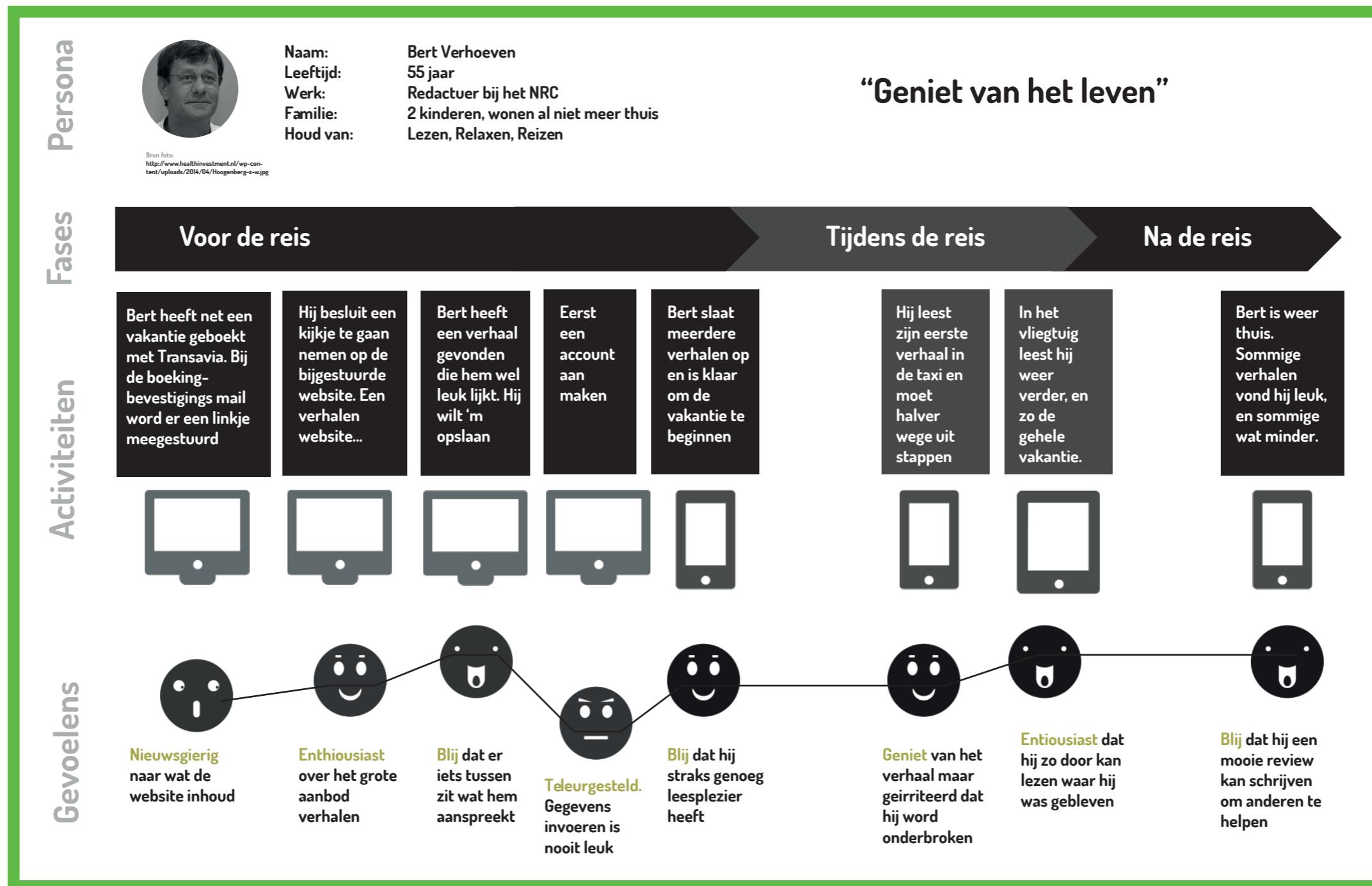
- 1 kolom
- formulieren staan onder elkaar

