



# OIIQ EXPERIENCE

Timo van de Laar  
Stage 2019  
Yunify  
Mijnweg 3, 6167 AC Geleen

# STAGEVERSLAG VOOR FONTYS HOGESCHOOL ICT

## GEGEVENS STUDENT

T.H.R van de Laar

Studentnummer: 382321

Profiel/innovatiegebied: ICT & Media Design

Startdatum periode : 02-09-2019

Einddatum periode : 24-01-2020

## GEGEVENS BEDRIJF

Naam bedrijf: Yunify

Afdeling : Yunify applications, team OIIO

Plaats: Mijnweg 3, 6167 AC Geleen

## GEGEVENS DOCENTBEGELEIDER

Maikel Putman, M.R.M

## GEGEVENS VERSLAG

Titel stageverslag: OIIO Experience

Datum uitgifte stageverslag:

---

Getekend voor gezien door bedrijfsbegeleidster: Stanni Otten, S.M.C

Datum:



Bedrijfsbegeleider,

# VOORWOORD

Dit verslag “OIIo experience” is geschreven in het kader van mijn stage, een onderdeel van de opleiding HBO ICT & Media Design aan de Fontys Hogeschool ICT in Eindhoven. Deze stageperiode kon ik terecht bij Yunify, een bedrijf in Geleen. Binnen Yunify werd gewerkt aan OIIo, dit is een platform met als doel de communicatie tussen zzp’ers en hun klanten te verbeteren.

Tijdens deze stageperiode ben ik bezig geweest met het verbeteren van de User Experience van het OIIo-platform. Gedurende dit project heb ik met de hulp van Team OIIo veel nieuwe inzichten gekregen in het uitvoeren van User tests, User Experience design en programmeren.

Bij deze wil ik mijn bedrijfsbegeleidster, Stanni Otten bedanken voor de constante hulp, feedback en begeleiding. Door deze hulp en feedback heb ik een resultaat bereikt dat ik van te voren niet voor ogen had. Mijn algemene vaardigheden als designer zijn significant verbeterd door haar begeleiding.

Verder wil ik mijn stagebegeleider, Maikel Putman bedanken voor de snelle feedback en uitleg omtrent stage gerelateerde vragen en mijn stageverslag. Door deze snelle reacties werd veel stress en verwarring opgelost, waardoor ik goede vooruitgang hebboekt met mijn stageverslag.

Tevens wil ik mijn collega’s van Team OIIo bedanken voor de fijne samenwerking en de prettige sfeer op kantoor. Buiten kantoor tijden, bijvoorbeeld tijdens de evenementen van het Events Team, heb ik het ook erg naar mijn zin gehad met jullie.

Ik wens u veel leesplezier toe.

**TIMO VAN DE LAAR  
GELEEN, 8 FEBRUARI 2020**

# INHOUDSOPGAVE

## SAMENVATTING

## VERKLARENDE WOORDENLIJST

<b>1 INLEIDING</b>	<b>6</b>
--------------------	----------

<b>2 YUNIFY</b>	<b>7</b>
-----------------	----------

<b>3 DE OPDRACHT: GEBRUIKERSTEST</b>	<b>8</b>
--------------------------------------	----------

<b>4 SPRINT 1</b>	<b>9</b>
-------------------	----------

4.2 Deelvraag	9
---------------	---

4.3 Sub Deelvragen	9
--------------------	---

<b>5 SPRINT 2</b>	<b>10</b>
-------------------	-----------

5.1 Deelvraag	10
---------------	----

5.2 Sub Deelvragen	10
--------------------	----

5.3 Klanten toevoegen	10
-----------------------	----

5.4 De test “klanten toevoegen”	13
---------------------------------	----

5.5 Verbeteringen	15
-------------------	----

5.6 Nieuwe Deelvraag	17
----------------------	----

5.7 De Test “Klanten toevoegen 2”	17
-----------------------------------	----

5.8 Conclusie	18
---------------	----

5.9 Verbeteringen	18
-------------------	----

<b>6 SPRINT 3</b>	<b>21</b>
-------------------	-----------

6.1 Deelvraag	21
---------------	----

6.2 Sub deelvragen	21
--------------------	----

6.3 Vragenlijsten bekijken	21
----------------------------	----

6.4 De test “Vragenlijsten”	22
-----------------------------	----

6.5 Conclusie	23
---------------	----

6.6 Verbeteringen	24
-------------------	----

<b>7 CONCLUSIE</b>	<b>27</b>
--------------------	-----------

## REFLECTIE

## LITERATUURLIJST

<b>BIJLAGEN</b>	<b>30</b>
-----------------	-----------

A Project document	31
--------------------	----

B Onderzoek site management	39
-----------------------------	----

C Usability testplan afspraken	40
--------------------------------	----

D Testplan: vraag je klant	50
----------------------------	----

E Verbeteringen in React	57
--------------------------	----

# SAMENVATTING

OIIQ Experience is een verslag over het verbeteren van de user experience van het OIIQ-platform. Vanwege het feit dat dit verslag gaat over mijn tijd bij Team OIIQ is de titel “OIIQ Experience” gekozen, dit staat voor mijn ervaring bij Team OIIQ en een woordspeling op user experience.

