

# ***ICT & Media Design***

## ***Research***



**Naam:** Bavli Armanyous

**Klas:** M2-DB01

# Inhoudsopgave

Inleiding.....	4
Portfolio.....	4
Project 1.....	4
Naam Projectgroep 1.....	4
Slogan Projectgroep 1.....	5
Logo Projectgroep 1.....	5
Logo projectgroep update.....	6
Opdracht Collage van jezelf.....	9
Opdracht Double Life Challenge.....	10
DEHAZE.....	16
Sylescape DEHAZE.....	16
Logo DEHAZE.....	17
Website DEHAZE.....	19
Project 2.....	29
Naam Projectgroep 2.....	29
Logo projectgroep.....	29
UX-onderzoek Weldas.....	30
Wireframes en design.....	31
Project 3.....	36
Design.....	36
Easter Egg & Development.....	37
Project 4.....	38
Slot.....	40



# Inleiding

In dit verslag wil vind je een korte samenvatting van mijn werk dit semester voor zowel de projectgroepen waarin ik heb gewerkt als voor onze opdrachtgevers. (In mijn online portfolio vind je ook alles wat ik heb gedaan per project en meer).

# Portfolio

Zoals in de inleiding al is aangegeven, kun je in mijn portfolio al mijn werk zien van semester 2 en de afgelopen Semesters waarin ik op het Fontys zat en eventueel nog wat persoonlijke projecten en zaken. Nu vraag je je waarschijnlijk af waarom ik zei 'afgelopen semesters' en niet 'afgelopen semester' en reden daarvoor is dat ik het startsemester 2 keer heb gevolgd. Op mijn portfolio vind je dus 2 keer mijn tijd in het startsemester. Mijn portfolio is te benaderen via de volgende link:

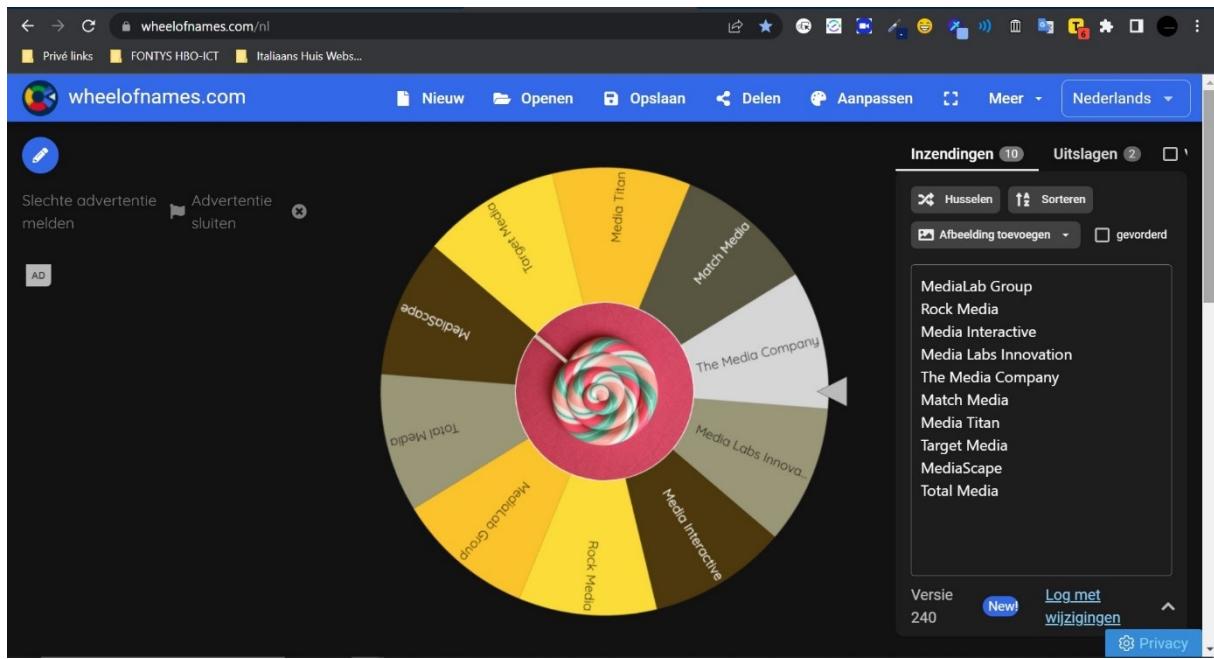
<https://i484476.hera.flhict.nl/Portfolio/html/index.html>.

# Project 1

Bij het eerste project ga je met een groepje studenten een team vormen om aan de slag te gaan voor een huisstijl voor een muziekartiest. Hierbij wordt er een brandguide en een contentstrategie verwacht van elke groep. Mijn groepje bestaat uit Max, Daniell, Jeanine, Yui en ikzelf natuurlijk.

## Naam Projectgroep 1

Omdat wij als projectgroep een goede 'bedrijfsidentiteit' moeten maken, is het de bedoeling dat we een naam hebben die ons 'bedrijf' uitstraalt. Hiervoor ben ik gaan zoeken naar goede bedrijfsnamen met het woord 'Media' erin. Toen ben ik uitgekomen op <https://thebrandboy.com/67-catchy-social-media-marketing-company-slogans-ideas/>. Ik heb mijn groep naar de namen op deze website laten kijken en heb aangegeven dat ze hun voorkeuren voor namen moesten uitkiezen, zodat ik deze in een wiel met namen kan doen om vervolgens de naam te kiezen die wij gaan dragen als 'bedrijf'.



Afbeelding 1

Op Afbeelding 1 zie je aan de rechterkant een lijst met namen die mijn groep en ik hebben gekozen. Na het draaien van het wiel zijn we uitgekomen op 'The Media Company'. De meeste mensen die het horen geven ook aan dat het wel een reële naam is voor een 'bedrijf'. Zelf had ik voorkeur naar 'MediaLab Group', maar deze naam is ook prima. Het geeft aan dat wij een media gerelateerd bedrijf zijn.

## Slogan Projectgroep 1

Uiteraard hoort er bij elk bedrijf een goede slogan. Hiervoor ben ik gaan zoeken naar 'Pakkende Media Slogans' waardoor ik uitkwam op <https://thebrandboy.com/67-catchy-social-media-marketing-company-slogans-ideas/>. Hiervan heb ik mijn persoonlijke voorkeur als slogan gepakt ("We Present You") en laten zien aan mijn groepsgenoten en zij waren het met mij eens dat dit de goede slogan was.

## Logo Projectgroep 1

Nadat de naam en de slogan bekend was van ons groepje, ben ik begonnen met het maken van verschillende logo-ontwerpen voor onze groep. Hiervoor heb ik <https://smashinglogo.com> gebruikt. Deze website genereert een logo naar voorkeur van de informatie die je geeft. Verder geeft die je de vrijheid om je logo verder te bewerken naar eigen voorkeuren.



Afbeelding 2

Na een aantal varianten hebben te laten zien aan mijn groepsgenoten zijn we uitgekomen op het logo dat te zien is op Afbeelding 2.

### Logo projectgroep update

Tijdens onze eerste sprintdemo hebben Berry en Paul ons feedback gegeven op ons project. Berry heeft onder andere ook feedback gegeven op onze groepslogo dat ik heb ontworpen. Zijn feedback ging over dat het logo (ondanks dat hij het er goed uit vond zien) een informele indruk gaf. Hij was gelukkige wel tevreden met onze groepsnaam (The Media Company). Hij vond ook dat ons slogan niet persé terug moest komen in ons logo. En omdat ik dit logo met een online generator in elkaar heb gezet, gaf hij ook aan dat het beter is om zelf iets te maken met bijvoorbeeld Adobe Illustrator. Natuurlijk is het niet erg om online inspiratie te zoeken of een mooi beginnetje te maken voor je ontwerp.

Ik heb al deze feedback meegenomen en ik heb ons logo met Adobe Photoshop wat aangepast.



# THE MEDIA COMPANY

Afbeelding 3



Afbeelding 4



Afbeelding 5

Op afbeelding 3 zie je de nieuwe variant van ons logo. Op afbeelding 4 en 5 zie je het icoon dat ons logo representeert.

# Opdracht Collage van jezelf

Eén van de eerste opdrachten die hebben gekregen was dat we een collage van 4 foto's moesten maken waarvan 1 foto je woonplaats is en de rest van de foto's jezelf vertegenwoordigen (Je hobby's, waar je werkt, wat je leuk vindt, etc.). Deze werd later vertoond op een grote monitor en waarbij de rest van de klas vervolgens moest raden welke woonplaats het is en van wie de collage is. Vervolgens moest de persoon van wie de collage was uitleggen waarom hij/zij deze foto's heeft gekozen.

Het College dat ik heb gemaakt is te zien op de afbeelding hiernaast (Afbeelding 6). Hierin staat linksboven mijn woonplaats (Mierlo). Rechts daarvan staat mijn eigen auto. Daaronder staat het logo van mijn familierestaurant waar ik ook werk (Italiaans Huis) en links daarvan zie je een foto van pizza, omdat ik erg veel houd van pizza.



Afbeelding 6

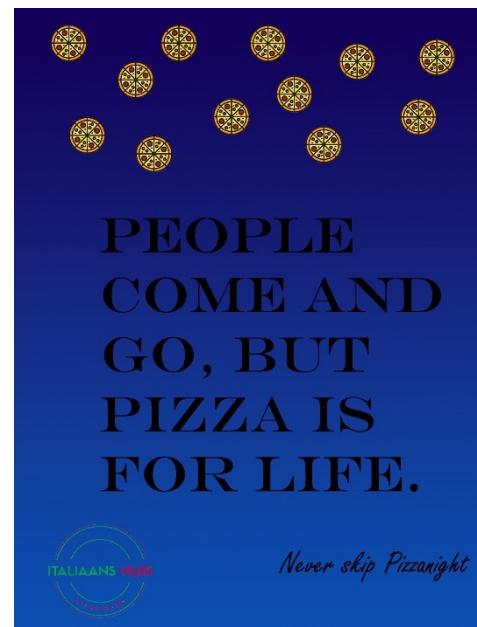
# Opdracht Double Life Challenge

Een andere opdracht die we hebben gekregen is de ‘Double Life Challenge’. Hierbij was het de bedoeling om een poster te maken die jezelf presenteert als een film, maar dan dus wel op dubbele leeftijd.

Om dit te doen, werd ons geadviseerd om met Adobe Photoshop te werken. Hier heb ik nooit echt mee gewerkt dus het werd voor mij een beetje lastig. Wel heb ik vaker met Photopea gewerkt (Een fotoshop tool dat lijkt op Adobe Photoshop. Omdat Jo-An (Een docente op school) mij geadviseerd had om in de toekomst alsnog te proberen om over te gaan naar Adobe Photoshop en omdat ik zag dat de rest van mijn klas daar ook allemaal mee werkte, heb ik het risico genomen en ben ik begonnen met een poster maken in Adobe Photoshop. Om eerlijk te zijn, had ik in het begin het gevoel dat het niet lukte voor mij. Maar na een paar keer een klasgenoot die meer ervaring heeft met Photoshop (Max) te vragen hoe bepaalde functies werkten en met behulp van internet onderzoek, is het mij alsnog gelukt om mijn poster te maken met Photoshop. Het is geen meesterwerk, maar het is een mooi begin, al zeg ik het zelf.