- 3 kolommen
- formulieren staan naast elkaar



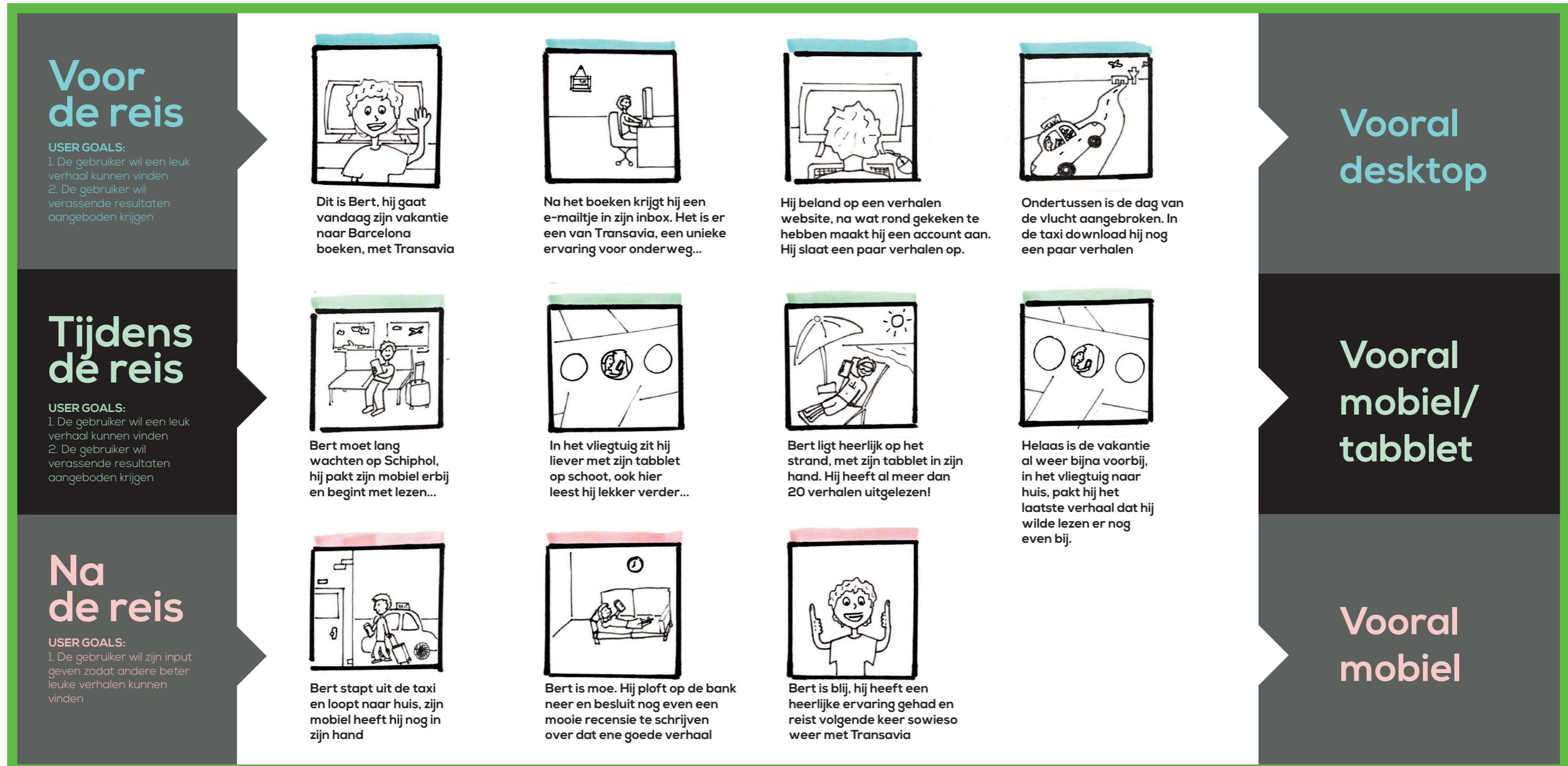
Customer journey map

Door customer journey mapping krijgen we een beter beeld over de situatie voor, tijdens en na de reis. Ook krijgen we op deze manier een overzicht van welk device wanneer gebruikt word.



User scenario

Om de situatie nog visueel in beeld te krijgen, heb ik een user scenario gemaakt die gebaseerd is op de persona die ik bij mijn customer journey map heb beschreven.



De happy wireflow

Met behulp van de user scenario kunnen we nu een heldere wireflow maken, waar het device centraal staat die op dat moment logisch gebruikt wordt. We gaan er hier vanuit dat alles goed gaat, het is de happy flow. We gebruiken onze persona om de situatie te schetsen.

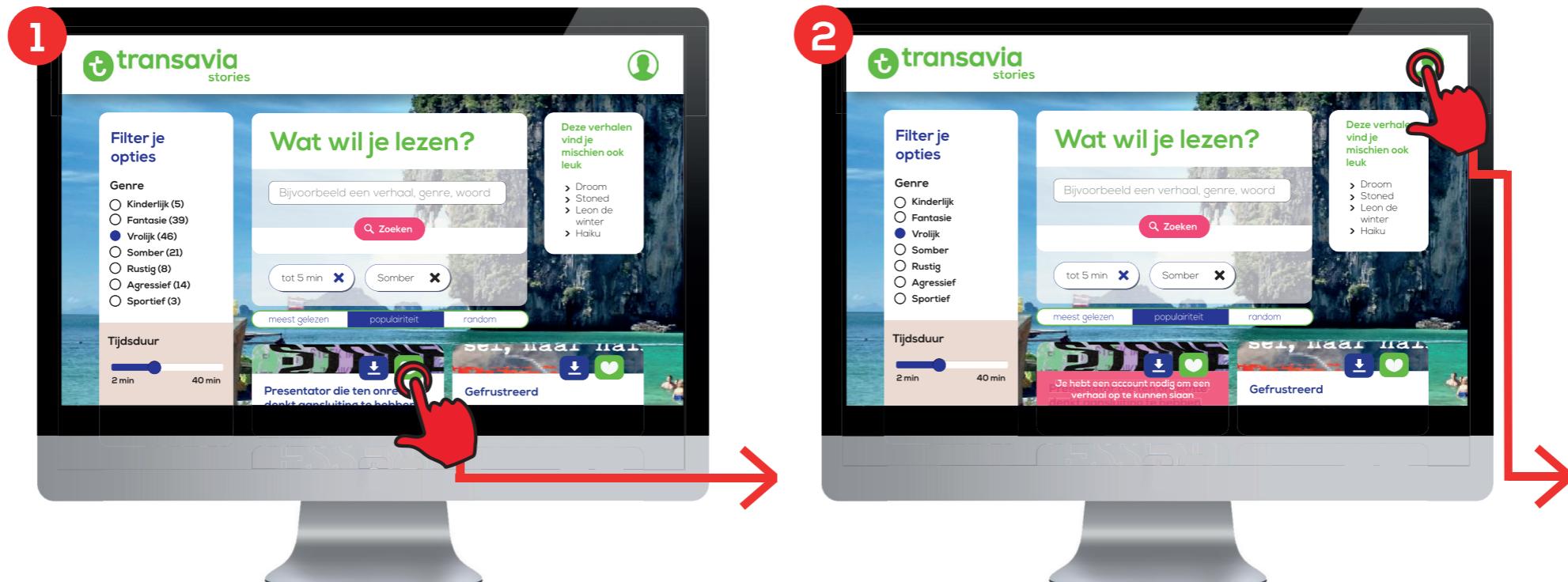
Legenda

- 1 Volgorde
- Flow
-  Gestures

Bert opent de link die hij toegestuurd heeft gekregen op zijn e-mail. Zijn eerste indruk ligt op de "wat wil je lezen". Hij begrijpt meteen dat het om een website gaat waar je verhalen kunt lezen. Omdat hij nog nooit van de website heeft gehoord, laat hij zich inspireren door wat filters toe te voegen.