Het OIIQ-platform is een platform dat momenteel in ontwikkeling is. Dit platform heeft als doel de communicatie tussen zzp'ers en hun klanten te verbeteren. Omdat dit een platform in ontwikkeling betreft, zijn er nog geen gebruikerstesten uitgevoerd om te gebruiksvriendelijkheid te verbeteren.

De hoofdvraag van dit verslag luidt: Welke veranderingen moeten doorgevoerd worden aan het OIIQ-platform om de gebruiksvriendelijkheid te verbeteren. Bij de start van deze opdracht was er nog geen onderzoek naar gebruiksvriendelijkheid met gebruikers uitgevoerd. Het doel van deze opdracht is dan ook om de gebruiksvriendelijkheid van OIIQ te verbeteren door middel van testen met gebruikers.

De manier waarop ik deze opdracht heb aangepakt is als volgt. Vanuit Team OIIQ was er vraag naar een manier om het platform te analyseren. Door middel van een onderzoek is hier het beste programma voor gekozen.

Vervolgens is in overleg met de stakeholders bepaald bij welke onderdelen van het OIIQ-platform de meeste verbetering bereikt kan worden. Deze onderdelen zijn getest door middel van de thinking out loud methode met een gebruiker die voldeed aan de doelgroep van het OIIQ-platform. Voor ieder scherm wordt de vraag gesteld: Welke struikelblokken en irritaties hebben gebruikers bij het desbetreffende scherm? De resultaten van deze tests laten zien dat het platform niet zonder irritaties of struikelblokken gebruikt kan worden.

De resultaten van de verschillende tests waren aanleiding tot veranderingen in het design van het OIIQ-platform. Zo zijn de designs van een aantal schermen aangepast, zodat de gebruiker deze beter kan gebruiken.

Deze aangepaste designs zijn doorgevoerd naar het platform door middel van React. De uiteindelijke eindresultaten worden vergeleken met het oude design, het nieuwe design en het eindresultaat.

Uiteindelijk is de conclusie van dit verslag dat de gebruiksvriendelijkheid van het OIIQ-platform verbeterd is door de veranderingen.

# VERKLARENDE WOORDENLIJST

## ADOBE XD

Een design programma waar clickable designs mee gemaakt kunnen worden.

## BUG

Code fout in een computerprogramma.

## CLIENT

Een gebruiker van OIIO. Deze gebruiker is klant bij de tenant. De client ontvangt service van de tenant. De client gebruikt ook de client portal van OIIO.

## FLOW

Het pad dat een gebruiker neemt om een taak te voldoen binnen een platform. De flow brengt de gebruiker van het startpunt in een paar stappen naar het uitvoeren van een taak, zoals het kopen van een product.

## MOCKDATA

Mockdata zijn gegevens speciaal gemaakt om de eigenschappen en gedragingen te simuleren voor het testen.

## OIIO

Een platform dat ontwikkelt wordt binnen Yunify. Dit platform heeft als doel om de communicatie tussen zzp'ers en hun klanten te verbeteren.

## TEAM OIIO

De groep mensen die werken aan OIIO.

## TENANT

Een gebruiker van OIIO. Deze gebruiker heeft OIIO gekocht voor zijn of haar bedrijf. De Tenant gebruikt de Tenant portal van OIIO. De Tenant gebruikt OIIO om te communiceren met hun klanten.

## THINKING OUT LOUD METHODE

Een testpersoon gaat hardop denken zodat afgeleid kan worden hoe de testpersoon verwacht dat het platform werkt.

## REACT

Een bibliotheek met voor geschreven code die gebruikt kan worden tijdens het programmeren.

## USER EXPERIENCE (UX)

Engelse benaming voor gebruiksvriendelijkheid. Een term die alle aspecten beschrijft van de ervaring van een gebruiker bij interactie met een product, dienst, omgeving of faciliteit.

## XD DESIGN

Een design ontwikkeld in Adobe XD.

# 1 INLEIDING

Het OIIO-platform heeft als doel om de band tussen zzp'ers en hun klanten te verbeteren. Om dit platform succesvol te laten zijn, moet het gebruiksvriendelijk zijn. Een platform waar je online afspraken kan maken, is namelijk nutteloos als de gebruikers niet weten hoe dat zij dit moeten doen.

Door middel van gebruikerstesten wordt het OIIO-platform zo ontwikkeld dat de gebruikers het OIIO-platform optimaal kunnen gebruiken. De focus van dit verslag ligt op de doorlopen stappen om de gebruiksvriendelijkheid te verbeteren.

