











Armanyous, Bavli B. - Geven, Bas B.J.F. - Hersbach, Laurie L.A.M. - Kale, Enes E. - Malsen, Brent B.A.J.M. van



Checkpoint 10 08-05-2023

⚠ No feedback submitted.



Write a summary of what you discussed with your teacher...

Post Feedback

#### Checkpoint 9 14-04-2023



#### Hersbach, Laurie L.A.M. 2 months ago

Vandaag was de laatste oplevering van de prototypes voor de website van Weldas x Happy Horizon.

We hebben de volgende feedback ontvangen na het presenteren:

- -de categorie knoppen zijn nog steeds niet mooi op de productpagina's.
- -de symmetrie en details zijn slordig, zo wordt er op iedere pagina op een andere manier uitgelijnd en is witruimte overal anders.
- -de forms (inloggen-contact-factuur) hadden ieder een andere opmaak.
- -de inlogpagina was de beste pagina, deze was strak, rustig en overzichtelijk en overall prettig om naar te kijken, iets wat de andere pagina's nog miste.
- -mocht iets meer white spacing op verschillende pagina's.
- +de presentatie was wel goed, het was erg duidelijk doordat we lieten zien wat we bij de vorige sprint hadden en hoe we daar nu op verbeterd zijn/wat de veranderingen waren.
- +het is slim dat we dingen uit de navigatiebalk verwerkt hebben op de pagina's zelf

# **Checkpoint 8** 11-04-2023



# Hersbach, Laurie L.A.M. 2 months ago

vandaag hebben we feedback ontvangen op ons usability onderzoek, de belangrijkste dingen zijn dat we het plan moesten aanpassen naar een uitgevoerd plan, dus ipv. "dit willen we gaan doen" naar "dit hebben we gedaan". verder zag het er goed uit.

# feedback prototype:

- in de footer mag "s&s beurs" naar "agenda" worden aangepast.
- ipv. alleen youtube in de footer ook andere socials.
- de tip om misschien nog een aparte pagina voor promo's te maken, deze ook bij de categorieën erbij te zetten.
- de knoppen op categorie pagina aanpassen omdat deze lelijk zijn.

Gister hadden we de volgende feedback ontvangen:

- al die verschillende lettertypen op de homepagina hetzelfde maken
- -de gele balkjes rondom de call to action van contact even groot makken, deze zijn nu allemaal een andere maat.
- -de shortcut knoppen bij de kleding, de woorden daarin staan nog steeds veel te krap

# **Checkpoint 7** 29-03-2023





# Malsen, Brent B.A.J.M. van 2 months ago

We hebben vandaag een gesprek met Anke gehad. Ze heeft ons uitleg gegeven over het uitvoeren van een usability test. Dit hebben we opgepakt en we zijn momenteel bezig met het maken van een testplan. Verder hadden we nog de tip gekregen om een goede planning te maken voor de resterende 2 weken (na deze week) en dit hebben we nu gedaan. Onderstaand is deze planning te zien:

Planning tot de eindoplevering:

- Testplan af vóór donderdag 30 maart einde van de dag
- Website pagina's af vóór dinsdag 4 april einde van de dag
- Woensdag 5 april en donderdag 6 april gaan we testen
- Vóór dinsdag 11 april documentatie van de test af
- Woensdag 12 april en donderdag 13 april de bevindingen verwerken + het maken van de presentatie
- Vrijdag 14 april de eindoplevering

In de presentatie goed laten zien wat de situatie eerst was (before) en wat de situatie nu is geworden (after)

# **Checkpoint 6** 27-03-2023



# Malsen, Brent B.A.J.M. van 2 months ago

We hebben vandaag feedback gekregen op ons design voor de Weldas Europe website.

Onderstaand zijn de feedbackpunten te zien:

\* We nemen net iets te veel ruimte in voor de elementen op de website. Het zou beter zijn om de

verschillende elementen een beetje te downscalen.

- \* Witruimte is goed
- \* Tekst links uitlijnen
- \* Menu ook downscalen en alles opties een icoontje geven
- \* Voor inspiratie meneer vond het Zalando menu heel goed (fixed menu dus)
- \* Hoofdbescherming icoontje past niet goed bij de andere 2 icoontjes
- \* Categorieën ook links uitlijnen
- \* Profiel en winkelwagen icoon staan wat te krap
- \* Koptekst, inleiding, leestekst verdelen onder verschillende lettertypen. (Kijk bij andere websites)

We verwerken deze feedback in de huidige designs die we al hebben. Bij het maken van nieuwe pagina's houden we ook deze feedback in gedachten.

