

# 6PO

## The Consultant's Report *RAG support*

3Ba – Industriële Wetenschappen

*Seppe Mortelmans  
Ward Goossens*

<b>1. Inleiding</b>	<b>2</b>
<b>2. Analysis</b>	<b>3</b>
Het concept	3
User interviews	3
<b>3. Design brief</b>	<b>4</b>
Probleemdefinitie	4
Design Challenge	4
Pakket van Eisen en Wensen	5
<b>4. Ideation</b>	<b>7</b>
Deelproblemen	7
Brainwriting	7
ZHNGZA	8
Lotus Blossom	9
Morfologische kaart	10
<b>5. Conceptualization</b>	<b>12</b>
User Tests	12
User Journey	14
Moodboard	15
<b>6. Prototyping</b>	<b>18</b>
Provocative & Appropriate Fidelity	18
Low & Medium Fidelity	19
High Fidelity	20
<b>7. Final design</b>	<b>21</b>
<b>8. Besluit</b>	<b>22</b>
<b>9. Bibliografie</b>	<b>22</b>

# 1. Inleiding

In dit project werd aan de studenten van 4-The Company gevraagd een product of dienst te bedenken dat zij zouden willen aanbieden. Het is de taak van de studenten van 6-Productontwikkeling om dit concept uit te werken en te verbeteren zodat de studenten van 4-The Company dat op de markt kunnen brengen.

Het ontwerpen van dit product verliep op een iteratieve manier. De eerste stap in het proces was het vastleggen van de vooropgestelde visie in de design brief. Aan de hand van die design brief konden we dan aan de slag met het ontwerp. Ontwerpen vraagt inspiratie en nieuwe ideeën. Om ons daarbij te helpen gebruikten we verschillende brainstormtechnieken. Na het combineren van de nieuwe ideeën, voerden we tests uit. De testresultaten gebruikten we dan in een nieuw ontwerp. Dat proces van ideegeneratie en testen doorliepen we vier keer om tot het eindontwerp te komen. Elke iteratie bracht meer details en verfijning in ons ontwerp.

Studenten Productontwikkeling: Seppe Mortelmans en Ward Goosens

Studenten The Company: Nicolas Bellemans, Raf Stevens, Rik Deschepper en Ylli Kavaja

## 2. Analysis

### Het concept

**Wie?** Wij zijn een online uitzendonderneming.

**Wat?** Wij bieden een service aan die de eenvoudige noden van bedrijven en particulieren snel tot bij de student brengen. Bedrijven en particulieren die nood hebben aan een helpende hand bij eenvoudige jobs kunnen op onze website zoekertjes plaatsen. Het is aan de geïnteresseerde student om te reageren hierop. Er is hierbij geen tussenkomst van de medewerkers van RAG support.

**Hoe?** Bedrijven en particulieren plaatsen vacatures op de website. Studenten kunnen deze vacatures invullen door hierop te reageren. De benodigde kwalificaties van de studenten worden gecontroleerd door ons. Ook het bijbehorende papierwerk van zowel student als bedrijf of particulier wordt door opgesteld en ingevuld.

**Doel?** Een snel en gestroomlijnd proces bieden die noden van bedrijven of particulieren zo snel mogelijk invult.

### User interviews

Samen met de user tests op de eerste iteratie, voerden we bij elke user ook een klein user interview uit. We stelden vooraf enkele hypothesen en open vragen op. Deze vragen gingen zowel over de net uitgevoerde user test, als over algemene zaken die ons product kunnen verbeteren.

- Vond je de registratie omslachtig?
- Weet jij graag of er nog veel andere kandidaten zijn voor een job?
- Was de ervaring met de website gestroomlijnd?
- Check jij dit platform liever op je gsm of op de computer?
- Betaal je als particulier liever rechtstreeks of met een credit-systeem?
- Hoe lang wil jij een datum vrijhouden om mogelijks te werken?
- Ontbraken er essentiële functies?
- Wat was de algemene indruk van de website?
- Hoe zou jij het design van de website verbeteren?

Op de vraag over het credit-systeem kwam steeds hetzelfde antwoord terug. Gebruikers gebruiken niet graag credits omdat de aankoop tijd in beslag neemt, en er mogelijk ook credits verloren gaan wanneer je het platform verlaat. Een credit-systeem voor de betaling zou dus zorgen voor een grotere toegangsdrampel en dus leiden tot minder gebruikers. Er was wel interesse in een mogelijkheid om meerdere jobs in één keer uit te betalen.

Vooraf studenten gebruiken graag ook een mobiele app van dit platform, maar ze gaven wel aan dat ze de website ook nog steeds zouden gebruiken. Oudere gebruikers toonden weinig interesse in een app. De bedrijfsleider gaf aan dat de slogan en registratie niet gericht waren op bedrijven, waardoor deze zich niet aangesproken zouden vinden bij het gebruik van het platform. Dit was een zeer belangrijke opmerking, waar we later mee aan de slag gingen.

Op andere vragen kregen we geen opmerkelijke antwoorden.

## 2. Design brief

De design brief legt het te ontwikkelen concept vast in een eenduidige manier die toch creatief ontwerpbeslissingen toelaat. Ten eerste wordt het algemeen probleem gesteld dat we trachten oplossen met dit product. Daarna stelt de design challenge de basisfuncties en -vereisten. Op basis daarvan stellen we een gedetailleerd pakket van eisen en wensen op. Tenslotte leggen we vast hoe we ontwerpen voor dit concept zullen verifiëren.

### Probleemdefinitie

Studenten en particulieren hebben een gebruiksvriendelijk platform nodig om snel met elkaar in contact te komen omdat de huidige platformen niet gebruiksvriendelijk zijn, te afstandelijk zijn en veel papierwerk met zich mee brengen.

### Design Challenge

In deze fase wordt gedefinieerd wat voor wie wordt ontwikkeld. Daarnaast definiëren we ook de basisfuncties en hun doel.

**Context requirements.** Vereisten in verband met de gebruiksomgeving.

De aangeboden dienst is een online platform dat voor iedereen toegankelijk is. Dit zal eenvoudig in gebruik zijn en zal ook te gebruiken zijn via een app voor smartphone en tablet.

**Service requirements.** Functies in verband met het gebruik van het product.

Het platform zal verschillende functies hebben. Er is bewust voor gekozen het aantal functies beperkt te houden om het product zo eenvoudig en efficiënt mogelijk te houden. Enkele belangrijke functies zijn een zoekfunctie, categorisering van zowel jobs als studenten aan de hand van in te stellen criteria zoals locatie, opleiding en leeftijd.

**Emotional requirements.** Vereisten die niet-functionele doelen trachten te vervullen bij studenten.

Het doel van het platform is gebruiksvriendelijkheid en efficiëntie. Dit heeft als doel dat we zowel bij studenten als bij particulieren stress reduceren. De studenten halen ook voldoening uit hun werk, wat leidt tot zekerheid en zelfrealisatie.

**Interaction requirements.** Vereisten relevant aan de interactie met het platform.

Het platform moet toegankelijk, gebruiksvriendelijk en efficiënt zijn.

**Rational requirements.** Vereisten die de functionele doelen van de gebruikers vervullen.

Het platform moet een goede ervaring bieden aan de gebruikers. Daarvoor is een systeem nodig dat de gebruikers in staat stelt om elkaar te beoordelen na het beëindigen van een werkovereenkomst. Zo kunnen andere gebruikers een rationele keuze maken bij het zoeken naar een tegenpartij.