Allereerst wordt in hoofdstuk 2 "Yunify" en 3 "De opdracht: Gebruikerstest" meer informatie over het bedrijf en de opdracht gegeven. Gevolgd door een onderzoek naar website analyse tools en welke tool het beste gebruikt kan worden door het OIIO Team in hoofdstuk 4 "sprint 1". Daarna is het in hoofdstuk 5 "sprint 2" tijd om te beginnen met testen. Het aanmelden, connecties maken en afspraken maken gedeelte van OIIO wordt getest met een gebruiker en verbeterd door de resultaten. Vervolgens wordt in hoofdstuk 6 "sprint 3" het maken en invullen van vragenlijsten gedeelte van OIIO getest met een gebruiker en verbeterd. Tot slot wordt er in hoofdstuk 7 "conclusie" een conclusie getrokken en in de reflectie gereflecteerd op al de doorlopen stappen van dit onderzoek. De uitgebreide informatie is te vinden in de bijlagen aan het einde van dit verslag.

# 2 YUNIFY

Yunify is een IT bedrijf binnen de Investors In Care group (IIC group). Yunify houdt zich bezig met het ontwikkelen van software voor de bedrijven binnen de IIC Group.

Yunify: "With our e-Health solutions, leaders can provide the best health services with unmatched hospitality experiences to their people, patients and clients." Yunify is opgericht in 2012 en heeft nu meer dan 150 mensen uit 22 verschillende landen in dienst.

Yunify is werkzaam in "The Cubic". Dit is het kantoor. The Cubic is modern opgebouwd met grote open ruimtes en veel Wall Art geïnspireerd door de natuur. Hierdoor is The Cubic een heel erg open en fijne werk omgeving.

OIIQ is een van de projecten die momenteel bij Yunify ontwikkeld worden. OIIQ staat voor:

"Output Input Input Output". Het doel van OIIQ is om de relatie tussen tenants en hun klanten te verbeteren. OIIQ gaat dit bereiken door een online planning/communicatie platform.

Halverwege mijn stage ging het OIIQ-platform live met als gevolg dat OIIQ Bv opgericht werd. OIIQ kreeg zijn eigen Bv zodat het makkelijker is om de geldzaken gescheiden te houden. De werknemers die aan het OIIQ-platform werkten kregen een nieuw contract en gingen in dienst bij OIIQ Bv. Voor mij veranderde vrij weinig. Ik bleef in dienst bij Yunify maar werkte voor een andere manager, de manager van OIIQ Bv.



# 3 DE OPDRACHT: GEBRUIKERSTEST

OIOO is een nieuw platform op de markt. Het belangrijkste verkooppunt is dat OIOO gebruiksvriendelijk is en door iedereen gebruikt kan worden. Dit is tevens de aanleiding voor de opdracht. OIOO moet getest worden met gebruikers om te kijken hoe gebruiksvriendelijk het programma is.

Het voornaamste doel is het onderzoeken en verbeteren van de gebruiksvriendelijkheid en flows van het OIOO-platform. Dit gebeurt met de volgende stappen:

- Onderzoeken welke UX research methode het beste geschikt is voor OIOO. (Bijv. remote en/of fysiek onderzoek, welke onderzoeksmethodiek, kwalitatief of kwantitatief).
- Voorbereiden en uitvoeren van het onderzoek. (Bijv. onderzoeksvragen, wat gaan we testen, bepalen van doel, testpersonen zoeken).
- Resultaten van het onderzoek analyseren en samenvatten.
- Bevindingen vertalen naar concrete UX verbeteringen en uitwerken in een clickable applicatie.

Het doel van deze opdracht is testen of iedere gebruiker (tenant en klant) het platform kan gebruiken. Is dit niet, dan moet er een advies gedaan worden om dit doel te bereiken.

## HOOFDVRAAG

Welke veranderingen moeten doorgevoerd worden aan het OIOO-platform  
om de gebruiksvriendelijkheid te verbeteren.

# 4 SPRINT 1

Website-analyses zijn de statistieken over hoe gebruikers een website bezoeken. Er wordt bijvoorbeeld gekeken naar hoe een gebruiker op een bepaalde pagina landt en hoe vaak hij een bepaalde taak behaald. Een website-analyse bestaat niet alleen uit het vastleggen van data maar ook uit het verwerken en gebruiken van deze data voor marktonderzoek. Op basis van de resultaten van deze analyse worden keuzes gemaakt voor het design van de website. Ook kan uit de data opgemaakt worden welke mediakanalen effectief zijn.