Allereerst heb ik gezocht naar inspiratiebronnen. Dit duurde voor mij ook wel even. Ik had totaal geen idee hoe ik mezelf in de toekomst zag in de vorm met datgene dat mij represeneert en ik had dus ook geen idee hoe Photoshop werkte, dus ik begon maar gewoon met wat maken in Photoshop en ik kwam uit op een poster die niks te maken had met de challenge, maar die ik op zich wel mooi vond (Afbeelding 7).

Het idee achter dit ontwerp was om i.p.v. een sterrennacht, een pizzanacht te maken. Vandaar dat achtergrond en de pizza's in de lucht. Daaronder zie je een mooie quote die ik online had gevonden. Linksonder staat het logo van het restaurant van mijn ouders waar ik ook werk. Dit is een Italiaans restaurant en ik heb gekozen om dit er in te doen, omdat als ik dit logo zie, het mij doet denken aan pizza. Ik eet daar namelijk vooral pizza.

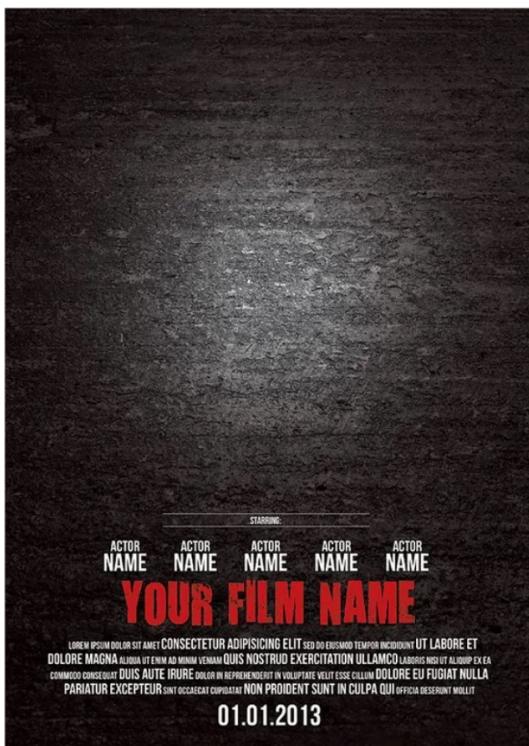


Afbeelding 7

Maar hoe mooi de poster ook is, het heeft dus niks te maken met de challenge die we gekregen hebben. Ik heb hier dus ook feedback op gekregen van Jo-An. Zij gaf aan dat ze het een mooie en humoristische poster vindt, maar dat ik meer moest gaan kijken naar posters online. Dit ben ik dus gaan doen en de posters die mij het meest aanspraken, waren de posters van actiefilms. Ik ga dus een actieposter maken.

Nu ik weet wat voor poster het wordt, moet ik alleen nog bedenken wat er op komt te staan dat mij in de representeert in de toekomst. Een andere klasgenote van mij (Jeanine) had hetzelfde probleem, dus zaten we dit met elkaar om dit te bespreken. Dat was het moment dat ik aangaf dat mijn lievelinggerecht pizza is en zij zei dat ik misschien iets met pizza kon doen. Toen kreeg ik een brainwave van wat ik wilde doen met mijn poster. Ik ga mezelf op dubbele leeftijd in een actiefilm poster met pizza maken waarbij het verhaal om pizza en ICT draait, omdat dat de twee dingen zijn die mij het best representeren en waarvan ik verwacht dat die in mijn toekomst nog bij blijven in mijn leven.

Nu ik eindelijk een idee had met wat ik wilde doen voor mijn poster, ben ik begonnen met een template te zoeken van een poster waarmee ik kon beginnen (Afbeelding 8).



Afbeelding 8

Vervolgens ben ik naar elementen gaan zoeken die ik terug wilde zien in mijn poster:



Afbeelding 9

Op Afbeelding 9 zie je de foto die ik vaak als profielfoto gebruik, omdat die een coole hacker vibe geeft. Deze heb ik er in gezet als mijn 'rivaal' in de film.



Afbeelding 10



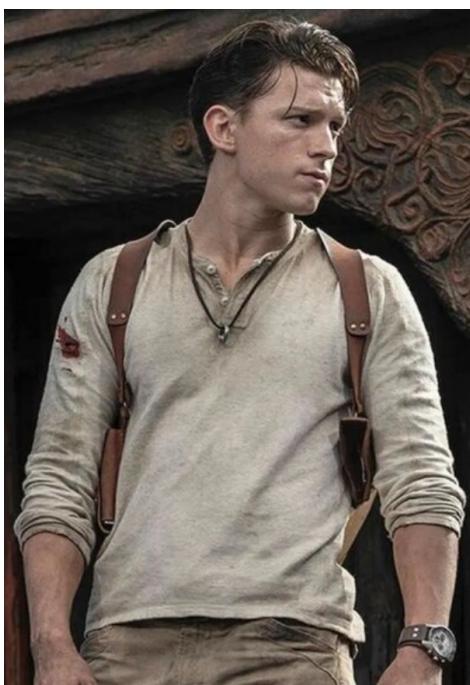
Afbeelding 11

Op Afbeelding 10 zie je een foto van mij die ik ooit had gemaakt met een Snapchat filter. Deze vond ik wel passen bij een humor-/actiefilm. Om de afbeelding een 'toekomst' vibe te geven en omdat deze foto was gemaakt toen ik vrij jong was, heb ik er een masker op gefotoshopt die op Afbeelding 11 is te zien.



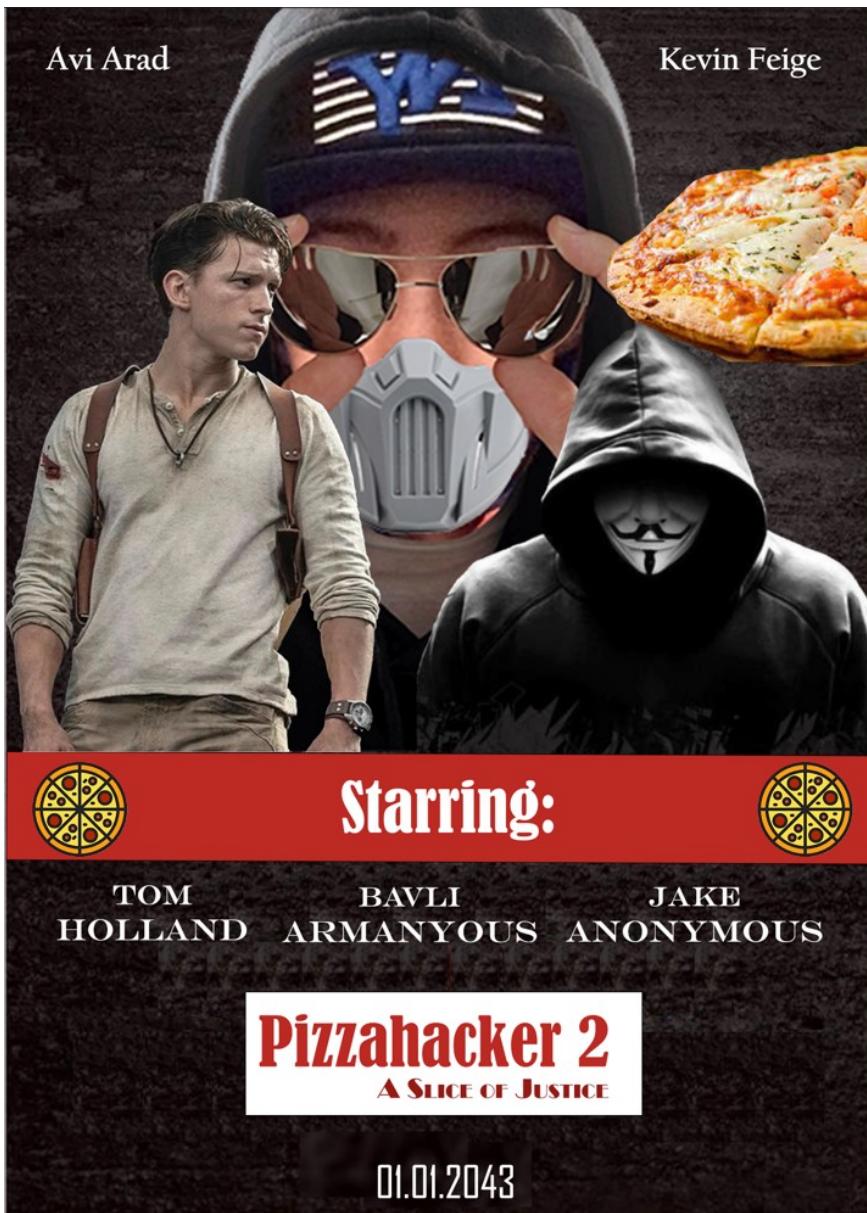
Afbeelding 12

Verder omdat het de film ook over pizza gaat, heb ik er uiteraard een pizza in geplakt (Afbeelding 12).



Afbeelding 13

En omdat elke held een sidekick heeft, heb ik er voor gekozen om Tom Holland die van mij te maken. Ik heb hem niet persé gekozen vanwege hem, maar vanwege het karakter die hij op Afbeelding 13 speelt. Nathan Drake. Een ontdekkingsreiziger die veel hindernissen en actie ervaart in zijn reizen. Hij speelt in een favoriet spel (en nu ook film) genaamd Uncharted.



Afbeelding 14

Na alles bij elkaar geplakt te hebben, heb ik de namen en de datum op de poster veranderd, zodat het lijkt op een film. De titel (Pizzahacker 2) heb ik bedacht omdat de film gaat over het verslaan van een pizzahacker het is de tweede variant, want de eerste is natuurlijk al in het verleden geweest 😊.

De ondertitel heb ik met ChatGPT gegenereerd en ik heb die uitgekozen, omdat die wel bijpassend is.

Omdat het voor mij langer duurde om inspiratie te vinden en omdat het ook even duurde voor ik een beetje begreep hoe je met Adobe Photoshop aan de gang kan, heb ik pas echt feedback gekregen bij het presenteren van de poster. Hier werd vooral verwezen naar hoe de lettertypes niet met elkaar matchen en dat sommige moeilijk leesbaar zijn van ver. En dat de kleur rood waar 'Starring:' in staat de aandacht wegtrekken van het belangrijkste component. De Titel. Als ik deze feedback eerder had gekregen, had ik er zeker werk van gemaakt. Ik ondanks alles nog wel trots dat ik iets redelijks hebben kunnen maken met de hindernissen die ik tijdens deze opdracht heb ervaren.

# DEHAZE

## Sylescape DEHAZE

De volgende opdracht die we hebben gekregen als groep is om als "Media Bedrijf" een artiest bekender te maken (d.m.v. social media) en om een eigen stijl voor die artiest te creëren. De artiest die aan onze groep was aangewezen heet Sjors de Haas. Zijn artiestennaam is DEHAZE. Sjors is een beginnend zanger en songwriter en wij moesten voor hem een brandguide en contentstrategie voor hem maken.