De eerste titel spreekt Bert al meteen aan. Het beeld die er aan toegevoegd is zegt namelijk al veel over de sfeer. Hij wilt dit verhaal wel opslaan en klikt op het hartje.

Hij krijgt direct een melding dat hij een account nodig heeft om verhalen op te kunnen slaan dus hij besluit maar meteen een account aan te maken.



De happy wireflow

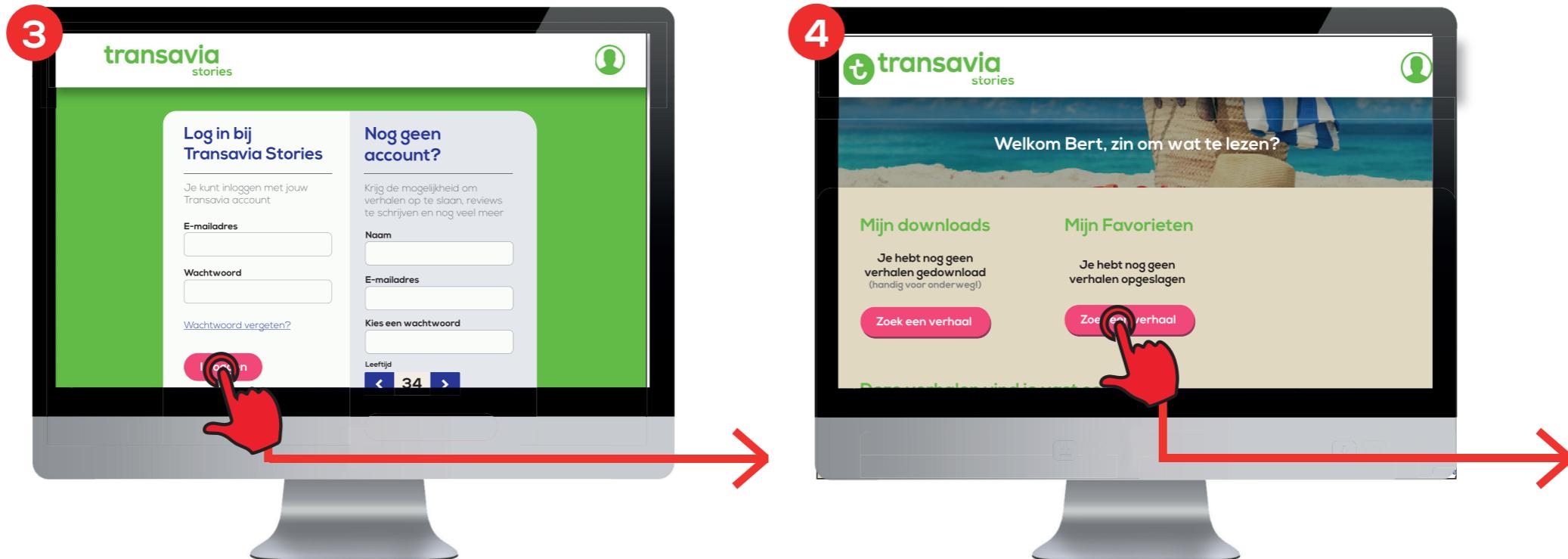
Met behulp van de user scenario kunnen we nu een heldere wireflow maken, waar het device centraal staat die op dat moment logisch gebruikt wordt. We gaan er hier vanuit dat alles goed gaat, het is de happy flow.

Legenda

- 1 Volgorde
- Flow
-  Gestures

Omdat Bert een vlucht heeft geboekt bij Transavia, heeft hij ook al een account. Hij hoeft geen apart account hiervoor te maken wat Bert gelukkig maakt. Bert houd namelijk niet zo van prive informatie doorgeven als het niet zo belangrijk is.

Bert word zodra het aanmelden gelukt is verwelkomt en er word meteen doorverwezen dat hij verhalen in zijn favorieten kan stoppen en verhalen kan downloaden voor onderweg.