OIIQ is een website platform. Team OIIQ heeft als eis om per gebruiker te analyseren hoe vaak het platform gebruikt wordt en welke handelingen dan uitgevoerd worden. Aan de hand van deze data kan Team OIIQ fouten opsporen en gerichte feedback vragen aan de gebruikers waarmee het platform wordt verbeterd. Team OIIQ stelt als eis dat de gegevens in realtime zijn.

## 4.2 DEELVRAAG

Wat zijn de beste tools voor het bijhouden van het website gebruik?

## 4.3 SUB DEELVRAGEN

1. Met welke tool kan per gebruiker de acties gecontroleerd worden?
2. Welke gegevens kunnen bekijken worden?
3. Wat is het tarief?
4. Welke gegevens zijn realtime?

Er zijn een heleboel verschillende tools voor website analyse. In dit onderzoek lag de focus op de volgende programma's:

- Google analytics
- Web-stat
- Clicky

Deze programma's zijn gekozen omdat deze naar boven kwamen uit een brainstorm met experts.

Er is een kleine website met 3 pagina's opgezet om mockdata te creëren. De verschillende analytics zijn aan deze website verbonden. Na het openen van alle pagina's op de website op verschillende browsers en computers werden de analytics bekeken. Met deze testopstelling kan aangetoond worden welke gegevens de analytic bijhoudt.

In Bijlage 1.4 zijn de resultaten te vinden. De belangrijkste resultaten zijn, dat alle drie de geteste programma's: gratis zijn of een gratis versie hebben en visualiseren hoeveel gebruikers de website bezoeken. Google analytics is het enige programma waar de activiteit er gebruiker weergegeven kan worden.

Google analytics is het enige programma dat voldoet aan de eisen van Team OIIQ. Team OIIQ wil per gebruiker in de gaten houden wat deze gebruiker doet. Google analytics is hierom het beste website analytic programma voor Team OIIQ.

# 5 SPRINT 2

In OIIO is het mogelijk om je als tenant aan te melden, connecties te maken met klanten en om afspraken te maken. In deze sprint wordt de gebruiksvriendelijkheid van deze processen onderzocht en verbeterd. Dit proces is gekozen omdat de stakeholders de gebruiksvriendelijkheid hier willen optimaliseren.

De deelvraag en de sub deelvragen worden afgeleid uit de functionaliteit van de processen.

## 5.1 DEELVRAAG

Welke struikelblokken en irritaties hebben tenants bij het aanmelden, Klanten toevoegen maken en afspraken maken in OIIO?

## 5.2 SUB DEELVRAGEN

1. Hoe gebruikt een client de afspraken pagina?
2. Hoe gebruikt een tenant de scheduler?
3. Is het platform klaar om getest te worden?

## 5.3 KLANTEN TOEVOEGEN

Een usability test is een test die uitgevoerd wordt met een gebruiker. Deze vorm van testen geeft een beeld over hoe de gebruiker in het platform te gebruikt. Met de resultaten van deze test kan het platform verbeterd worden. De verbeteringen zorgen ervoor dat gebruikers het programma beter of meer gaan gebruiken.

De testmethode die gebruikt zal worden is de “thinking out loud methode”. De testpersoon gaat hardop denken, zodat afgeleid kan worden hoe de testpersoon verwacht dat het platform werkt. De gebruiker gaat de tenant-side of de client-side gebruiken en een aantal taken uitvoeren. Deze taken worden aangeleverd in de vorm van een scenario. De complete testmethode en de taken zijn te vinden in Bijlage 2.3, 2.5 en 2.6

Voordat het onderzoek uitgevoerd kan worden, moet getest worden of het onderzoek werkt. Zowel de vragen en het platform worden onder de loep genomen. Er wordt gekeken of het platform naar behoren werkt en of de gebruikers de vraagstellingen begrijpen.

### SCENARIO (CLIENT SIDE)

Je hebt een kapper gebeld. Hier kreeg je te horen dat je een uitnodigingsmail zou krijgen voor OIIO. In dit programma kun je de afspraken regelen.

1. Je wordt door een kapper uitgenodigd via een e-mail om OIIO te gebruiken. Accepteer zijn uitnodiging.
2. Maak een account aan, je hoeft geen geboortedatum of telefoonnummer in te voeren.
3. Je wil gelijk een afspraak maken bij deze tenant voor aanstaande woensdag in de middag om alleen te knippen.
4. Nadat je de afspraak hebt gemaakt, bedenk je in dat je niet beschikbaar bent op dat tijdstip. Verwijder de afspraak.

