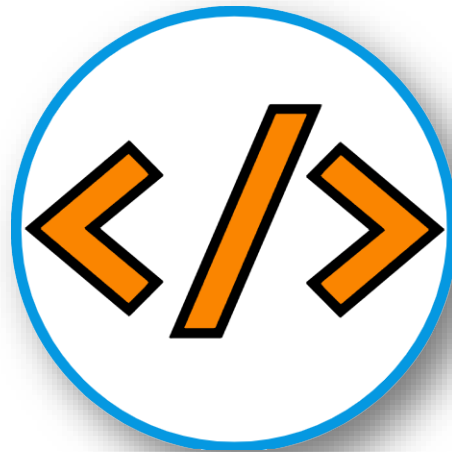




www.autoverhuurincuracao.nl
Research



BAVLI ARMANYOUS

M2-DB01

FONTYS HBO-ICT RACHELSMOLEN 1



Inhoudsopgave

Introductie	1
Inleiding	1
Research	2
Heuristische Evaluatie	2
Online research	4
Inspiratie-analyse	5
Takenverdeling en Voorbereiding	7
Reflectie	7
Literatuur	8

Introductie

Bij dit project zijn we als groep (Lucas, Rens, Rogier en ik) bezig geweest met onderzoeken uitvoeren om vervolgens wireframes en een design te kunnen maken voor een autoverhuurbedrijf in Curaçao.

www.autoverhuurincuracao.nl is een autoverhuurbedrijf dat al elf jaar actief is in de autoverhuur op Curaçao. De taak die mij en mijn klasgenoten is toegewezen is om voor hun website een nieuwer en verbeterd design te realiseren. Om dit te doen, moet er eerst onderzoek worden gedaan naar hoe we de User Experience kunnen verbeteren van de website. We mogen deze opdracht in groepen van 4 – 5 personen uitvoeren.

Inleiding

In dit artikel deel ik mijn opmerkingen en bevindingen over de onderzoeken die zijn gedaan voor de website van onze stakeholder, www.autoverhuurincuracao.nl. Ons team (Lucas, Rens, Rogier en ik) hebben een heuristische evaluatie uitgevoerd, waarbij elk lid verantwoordelijk was voor specifieke pagina-elementen. Mijn focus lag op de contactpagina, header en footer.

Voor het maken van wireframes heb ik een inspiratie-analyse gedaan. Mijn onderzoek richt zich op het identificeren van essentiële elementen voor een gebruiksvriendelijke website. De onderzoeksvraag is dan ook: 'Welke elementen zijn cruciaal voor een gebruiksvriendelijke website?' Mijn aanpak omvat het bestuderen van UX-richtlijnen en het vergelijken van de stakeholderwebsite met moderne websites.

Research

Heuristische Evaluatie

Om er achter te komen hoe een website een goede UX kan uitstralen heb ik eerst gekeken naar de '10 Usability Heuristics for User Interface Design' (of terwijl de '10 Bruikbaarheidsheuristieken voor het ontwerpen van gebruikersinterfaces').

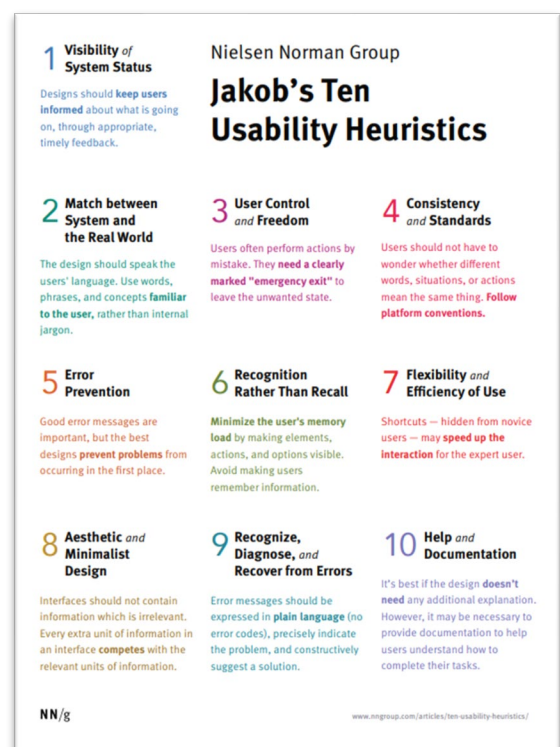
Het woord 'Heuristiek' betekent in het Grieks 'vinden'. Het is de wetenschap, de leer of de kunst van het vinden. Een heuristiek wordt vaak gebruikt als (vuist)regel met als doel om er voor te zorgen dat er zo min mogelijk interactie nodig is om op een oplossing te komen. Het werkt als een ezelsbruggetje. Een geheugensteun om fouten te voorkomen.

