

Inspiratie-analyse
www.autoverhuurincuracao.nl



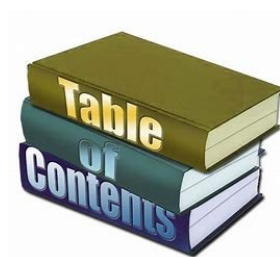
Auteur:

Bavli Armanyous

4527054

Inhoudsopgave

Inleiding	3
Waarom Coolblue?	3
Onderzoeksvragen	3
○ Wat is het eerste dat mij is opgevallen?	3
○ Op welke manier kan ik een product zoeken?	3
○ Waar staat het logo van de webshop?	3
○ Hoeveel (hoofd)kleuren worden er gebruikt en welke zijn deze?	3
○ Hoe navigeer je door de webshop?	3
Resultaten	4
Coolblue	4
Wat is het eerste dat mij is opgevallen?	4
Op welke manier kan ik een product zoeken?	4
Waar staat het logo van de webshop?	5
Hoeveel (hoofd)kleuren worden er gebruikt en welke zijn deze?	5
Hoe navigeer je door de webshop?	6
Conclusie	7
○ Wat is het eerste dat mij is opgevallen?	7
○ Op welke manier kan ik een product zoeken?	7
○ Waar staat het logo van de webshop?	7
○ Hoeveel hoofdkleuren worden er gebruikt en welke zijn deze?	7
○ Hoe navigeer je door de webshop?	7
Literatuur	8



Inleiding

Een inspiratie-analyse is zoals de naam het al verklapt een analyse/ onderzoek naar inspiratie. In dit geval voor een webshop. Dit kan een algemeen onderzoek zijn (bijvoorbeeld onderzoek naar hoe headers worden opgesteld) of het kan een specifiek onderzoek zijn (bijvoorbeeld een onderzoek naar de header van een bepaalde website die je interesseert).

Dit onderzoek is een specifiek onderzoek. Ik ga namelijk een onderzoek doen naar een moderne website van een ander bedrijf om inspiratie op te doen voor het ontwerp van een wat minder moderne website, namelijk dat van onze stakeholder (www.autoverhuurincuracao.nl). In dit verslag ga ik mijn onderzoek baseren op de website/webshop van coolblue.nl.

Waarom Coolblue?

Coolblue is een welbekende Nederlandse webshop dat in 1999 is opgericht. De webshop van Coolblue straalt uit in gebruikerservaring door effectief gebruik te maken van psychologische principes en aanbevolen werkwijzen.

Door het creëren van sympathie (bijvoorbeeld door medewerkers prominent te tonen) en het benutten van humor, wordt de 'pain of paying' (het psychologische ongemak van geld uitgeven) verminderd.

Verder wordt de 'paradox of choice' (het fenomeen waarbij te veel keuzemogelijkheden tot besluiteloosheid leiden) voorkomen door duidelijke categorieën, filters en sorteropties, waardoor de gebruikerservaring intuïtief en gestroomlijnd blijft.

(Effecty-Team, 2022)

Onderzoeksvragen

Hieronder vind je de onderzoeksvragen die ik wil beantwoorden aan de hand van het analyseren van de webshop:

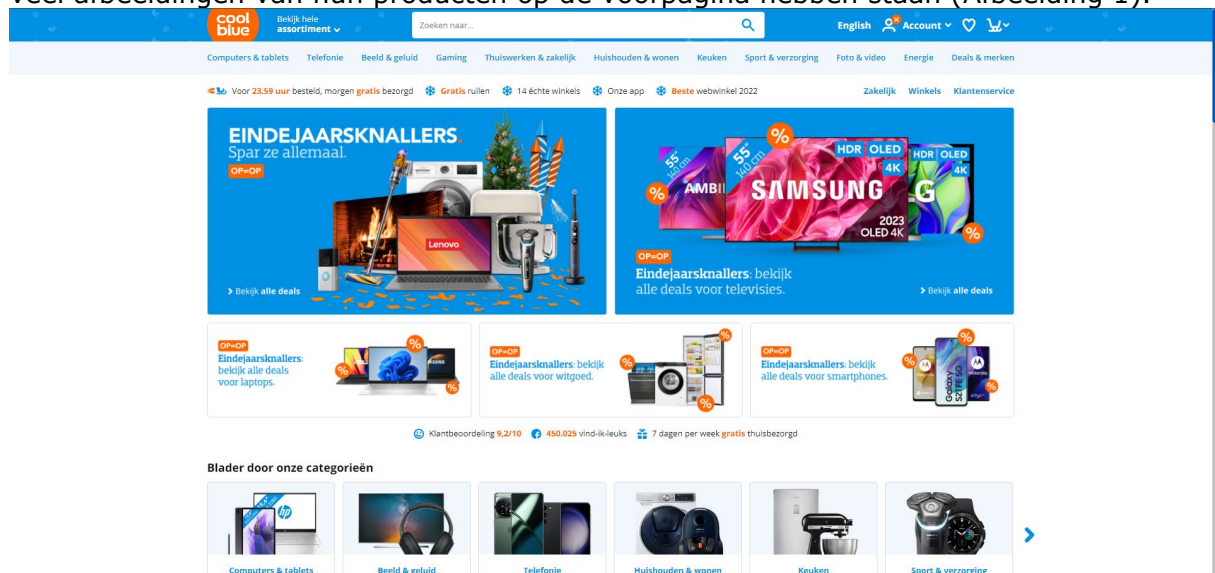
- Wat is het eerste dat mij is opgevallen?
- Op welke manier kan ik een product zoeken?
- Waar staat het logo van de webshop?
- Hoeveel (hoofd)kleuren worden er gebruikt en welke zijn deze?
- Hoe navigeer je door de webshop?