# Checkpoint 5 24-03-2023





**Hersbach, Laurie L.A.M.** 3 months ago Feedback eerste sprint UX Weldas 24/03

### Productpagina:

Duidelijk weergeven op welke pagina je bent, kleding/jassen,

hoofdbescherming/petten.

Meer gebruik maken van white space.

Te veel radius gebruikt op knoppen.

# Contactpagina:

Sfeerbeeld is erg goed, gebruik het maar wel op een andere manier.

#### Commentaar:

Drie verschillende ontwerpen, inconsistent.

Zoekbalk, account, winkelmand weergeven.

# Docent:

lets presenteren en vervolgens zeggen maar dit is straks in het ontwerp anders. Veel waarschuwen voor veranderingen in eindproduct komt niet sterk over.

Feedback die andere groepen hadden ontvangen:

Al die contactpersonen zijn onnodig.

de aanwezigheid van certificaten en een prijs vinden lassers belangrijk. Menu onderin scherm makkelijker bereikbaar.

Contactknop met meerdere functies aanwezig in begin scherm als kleine pop up.

Product pagina call to action, "heeft u een vraag over product".

# Checkpoint 4 24-03-2023

⚠ No feedback submitted.



Willems, Pim P.I. (Teacher) 3 months ago

- Wireframes erg duidelijk → fijn dat je proces laat zien
- Wat betekent 'clean' voor jullie? Zorg dat je termen de juiste onderbouwing meegeeft. Wat 'clean' is voor jullie betekent niet dat het dat is voor ons.
- Gaan mensen de hele uitleg lezen? Wil je de CTA niet eerder?
- Meer whitespace
- Zorg voor een consistenter design

### **Checkpoint 3** 23-03-2023



Malsen, Brent B.A.J.M. van 3 months ago Ik schrijf in dit checkpoint over de volgende 2 onderwerpen:

- Wat hebben we gedaan?
- Ontvangen feedback
- Wat hebben we gedaan?

Vorige week (week 5) was de eerste week van het nieuwe User Experience project. Deze eerste week stond voor ons vooral in het teken van onderzoeken doen. De onderzoeken gebruiken we als basis voor het maken van de wireframes voor de Weldas Europe website. We zijn begonnen met het maken van een concurrentieanalyse, toen we deze af hadden begonnen we aan een onderzoek waarbij we keken naar mogelijk verbeteringen voor de website. Voor dit onderzoek hebben we gebruik gemaakt van een heuristische evaluatie, gebaseerd op dit onderzoek hebben we dan ook een advies opgesteld met daarin de verbeterpunten. Verder hebben we ook een onderzoek gedaan in de vorm van een user test. In deze user test mochten de testpersonen de elementen op de website categoriseren naar eigen verwachting. Voor deze user test hebben we de open card sort methode gebruikt, we hebben hiervoor 3 lassers en 1 inkoopmanager van een lasbedrijf uitgenodigd. Buiten dit om hebben we ook nog een inspiratieanalyse gemaakt om inspiratie op te doen over het design en de functionaliteiten van andere B2B bedrijven. Om deze eerste week af te ronden hebben we ten slot nog een usability test gedaan waarbij we onderzoek deden naar de gebruikersvriendelijk van de website. Deze week (week 6) zijn we druk bezig geweest met het maken van wireframes voor onder andere de hoofdpagina, contactpagina en productpagina. Ook hebben we voor deze wireframes een design gemaakt. Nu dit af is gaan we vandaag aan de slag met het voorbereiden van de eerste sprint oplevering van morgen 24 maart.