In dit geval gaat het over 10 "ezelsbruggetjes" (om het makkelijk te verwoorden) die helpen zoeken naar wat er niet goed gaat met de UX van een website en wat dus kan worden verbeterd. Jakob Nielsen van het bedrijf Nielsen Norman Group is met 10 algemene principes/regels gekomen voor een het maken van een gebruiksvriendelijk interactieontwerp. Zijn website hebben we als bron vanuit het Fontys gekregen.

De 10 regels zijn:

- #1: Zichtbaarheid van de systeemstatus
Het ontwerp moet gebruikers altijd op de hoogte houden van wat er gaande is, door middel van passende feedback binnen een redelijke tijd.
- #2: Match tussen systeem en de echte wereld
Het ontwerp moet de taal van de gebruiker spreken. Gebruik woorden, zinnen en concepten waarmee de gebruiker vertrouwd is, in plaats van intern jargon. Volg conventies uit de echte wereld, waardoor informatie in een natuurlijke en logische volgorde verschijnt.
- #3: Gebruikerscontrole en vrijheid
Gebruikers voeren vaak per ongeluk acties uit. Ze hebben een duidelijk gemarkeerde "nooduitgang" nodig om de ongewenste actie te verlaten zonder een langdurig proces te hoeven doorlopen.
- # 4: Consistentie en standaarden
Gebruikers hoeven zich niet af te vragen of verschillende woorden, situaties of acties hetzelfde betekenen. Volg platform- en brancheconventies.
- #5: Foutpreventie
Goede foutmeldingen zijn belangrijk, maar de beste ontwerpen voorkomen in de eerste plaats zorgvuldig dat er problemen ontstaan. Elimineer foutgevoelige omstandigheden of controleer ze en presenteer gebruikers een bevestigingsoptie voordat ze zich committeren aan de actie.

- # 6: Herkenning in plaats van herinnering
Minimaliseer de geheugenbelasting van de gebruiker door elementen, acties en opties zichtbaar te maken. De gebruiker hoeft geen informatie van het ene deel van de interface naar het andere te onthouden. Informatie die nodig is om het ontwerp te gebruiken (bijv. veldlabels of menu-items) moet zichtbaar of gemakkelijk terug te vinden zijn wanneer dat nodig is.
- #7: Flexibiliteit en gebruiksefficiëntie
Snelkoppelingen - verborgen voor beginnende gebruikers - kunnen de interactie voor de ervaren gebruiker versnellen, zodat het ontwerp geschikt is voor zowel onervaren als ervaren gebruikers. Sta gebruikers toe om frequente acties aan te passen.
- # 8: Esthetisch en minimalistisch ontwerp
Interfaces mogen geen informatie bevatten die niet relevant is of zelden nodig is. Elke extra informatie-eenheid in een interface concurreert met de relevante informatie-eenheden en vermindert hun relatieve zichtbaarheid.
- # 9: Help gebruikers fouten te herkennen, diagnosticeren en herstellen
Foutmeldingen moeten in gewone taal worden uitgedrukt (geen foutcodes), het probleem nauwkeurig aangeven en constructief een oplossing voorstellen.
- #10: Hulp en documentatie
Het is het beste als het systeem geen extra uitleg nodig heeft. Het kan echter nodig zijn om documentatie te verstrekken om gebruikers te helpen begrijpen hoe ze hun taken moeten uitvoeren.