**Product requirements.** Vereisten in verband met het product zelf.

Het ontwerp van het platform moet modern en aantrekkelijk zijn voor alle gebruikers binnen de doelgroep. Een goed design maakt een sterke eerste indruk en zorgt zo voor nieuwe gebruikers

Belangrijkste vereisten
Zoekertjes
Geavanceerd zoekstelsel
Chatfunctie
Ratingsstelsel
Gebruiksvriendelijk
Administratie- en betalingssstelsel
Kansen voor nieuwe gebruikers creëren
Persoonlijk account

## Pakket van Eisen en Wensen

Specificaties
<b>Functies</b>
Chatfunctie
Zoekfunctie
Administratiesstelsel
Betalingssstelsel
Persoonlijk account
<b>Technisch</b>
Schaalbaar
Privacy
<b>Vorm</b>
Website
App

Design drivers
Geen contracten
Universeel
Flexibel
Eenvoudig gebruik en design

### Te Ontwikkelen Items

Kansen geven aan nieuwe gebruikers

Report systeem

Review systeem

Advertenties integreren op een goede manier

### Verifiëren

Wireframe

Mock-up

# 3. Ideation

Nieuwe ideeën vinden voor een product verloopt vaak stroef en inefficiënt. Door het gebruik van de volgende technieken konden we samen met de opdrachtgevers uit The Company aan de slag. We zochten oplossingen voor 5 deelproblemen met behulp van brainwriting, ZHNGA en een lotus blossom. Later, bij het herzien van iteraties gebruikten we de morfologische kaart in combinatie met een trade-off analyse.

## Deelproblemen

**Kansen geven.** Wanneer nieuwe gebruikers op het platform komen, hebben zij nog geen rating kunnen opbouwen. Dit kan zorgen voor starvation. De nieuwe gebruikers worden dan niet gevonden door werkgevers. Een oplossing voor dit deelprobleem moet er voor zorgen dat ook nieuwe gebruikers zichtbaar zijn op het platform en snel een rating kunnen opbouwen.

**Algemeen design.** Het algemeen design van het platform is zeer belangrijk voor de gebruiksvriendelijkheid en de aantrekkelijkheid. Als het platform niet eenvoudig en modern oogt, zullen gebruikers er minder snel gebruik van maken of sneller afhaken.

**Inhoud profiel.** Het profiel van de gebruikers moet voldoende informatie bevatten om een duidelijk beeld te scheppen over zijn competenties en over praktische zaken. We moeten echter een overvloed aan informatie vermijden en ook de privacy van de gebruiker in het oog houden.

**Zoekcriteria.** Om de gebruiksvriendelijkheid te optimaliseren, moeten zoekertjes te vinden zijn op basis van verschillende zoekcriteria. Ook hier moeten we een overvloed aan zoekcriteria vermijden.

**Reviewsysteem.** Een reviewsysteem is belangrijk om de goede gebruikers van de mindere gebruikers te onderscheiden. Dit help de werkgevers om een goede kandidaat uit te zoeken.

## Brainwriting

In deze fase zoeken we samen naar eenvoudige oplossingen en ideeën voor enkele problemen die zich stellen bij het ontwerp van het platform. De teamleden kregen vijf minuten om voor elk deelprobleem enkele oplossingen te bedenken.

Kansen geven
Nieuwe gebruikers promoten
Rating niet enkel op basis van reviews
Zorgen dat de gebruiker toch enige ervaring in zijn vak heeft
Algemeen design
Minimalistisch
Zoals Reddit: per sectie + hoofdsectie met alle zoekertjes
Onderverdeling tussen zoekertjes van particulieren en bedrijven
Geen storende advertenties
Personen tijdelijk opslaan



Inhoud profiel	
Naam	Rating
Locatie	Taal
Taal	Maximale rijafstand – zone
Leeftijd	Profielfoto
Opleiding	Betaalgegevens
Zoekcriteria	
Opleiding	Rating
Afstand	Uren op het platform
Competenties	Soort werk
Reviewsysteem	
Vijf-sterren systeem	Rating direct tonen of pas na klik op profiel?
Meningen en ervaringen	Gemiddelde rating
Beide partijen geven elkaar een rating.	




## ZHNGA

In deze fase zoeken we samen naar eenvoudige oplossingen en ideeën voor enkele problemen die zich stellen bij het ontwerp van het platform. De teamleden kregen vijf minuten om voor elk deelprobleem enkele oplossingen te bedenken.

Kansen geven
... nieuwe gebruikers tijdelijk uitbetaald krijgen zonder servicekosten?
Algemeen design
... gebruikers documenten kunnen uploaden?
... we kunnen vermijden dat gebruikers met elkaar afspreken zonder het platform te gebruiken?
Inhoud profiel
... we alle soorten jobs kunnen aanbieden (op een legale manier)?
... we premiumusers kunnen integreren in het platform?
... gebruikers ook gematcht of te zoeken zijn op basis van hun persoonlijkheidstype?
... we winst kunnen maken met het platform?
Zoekcriteria
... we automatisch zoekcriteria kunnen aanduiden op basis van het eigen profiel?
... we de gebruikers kunnen sorteren volgens responstijd?
Reviewsysteem
... we een motivatie kunnen verplichten bij een negatieve review?
... we gewoon werken met top users en regular users, en de scores intern houden?

## Lotus blossom

In een derde fase zoeken we oplossingen voor acht design challenges. Voor elke challenge zoeken we een bestaand product. Dat product analyseren we dan om zo bruikbare oplossingen te vinden. Na het brainstormen stemmen we volgens het COCD principe. Elk teamlid krijgt een aantal stemmen van drie verschillende soorten:

-  Futuristische uitdaging, rode ideeën van morgen
-  Innovatief, doorbraak, implementeerbaar
-  Makkelijk implementeerbaar, weinig risico, hoge acceptatie




Eenvoudig te gebruiken ≈ Instagram	
Weinig knoppen (👉👉👉)	Foto's vallen op
Simpel en overzichtelijk (👉👉👉👉)	Profiel (👉👉)
Video om jezelf voor te stellen (👁👁👁)	Topberichten (👁👁👁👁)
Zoeken op hashtags	Opslaan voor later (👉)
Persoonlijk profiel ≈ NOWJOBS	
Rijbewijs (👁👁👉)	Beschikbaarheid
Biografie (👉)	Medische gegevens (👁👁👁👁👁)
Gewenste jobs (👉👉👉)	Ervaring (👉)
Talen (👉👉👉)	Opleiding (👉👉👉)
Administratie en betaling ≈ Uber Eats	
Overzichtelijke keuzes (👁👁👉)	Flexibele werkuren (👉👉👉👉👉)
Simpele en snelle uitbetaling (👉👉👉👉)	Snel en gemakkelijk account aanmaken (👁👉)
Kansen voor nieuwe gebruikers ≈ Tinder	
Passport-functie (👉)	Account tijdelijk verbergen (👉)
Boost als je nieuw bent (👉👉👉👉👉👉)	Link andere sociale media (👉)
Biografie (👉👉👉)	
Ratingsysteem ≈ Fiverr	
Aantal jobs op dit moment	Levels vs. Stars (👁👁👁👁👁)
Betaling op commissie (👉)	Ratingsysteem op basis van prestaties (👁👁👉👉👉)
Laatste activiteit (👉)	
Chatfunctie ≈ Messenger	
Verschillende kleur voor zender en ontvanger	Eenvoudig (👉)
Emojis & GIFs (👉👉)	Mogelijkheid tot groepen (👉)
Foto's uploaden (👉)	Voice berichten
Camera gebruiken en rechtsreeks uploaden (👉)	Documenten uploaden (👁👉)