**TABEL 1**  
**RESULTATEN TESTPERSOON 1**

VRAAG	TESTPERSOON 1
Waar ging het fout en hoe vaak ging het fout? Hoe bereikt de testpersoon zijn doel?	Tenant side: scenario 3 en scenario 4 uit Bijlage 2.6 zijn niet uitgevoerd door een Bug. Client side: is geen enkel scenario uit Bijlage 2.5 uitgevoerd. Dit door een bug in het platform.
Hoeveel tijd hebben de gebruikers nodig voor de taken?	N.V.T
Verdeel de frustratie tijdens het behalen van de taken in de volgende 3 categorieën  Zonder frustratie, een beetje frustratie en veel frustratie. (Geef ook aan waarom er frustratie was.)	Een beetje frustratie (door het langzame laden).
Welke positieve opmerkingen hebben de gebruikers over de test.	Het is cool dat het platform aangeeft hoe sterk je wachtwoord is.
Welke negatieve opmerkingen hebben de gebruikers over de test.	Waarom staan O en E zo raar in het lettertype. Het OIIO-platform is zeer langzaam.
Wat valt op aan het gebruik van het platform.	Gebruiker klikt op enter om te selecteren na typen. Maar dit gaat niet.  Een betere melding als de gebruiker is vergeten een veld in te vullen.  De handeling om klanten toe te voegen is eerst te vinden op het dashboard. Als er al klanten aangemaakt zijn is deze functie weg. De gebruiker ging weer op het dashboard zoeken naar deze functie.  De gebruiker zoekt een floating action button op het agenda scherm.  Contact type wordt niet opgemerkt door de gebruiker.  Agenda sheet laat niet de afspraken zien. Er moet eerst een werknemer aangevinkt worden.



## RESULTATEN

De resultaten zijn te vinden op de vorige pagina in Tabel 1.

- De belangrijkste resultaten zijn: Door bugs kan de client het platform niet gebruikt worden.
- Sommige taken zijn onduidelijk door de vraagstelling. Het is niet duidelijk dat de klanten al in een excel bestand staan.
- De testpersonen begrijpen niet dat ze na de introductie de eerste taak er bij moeten pakken.
- Bij het aanmaken van een client account moet duidelijk gemaakt worden dat een telefoon nummer en een geboortedatum niet ingesteld hoeven te worden. Dit is niet relevant voor de test.

## CONCLUSIE

- Het platform is nog niet klaar om getest te worden. Er zijn nog 2 grote bugs die opgelost moeten worden voordat de test uitgevoerd kan worden. Er kan nu niet ingelogd op de client side.
- Ook moeten een aantal testvragen aangepast worden. Deze zijn nu niet duidelijk. Dit omdat de vragen niet alle gegevens meegeven die ingevuld moeten worden. Ook moet er een call to action komen na de introductie. De testpersonen begrijpen niet dat ze de eerste opdracht moeten bekijken.

## VERBETERING

- De bugs in het platform zijn verholpen door het development team. Dit bleek een fout te zijn met de Azure cloudservice omgeving waar het platform gebruik van maakt.
- De scenario's zijn veranderd. De nieuwe scenario's staan op pagina 13 onder Verbeterd scenario. Een call to action is toegevoegd aan de introductie. Scenario 2 geeft aan dat geen persoonsgegevens ingevuld hoeven te worden.

## **VERBETERD SCENARIO**

Je hebt een kapper gebeld. Hier kreeg je te horen dat je een uitnodigingsmail zou krijgen voor OIIO. Met dit programma kan je de afspraken regelen. Je mag nu de eerste opdracht bekijken.

1. Je wordt door een kapper uitgenodigd op je mail om OIIO te gebruiken. Accepteer de uitnodiging.
2. Maak een account aan, je hoeft geen geboortedatum of telefoonnummer in te voeren.
3. Je wil gelijk een afspraak maken bij deze tenant voor komende woensdag in de middag om alleen te knippen.
4. Nadat je de afspraak hebt gemaakt, bedenk je in dat je niet beschikbaar bent op dat tijdstip. Verwijder de afspraak.

## **5.4 DE TEST “KLANTEN TOEVOEGEN”**

Nadat de verbeterpunten die uit de test van de test gekomen zijn doorgevoerd werden. Is het onderzoek opnieuw uitgevoerd. De resultaten van het onderzoek laten zien dat er geen irritatiepunten of struikelblokken waren in de client side.

De tenant side heeft echter wel wat aandacht nodig. De gebruiker leest over de download knop heen, het is dus niet duidelijk waar de template te vinden is.

Ook wekt het klanten toevoegen via Excel verwarring op. De gebruiker heeft moeite met het gebruiken van Excel. Helaas kan dit proces niet aangepast worden door technische limitatie.

Ook verwacht de gebruiker een bevestigingsmail na het maken van een afspraak.

Alle resultaten zijn te vinden in Tabel 2.