De happy wireflow

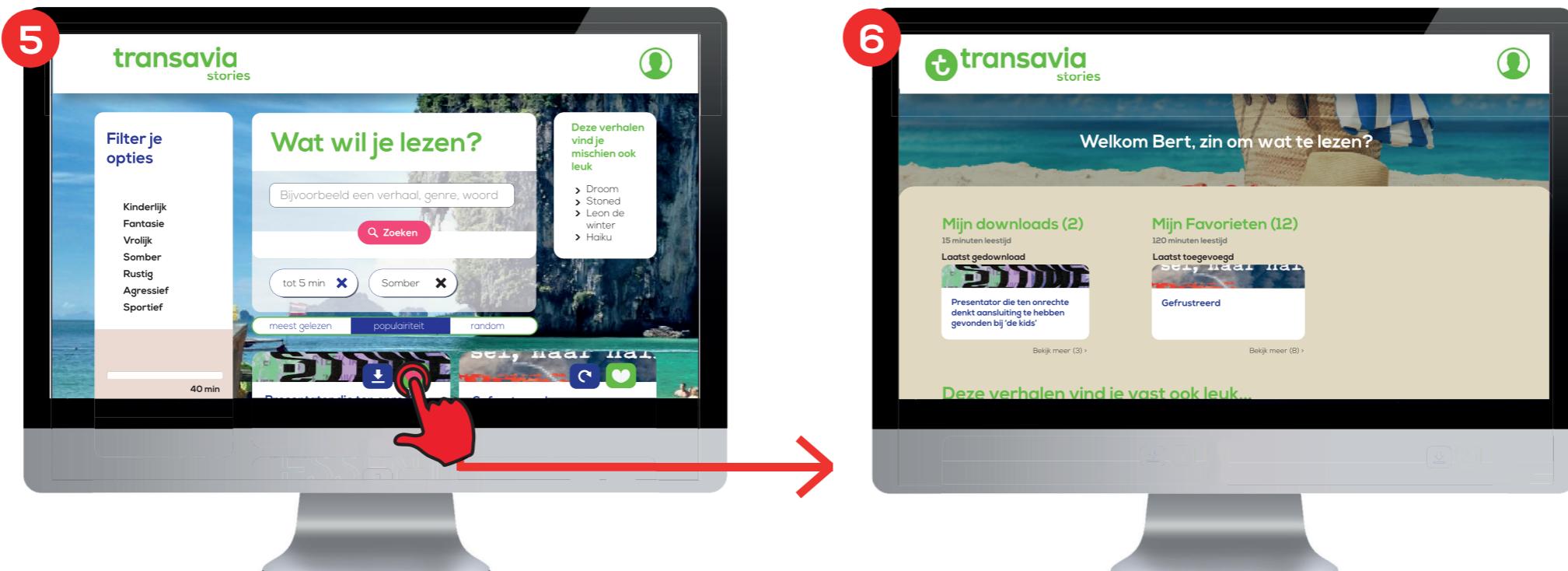
Met behulp van de user scenario kunnen we nu een heldere wireflow maken, waar het device centraal staat die op dat moment logisch gebruikt wordt. We gaan er hier vanuit dat alles goed gaat, het is de happy flow.

Legenda

- 1 Volgorde
- Flow
-  Gestures

Nu kan Bert met alle rust verhalen opslaan en eventueel downloaden. Nu hij nog thuis is besluit hij dit genoeg te doen, zodat hij straks op Schiphol, in het vliegtuig, misschien nog even in de taxi en op vakantie zonder paniek genoeg lees plezier heeft.

Hij kijkt nog even op zijn profiel voor een overzicht hoeveel en welke verhalen hij gedownload heeft. Hij ziet ook dat de leestijd erbij vermeld is, wat hem zekerder maakt dat het zo wel genoeg is. Hij sluit de website en wacht tot zijn vakantie.



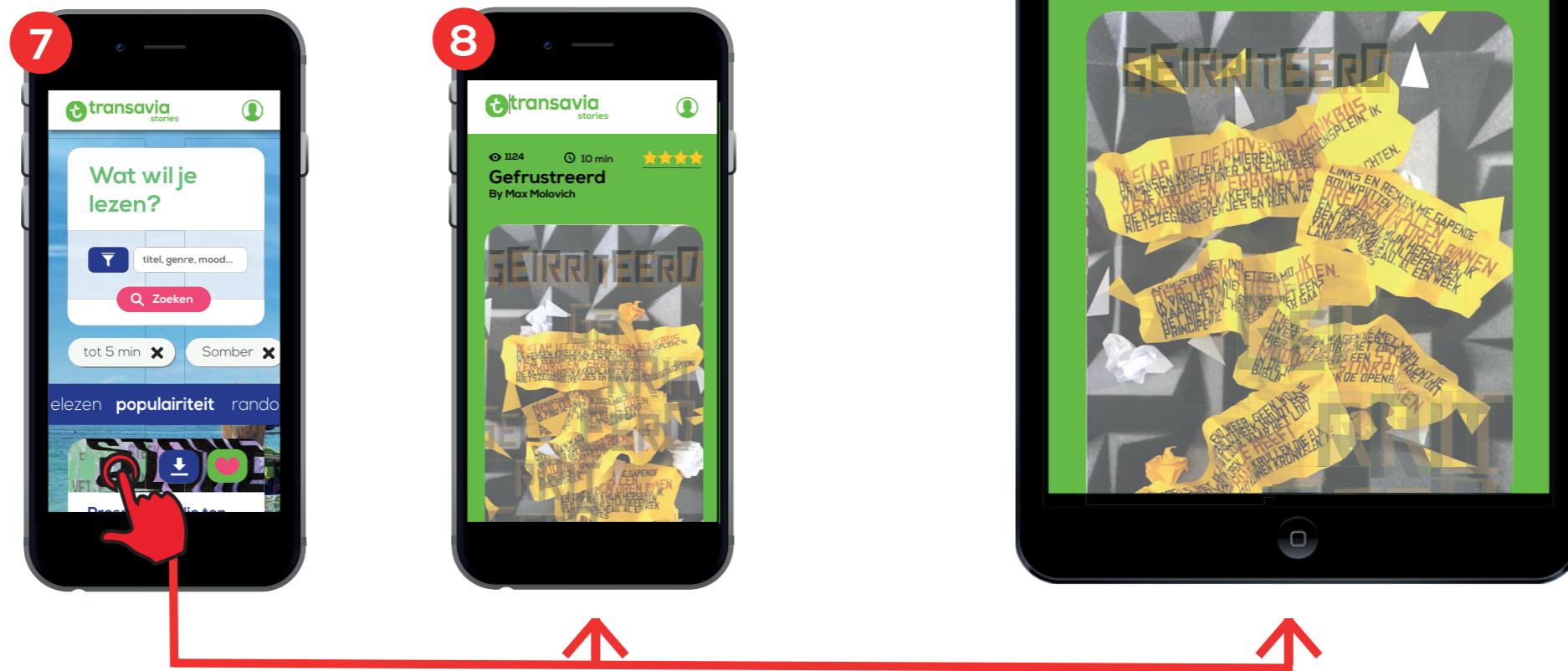
De happy wireflow

Met behulp van de user scenario kunnen we nu een heldere wireflow maken, waar het device centraal staat die op dat moment logisch gebruikt wordt. We gaan er hier vanuit dat alles goed gaat, het is de happy flow.