Geavanceerd zoekstelsel ≈ Coolblue	
Meest relevante items bovenaan (☞☞☞☞☞)	Aanvinken opties (☹☹)
Zoekresultaten eenvoudig te verfijnen (☹☹)	Meerdere producten in winkelwagentje
Voorstellen doen (☹☹☹☹☹)	Klantenservice (☹☹☹☞)
Zoekertjes plaatsen ≈ 2dehands	
Weergeven aanbod op centraal tabblad (☹☹)	Bieden op zoekertjes
Meteen reageren, berichten sturen	Contacteerbaar via verschillende kanalen (☹☹)
Zoeken op locatie (☹☹☹)	Opslaan zoekertje (☹☹)

## Morfologische kaart

In de morfologische kaart zoeken we voor acht deelproblemen een aantal oplossingen. Die oplossingen combineren we tot drie concepten die we tenslotte met elkaar vergelijken doormiddel van een trade-off analyse.

Verificatie van competenties	Specifiekere competenties	Certificaten cursussen & avondschool	Studiebewijs (3)	Rijbewijs uploaden (2)	Reeds behaalde diplomas uploaden (1)	
Betaling	Maandafrekening	Winkelwagentje (2)	Betalen na elke uitvoering (1)	Openstaand bedrag beperken tot maximum (3)	Credits kopen	Betaling door referenties
Wachttijd	Toon wachttijd na tonen van interesse (1)	Min. 3 dagen voor uitvoering bevestiging (2)	Willekeurige keuze na wachttijd	Melding via mail of SMS (3)		
Werking verduidelijken	Info bij zweven over icoon (3)	Meer tekst (2)	Info bij klikken op icoon (1)			

Registratie	Bevestigingsmail na aanmaken profiel (2)	eID of itsme (1)	Student Ouder Bedrijf (3)	Registratie en profiel aanmaken combineren		
Herhaling	Meerdere data aanduiden op kalender (3)	Optie voor herhalend zoekertje (1)	Uitgevoerd zoekertje herhalen (2)			
Mensen terugvinden	“Mijn contacten” (1)	“Vrienden” voor studenten	Zoekfunctie personen (2)	Verbinden via Facebook (3)		
Kleurenpalet	Groter contrast met wit (1)	Dark mode		 (3)	 (2)	

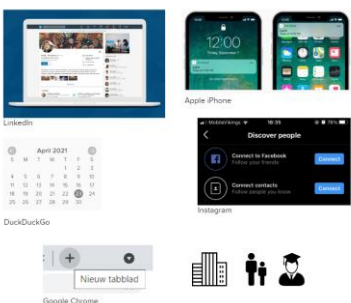
Concept 1



Concept 2



Concept 3



Criterium	Gewicht	Concept 1	Concept 2	Concept 3
Gebruiksvriendelijkheid	5	3	4	3
Verificatie / Betrouwbaarheid	4	5	3	4
Uitstraling	2	4	3	2
Stabiel	4	4	4	4
Beknopt	2	4	3	2
Navigatie	3	2	1	3
Lay-out	3	3	3	3
Doel	4	4	4	4
Relevant	2	4	3	3
Totaal	29	3.7	3.2	3.3

# 5. Conceptualization

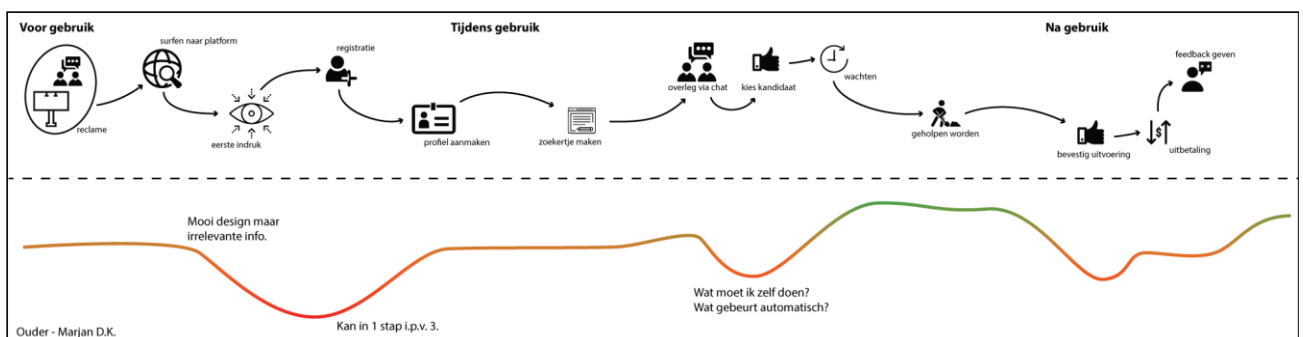
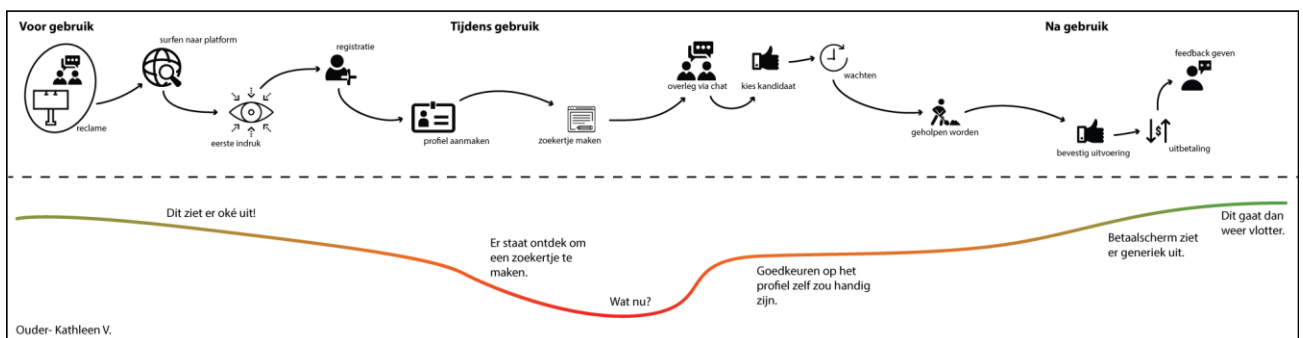
## Probleemdefinitie