# - Ontvangen feedback

We hebben feedback gevraagd op onze hoofdpagina, contactpagina en productpagina van onze wireframe. De hoofdpagina bevat twee slides voor producten: "Meest gekocht" en "Recent bekeken". Anke was er niet zeker van of dit wel nodig was voor de website. Buiten dit om hebben wij de knop "Promoties" de naam "Sales per periode" gegeven. Anke vertelde ons dat dit een beetje een cryptische term is die de klant waarschijnlijk niet direct zal begrijpen, dit hebben we nu aangepast naar "Sales". Verder hadden we nog als advies gekregen om goed na te denken over wat je als eerste wilt laten zien aan de bezoekers van de webpagina. Op de contactpagina is het bijvoorbeeld belangrijk om direct een telefoonnummer te zien en niet alle namen van de werknemers. Deze feedback hebben we ook opgepakt voor het verder ontwikkelen van de wireframes, zo hebben we nu een knop toegevoegd op de contactpagina waarmee je direct een contactformulier kunt invullen met een vraag. Verder hadden we eerst ook veel onnodige contactgegevens zoals het KVK nummer. Dit is allemaal informatie die voor de meeste klanten niet nuttig zal zijn. We hebben dit aangepast door alleen de essentiële contactgegeven te laten staan. Verder hebben wij een "Vacatures" knop gemaakt, we weten echter niet zeker waar we deze moeten plaatsen aangezien deze knop heel erg verstopt zit op de huidige website. Ten slot bevat de hoofdpagina 2 YouTube video's met geen beschrijving of context erbij. In onze wireframe hebben we een korte videotitel toegevoegd om de video's duidelijker te maken. Nu dit klaar is gaan we ons voorbereiden op de sprint oplevering.

### Checkpoint 2 22-03-2023



# Armanyous, Bavli B. 3 months ago

Vandaag is Anke bij ons groepje lang geweest voor een update van onze projectvoortgang. We hebben de wireframes laten zien die we voor Weldas hebben gemaakt. De hoofdpagina, de contactpagina en de productpagina om precies te zijn. Hierop hebben we feedback gekregen. De hoofdpagina bevat twee slides voor producten: 'Meest gekocht' en 'Recent bekeken'. Anke was er niet zeker van of die wel nodig zijn. Persoonlijk denk ik wel dat het een goede toevoeging zou zijn voor gebruikers om snel te kunnen zien welk(e) product(en) er het populairst is/zijn en om snel te kunnen zien wat ze als laatst hebben bekeken. Wat niet op de hoofdpagina stond en wat Anke wel opmerkte is dat bij Coolblue.nl (Inspiratie voor de hoofdpagina) de productcategorieën op zowel menu in de header als in de body van de pagina te zien zijn. Dit hebben wij nog niet op de hoofdpagina staan, maar wordt aangepast. Verder staat er een knopje 'Sales per periode' op de hoofdpagina. Deze vervangt het knopje 'promoties' die momenteel op de pagina van Weldas staat. Als je op deze knop klikt kom op een pagina uit waar je per 2 maanden ziet op welke producten je 5% korting krijgt. Daarom heb ik de naam van het knopje veranderd naar 'Sales per periode'. Maar Anke gaf al aan dat dit niet heel duidelijk zou zijn voor de gebruiker. Een periode kan namelijk van alles zijn (Jaren, maanden, weken, etc.). Het advies was om het gewoon 'Sales' te noemen. Dus dat gaat ook nog veranderd worden. Ook staan er op de website van Weldas twee video's van hun YouTube kanaal. Deze hebben we ook weer in de wireframes van de hoofdpagina verwerkt, maar er wordt niet duidelijk aangegeven wat er kan worden verwacht als je de video afspeelt. Erg onduidelijk voor een nieuwe gebruiker. Op de wireframes van de hoofdpagina hebben we een knopje 'Vacatures' aangemaakt. Op de huidige website van Weldas kan je vacatures benaderen wanneer je verder klikt op de 'Contact' knop. Het is dus de vraag of dat met een reden gedaan is of niet? Willen ze niet dat mensen snel kunnen solliciteren of is dit gewoon fout ingericht op de website? Voor nu houden we dat knopje gewoon in de footer en horen we later van Happy Horizon daar van vindt. In de footer van de wireframes staan ook twee knopjes genaamd 'Nieuwste producten' en 'Contact'. Het is nog de vraag of dat wel de handigste plek is. Meestal wil staan de nieuwste producten gewoon boven aan in de body van de pagina. Wat de 'Contact' knop betreft hebben we specifiek de opdracht gekregen om deze op te laten vallen op de website, dus deze moet waarschijnlijk ook uit de footer worden gehaald.

Checkpoint 1 15-03-2023

A No feedback submitted.

Eyck, Anke A.M.E. (Teacher) 3 months ago
Graag feedpulse invullen.

Privacy Policy - Developed by DRIEAM