Het eerste dat we moesten doen voor hem was een stylescape maken. Een stylescape is eigenlijk een soort moodboard, maar dan wat specifieker. De stylescape is een canvas waarin je een identiteit van een bedrijf of persoon in terug ziet. Het is een combinatie van visuele elementen, kleuren, typografie, fotografie, illustratie en andere stijl elementen.

We hebben als groep besloten dat we allemaal een eigen versie van de stylescape maken voor DEHAZE en dat we samen dan achteraf beslissen welke het beste bij hem zou passen en of we dingen met elkaar kunnen samenvoegen. Uiteindelijk is het mijn stylescape niet geworden helaas, maar dat had ik eigenlijk ook niet verwacht, want ik weet van mezelf dat ik niet zo goed ben in design.

Op Afbeelding 15 zie je de Stylescape die ik heb gemaakt en op Afbeelding 17 zie je de stylescape die het wel is geworden



Afbeelding 15



Afbeelding 16

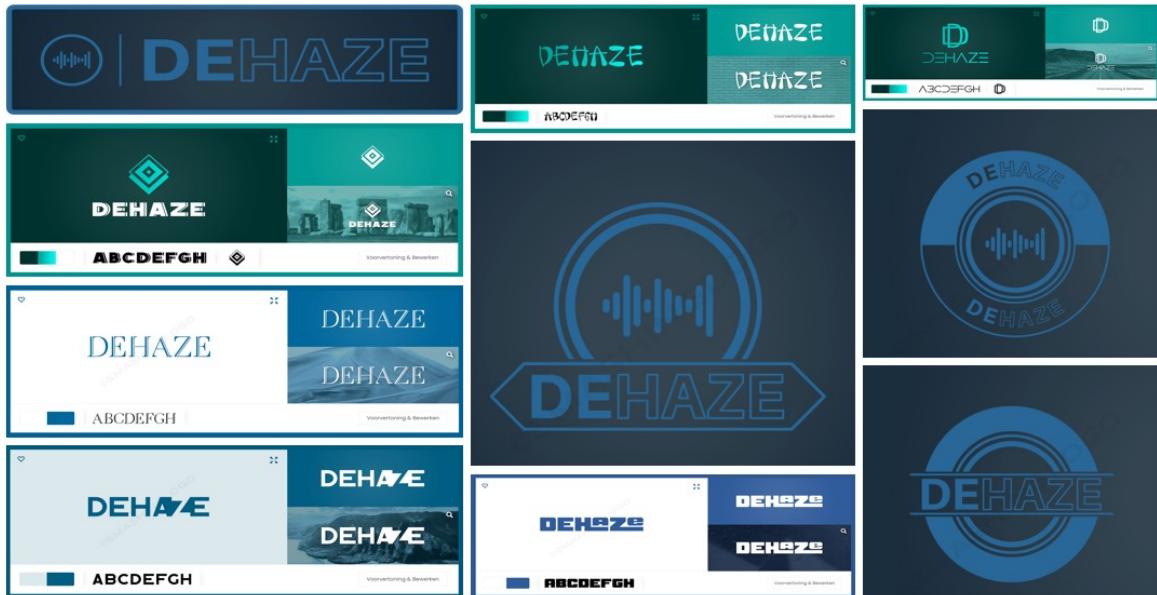
De stylescape op Afbeelding 16 is gemaakt door een groepsgenoot van mij (Daniell).

## Logo DEHAZE

Na het maken van de stylescape kregen we de opdracht om een brandguide voor DEHAZE te maken. Hierin moet duidelijk worden weergegeven welk kleuren, typografie illustraties, etc. moet worden gebruikt en eventueel hoe het niet mag worden gebruikt. Een soort handleiding voor het gebruik van de stijl.

Bij deze opdracht was ik samen met een ander meisje in de groep verantwoordelijk voor het maken van logo's voor DEHAZE.

Ik heb vele logo's gemaakt. Sommige met Alleen hoofdletters, andere alleen kleine letters, veel met blauw (omdat Sjors aangaf dat hij dat een mooie kleur vindt), andere in een andere kleur om variaties te laten zien van wat mogelijk is. Je kunt ze allemaal zien op Afbeelding 18 – 20.



Afbeelding 17



Afbeelding 18



Afbeelding 19

Zelf vond ik het eerste logo op Afbeelding 18 het beste, want die straalt echt 'DEHAZE' uit. Daarom heb ik die ook gebruikt op de stylescape die ik voor hem heb gemaakt.

Het is helaas weer niet mijn ontwerp geworden, maar dat van de groepsgenote die ook aan logo's voor Sjors werkte (Yui). Haar logo kan je zien op Afbeelding 21.



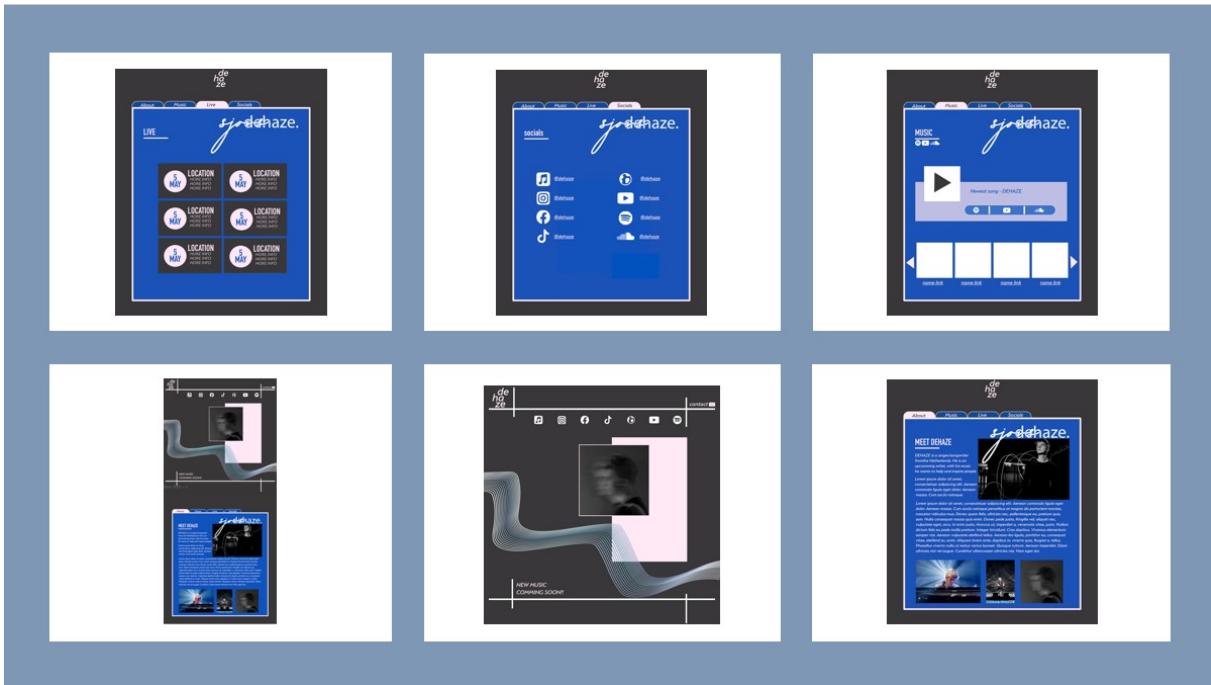
Afbeelding 20

Ik vind het geen slecht ontwerp, maar ik vond het wel een beetje raar dat de groep uiteindelijk alsnog niet 1 van mijn ontwerpen heeft gekozen nadat de feedback van Sjors en andere docenten die we over dit logo hebben ontvangen bij de eerste demopresentatie wat neerbuigend was.

## Website DEHAZE

Voor de laatste demopresentatie van DEHAZE moesten we definitieve resultaten presenteren aan Sjors d.m.v. alle feedback die we van de vorige presentatie aan hem hebben ontvangen. Mijn taak was het om een website te maken voor Sjors, aangezien hij die nog niet had en wij als groep het wel adviseerden om er een te hebben. Een eigen website kan dienen als een soort CV. Net als wij studenten allemaal een online portfolio moeten maken om onze leeruitkomsten en ervaringen weer te geven, kan het handig zijn voor een artiest een eigen pagina met informatie over zichzelf en zijn muziek te hebben. Geïnteresseerde mensen kunnen deze dan bezoeken en meer over de artiest te weten te komen.

Vanwege een gebrek aan tijd (Het project was 4 weken en we hadden er maar twee over), heb ik niet veel energie in het design van de website gezet. Gelukkig hoeft dat ook niet, want Yui bood aan om een design te maken en dit heeft ze best snel gedaan. Je kunt het design zien op Afbeelding 22.



Afbeelding 21

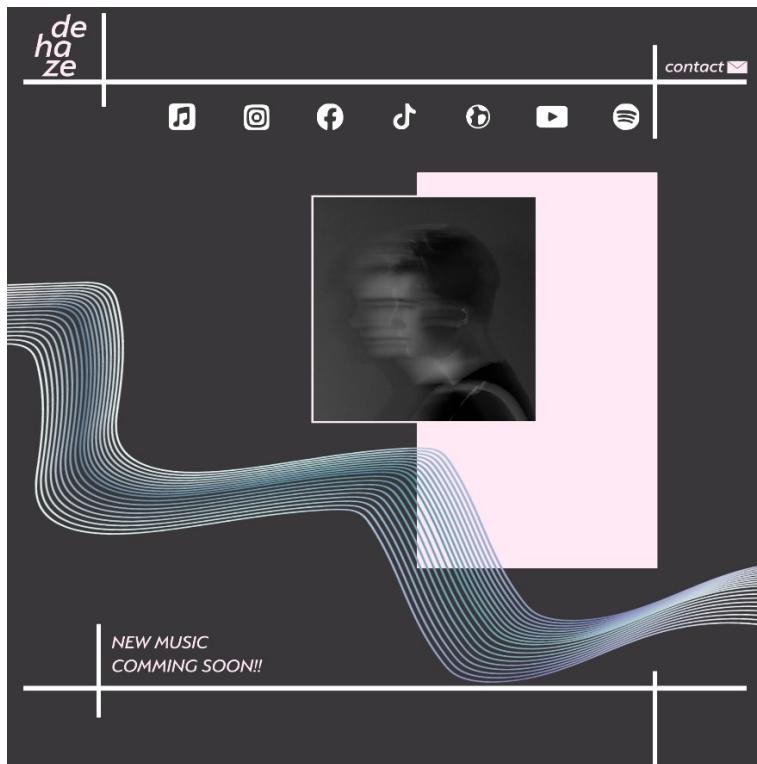
Het design is gebaseerd op de brandguide die we voor DEHAZE hebben gemaakt en op de feedback die we over website hebben ontvangen. Je zult ook zie dat het resultaat daardoor wat afwijkt van het design.