Resultaten

Coolblue

Wat is het eerste dat mij is opgevallen?

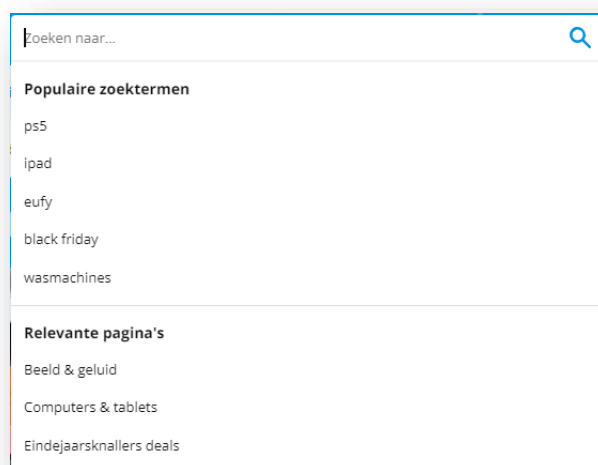
Wat mij als eerste is opviel naast het opvallende oranje logo in de header is dat coolblue veel afbeeldingen van hun producten op de voorpagina hebben staan (Afbeelding 1).



Afbeelding 1

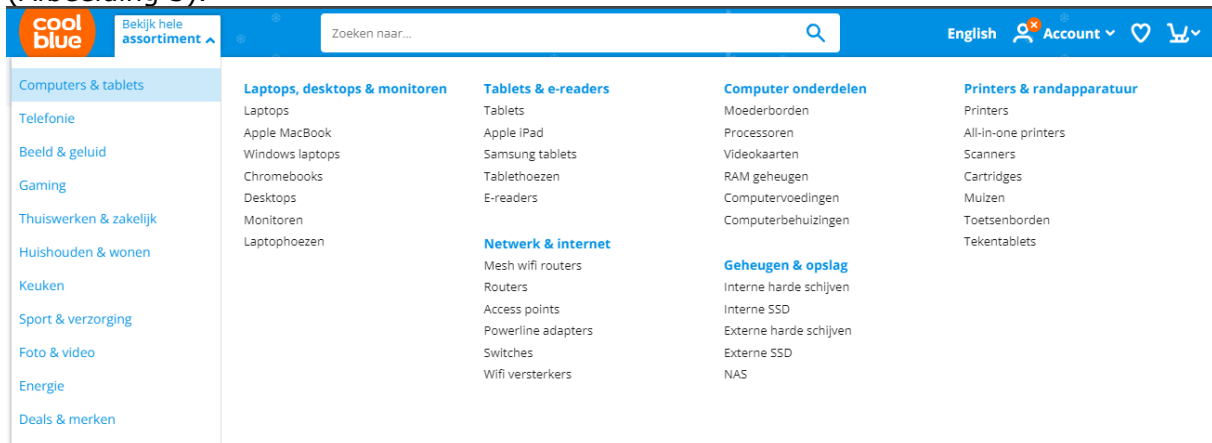
Op welke manier kan ik een product zoeken?

Bij coolblue kan je op verschillende manieren je producten zoeken. Je kan ervoor kiezen om via de zoekbalk je product te gaan zoeken. Als je dat doet krijg je zelfs te zien wat de meest populaire zoektermen zijn bij hen en alle relevante pagina's (Afbeelding 2).



Afbeelding 2

Je kan ook hun hele assortiment bekijken door te klikken op de knop in de header: 'Bekijk hele assortiment'. Wat er dan gebeurt is dat alle categorieën worden weergegeven (Afbeelding 3).



Afbeelding 3

Deze categorieën staan dan ook meteen onder die header. Veel opties dus om je product te zoeken, maar wel op een herhalende manier (Afbeelding 4).