**TABEL 2**  
**RESULTATEN TESTPERSOON 2**

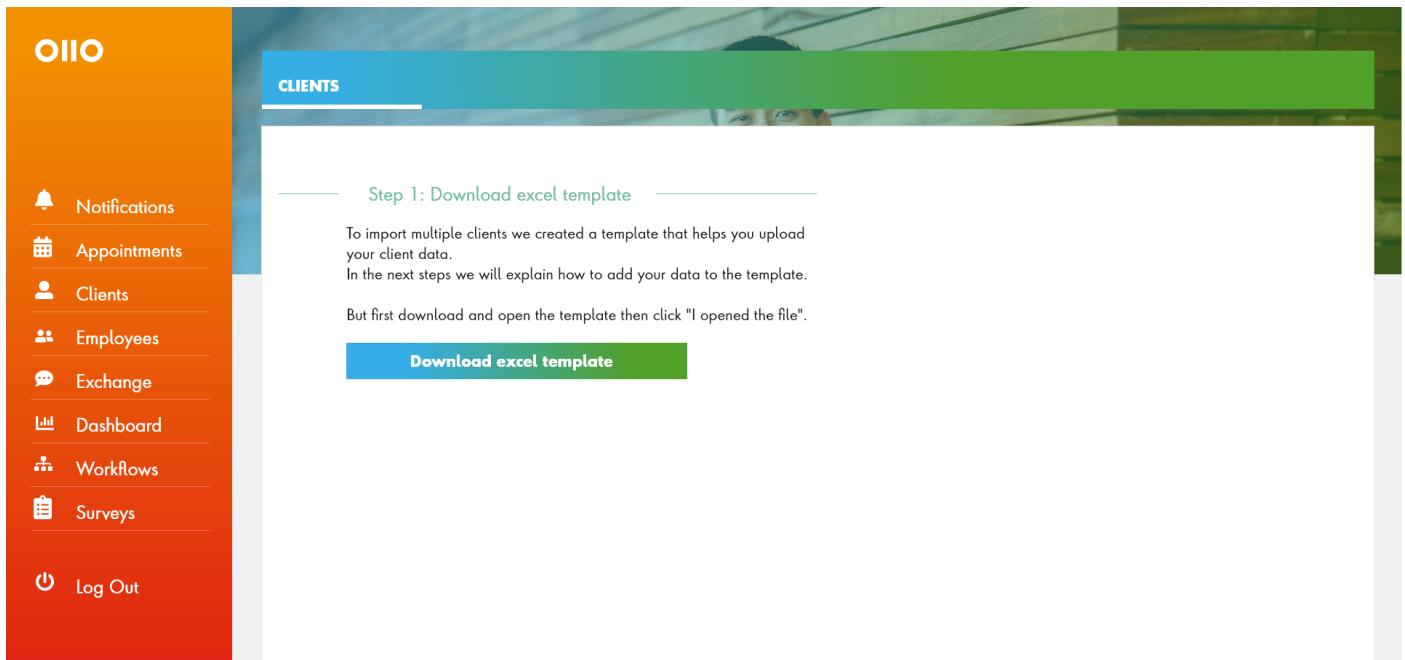
VRAAG	TESTPERSOON 2
Waar ging het fout en hoe vaak ging het fout. Hoe bereikt de testpersoon zijn doel?	Taak 1: het was niet duidelijk dat een bepaald template gehouden moet worden. Er moest een tip gegeven worden dat dit template gedownload moet worden.
Hoeveel tijd hebben de gebruikers nodig voor de taken?	De opdrachten waren in 15 minuten uitgevoerd.
Verdeel de frustratie tijdens het behalen van de taken in de volgende 3 categorieën Zonder frustratie, een beetje frustratie en veel frustratie. (Geef ook aan waarom er frustratie was.)	Zonder frustratie met een beetje verwarring.
Welke positieve opmerkingen hebben de gebruikers over de test.	N.V.T
Welke negatieve opmerkingen hebben de gebruikers over de test.	Client side: "Rompslomp" noodzakelijke vervelende handelingen. Email, Account, wachtwoord.
Wat valt op aan het gebruik van het platform.	<p>De gebruiker verwacht een bevestigingsmail na het maken van een afspraak.</p> <p>De "Download template" knop wordt overheen gelezen.</p> <p>Maak het format meer visueel. Het moet niet mogelijk zijn om een Excel bestand te uploaden zonder dat de download compleet is.</p> <p>Het Google wachtwoord bewaren scherm valt over de afspraken kop heen.</p> <p>In het klantenscherm bij een afspraak van een klant wordt een "wijzigen" knop verwacht.</p> <p>"Geen idee welke manier fijner is om te gebruiken. Is waarschijnlijk gewenning."</p> <p>Als er iets niet lukt wordt naar FAQ gezocht.</p> <p>Bij klant staat geen kruisje. Dit is wel een verplicht vak. De gebruiker heeft niet door dat er een verplicht veld niet ingevuld is.</p>