Ik heb een demovideo gemaakt voor de presentatie aan Sjors om snel te laten zien hoe de website in elkaar zit. Ik zal deze ook in dit document zetten:

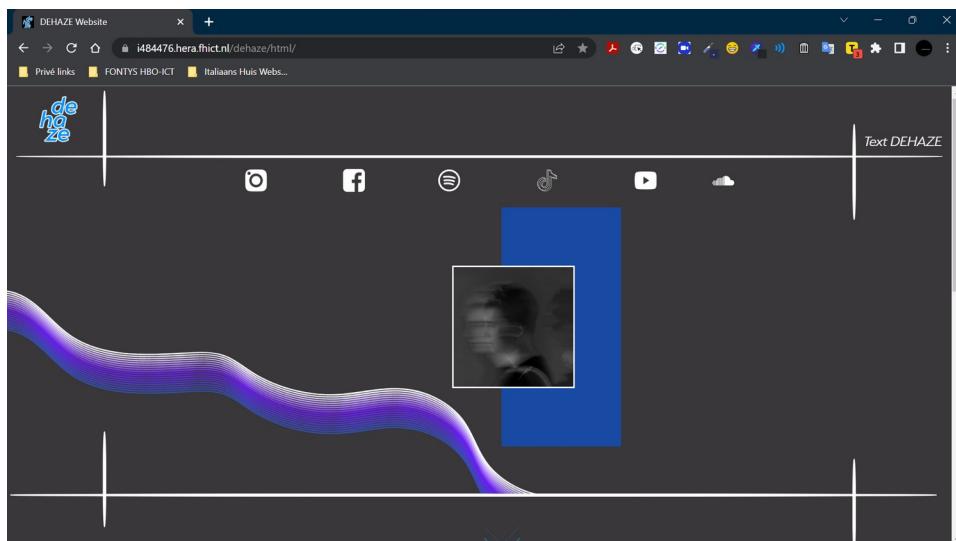


<https://youtu.be/B4fRZSysP4E>

Als je de video hebt bekeken, heb je vast gemerkt dat er veel verschilt van het design op de bovenstaande afbeeldingen. Ik zal zo kort mogelijk per pagina \*proberen\* uit te leggen waarom dat zo is.



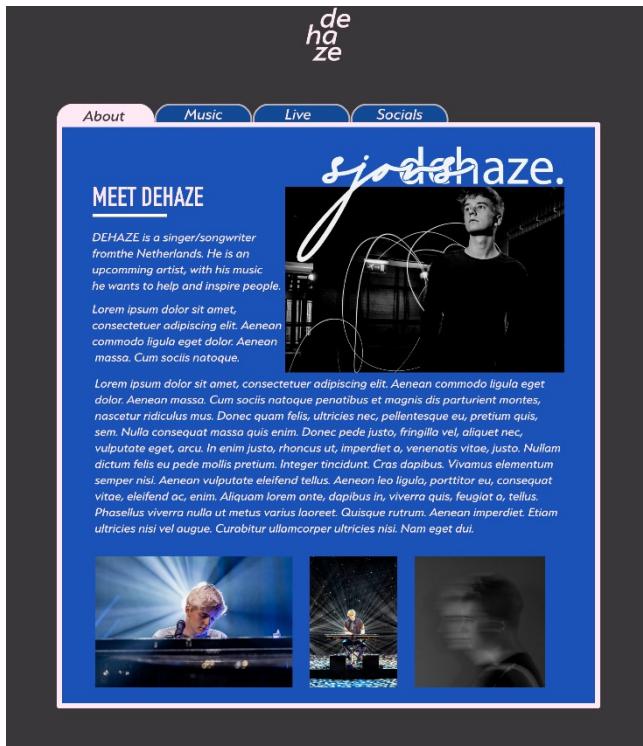
Afbeelding 22



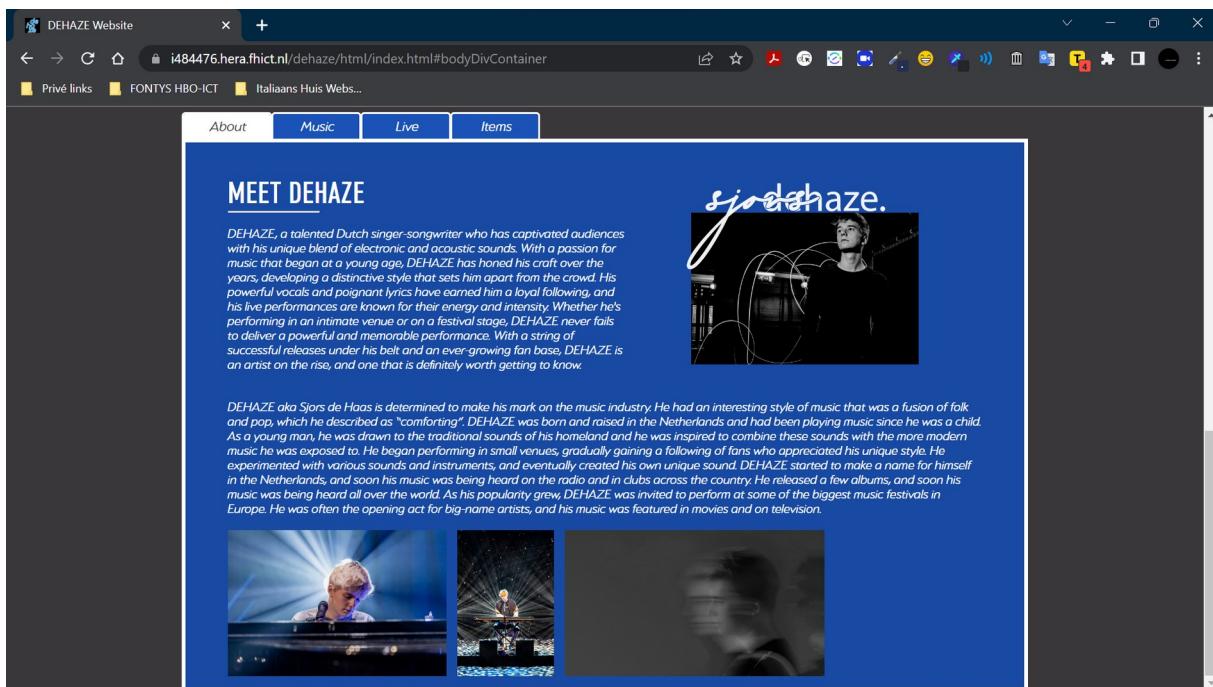
Afbeelding 23

Allereerst het welkomstscherms. Op het design (Afbeelding 23) zie je linksboven het roze logo van Yui en op het resultaat (Afbeelding 24) een blauwe met een white glow effect die ik heb gemaakt. Dit is omdat een docent (Anke) aangaf dat de elementen in de website niet echt met elkaar matchen. Je dalkijk begrijpen waarom ze dat zei. Maar daarom is deze en ook dat blok in het midden (dat ook eerst roze was) nu blauw. Het hover effect van de social media knopjes is ook blauw om die reden. De golf die je in het midden van de pagina ziet vonden Sjors en andere docenten bij de demo om een bepaalde reden erg interessant en daarom hebben we deze ook weer terug laten komen op de website. Deze was ook eerste blauw, zoals je op het design kan zien, maar die hebben we wat paarsblauwachtig gemaakt om een beetje

variatie te creëren en niet alleen blauw. Een van de palette kleuren die we voor Sjors hebben gekozen is namelijk ook paars.



Afbeelding 24



Afbeelding 25

Wanneer je naar beneden scrollt of op het scrolknopje klikt, kom je bij de 'About' pagina terecht. Hierin kom je meer te weten over wie DEHAZE of Sjors is en wat zijn verhaal is. Op het design (Afbeelding 25) zie je weer het logo van Yui bovenaan, maar op het resultaat (Afbeelding 26) is deze weggelaten, omdat Yui bij het design verwachtte dat er een aparte HTML pagina nodig zou zijn om de tabjes pagina te maken. Ik

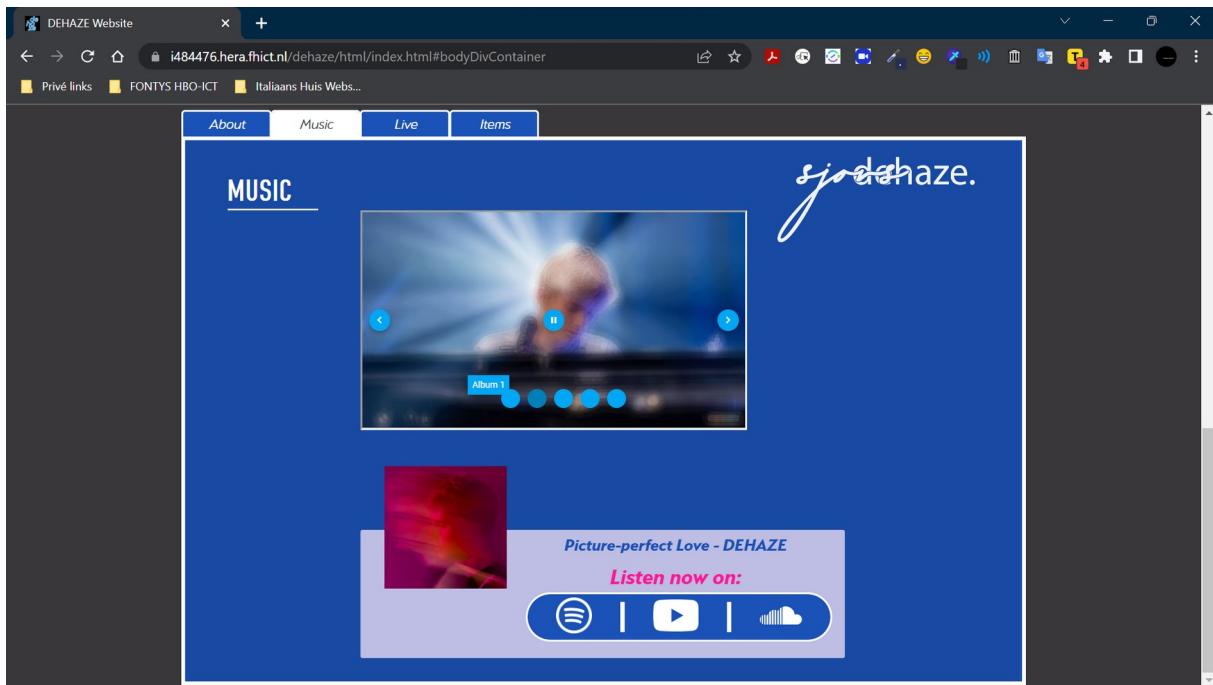
heb het uiteindelijk gewoon in 1 HTML bestand kunnen zetten met een scroleffect om naar onder te scrollen. Geen reden om nog eens het logo nog eens te vertonen dus. Als je goed kijkt, zie je het logo ook weer terugkomen in de Favicon linksboven de tab van Google.

De blauwe tabjes op het design zijn volledig rond en niet rechthoekig met ronde randjes zoals op het resultaat. Dit is onder andere ook door de feedback van Anke. We hebben geprobeerd om de rechte vormen aan te houden, maar de scherpen randen weg te laten voor een soort glad effect.

Rechtsboven de pagina boven de afbeelding van Sjors zie je trouwens een soort 'Sjors Dehaze' handtekening die een andere groepsgenoot van mij (Max) heeft gemaakt.