Legenda

- 1 Volgorde
- Flow
- Gestures

Bert zit eindelijk met zijn koffers in de taxi, hij pakt zijn telefoon erbij, opent de website en kies een verhaal uit om te gaan lezen. Eenmaal in het vliegtuig heeft hij liever een tablet vast. Ook hier heeft hij precies dezelfde verhalen opstaan, omdat de devices met elkaar verbonden zijn. Hij kan zo het verhaal verder lezen waar hij gebleven was.



De happy wireflow

Met behulp van de user scenario kunnen we nu een heldere wireflow maken, waar het device centraal staat die op dat moment logisch gebruikt wordt. We gaan er hier vanuit dat alles goed gaat, het is de happy flow.

Legenda

- 1 Volgorde
- Flow
-  Gestures

Na bijna alle verhalen gelezen te hebben stapt Bert zijn eigen huis weer naar binnen. Na even uitgerust te hebben van de reis, bedenkt hij zichzelf het niet bij alleen deze ervaring te houden. Hij zou graag anderen willen helpen bij het kiezen van een goed verhaal.

Hij heeft toevallig zijn telefoon nog in zijn hand en hij opent een verhaal waar hij deze vakantie erg van genoten heeft. Hij klikt op de rating en word naar de onderkant van de pagina geleid. Bert ziet meteen waar hij moet zijn om zelf een review te schrijven.



De happy wireflow

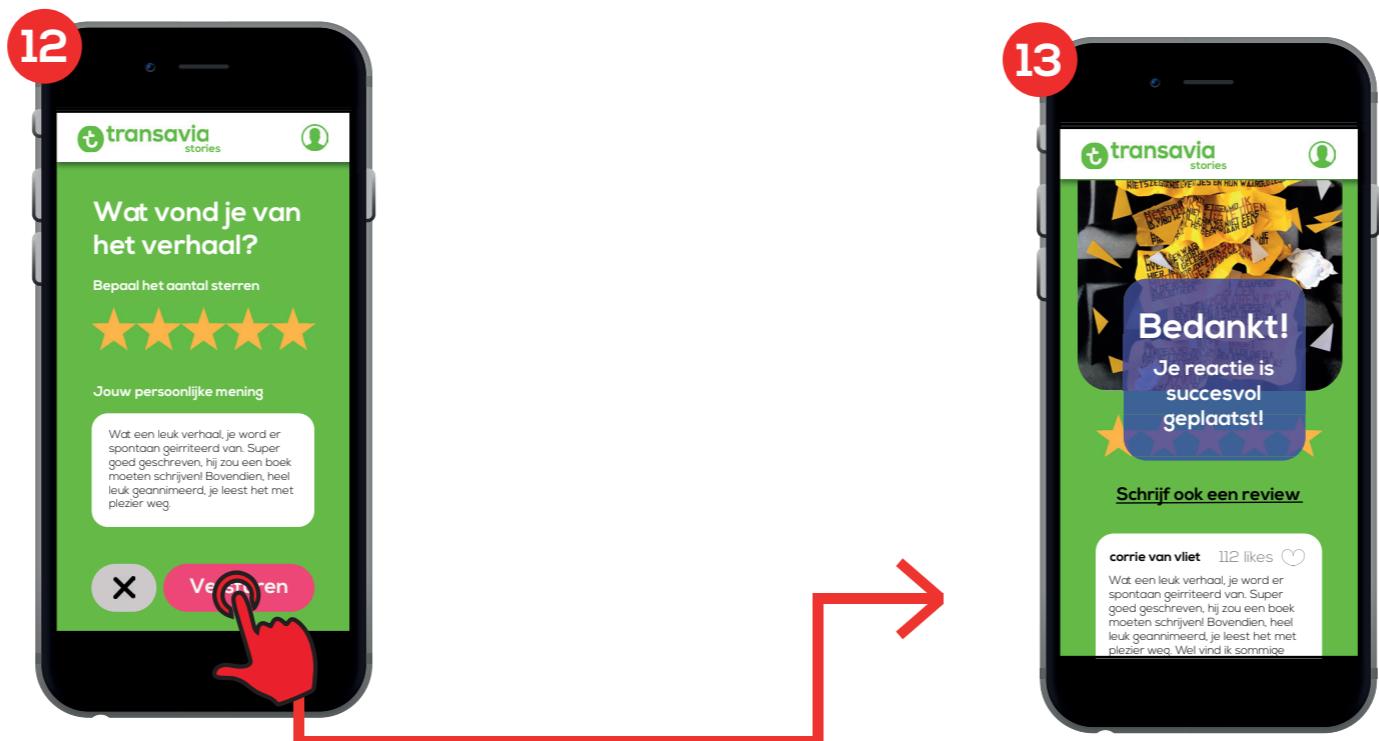
Met behulp van de user scenario kunnen we nu een heldere wireflow maken, waar het device centraal staat die op dat moment logisch gebruikt wordt. We gaan er hier vanuit dat alles goed gaat, het is de happy flow.