Figuur 1. Klanten toevoegen

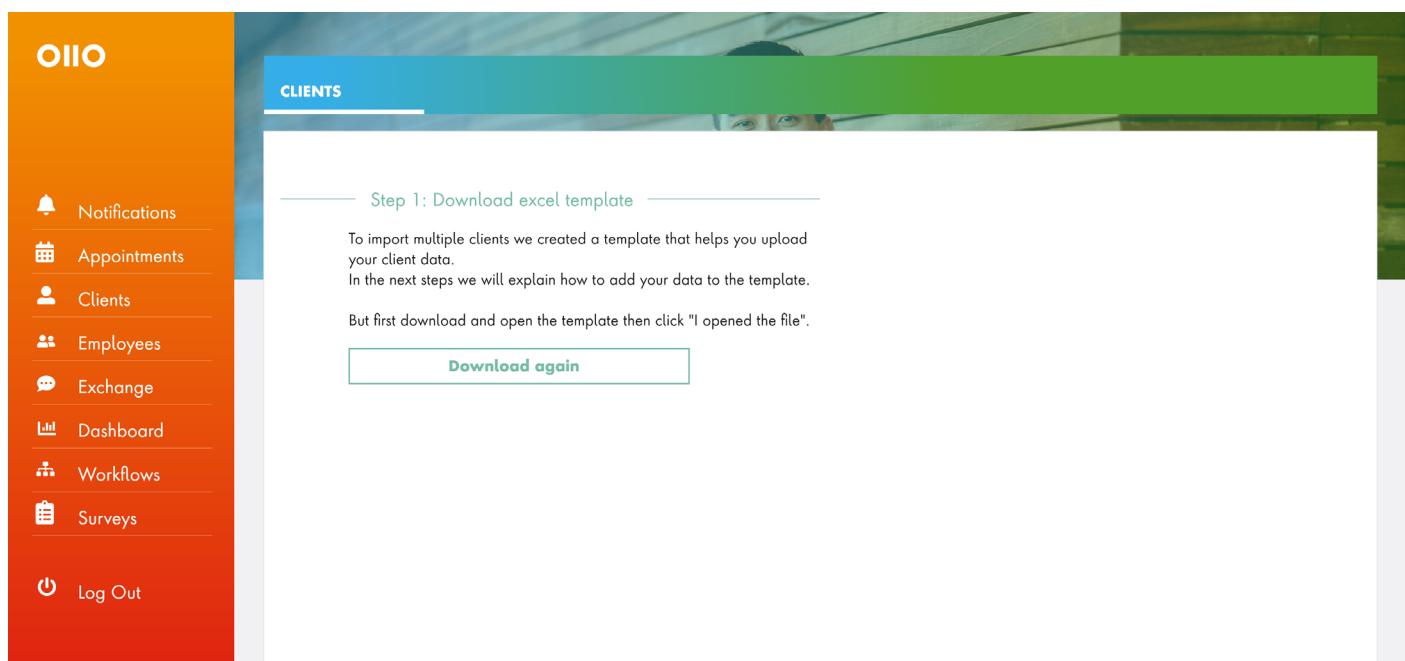
## 5.5 VERBETERINGEN

Het oude design van de client import pagina is te zien in Figuur 1 tm. 3. In Adobe XD is een verbeterslag gemaakt op deze schermen naar aanleiding van de resultaten in Tabel 2. De gebruiker begreep niet dat de template gedownload en ingevuld moest worden. Ook werd over de download knop heen gelezen. Daarom zijn deze schermen in stappen opgedeeld. In figuur 4 t/m 6 zijn de verschillende stappen te zien. De gebruiker moet nu verplicht de template downloaden. Daarna is er nog een optie om opnieuw te downloaden, dit voor als er extern (bijv. met de browser) iets verkeerd gaat met de download.

Ook verwacht de gebruiker email bevestigingen. Deze email bevestigingen zijn uitgewerkt en te zien in paragraaf 4.7.



Figuur 2. Download 1



Figuur 3. Download 2

**Step 1: Download excel template**

To import multiple clients we created a template that helps you upload your client data.  
In the next steps we will explain how to add your data to the template.

But first download and open the template.

[Download again](#)

**Step 2: Now fill in (copy/paste) your client data in to the template as shown below**

The template has headers. Below these headers you need to place the right info. When you filled in all the client info save the file.

Required fields: firstname, lastname, emailaddress.  
Important: Don't change text in the first row.

Example of filled in client data

	A	B	C
1	firstname	lastname	emailaddress
2	Elvis	Presley	thekingofrockandrol
3	Marilyn	Monroe	clashbynight@gmail
4	Harry	Potter	theboywholived@pr
5	Ash	Ketchum	theverybest@gmail
6	Jon	Snow	kinginthenorth@pm
7	Cloud	Strife	limitbreaks@gmail.c

**Step 3: Add and invite clients**

Upload your filled in excelfile here:

Drop your file here,paste or [browse](#)

All the clients in your excel file will be added to your clients overview. They will also receive an email invite to create an OIIO account and connect to your company.