Afbeelding 26



Afbeelding 27

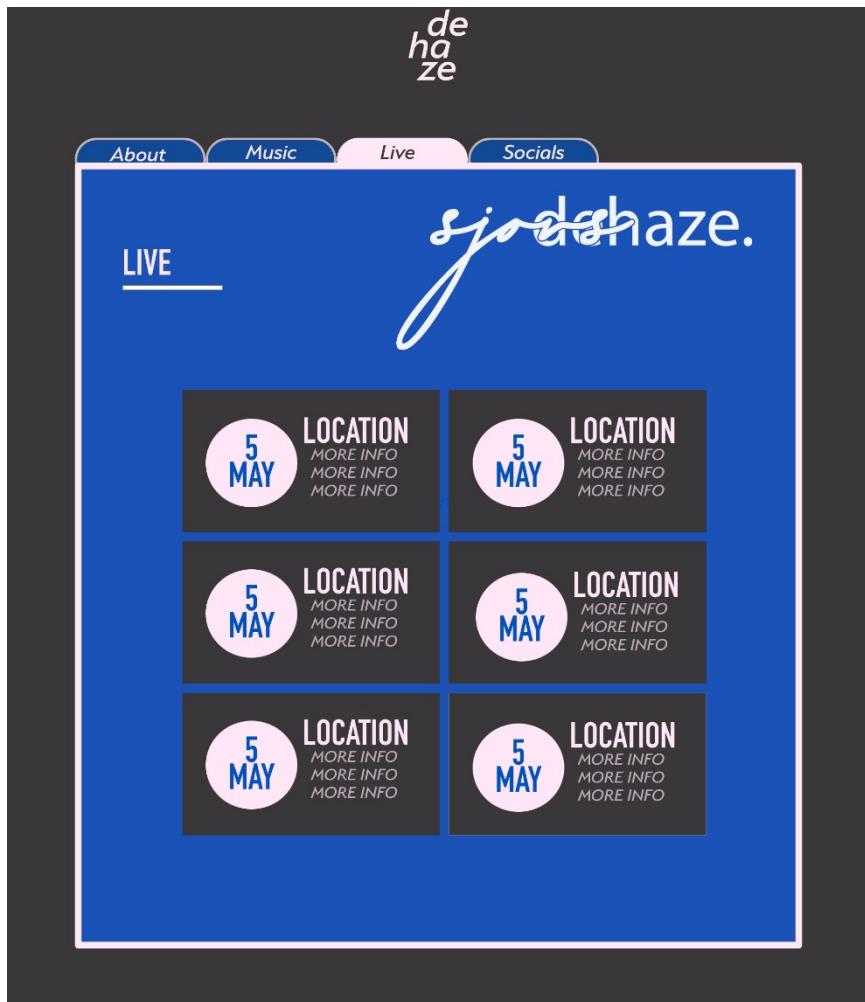
De volgende tab van de pagina is de 'Music' tab. Hierin vind je uiteraard de muziek van Sjors.

Onder de titel van het design (Afbeelding 27) zie je drie platformicoontjes staan die op het resultaat (Afbeelding 28) daar niet meer staan. Dit heb ik besloten in overleg met mijn groepsgenoten, omdat deze dan dubbel voorkomt op deze tab. Ze zijn namelijk ook in de witte container te zien.

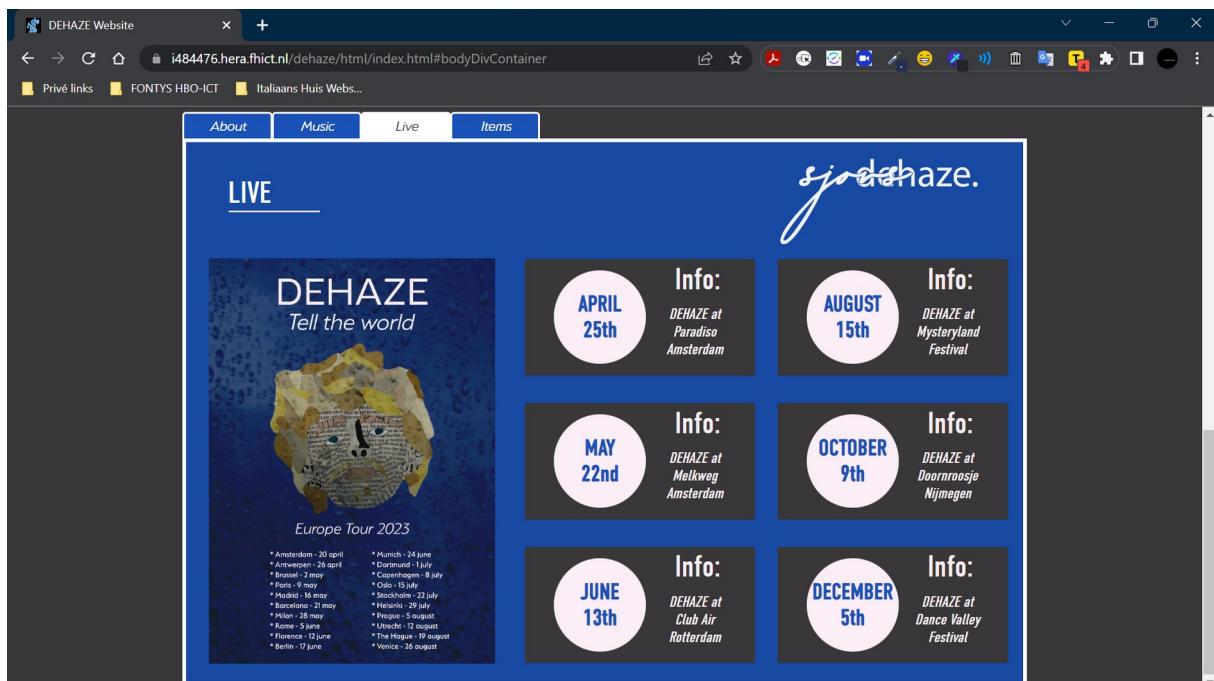
Over die container gesproken. Deze is gemaakt om de laatste lied/content van DEHAZE te beluiteren. Die grote 'Play' knop in die witte vierkant (waarvan ik ook dacht dat het een afspeelknop was), is volgens jullie de afbeelding waarop je de cover van zijn laatste song zou moeten zien. Naast die afbeelding komt dus de titel van zijn nieuwste lied en daaronder de knopjes van de platformen waar je hem dan zou kunnen beluisteren. Ik moet wel aangeven wat ik misschien eerder had moeten aangeven, dat deze website een prototype is en dus niet alle knopjes linken naar zijn laatste lied. Dit komt ook omdat Sjors bijvoorbeeld bepaalde platformen of accounts niet heeft. Ik heb geprobeerd om ze allemaal in ieder geval te linken naar zijn account.

Je ziet op het design dat onder die container een slide staat met allerlei linkjes. Hierin zouden al zijn Albums/liedjes in terug moeten komen. Ik heb voor het gemak een paar van zijn Google Drive afbeeldingen de echte slide geplaatst.

Je ziet trouwens ook dat op het design de 'nieuwe muziek' container boven de Album slide staat en op het resultaat andersom. Dit heeft te maken met UX. Bij bijna alle muziekplatformen is het zo dat de afspeel- en pauzeknopjes onderaan worden geplaatst. Dit wordt gedaan omdat dit een gemakkelijke plek is om deze functies te plaatsen, zodat gebruikers gemakkelijk de audio/video kunnen starten of pauzeren zonder de pagina te hoeven scrollen.



Afbeelding 28



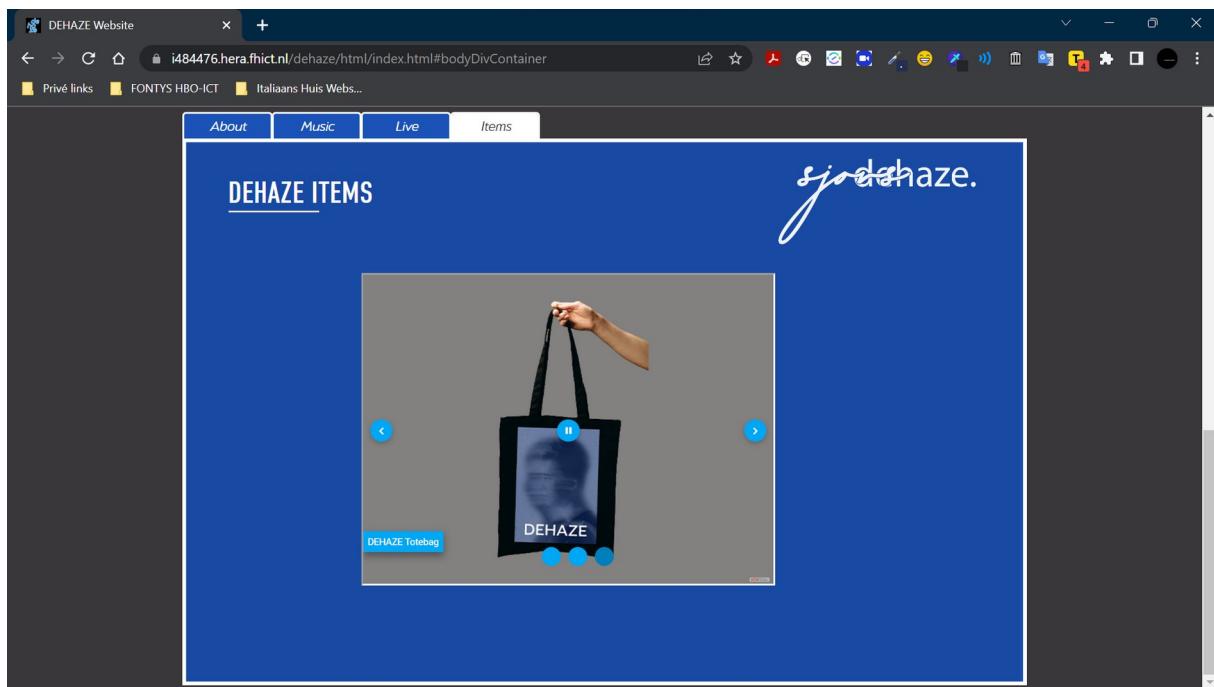
Afbeelding 29

Op Afbeelding 29 zie je het design voor de 'About' paginatab. Hierin vind je toekomstige concerten en optredens waar DEHAZE gaat optreden. De feedback die we hierop hebben gekregen is om in plaats van telkens een herhalende datum (zoals in het design is gedaan) weer te geven, er gewoon nep data in te verwerken, zodat het net echt lijkt. Dit heb ik dan ook in op het resultaat (Afbeelding 30 gedaan).

Links daarvan zie je een poster die weer een andere groepsgenote heeft gemaakt, namelijk Jeanine.



Afbeelding 30



Afbeelding 31

Last but not least, de 'Socials' tab (Afbeelding 31) of wat die uiteindelijk is geworden, de 'Items' tab (Afbeelding 32). De 'Socials' tab (zoals je die terugziet in het design had als doel om simpelweg de social media accounts van Sjors onder elkaar weer te geven. Na overleg met de groep hebben we besloten om deze te veranderen naar 'Items'. Zijn Social media is namelijk zoals je eerder al hebt gezien terug te vinden bovenaan de welkomspagina. Er is geen reden om deze nog eens te vertonen. De 'items' pagina is voor het vertonen van de merchandise die we voor DEHAZE hebben ontwerpen. Ook weer met een Slide.