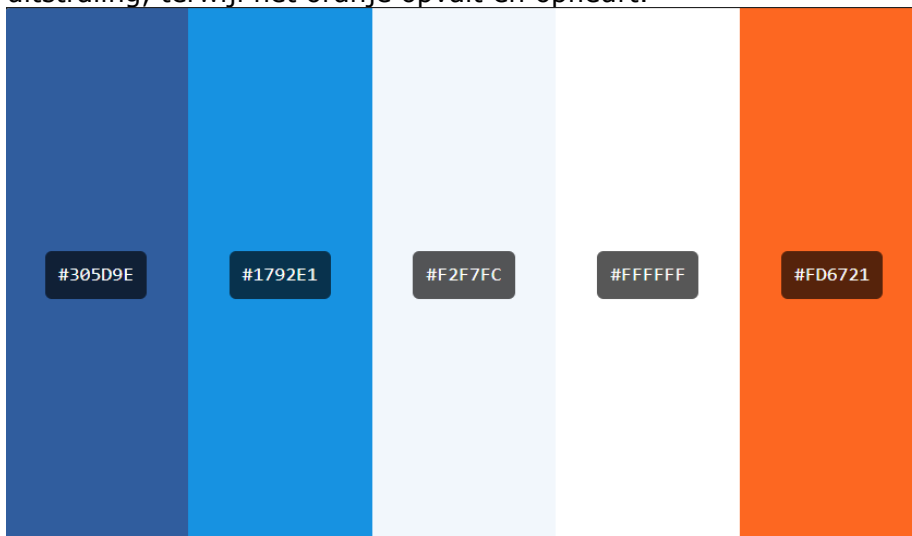
Afbeelding 4

Waar staat het logo van de webshop?

Het logo is zoals bij de vorige afbeeldingen te zien helemaal aan de linkerkant van de website. Deze blijft daar op alle pagina's zo staan.

Hoeveel (hoofd)kleuren worden er gebruikt en welke zijn deze?

Wanneer je een naar kleurenpalet van coolblue googelt, zie je dat de hoofdkleuren van hun wit, blauw en oranje zijn (Afbeelding 5). Het wit en blauw is voor een rustige uitstraling, terwijl het oranje opvalt en opfleurt.



Afbeelding 5

Hoe navigeer je door de webshop?

Zoals eerder aangegeven kan je bij coolblue op 3 manieren je product zoeken. Vaak door keuze te geven uit categorieën. Als je eenmaal een categorie hebt gekozen, krijg je ook de optie om te filteren op producteigenschappen en om te sorteren op wat andere categorieën. Dit vind ik persoonlijk een erg gewenste optie en ik denk dat ik niet de enige daarmee eens is. Filteren en sorteren geeft je de optie om een product te vinden dat precies/ zo dichtbij mogelijk naar jouw wensen begeert (Afbeelding 6).

[illegible]

Afbeelding 6

Conclusie

Ik zet hieronder weer de onderzoeksvragen neer en geef per vraag aan wat mijn conclusie is betreffende onze eigen webshop:

- Wat is het eerste dat mij is opgevallen?

Mijn conclusie bij deze vraag is dat de website van de stakeholder hun meer afbeeldingen van hun producten moeten gaan zetten op de voorpagina van de site. Ook zou adviseer ik hun om hun logo een kleur te geven dat het tegenovergestelde is van de websitkleuren, zodat deze opvalt.

- Op welke manier kan ik een product zoeken?

Wat ik uit deze vraag heb opgesteld is dat ik in het design van de webshop meerdere mogelijkheden moet geven om een product of een auto in het geval van de stakeholder te benaderen. Dit kan d.m.v. een geavanceerde zoekbalk, een extra werkbalk met categorieën, een dropdownlist, etc.

- Waar staat het logo van de webshop?

Op de website van De stakeholder staat het logo al aan de linkerkant van de boven in de header. Dit hebben ze dus al wel goed gedaan.

- Hoeveel hoofdkleuren worden er gebruikt en welke zijn deze?

Coolblue heeft drie basiskleuren gebruikt. Als ik naar de website van De stakeholder kijk, zie ik voornamelijk alleen geel en een beetje lichtblauw. Ik zou hier verandering in brengen. Misschien andere kleuren overwegen of een extra kleur toevoegen.

- Hoe navigeer je door de webshop?

Ondanks dat coolblue veel meer producten in veel meer verschillende categorieën verkoopt, hebben ze een filter en/of sorteerfunctie toegevoegd aan de webshop.

Dit is ook te adviseren voor de verschillende soorten auto's van de stakeholder

Extra icoontjes

De optie om een account te maken met een account icoontje in de header, kan wel nuttig zijn voor de website van De stakeholder. Dit kan ervoor zorgen dat mensen blijven bestellen bij de webshop.

Literatuur

- *Coolblue - alles voor een glimlach.* (n.d.). Coolblue. <https://www.coolblue.nl/>
- *Coolblue Energie l Tarieven, Beoordelingen & Cashback.* (2023, December 6). Easyswitch. <https://www.easyswitch.nl/energieleveranciers/coolblue-energie/#:~:text=Coolblue%20is%20opgericht%20in%201999,of%20gas%20aan%20tienduizenden%20klanten.>
- Effecty-Team. (2022, October 19). 12 dingen die je kunt leren van Coolblue voor meer conversies - Effecty | Dare to be digital | Ontdek onze. *Effecty | Dare to be digital.* <https://effecty.nl/knowledge-base/cro-ux/12-dingen-die-je-kunt-leren-van-coolblue-voor-meer-conversies/>
- *Kleurenpalet van Coolblue.* (z.d.). Mooiste Websites. <https://mooistewebsites.nl/palet/coolblue>