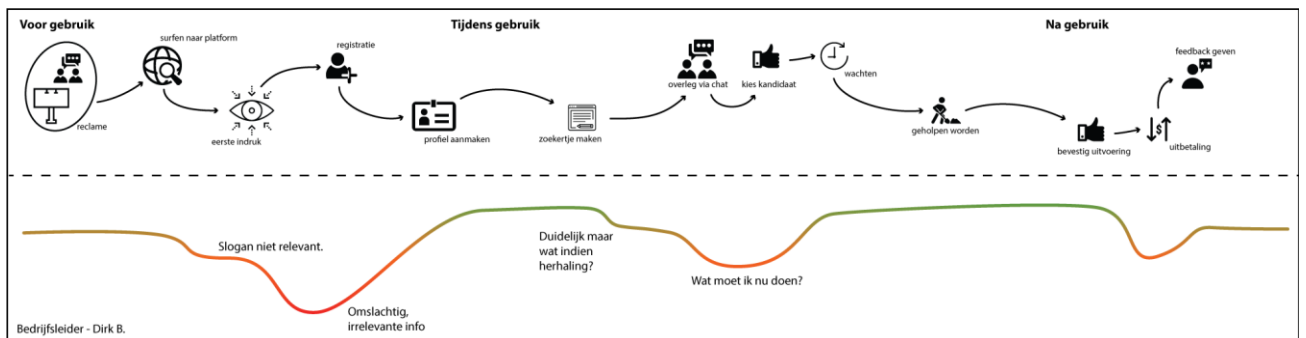
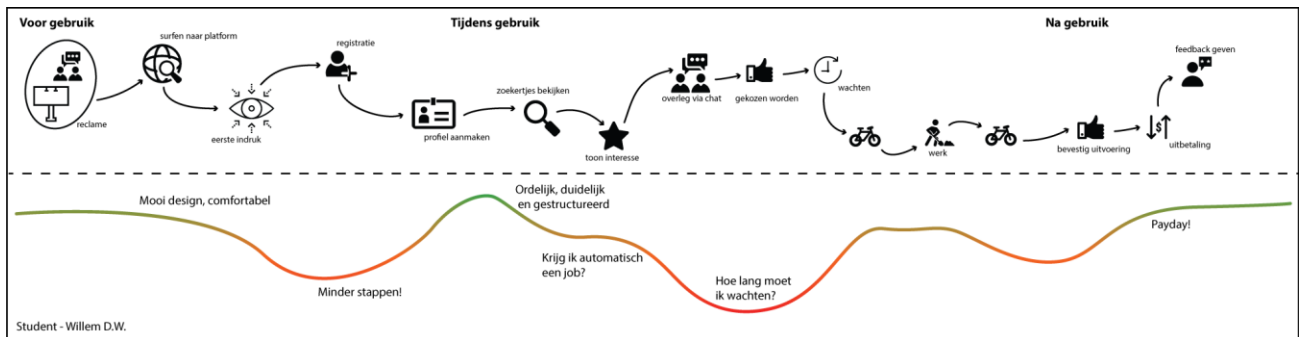
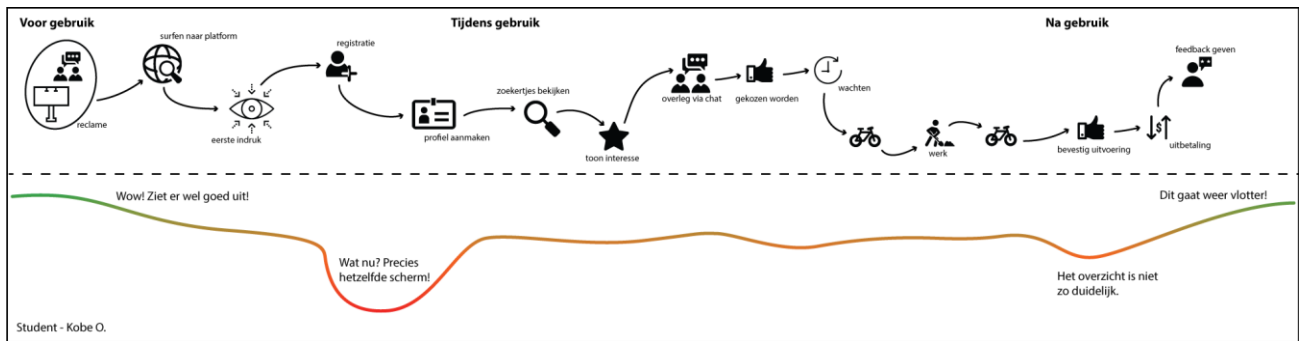
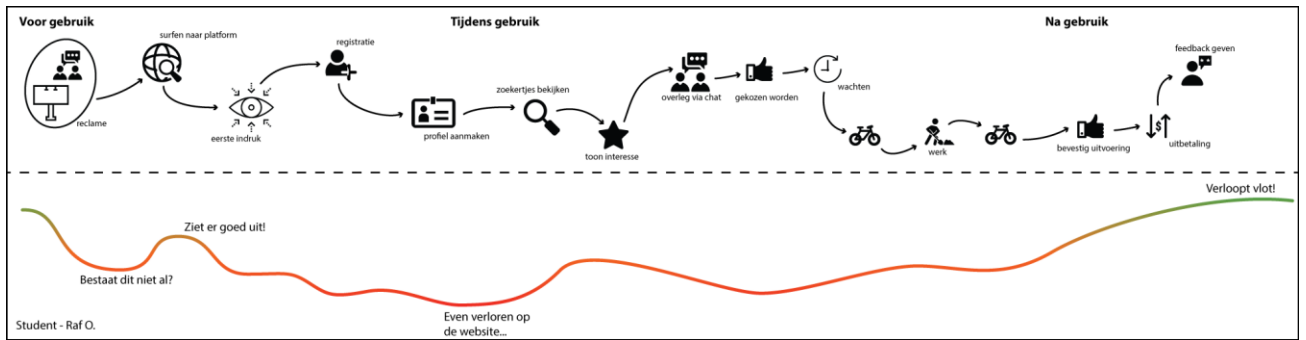
Bij user tests worden prototypes getest. Het gebruik wordt geobserveerd waarbij zowel de positieve als negatieve aspecten worden vermeld. Bij deze test wordt het hele proces dat de gebruiker moet doen afgelegd. Bij de eerste iteratie voerden we zes uitgebreide user tests uit. Hiervan werd de ervaring van de gebruikers weergegeven in grafieken. Hierbij staat op horizontale as de stap in het proces en de verticale as geeft weer of deze ervaring positief of negatief was. Bij de derde iteratie voerde we kortere user tests uit om de laatste problemen in ons product te ontdekken. We verdeelden de tests over onze drie doelgroepen: studenten, ouders en bedrijfsleiders.

Uit de eerste user tests die werden afgenomen was er groot verschil in commentaar tussen de studenten en de particulieren of bedrijfsleiders. Een belangrijke opmerking die van de kant van de bedrijven kwam was het feit dat de slogan die op de hoofdpagina staat enkel gericht is op studenten. Het was niet duidelijk of de website ook bedoeld was voor niet-studenten. Ook in de 2de en 3de iteratie werd dit aanzien als een probleem, ondanks de gewijzigde slogan.

Uit de testen van alle partijen is gebleken dat het registratieproces in combinatie met aanmaken van het profiel niet zo gestroomlijnd was als gehoopt. Het registratieproces duurde te lang en was verwarrend. Het aantal stappen hiervoor moest worden verminderd. Ook werd er voor bedrijven bij het registratieproces irrelevante informatie gevraagd zoals naam, geboortedatum etc. Beter zou zijn om de bedrijfsnaam en logo te vragen en eventueel wat info over het bedrijf zelf.