Ik heb in principe geen bootstrap gebruikt voor het maken van deze website. Wel heb ik de slides laten maken in een desktopapp en deze met een iframe weergegeven in mijn code. Ik heb zowel HTML, CSS als JavaScript gebruikt. De website is niet responsive, dus hij zal er hoogstwaarschijnlijk raar uitzien op de meeste schermen. Ik was wel van plan om hem responsive te maken als ik tijd over had, maar aangezien dit geen verplichting was, heb ik mijn tijd benut aan de zaken die wel gedaan moesten worden.

De website is op de heraserver geplaatst en is te bereiken via de onderstaande link:

<https://i484476.hera.fhict.nl/dehaze/html/>

## Project 2

We zijn nu genaderd bij een nieuw project waarbij de opdracht is om de User Experience van de oude website van lassersbedrijf Weldas te gaan verbeteren d.m.v. een design dat wij in Figma moeten maken. Happy Horizon (Een design en developbureau voor bedrijven (waaronder Weldas)) zorgt voor het realiseren van het ontwerp. We hebben nieuwe groepjes toegewezen gekregen en we moeten beginnen met het onderzoeken van UX strategieën. Ons groepje bestaat uit Bas, Brent, Enes, Laurie en uiteraard ik zelf.

## Naam Projectgroep 2

Net als het vorige project wilde ik dat onze groep een naam kreeg waarbij wij als groep erkent worden. Hiervoor hebben we kort over moeten overleggen. Het stond in ieder geval vast dat de naam van ons het getal '2' zou moeten uitstralen aangezien wij groepje 2 zijn van de projectgroepen. Persoonlijk maakte het mij niet zoveel uit of wij groepje 2 zouden uitstralen of niet. Voor hetzelfde geld hadden we groepje 3 of 4 kunnen zijn. Maar omdat dit het idee was van mijn groepsgenoten, ben ik er mee aan de slag gegaan. Ikzelf had ik niet zo'n idee wat voor namen zouden passen bij wat wij doen, dus heb ik net als bij het vorige project weer gezocht naar een namengenerator om op ideeën te komen. Hiervoor heb ik namelix.com gebruikt. Ik heb iedereen in de groep weer namen laten uitkiezen en ik wilde ze in een de 'Wheel of Names' stoppen net als bij het vorige project, maar het was al snel duidelijk voorkeur kreeg, namelijk '2Genius'

## Logo projectgroep

Bij het vorige project wilde ik een slogan voor ons team bedenken, maar omdat dit niet zo goed werkte na de feedback die we er toen over kregen, heb ik besloten om dat dit keer niet te doen. Wel ben ik weer logo's gaan maken d.m.v. een Logo generator en Adobe Photoshop. Ik heb er niet te veel tijd in besteed, omdat de projectopdracht uiteindelijk het meeste telt en niet persé en het logo dat wij dragen. Ik heb twee ontwerpen laten zien aan mijn projectpartners en daarmee zijn we tot een definitief gekomen.



Afbeelding 32



Afbeelding 33

Op Afbeelding 33 en 34 zie je tussen welke ontwerpen er is gekozen. Het is uiteindelijk de eerste geworden vanwege het lettertype en de gradientovergang met de kleuren blauw, paars en groen. De meeste vonden dat wel 'vet'. Die eerste vond ik ook wel cool, maar ik vond zelf de tweede wel beter, omdat die een scherpe en rustige uitstraling geeft. Maar voor mij werken ze allebei wel.

Het icoon met die twee handen en die gloeilamp omringd door een verfkast en potlood is wat ik kreeg toen ik in de zoekbalk intypte: 'Design icoon'.

## UX-onderzoek Weldas

Bij het tweede project zijn we als groep (2Genius) bezig geweest met onderzoeken uitvoeren om vervolgens wireframes en een design te kunnen maken voor een lasserswebsite genaamd Weldas.

Bas heeft een concurrentie onderzoek gemaakt, Brent en Enes zijn bezig geweest met een adviesrapport over wat anders zou kunnen/moeten op de website en ik ben bezig geweest met een heuristische evaluatie en een inspiratie-analyse.

Ik heb eerst de evaluatie uitgevoerd met een document dat we van school hebben gekregen en daarna heb ik de inspiratie-analyse uitgevoerd met Coolblue.nl als inspiratie.

Je kunt mijn werk bekijken via de volgende link:



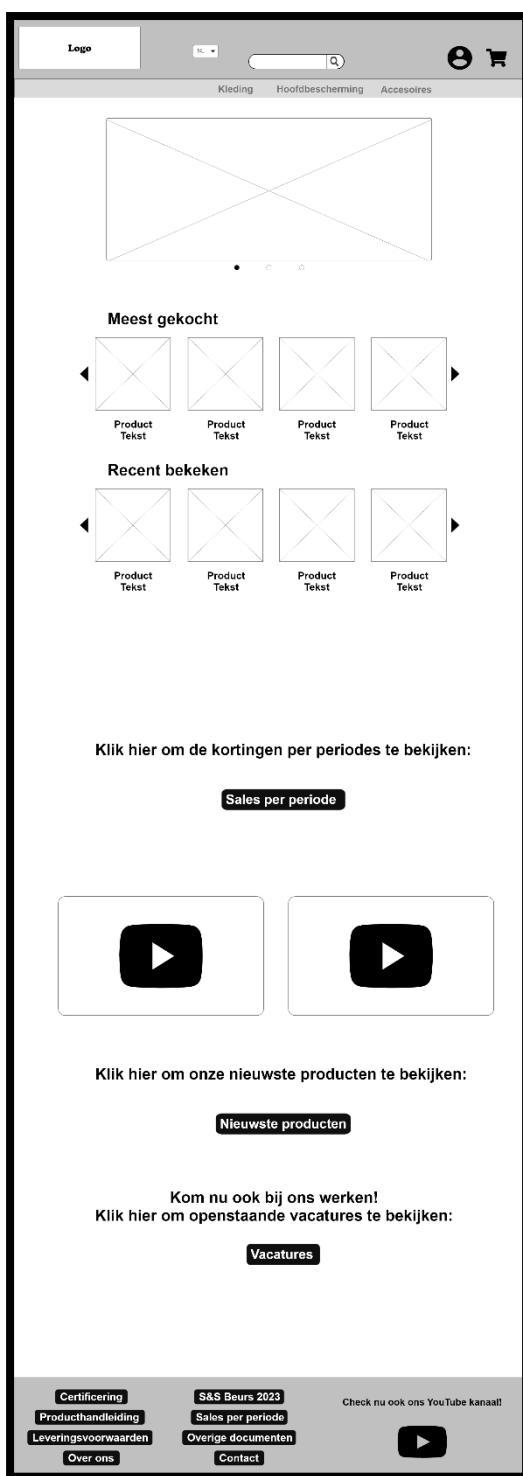
UX Onderzoek  
Weldas.pdf

# Weldas Wireframes

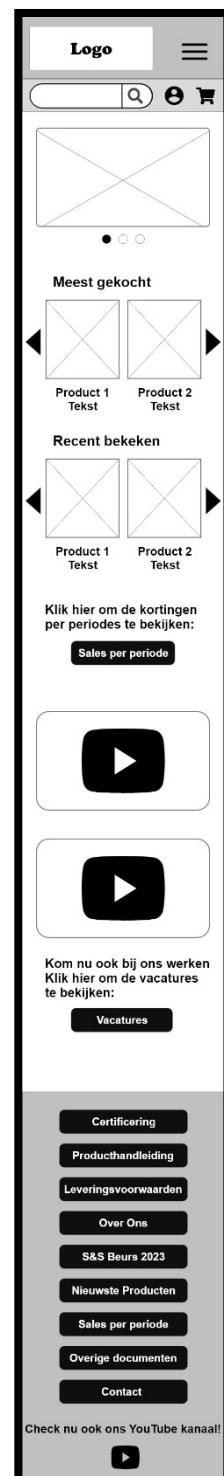
Nadat we allemaal onze onderzoeken af hebben gemaakt, zijn we begonnen met wireframes maken om vervolgens een design daarop toe te kunnen passen. Mijn taak was het maken van een wireframes van de hoofdpagina van de site.

De opdrachtgever heeft nadrukkelijk aangegeven dat zij de designs in Figma willen hebben, omdat dat de tool is waarmee zij als bedrijf werken. Ik ben zelf niet zo een fan van Figma en ik heb er niet heel vaak mee gewerkt, dus het was weer netels bij het maken van de poster met Adobe Photoshop. Ik was aan het leren hoe alles werkte terwijl ik aan het project werkte. Op zich wel goed zou je zeggen, maar dat ging niet heel vlot. Ik ben dus wireframes gaan maken in Adobe XD met de hoop dat ik de basis van die tool kan gebruiken om verder te kunnen gaan in Figma.

In XD heb ik het volgende gemaakt:



Afbeelding 35

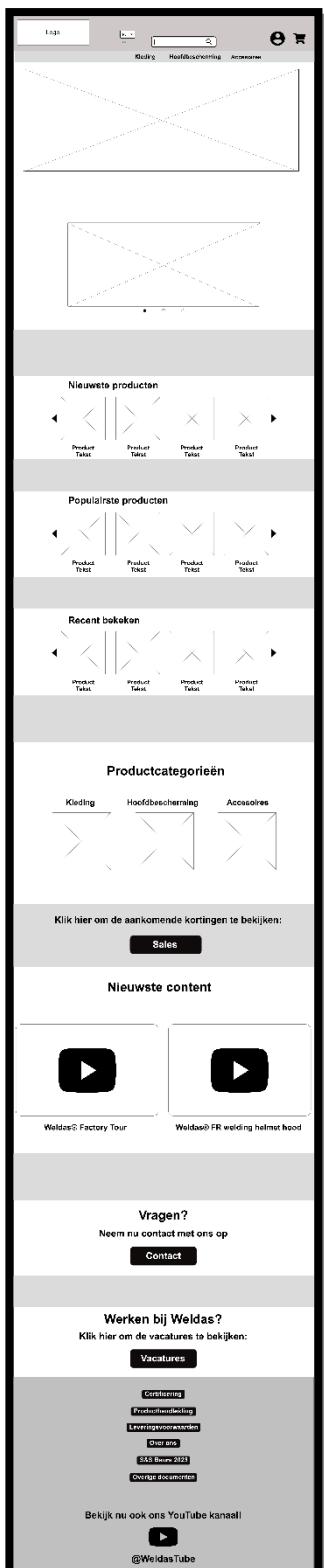


Afbeelding 34

De opdrachtgever gaf ook aan dat ze eerst een mobile variant wilde hebben en daarna pas een desktop variant. Zo zouden zij als kantoor altijd te werk gaan met hun projecten en je kan van de mobiele variant makkelijk over naar een desktop scherm.