Legenda

- 1 Volgorde
- Flow
-  Gestures

Bert kiest het aantal sterren in hoeverre hij plezier had aan het verhaal. Daarna voegt hij er nog een mooi persoonlijk berichtje aan toe om de mede-lezers extra goed inzicht te geven over het verhaal

Hij leest de review nog een keer door en besluit dat hij zo goed als af is. Bert klikt op versturen en de website bedankt hem waardoor bert weet dat de reactie met volle succes geplaatst is.



Jobstories

Om tot deze wireflow te komen, heb ik twee patterns bij mijn jobstories onderzocht. Hieronder leg ik uit wat mijn belangrijkste bevindingen zijn geweest. Op de volgende pagina's vind je de uitwerking van de states en de micro-interacties die hier op gebaseerd zijn.

1

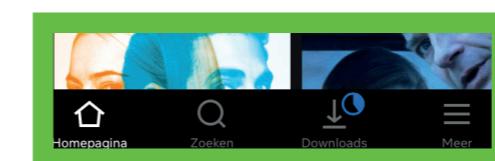
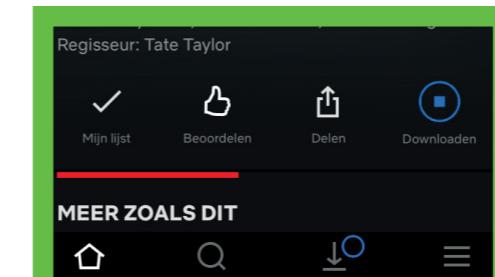
When I'm on the plane without a WiFi connection,
I want to read a story,
So I can entertain myself.

Ontwerpprobleem in het kort

Er is geen wifi of bereik in het vliegtuig. Hoe kunnen gebruikers nog steeds verhalen van de website lezen ?

Oplossing: pattern Netflix

Netflix biedt de mogelijkheid om films of series te downloaden. Dit doen ze door naast feedback op de downloadpagina zelf, ook feedback in de navigatie te laten zien.



2

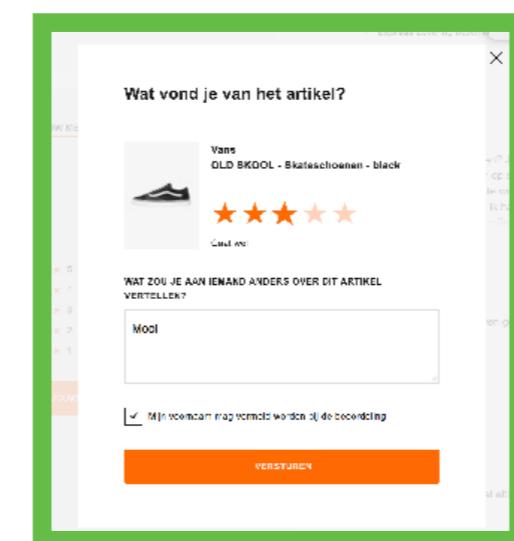
When I have read a story,
I want to leave a review,
so I can inform other interested people about my experience with the story.

Ontwerpprobleem in het kort

Als de gebruiker een verhaal gelezen heeft, moet hij de mogelijkheid kunnen hebben om zijn ervaring met anderen te delen. Hoe kun je dit het beste toepassen in een verhalen website?

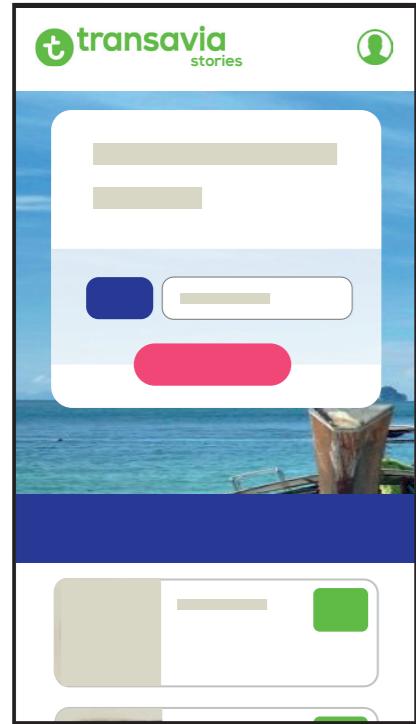
Oplossing: pattern Zalando

Zalando biedt de gebruiker de mogelijkheid om een review te schrijven zonder heel veel eisen te hebben. Dit is ideaal te gebruiken als de review om iets kleins gaat maar dat de gebruiker wel overtuigt moet worden om het te gaan bekijken.



States & micro-interacties

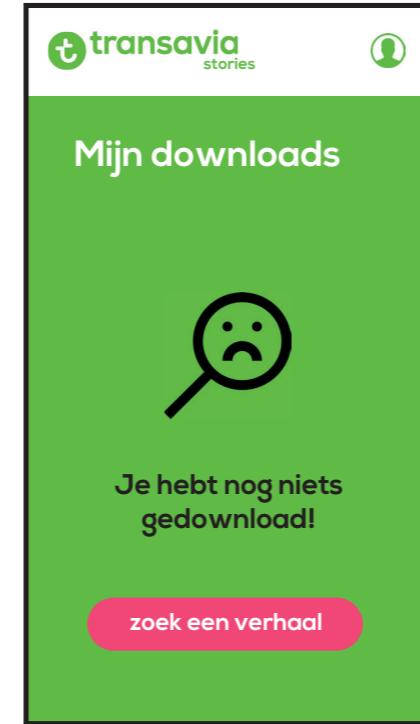
Naar aanleiding van de onderzochte jobstories, ben ik tot een aantal states gekomen. Uit deze states zijn mijn uiteindelijke micro-interacties ontstaan.