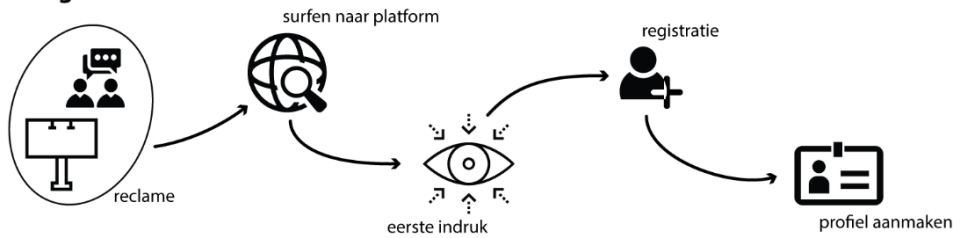
Bij de test van de 1ste iteratie is gebleken dat het gebruik van de website niet duidelijk was. Er werd gevraagd voor meer uitleg over de werking van enerzijds het systeem en anderzijds het gebruik van de website zelf. Het design viel over het algemeen goed in de smaak. De kleurencombinatie geel-blauw kwam rustig en overzichtelijk over. Bij de usertests die werden afgenomen van de 3de iteratie werden ook vijf andere kleurencombinaties voorgesteld. Hieruit bleek toch de combinatie oranje-blauw het meest populair.





# User Journey

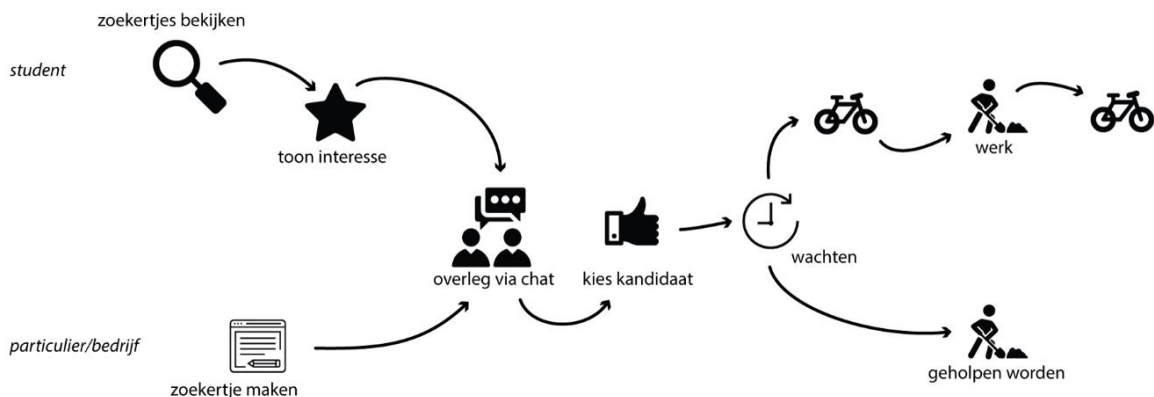
## Voor gebruik



De eerste stap in het proces is ervoor zorgen dat studenten, bedrijven en particulieren toestromen op de website. Deze toestroom zal enerzijds worden bereikt met behulp van reclame en anderzijds via mond-tot-mond reclame. Mond-tot-mond reclame zal enkel gebeuren als het product zich onderscheidt van bestaande gelijkaardige producten. Wij onderscheiden ons erin dat het hele proces snel en gestroomlijnd verloopt. Eenmaal men op de website is krijgt men de hoofdpagina van RAG-support te zien.

Gebruikers kunnen rondkijken op de website en bekijken wat RAG-support allemaal aan te bieden heeft. Nadat de gebruiker vertrouwd is geraakt met het systeem moet men zich registreren en een profiel aanmaken. Hierbij wordt direct een onderscheidt gemaakt tussen studenten enerzijds en particulieren en bedrijven anderzijds. Nadat het registratieproces is afgerond komt men terug op de hoofdpagina terecht.

## Tijdens gebruik

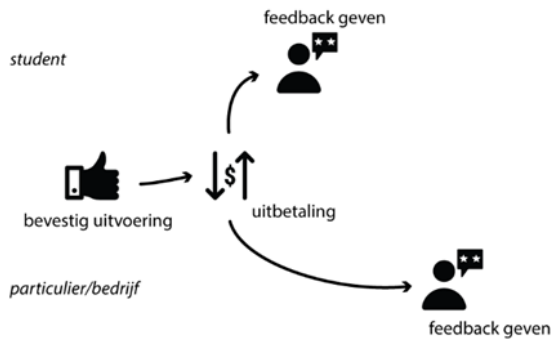


Bedrijven en particulieren kunnen nu zoekertjes beginnen plaatsen. Deze zoekertjes kunnen allerlei verschillende thema's hebben en zullen worden geplaatst in een bepaalde categorie van zoekertjes. Nadat een zoekertje is geplaatst kunnen studenten deze zoekertjes bekijken en eventueel zich aanbieden hiervoor. Bedrijven of particulieren krijgen telkens een melding als een nieuwe student zich heeft aangeboden voor de job. Het is nu aan het bedrijf of particulier studenten te contacteren en zo beslissen of hij of zij de job krijgt.

Het bedrijf of particulier moet voor een bepaalde deadline (minstens 2 dagen voor de start van de job) één of meerdere studenten hebben gecontacteerd en aangewezen. Als dit niet gebeurt is zal het zoekertje nog blijven staan t.e.m. de dag van uitvoering, maar studenten die hadden gereageerd op de vacature zijn niet verplicht om te komen werken. Het is dan aan het bedrijf of particulier om studenten te contacteren en te vragen of zij kunnen werken. Als voor een vacature studenten zijn gevonden zal het zoekertje niet meer zichtbaar zijn voor andere studenten.



## Na gebruik



Na het uitvoeren van de job zal deze uitvoering worden bevestigd en zal de arbeid van de student worden vergoed. Er wordt ook naar korte feedback gevraagd, enerzijds over de student en anderzijds over de website. De feedback over de student zal worden opgenomen en zichtbaar zijn op zijn of haar profiel.

## Moodboard

Een moodboard is een collage van foto's en illustraties om ideeën op een visuele manier weer te geven. Dit kan helpen om ideeën over te brengen aan anderen en werkt ook als inspiratiebron voor nieuwe ideeën.