Voor de wireframes op Afbeelding 34 en 35, heb ik de iPhone 14 pro Max heb genomen als basis frame en voor desktop een schermbreedte van 1920 pixels. Dit heb ik gedaan, omdat momenteel de iPhone 14 pro Max de nieuwste smartphone is. Voor desktop 1920 pixels, omdat dat de breedte is van mijn laptopscherm. Verder niet een hele speciale reden.

De wireframes op Afbeelding 34 en 35 zijn uiteindelijk niet de definitieve resultaten. Ik heb veel feedback ontvangen van zowel klasgenoten als docenten over mijn werk en ik moest uiteraard over op Figma.



Als je Afbeelding 36 en 37 goed bekijkt zie je dat er een aantal elementen zijn bijgekomen en veranderd. Dit komt omdat ik in de vorige wireframes niet alles had meegenomen dat op de oude website stond en vanwege de feedback die ik heb ontvangen over bepaalde dingen. (**Zie Afbeelding 38 als je precies wilt weten wat de feedback was**)

**Als je de afbeeldingen niet goed kan zien, kan je ze onderaan de pagina openen als Pdf.**

De header is ook veranderd, want mijn projectpartners waren bezig met deze header, dus heb ik die ook overgenomen.

Er zijn grijze balken tussen de elementen om een nieuwe ruimte aan te duiden.

Het moment dat ik bezig was met deze wireframes, was ik al overgaan op Figma. Hiervoor moest ik alles wat ik in XD had als SVG kopiëren en plakken in Figma. Ik kon toen gelijk alles bewerken in Figma. Heel handig.



Afbeelding 37

**Weldas Design**

Na het maken van de wireframes was ik al enthousiast om op design over te gaan. Enes was bezig met het design van de hoofdpagina terwijl dit ik niet was. Ik had de wireframes, maar hij wilde dat ik de wireframes die ik heb gemaakt, gebruikten. Hij leken dus niet meer helemaal op de wireframes die ik heb gemaakt, want we hadden geen consistentie en dat kregen we tijdens de ontwerptijd.

Om op design over te gaan. Enes was bezig met het design van de hoofdpagina terwijl ik dat niet was. (Dit zou ik eerst moeten doen na het maken van de wireframes). Er was niet goed gecommuniceerd en ondanks de verschillende ideeën toegepast op het design. De ontwerpen waren niet consistent en dat was tijdens de presentatie ook te horen van de docenten en de opdrachtgever.

**Checkpoint 5 24-03-2023**

**Hersbach, Laurie L.A.M.** 3 Feedback eerste sprint UX W

**Productpagina:**  
Duidelijk weergeven op welke pagina's.  
Meer gebruik maken van white space.  
Te veel radius gebruikt op knoppen.

**Contactpagina:**  
Sfeerbeeld is erg goed, gebruik op een andere manier.

**Commentaar:**  
Drie verschillende ontwerpen.  
Zoekbalk, account, winkelmand.

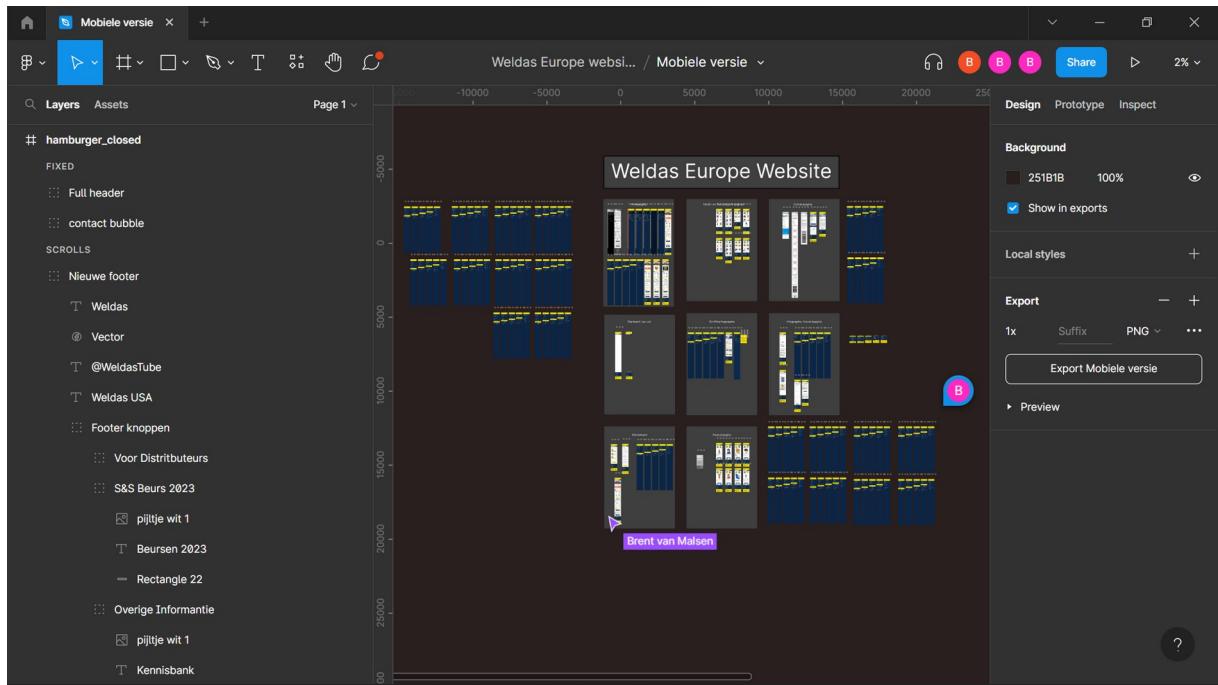
**Docent:**  
Iets presenteren en vervolgens veranderen in eindproduct.

**Feedback die andere groepen:**  
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".

de Afbeelding 38

Na deze (van mijn mening) beschamende afgang heb ik besloten om dingen te gaan veranderen. We waren bezig met verschillende documenten in een project in Figma, dus ik heb voorgesteld om al die documenten in 1 document te stoppen, zodat men makkelijker kan zien wanneer iets is veranderd (B.v. de header). Ook heb ik afgesproken met mijn groep om een keer in een overlegkamer te gaan zitten (een gesloten ruimte op school) om een plan van aanpak maken over wat vast blijft staan en wat veranderd moet worden, zodat deze keer de consistentie wel goed van toepassing is. Op Afbeelding 38 zie je de Feedpulse die Laurie (één van mijn projectpartners op dat moment) op de dag van de demo heeft geschreven.

Zo gezegd, zo gedaan, hebben we in ons eerste overleg afgesproken om in 1 document te werken en wat de standaard stijl zou zijn voor ons ontwerp. Op Afbeelding 39 zie je het document dat ik heb aangemaakt, zodat iedereen in de groep bij het ontwerp kan en het kan zien wanneer er iets aan is veranderd. Verder heb ik er 'Zones' (Die grijze vlakken) in gemaakt voor verschillende pagina's. Dit zorgt voor een makkelijker overzicht.

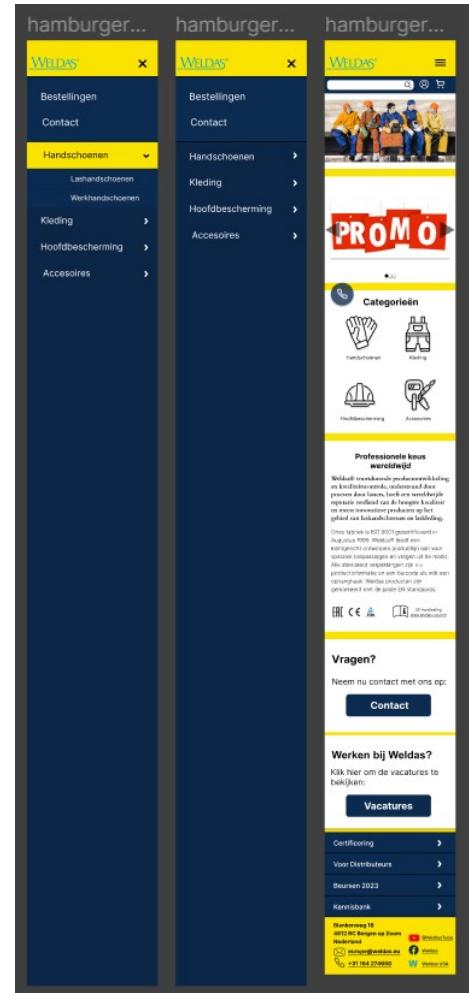


Afbeelding 39

In de meeting heb ik ook aangegeven dat ik nieuwe wireframes ga maken van de homepagina die lijkt op het ontwerp van de homepagina die we nu al hebben (Afbeelding 40). Het design dat Enes ervan heeft gemaakt staat er naast (Afbeelding 41).



Afbeelding 40



Afbeelding 41

Zoals je op de bovenste twee afbeeldingen kan zien, zijn ze nog niet helemaal consistent, maar dat komt, omdat in de tijd tussen het maken van wireframes en design en veel feedback en keuzes zijn geweest waardoor het design is aangepast. Op basis van het ontwerp op Afbeelding 41 zijn in ieder geval de rest van de pagina's ook gemaakt. Zo heb ik bijvoorbeeld ook de designs van de certificeringspagina en de inlog- en accountpagina gemaakt (Afbeelding 42 en 43). De footer is trouwens ook mijn ontwerp.

The image displays four mobile screenshots of the Weldas website, illustrating the design evolution from wireframes to final product.

- Inlogpagina (Login Page):** Shows a search bar, a shopping cart icon, and a login form with fields for 'E-mailadres' (Email address) and 'Wachtwoord' (Password). Below the form are links for 'Accountgegevens vergeten?' (Forgot account details?) and 'Nieuw bij ons? Maak een account aan!' (New here? Create an account!). A sidebar lists 'Certificering', 'Voor Distributeurs', 'Beurzen 2023', and 'Kennisbank' with arrows indicating they lead to further sections.
- Accounrpagina (Account Page):** Shows a header 'Weldas Account'. Below it is a sidebar with links: 'Mijn Bestellingen', 'Mijn gegevens', 'Facturen en offertes', 'Retournen en Reparatie', 'Persoonlijke kortingen', and 'Uitloggen'. A central section titled 'Open:' shows a list of items: 'Weldas Account', 'Accountgegevens vergeten?', and 'Dit heb je laatst besteld:' (Recent purchases). It features a product image of a pair of yellow work gloves with a five-star rating and the text: 'Originele "BUCKTAN WIJD MODEL" COMFOfficer® gevoerde handschoenen gemaakt van hoge kwaliteit split leer' (Original "BUCKTAN WIJD MODEL" COMFOfficer® leather gloves made of high-quality split leather).
- Account gegev... (Account Details Page):** Shows a header 'Account gegeven...'. Below it is a sidebar with links: 'Certificering', 'Voor Distributeurs', 'Beurzen 2023', and 'Kennisbank'. A central section titled 'E-mailadres vergeten?' (Forgot email address) contains text about recovering the address and a 'Neem contact op' (Contact us) button. It also includes a 'Wachtwoord vergeten?' (Forgot password) section with similar instructions.
- Account aanm... (Account Creation Page):** Shows a header 'Account aanmaken...'. Below it is a sidebar with links: 'Certificering', 'Voor Distributeurs', 'Beurzen 2023', and 'Kennisbank'. A central form asks for 'Liever telefonisch regelen?' (Prefer to call) or 'Neem Contact met ons op?' (Contact us). It includes fields for 'E-mailadres' (Email address), 'Bedrijfsnaam' (Business name), 'Telefoonnummer' (Phone number), 'Telefoonnummer 2 (Optional)' (Optional phone number), 'Land' (Country), 'Provincie' (Province), 'Postcode' (Postcode), 'Straat + Huisnummer' (Street + House number), and 'Nieuw Wachtwoord' (New password). At the bottom is a 'Account aanmaken' (Create account) button.