Afbeelding 1 '10 Usability Heuristics for User Interface Design'

Zoals ik eerder al aan heb gegeven, hebben mijn groepje en ik een heuristische evaluatie uitgevoerd. Hiervoor heeft ieder van ons een document met regels betreffende de evaluatie ingevuld waarbij de opdracht is om te controleren of de website van de stakeholder voldoet aan die regels. Hierbij konden we per ‘probleem’ aangeven hoe groot de ernst ervan is op een schaal van 1 – 4. Ik had zelf al een klein aantal dingen gevonden die mij niet aanstonden op de website. Deze heb ik genoteerd in het volgende document (Pdf 1).



Heuristische
evaluatie Bavli.pdf

Pdf 1

Omdat er niet genoeg tijd was om de hele website rustig door te nemen op school, is het niet gelukt om het document af te maken. Mijn groep en ik zijn al snel begonnen met het bespreken van de resultaten die wij hebben gevonden. Het document met onze gezamenlijke bevindingen kan je in het volgende document vinden (Pdf 2).



Formulier
Heuristische evaluatie

Pdf 2

Online research

Voor ik ben begonnen met het maken van wireframes, ben ik eerst gaan kijken naar elementen die onmisbaar zijn voor een degelijke website. Om hier meer over te weten ben ik online bronnen gaan zoeken die mij hierbij kunnen helpen.

Op ‘nicklink.nl’ heb ik een pagina ‘User experience analyse (UX) en design voor site succes’ gevonden waarin Nick Nijhuis (Marketingcoach en eigenaar van nicklink.nl) uitlegt welke UX factoren een website zou moeten bezitten.

In een video op de website van nicklink.nl (<https://youtu.be/TnbRTuiOhMw> - Nijhuis, 2017) gaat een verslaggeefster in gesprek met John Kagenaar van het bureau Kreagaan die gaat over Vormgeving en Webdesign.

In dit gesprek wordt uitgelegd waarom de UX van een website erg belangrijk is.

Als je naar de video hebt geluisterd, dan hoor je dat John uitlegt waarom mensen meer waarde hechten aan een goede website. Hij geeft aan dat 93% van de aankoopbeslissingen online worden gedaan. De merkbeleving moet op de website gelijk zijn aan het bedrijf.

Hij geeft ook aan dat de website moet bijdragen aan de consistente merkbeleving van mensen. “Het moet lekker voelen, maar het moet ook wel aansluiten bij de trends die er zijn. Op de manier laat je als bedrijf zien dat je je ontwikkelt en meebeweegt met wat er gebeurt”, nogmaals John Kagenaar.

Hij geeft tijdens het naar beneden scrollen op een website op de iPad aan dat mensen tegen de tijd dat ze naar beneden scrollen gewoon alle benodigde informatie terug willen zien.

Dat en nog meer tips kun je terugvinden op <https://nicklink.nl/2017/12/06/user-experience-analyse-ux-tips-user-experience-design/>.

Op de site wordt ook uitgelegd hoe icoontjes er voor kunnen zorgen dat veel informatie alsnog rustig aan de gebruiker kan worden weergegeven. Uiteindelijk houdt niemand van alleen maar tekst bij het bezoeken van een website.

Inspiratie-analyse

Nadat de heuristische analyse af was, had ik al een goed idee welke punten verbeterd kunnen worden op de website van onze stakeholder. Het idee is om nu te kijken hoe andere bedrijven hun websites hebben gemaakt en wat zij nou juist wel of niet doen in hun website dat verbeterd kan worden aan www.autoverhuurincuracao.nl.

Ik koos voor de webshop van Coolblue als inspiratie vanwege hun uitstekende gebruikerservaring en mijn positieve ervaring met hun service en webshop.

Je kunt de analyse in het volgende document bekijken.



Inspiratie-analyse
www.autoverhuurincuracao.nl

In de inspiratie-analyse vind je hoe de website van de stakeholder verbeterd kan worden met de technieken die Coolblue.nl toepast.