### Context, gebruik en doelgroep



Afbeeldingen van unsplash.com

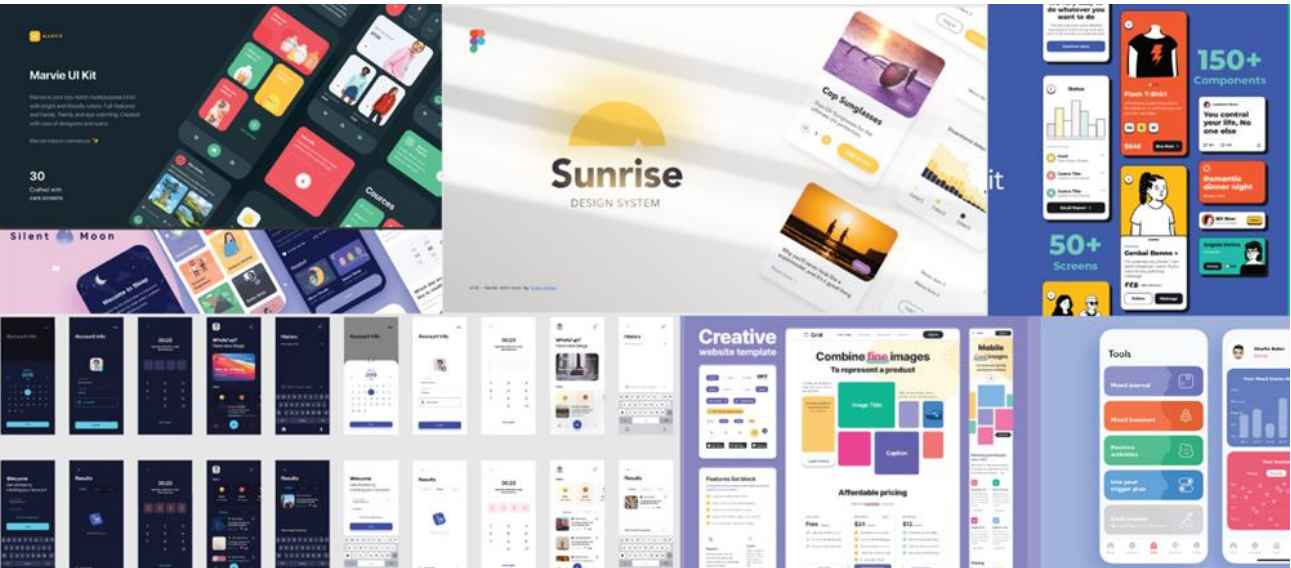


Kleuren



Kleurcombinaties van colors.com

Stijl



Stijlen van figma.com

Interessante mechanismen

NOWJOBS

The screenshot shows a mobile app interface. On the left, a profile section with a red header, a black circular profile picture, and buttons for 'Volg beschikbaarheid toe' and 'Nodig bedrijven uit en ontvang €50'. Below is a 'Status profiel: Expert' badge and a text block about being a 'Bijverdiener'. On the right, a 'Trip History' list shows delivery times and prices for various dates. At the bottom is a navigation bar with icons for Home, Reviews, Subscriptions, Planning, and Chat.

5/1/2016

Fantastic knowledgeable service. Super fresh delicious oysters. Reasonably priced, be prepared for a wait. The scallops over mushroom risotto was fabulous. The scallops were perfectly cooked. Worth the wait; they will text you when your table is ready.

Service

Food

Price

Food

Price (€)