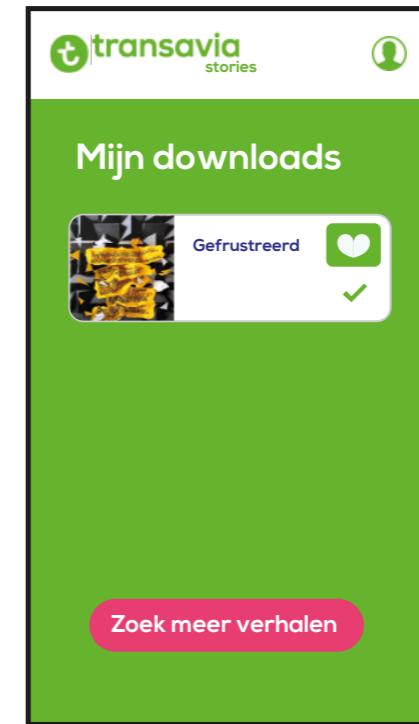
Loading state



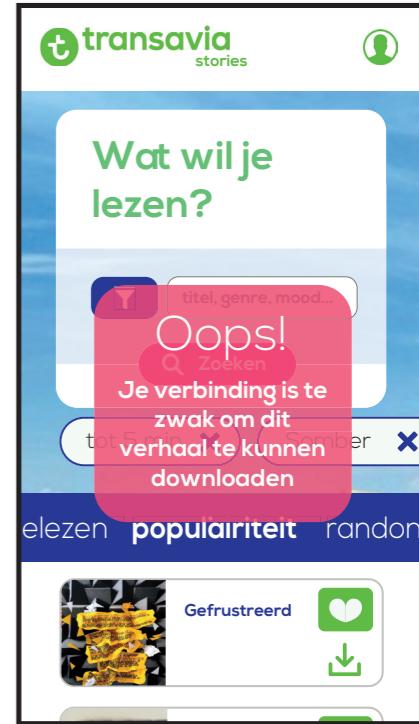
Ideal state



Blank state



Partial state



Error state

Micro-interactie: Het download proces

Trigger

klikken op het download knopje bij een van de verhalen op de overzichtspagina.

Rule

Zo kun je het verhaal downloaden om later te gaan lezen zonder wifi.



Feedback

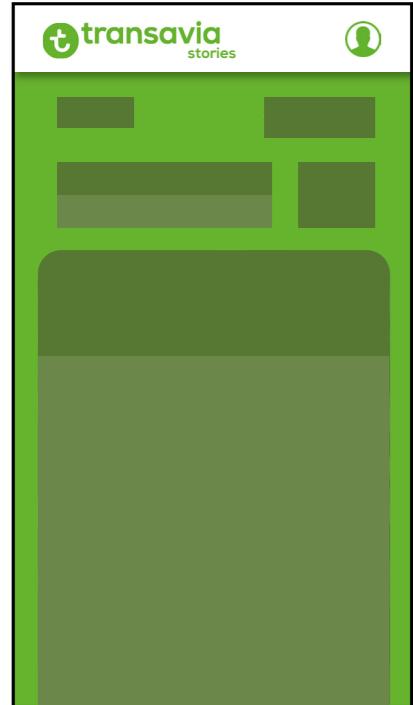
Het draaiende pijltje geeft aan dat er wat aan het gebeuren is. Daarna komt er een vinkje op deze plek. Zo weet de gebruiker dat de download voltooid is.

Hoort bij Jobstory 2

When I have read a story,
I want to leave a review,
so I can inform other interested people about my experience with the story.

States & micro-interacties

Naar aanleiding van de onderzochte jobstories, ben ik tot een aantal states gekomen. Uit deze states zijn mijn uiteindelijke micro-interacties ontstaan.



Loading state



Error state



Partial state



Blank state



Ideal state

micro-interactie: star rating

Trigger

Het klikken op 1 van de 5 sterren



Rule

Zo kun je jouw review een rating geven.



Feedback

De sterren worden doorlopen in een korte animatie en de ster waar jij op hebt geklikt wordt groter en kleiner om duidelijk te maken hoeveel sterren er aan zijn gevinkt.

Hoort bij Jobstory 1

When I'm on the plane without a WiFi connection,
I want to read a story,
So I can entertain myself.

2 Vormgeving van het verhaal

Een verhaal van Max Molovich

De verhalen die je kunt lezen op de website zijn niet zomaar verhalen. Het zijn 99 verhalen die allemaal dezelfde inhoud hebben maar op een andere manier geschreven zijn. Max Molovich is de schrijver en weet hierbij bij elk verhaal een sfeertje te creëren.

Bijpassend sfeerwoord

De titel van het verhaal geeft al een gevoel weer, dus een sfeerwoord bedenken bij dit verhaal moet niet lastig zijn. Ik heb gekozen voor het sfeerwoord "geirriteerd".



Mijn gekozen verhaal

Gefrustreerd (50) - Max Molovich

Het verhaal Gefrustreerd gaat over een chagerijnige man die op zoek is naar stijloefeningen in de bibliotheek. De reis er naartoe is erg vermoeiend omdat alles en iedereen hem in de weg staat. In het verhaal wordt veel gescholden en gevloekt, waaruit je op kan maken dat de man niet echt vrolijk is of dat hij gewoon niet zijn dag heeft. Alles zit hem tegen.