Hieronder staan de relevante UX en UI aspecten van het onderzoek in grote lijnen:

UX-aspecten:

Afbeeldingen en Visuele Aantrekkingskracht: Het gebruik van veel afbeeldingen op de voorpagina van Coolblue valt op als een positief UX-aspect. Het draagt bij aan visuele aantrekkingskracht en kan de gebruiker helpen bij het snel verkennen van beschikbare producten.

Zoekfunctionaliteit: De verschillende manieren waarop een product kan worden gezocht, zoals de zoekbalk, het bekijken van het hele assortiment, en het filteren op categorieën, dragen bij aan een positieve zoekervaring voor gebruikers.

Kleurgebruik: Het kleurenpalet van wit, blauw en oranje wordt genoemd als een positief aspect van Coolblue 's UX. Het gebruik van kleuren draagt bij aan een rustige uitstraling (wit en blauw) en opvallendheid (oranje).

Navigatie en Filters: Het gebruik van filters en sorteeropties op de website draagt bij aan een intuïtieve navigatie, waardoor gebruikers gemakkelijk producten kunnen vinden die aan hun wensen voldoen.

Accountoptie: Het toevoegen van een accountoptie in de header wordt genoemd als een mogelijke verbetering voor de UX. Dit kan bijdragen aan klantenbinding en herhaalde bestellingen.

UI-aspecten:

Plaatsing van Elementen: De plaatsing van het logo aan de linkerkant van de website wordt als positief beoordeeld. Het is consistent en blijft zichtbaar op alle pagina's.

Kleur en Contrast: Het kleurgebruik, met oranje als opvallende kleur, en het gebruik van wit en blauw voor contrast, wordt beschouwd als een positief UI-aspect. De kleuren dragen bij aan een esthetisch aantrekkelijke interface.

Duidelijke Categorieën: Het hebben van duidelijke categorieën en een filter- en sorteroptie draagt bij aan een gestroomlijnde gebruikersinterface door gebruikers gemakkelijk door de webshop te laten navigeren.

Accounticoon: Het suggereren van een accounticoon in de header wordt genoemd als een mogelijke UI-verbetering, waardoor gebruikers snel toegang hebben tot account gerelateerde functies.

Takenverdeling en Voorbereiding

Tegen het einde van de eerste week van het project zijn we begonnen met taken verdelen.

Lucas heeft ook een inspiratie analyse gemaakt en onderzoek gedaan naar kleuren en kleurgebruik voor een kleurenpalet. Rens heeft een doelgroep analyse en een persona gemaakt. Rogier wilde al beginnen met wireframes maken, dus is hij inspiratie gaan zoeken voor een de mobiele variant van websites.

Ik ben begonnen met het klaarmaken van een Figma document waar al onze frames en ontwerpen later in komen. Ik heb hem zo gestructureerd dat iedereen weet waar die zijn werk kan plaatsen. Ook heb ik onderzoek gedaan naar de typografie van autoverhuur websites en heb ik daarmee de typografie voor ons ontwerp bepaald.

Je kunt de verantwoording van mijn onderzoek via de volgende links bekijken:



Typografie
verantwoording.pdf

Reflectie

Het onderzoek heeft me waardevolle inzichten opgeleverd. Ik heb geleerd over het belang van visuele aantrekkelijkheid, diverse zoekopties, heldere navigatie en een gestroomlijnd afrekenproces. Deze algemene principes kan ik nu toepassen op toekomstige profijt websites.

Literatuur

- Wikipedia-bijdragers. (2022c, september 20). Heuristiek. Wikipedia.
<https://nl.wikipedia.org/wiki/Heuristiek>
- *10 Usability Heuristics for User Interface Design*. (z.d.). Nielsen Norman Group.
<https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>
- Nijhuis, N. (2017, 26 december). *User experience analyse (UX) en design voor site succes*. NickLink. Digital marketing. <https://nicklink.nl/2017/12/06/user-experience-analyse-ux-tips-user-experience-design/>