☒ Any price

☐ Under EUR 20

☐ EUR 20 to EUR 50

☐ EUR 50 to EUR 100

☐ Over EUR 100

☐ Custom

Low to High >

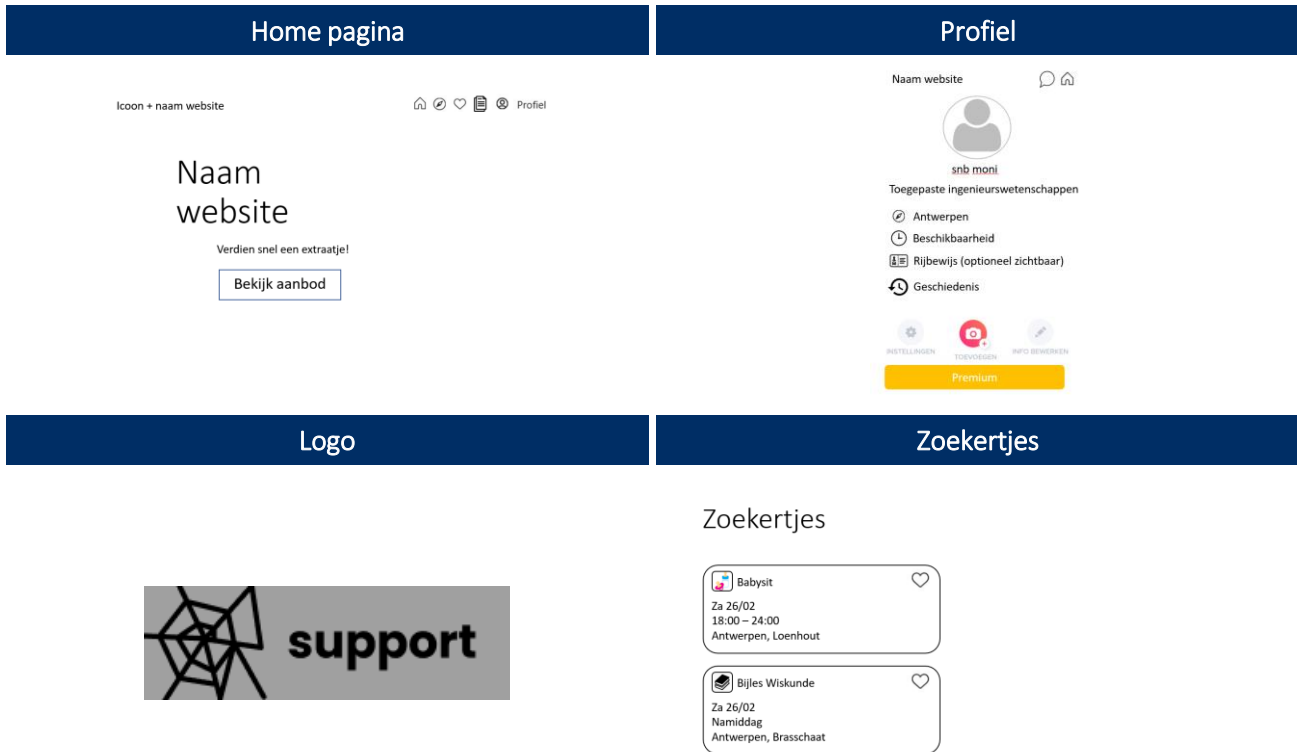
Yelp

Etsy

UBER eats

# 6. Prototyping

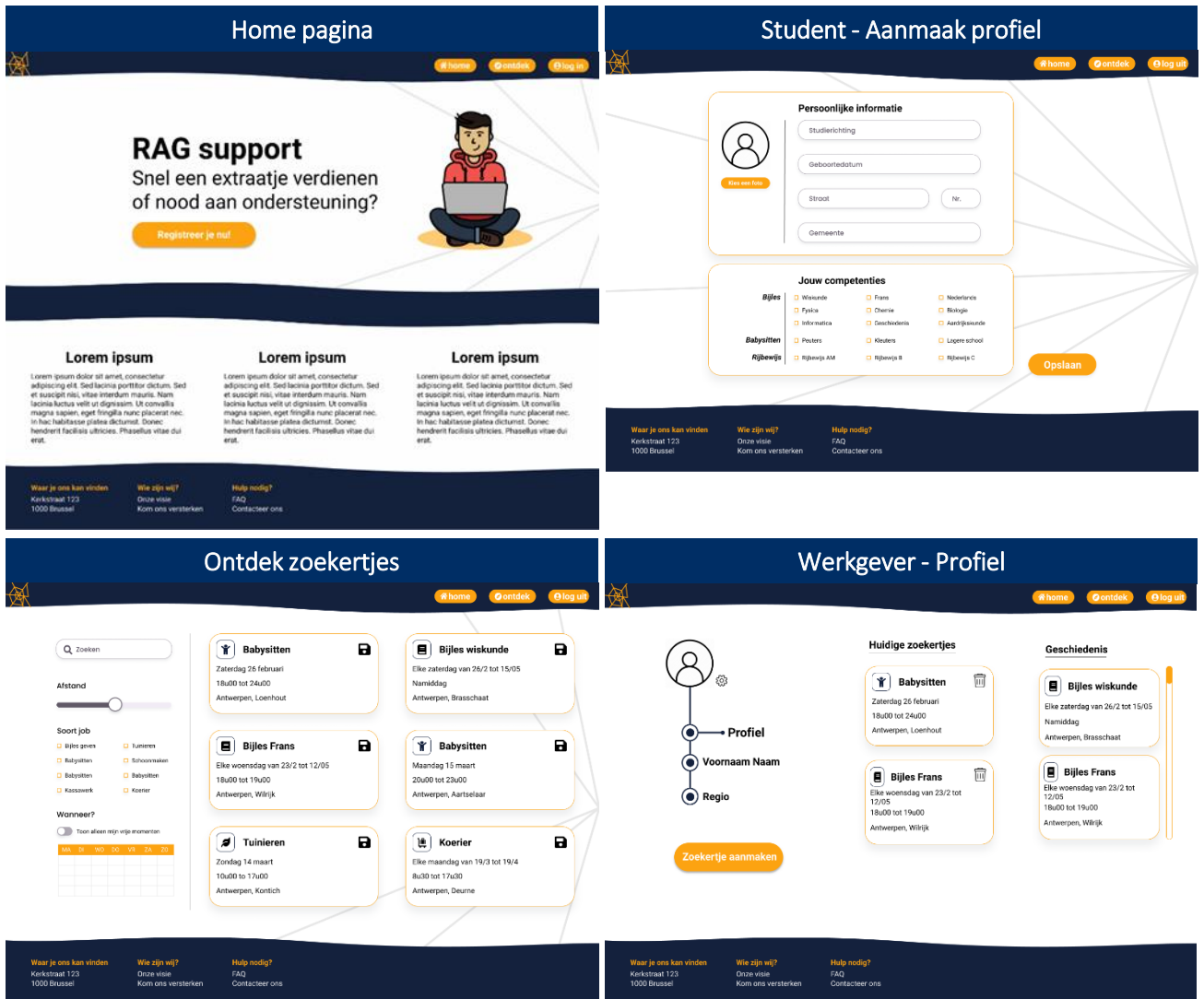
## Provocative & Appropriate Fidelity



Ons eerste ontwerp was zeer beperkt in omvang en kwaliteit. Dit deden we bewust om ons beeld over het voorgestelde concept te verifiëren bij de opdrachtgevers van The Company. Dit is dus een vorm van provocative fidelity prototyping. We ontwierpen in Powerpoint de drie belangrijkste pagina's van het online platform. Daarnaast ontwierpen we ook een logo.

Dit prototype volbracht zijn taak en hielp ons in het overleg met de opdrachtgevers om ontbrekende functies te zoeken. We stelden samen een lijst op van belangrijke pagina's en functies. We bogen ons ook over het esthetisch aspect en kozen voor een grafische stijl en kleurenpatronen op basis van een moodboard. Na dit overleg werkten we aan de eerste iteratie in Figma. Figma is een online platform voor grafisch ontwerp, het is als het ware de Google Docs van grafisch ontwerp. Op dit platform kunnen links gelegd worden tussen pagina's, waardoor een interactief prototype gemaakt kan worden. De eerste iteratie werkten we snel af, zodat we voor het volgende overleg de user tests nog konden uitvoeren.

## Low & Medium Fidelity

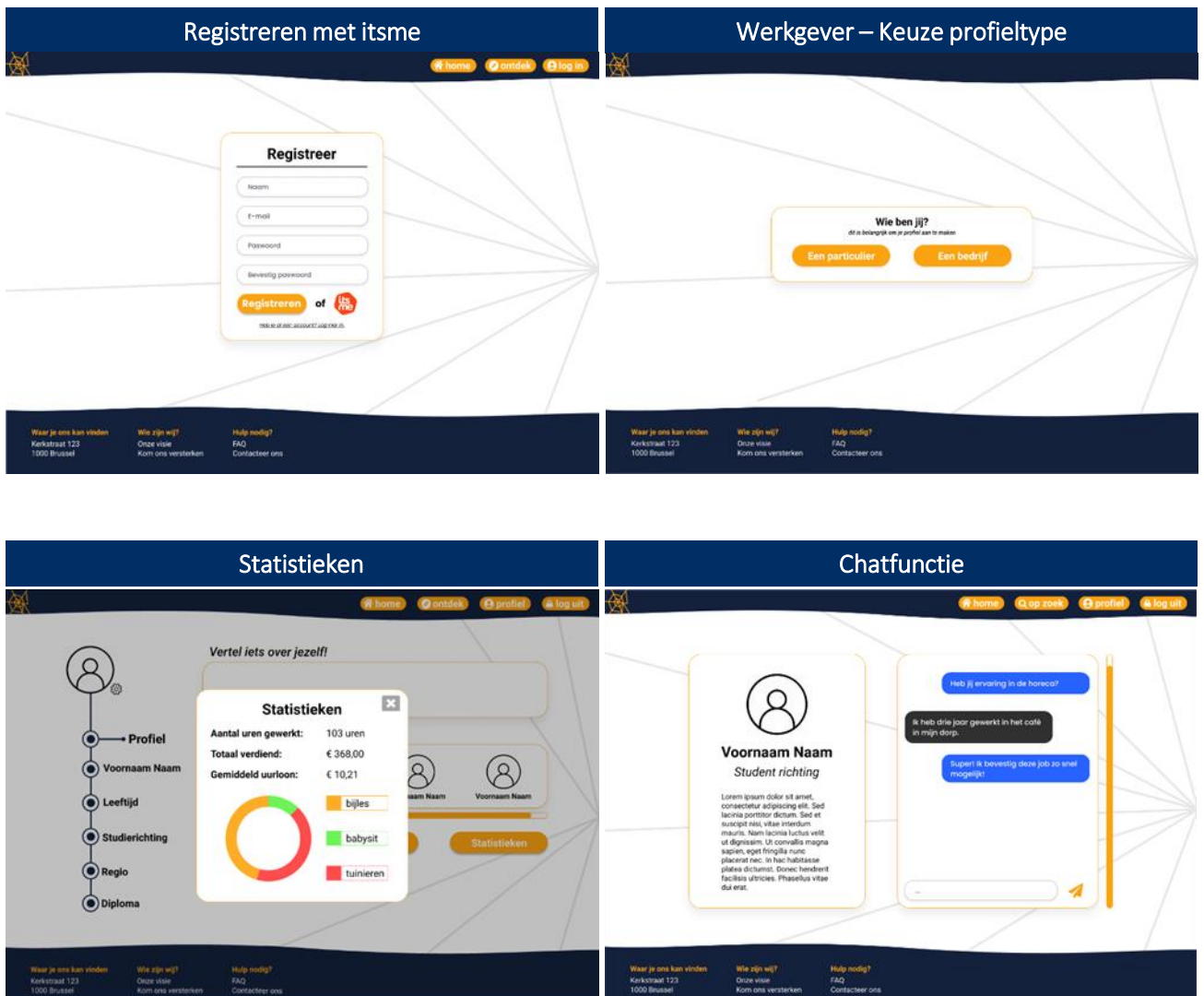


Figma: <https://www.figma.com/file/bDrzwZqeUaErCzcvcyN1Ha/Prototype?node-id=101%3A5630>

Onze eerste iteratie bestond al snel uit 23 verschillende pagina's. Dit prototype was de grootste stap vooruit in ons ontwerpproces. Uit de user tests en het overleg met The Company, kwamen enkele opmerkingen voort die we in de volgende iteratie aanpakten. Zo was er bijvoorbeeld vraag naar een lijst van contacten en een indicatie van de wachttijd na het tonen van interesse in een zoekertje. Uit de user tests bleek dat de werking niet altijd even duidelijk was en we meer aandacht moesten hebben voor bedrijven.