Afbeelding 42

Afbeelding 43

# Project 3

Voor het derde en laatste Project hebben we de opdracht gekregen om Easter Eggs te bedenken en te maken voor de Website van <https://www.weldaseurope.com/nl/>. In dit project mag je met max. 3 personen per groep. In mijn groep zitten Bas en Ik.

Bas en ik hebben afgesproken dat ik voor de homepagina zorg en hij voor de contactpagina. Hieronder laat ik zien hoeveel ik ben gekomen met de homepagina.

## Design

Omdat Bas en ik van hetzelfde vorige project komen hadden we dus uiteraard alleen keuze uit 1 ontwerp. Andere groepen hadden mensen die in verschillen projectgroepen zaten bij het 2<sup>de</sup> project. Daarom hadden zij keuze uit verschillende ontwerpen voor de website. Die privilege hadden wij dus niet. Is niet erg, maar omdat wij in ons vorige groepje alleen maar een ontwerp hadden gemaakt dat gebaseerd is op een mobiele variant, hadden wij dus geen ontwerp voor een desktop variant. We moesten dus snel de mobiele versie omzetten naar PC.

In mijn geval moest ik dus de homepagina omzetten naar desktop.

Op Afbeelding 42 zie je de homepagina, zoals die in het vorige project is ontworpen.

Op Afbeelding 43 zien je homepagina al hoe ik hem heb omgezet naar desktop.

Homepagina



Afbeelding 42  
(Desktop)



Afbeelding 43  
(Mobile)

Zoals je al waarschijnlijk hebt opgemerkt lijken ze niet precies op elkaar. Ik heb tijdens het ontwerpen wat veranderingen gemaakt in overleg met Bas, omdat wij het idee dat dit beter kon (Bijv. de footer). Of dit ook beter is voor wat design en UX betreft, dat weten we niet, maar persoonlijk vind ik de desktop variant wat rustiger dan de mobiele variant. Omdat het even duurde met designen, hebben we niet veel tijd meer gehad om het development deel goed afgerond te krijgen. Voor mij was dit niet heel verschrikkelijk, want ik kon het snel weer oppakken met mijn ervaring.

Via de volgende link kan je zien hoe de homepagina eruitziet:

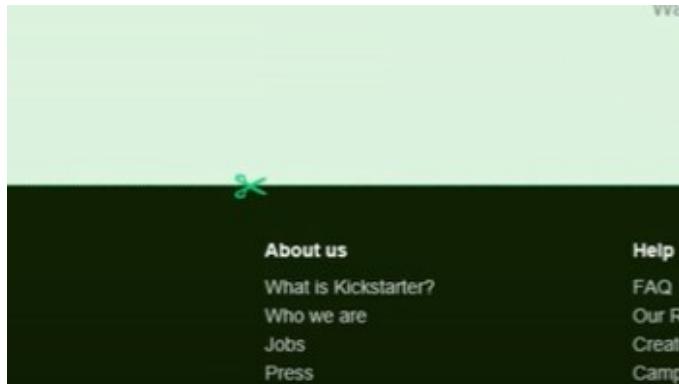
<https://i484476.hera.flict.nl/project-weldas-website/html/>

## Easter Egg & Development

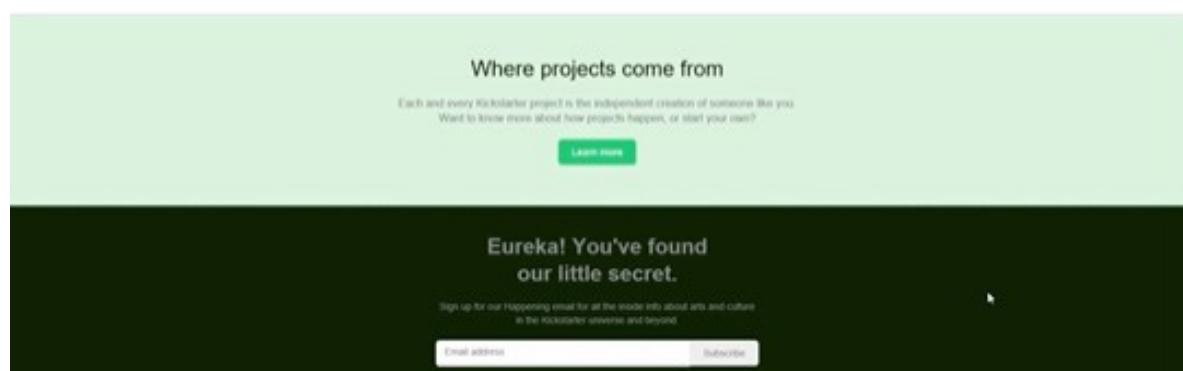
De Easter Egg die ik voor de homepagina heb gekozen heb ik van een YT video die eerder had opgezocht over Easter Eggs:

<https://www.youtube.com/watch?v=uxCxQS8d2XI&t=4m25s>

Op 4:25 minuten laat de Youtuber een Easter Egg zien op een website genaamd Kickstarter.com die hebben ingesteld dat wanneer je naar de footer scrollt van de website en op het scharen icoontje klikt, dat deze dan van links naar rechts over de website gaat alsof die een deel ervan knipt (Afbeelding 44). Vervolgens zie je een veld waarbij je e-mail kan invullen voor korting op hun website (Afbeelding 45).



Afbeelding 44



Afbeelding 45

Dat idee heb ik dus overgenomen alleen dan i.p.v. een schaar gebruik ik een lasser (Afbeelding 46).



Afbeelding 46

Als je op onze website bent geweest (<https://i484476.hera.fhict.nl/project-weldas-website/html/>) heb je misschien al gelikt op de lasser en heb je gemerkt dat hij wordt gevuld door een oranje lijn wat het zou moeten lijken dat hij aan het lassen is. Wegens tijdgebrek vanwege het design, is het mij helaas niet gelukt om een volledig laseffect te maken met JavaScript. Ik wilde eigenlijk dat er nog sterretjes van af zouden komen en dat het echt vuur leek. Ook heb je waarschijnlijk opgemerkt dat de container achter de footer als een flits verschijnt i.p.v. dat die al achter de footer stond zoals op de YouTube video. Dit komt allemaal door tijdgebrek en omdat ik nog niet zo heel bekend ben met hoe Javascript werkt. Het leren van JS is nu wel mijn nieuwe hoofddoel. JS wordt namelijk veel gebruikt voor het maken van website en is daarom een cruciale taal om te beheersen als je bij een development team gaat werken voor de frontend.

## Project 4

### Inleiding

Project 4 of terwijl sprint X is een project waarbij je individueel aan de gang gaat. Je kiest zelf wat voor project je wilt doen als het maar gerelateerd is met ICT & Media Design. Omdat dit een individueel project was, heb ik er voor gekozen om (Vanilla) JavaScript te gaan leren. Ik heb altijd al meer over JS willen leren, maar ik heb nooit echt de tijd gehad om mij er in te verdiepen. Daarom koos ik er voor om de vier weken die we in sprint X hadden hier aan te besteden.

### Introductie

Een docent bij mij op school (Pim) gaf mij het advies om een Vanilla JavaScript tutorial te gaan volgen waarbij je 30 challenges krijgt die je schrijft met Vanilla JavaScript ("Vanilla Javascript" is gewoon Javascript, maar dan echt alleen Javascript). Je gaat niet (veel) aan de HTML of CSS doen. Het woord "Vanilla JS" is populair geworden toen een man genaamd Eric Wastl er voor de grap een Vanilla JS website heeft gemaakt in 2012 ([What does Vanilla JavaScript man? - Car Rental Glossary, 2021](#)). Het gebruik van "Vanilla" suggereert dat Vanilla JS puur is en zonder toegevoegde smaken of verbeteringen.

## JavaScript30

De naam van de website is [JavaScript30.com](https://javascript30.com/) (<https://javascript30.com/>). Wanneer je op de website je e-mailadres invult, krijg je via de mail een wachtwoord dat je toegang geeft tot video's over de challenges. Ik ben er later achter gekomen dat diezelfde video's ook te vinden zijn via YouTube. De documenten kun je echter niet zomaar online vinden. De start HTML frame waarmee je elke challenge begint.

Omdat sprint X uiteraard een project is en niet alleen maar zelfstudie, moest ik na 4 weken ook iets laten zien. Pim stelde daarom voor dat ik de challenges die ik maak in een frame te plaatsen waarbij iedereen kan zien wat ik gemaakt heb. Mijn sprint X coach (Frank) was het hier mee eens.

## Frame Design

Om zo'n frame netjes te maken, moet ik uiteraard een ontwerp hebben. Ik heb dus in 1 dag snel even een ontwerp gemaakt in Adobe XD (Afbeelding 1).



Afbeelding 47

Hier heb ik uiteindelijk feedback op gekregen, omdat je zoals je ziet, hij er niet heel mooi uit ziet.

De verantwoording van dit design kan je bekijken via de volgende link:



Sprint X Projectframe  
Design verantwoordir

## Frame Development

Ik heb uiteindelijk niet alle challenges gemaakt (Dat was ook niet het plan.), omdat het 30 challenges zijn en ik maar 28 dagen de tijd had. Ook had ik zo'n challenge niet gelijk in 1 dag af, omdat ik soms de code niet goed begreep en omdat er is afgesproken met mijn docenten dat ik bij elke challenge die ik maak iets extra's toevoeg, zodat het niet alleen maar video kijken en nadoen is, maar ook laten zien dat je het begrijpt. Ik heb daarom ook bij elke challenge twee knopjes toegevoegd: 'Code Explanation' waar de uitleg van de challenge code in staat en 'My Add' waarin staat wat ik er aan heb toegevoegd.

Je kunt het frame met de challenges bekijken via de volgende link:

<https://i484476.hera.flhict.nl/Code/vanillaframe/>

De code van mijn werk en meer kan je vinden via de volgende link naar mijn Gitlab project:

<https://git.flhict.nl/i484476/vanillaframe>

## Slot

Ik kijk met trots en dankbaarheid terug op semester 2 van ICT & Media Design voor alles wat ik heb geleerd en bereikt. Het was een uitdagende periode waarin mijn vaardigheden en kennis op het gebied van ICT en media aanzienlijk zijn gegroeid. Ik wil mijn oprechte dank uitspreken naar de docenten die mij dit semester hebben onderwezen. Jullie interesse en steun hebben mij gemotiveerd en bijgedragen aan mijn leerproces. Ik waardeer de gelegenheid om mijn ervaringen te delen en kijk vol verwachting uit naar de toekomstige ontwikkelingen van dit interessante profiel.