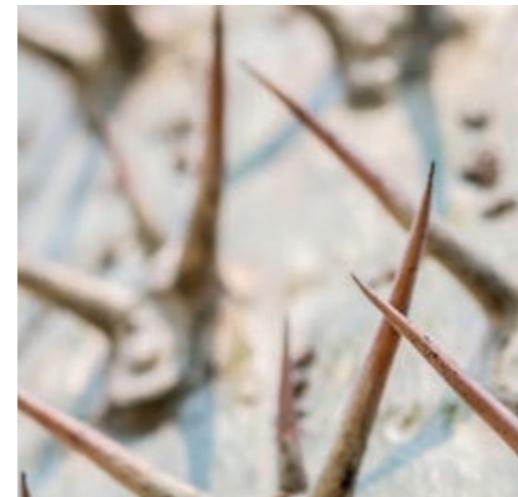
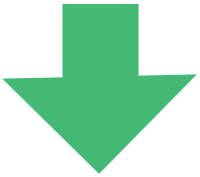
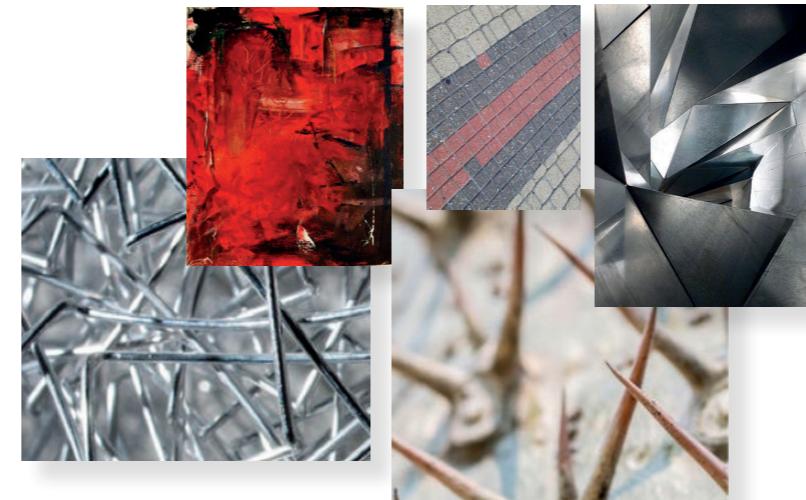
Beelden in de sfeer

Cliche



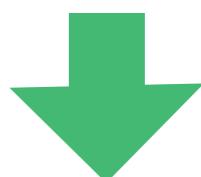
Een lege wc-rol is vrij irritant, hiermee wil ik het gevoel van niet doorkunnen uitbeelden.

Vorm & kleur



Iemand die prikkelbaar is, is geirriteerd in figuurlijke zin. De scherpe punten kun je ook zien als iets waar je iemand pijn mee kan doen, wat goed bij het sfeerwoord past.

Typografie



Het gevoel dat er nog heel veel gedaan moet worden en je geen einde ziet of dat er niets lukt, wil ik met deze typografie aangeven.

Het visueel concept: Uitgelegd

Ik heb het verhaal "gefrustreerd" gekozen. Uit dit verhaal kun je gemakkelijk een sfeerwoord toveren. De titel geeft namelijk al een gevoel aan.

Kleur

rood, geel, wit, zwart

Rood staat voor woede. Dit past goed bij het sfeer woord geirriteerd. Door de velle gele kleuren komen de harde woorden nog meer naar buiten.

Typografie

Font: Anger Management

De velle kleuren in combinatie met de opgekropte zinnen in hoofdletters, zorg ervoor dat het moeilijker te lezen is maar ook dat je het in je hoofd harder opleest. Die combinatie is erg irritant. Dit versterkt zich doordat sommige woorden ook nog eens weg vallen door de kruikels.

Vorm

propjes, punten, krassen

De punten van de titel lijken weg te vallen in de tekst. Je kunt het zien als regen, iets negatiefs wat bij het sfeerwoord past. Ik heb punten gekozen omdat je prikkelbaar bent als je geirriteerd bent. Bovendien staat het ook voor agressiviteit, punten zijn vaak gevaarlijk en je kunt er mensen mee pijn doen.

De achtergrond bestaat verder ook uit propjes papier, veel krassen en stapels huiswerk, of werkdruk wat erg frustrerend kan zijn.



Het visueel concept: Responsive

Nu ik de basis van een visueel concept heb uitgewerkt, is het nu de bedoeling dat het responsive word.



Het visueel concept: Micro-interactie

Ook in het verhaal zit een micro-interactie verstopt. Er is slecht een micro-interactie en de layout van het verhaal loopt hetzelfde door.



Interactie met het verhaal

Zodra je naar beneden scrollt, gaan de propjes papier met tekst open. Op de website kun je er een gifje van vinden, hoe het eruit zou moeten zien.

4 Bronvermelding

Bronnen van de gebruikte afbeeldingen in dit document

Bron afbeelding voorblad:

<https://www.duagency.com/wp-content/uploads/2017/12/plane-icon.png>

Bron afbeelding opdrachtgever:

<https://cdn.dribbble.com/users/74849/screenshots/4765476/say-cheeeese.jpg>

Bron afbeelding consistancy & continuity:

<https://i2-prod.irishmirror.ie/incoming/article8081536.ece/ALTERNATES/s615/Man-using-phone-on-an-air-plane.jpg>

Bronnen afbeeldingen beelden:

: Pinterest, Cedrik Ferrer

Behance, Anto Moreno

Pinterest, Peter Bankov

Pinterest, Ben Wiseman

<https://rietveldacademie.nl/>

pinterest, J.R. Amado Chumaceiro

http://dericbownds.net/uploaded_images/art_jars.gif

Eigen beeld

Eigen beeld

Eigen beeld

Eigen beeld

Eigen beeld

Eigen beeld

<https://www.telefonskidvojnik.com/arhiva/1519>

<https://www.saarmagazine.nl/wp-content/uploads/2017/07/iStock-638655846-870x430.jpg>