Om deze problemen op te lossen maakten we gebruik van een morfologische kaart in combinatie met een trade-off analyse. Een moodboard hielp ons ook bij het bedenken van nieuwe ideeën.

# High Fidelity



Figma: <https://www.figma.com/file/bDrzwZqeUaErCzcvcyN1Ha/Prototype?node-id=244%3A578>

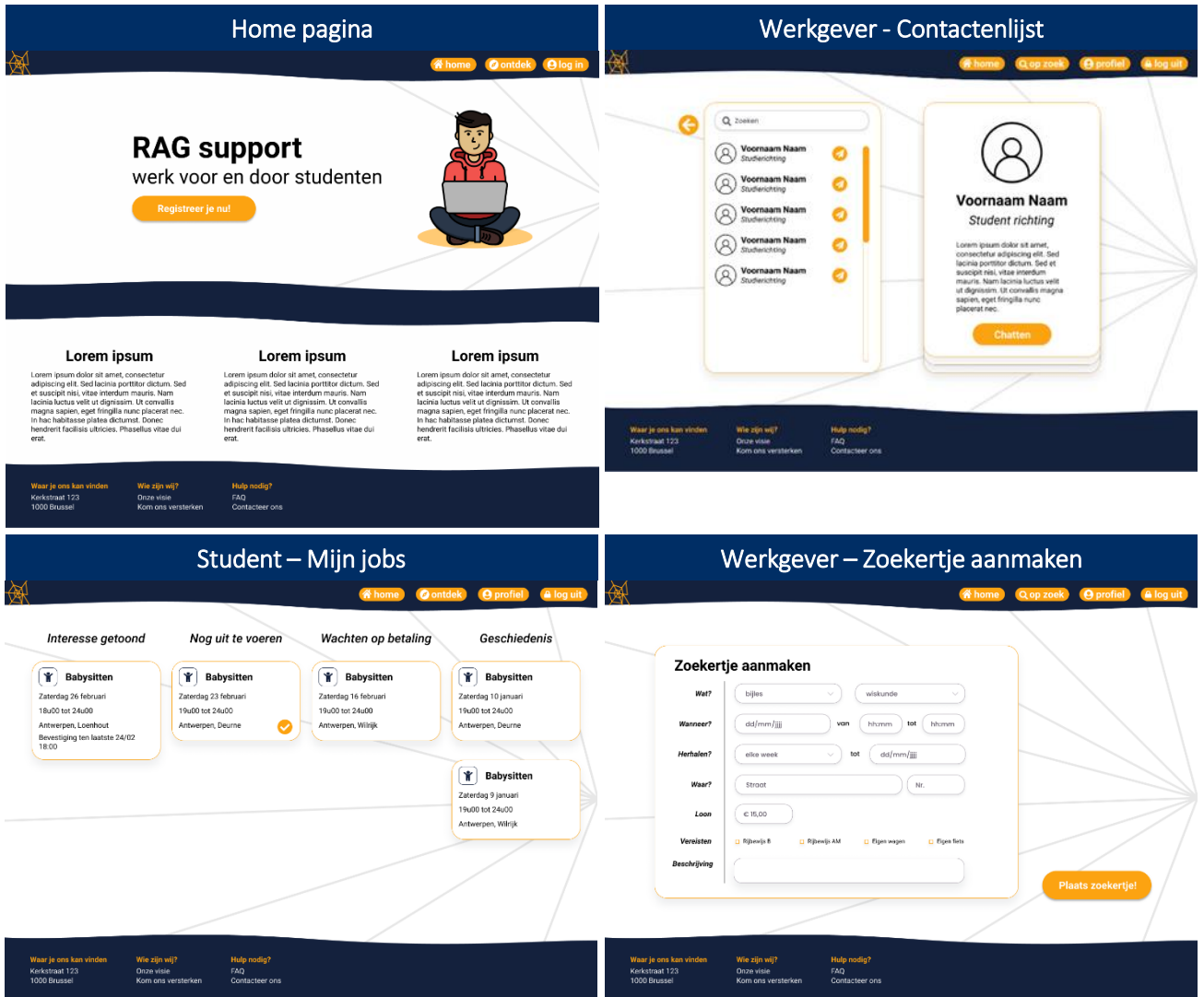
Deze iteratie is ons voorlaatste ontwerp en bracht grafisch weinig verandering. We voegden vooral nieuwe functies toe die aangehaald werden in het vorige overleg.

- Relevante slogan voor bedrijven
- Vlotte registratie met behulp van itsme
- Chatfunctie en lijst van contacten
- Gebruikersstatistieken
- Indicatie van de wachttijd
- ...

Dit laatste voorontwerp bracht nog enkele do's en dont's naar boven tijdens het overleg. De opdrachtgevers waren zeer tevreden over de chatfunctie, slogan en statistieken. De contactenlijst was echter niet overzichtelijk en de slogan was moeilijk leesbaar. Tijdens het overleg pasten we ons ontwerp ook aan naar zes verschillende kleurencombinaties. Hieruit volgde dat de huidige combinatie de meest geschikte was.

# 7. Final design

## Provocative & Appropriate Fidelity



Figma: <https://www.figma.com/file/bDrzwZqeUaErCzcvcyN1Ha/Prototype?node-id=336%3A2088>

Ons finaal ontwerp bestaat uit een interactief prototype met 32 pagina's. Het ontwerp vertaalt de user journey in een zichtbaar geheel dat door de opdrachtgevers omgezet kan worden in een echte website. Hierboven zijn slecht vier pagina's weergegeven, maar de eerdere iteraties kunnen ook gebruikt worden als referentie voor ons finaal ontwerp. Voor de interactieve ervaring, kan de link naar Figma gebruikt worden.

## 8. Besluit

In dit dossier doorliepen we het volledige ontwerpproces om van een concept naar een uitgewerkt product te gaan. We gingen door meerdere iteraties en gebruikten allerlei creatieve technieken om dit proces te optimaliseren. Het uitgewerkt prototype kan door de web developer gebruikt worden als referentie bij het uitbouwen van het online platform. Daarnaast biedt het ook een huisstijl voor de ontwikkeling van een app of andere producten.

De opgelegde methoden in dit ontwerpproces schoten ons soms te kort in de ontwikkeling van een online platform, waardoor we vaak creatief moesten omgaan met de opdrachten. Een voorbeeld hiervan is de morfologische kaart. Bij een fysiek product kan snel een ontwerpschets gemaakt worden uit de selectie van oplossingen. Voor een digitaal product van deze omvang was dat iets moeilijker. Wanneer we een vraag hadden over de opdracht en eventuele aanpassingen hieraan, kregen we steeds een antwoord op een enthousiaste manier. Hierdoor is het ons toch gelukt om dit project tot een goed einde te brengen.

## 9. Bibliografie

*Alle iconen zijn gecreëerd door Creative Stall van The Noun Project.*

*Afbeeldingen en illustraties werden gebruikt van unsplash.com en Figma community.*