Figuur 4. Klanten toevoegen (nieuw)

Follow these steps to add clients using excel:

**Step 1: Download excel template**

Download and open the excel template

[Download excel template](#)

**Step 2: Fill in (copy/paste) your client data**

Required fields: firstname, lastname, emailaddress  
Important: Don't change text in the first row

Example of filled in client data

	A	B	C
1	firstname	lastname	emailaddress
2	Elvis	Presley	thekingofrockandrol
3	Marilyn	Monroe	clashbynight@gmail
4	Harry	Potter	theboywholived@pr
5	Ash	Ketchum	theverybest@gmail
6	Jon	Snow	kinginthenorth@pm
7	Cloud	Strife	limitbreaks@gmail.c

**Step 3: Upload excel template**

Upload your filled in excelfile here

**oiioimportclients-filename.xlsx**

[Upload a different file](#)

**Step 4: Add and invite clients**

All the clients in your excel file will be added to your clients overview. They will also receive an email invite to create an OIIO account and connect to your company.

[Add and invite clients](#)

Figuur 5. Klanten toevoegen bevestigen

## 5.6 NIEUWE DEELVRAAG

Waarom is het vernieuwde proces beter dan het oude proces?

Er is een verbeterslag gemaakt op het proces. Dit proces moet opnieuw getest worden om te kijken of er verbetering is. Voor dit onderzoek is de volgende deelvraag opgesteld.

## 5.7 DE TEST “KLANTEN TOEVOEGEN 2”

Deze test is kwalitatief. Er wordt gekeken naar hoeveel verwarring de gebruiker heeft. Opgedeeld in: veel verwarring, een beetje verwarring en geen verwarring.

Deze test wordt uitgevoerd met het nieuwe XD design en een nieuwe gebruiker. De gebruiker werkt hetzelfde scenario als bij de vorige test uit.

1. Je klanten staan in een Excel bestand genaamd klanten. Dit bestand kun je vinden op je Windows bureaublad. Open dit bestand en zet deze klanten over naar OIIO.

## 5.8 CONCLUSIE

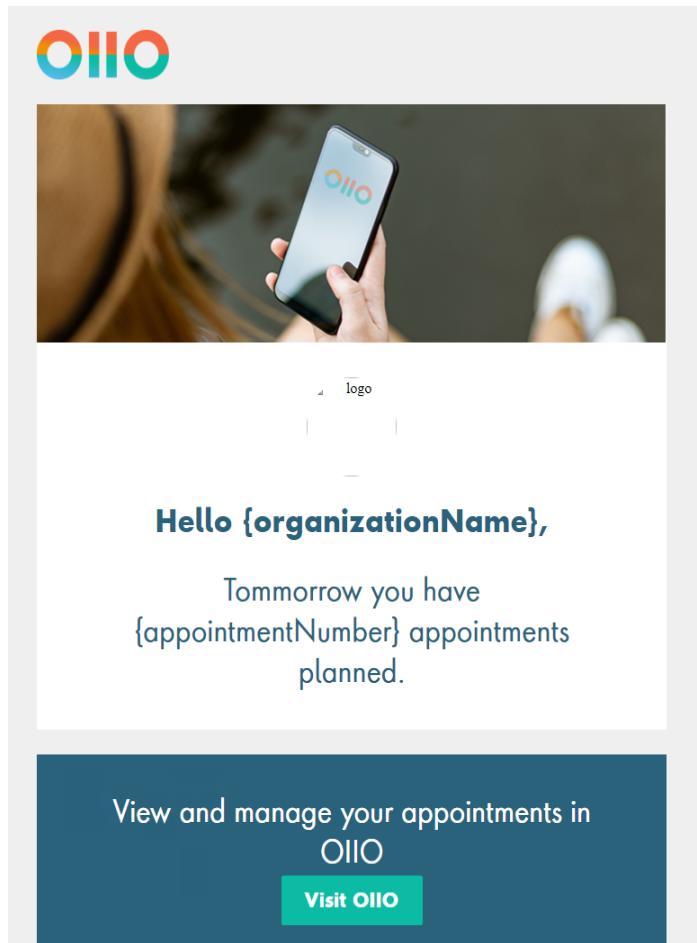
- De test persoon werkt zonder irritatie door het platform.
- De test persoon zou zelf niks aanpassen aan het platform.
- De test is niet zonder verwarring uitgevoerd. De testpersoon was verward door de opzet van de test.

De testpersoon gebruikt het platform zonder problemen. Dit nieuwe design is beter dan het vorige ontwerp, omdat in het nieuwe design het wel duidelijk is dat de gebruiker de template moet downloaden. Dit is nu duidelijker omdat het opgedeeld is in stappen en het is een verplichting. De volgende stappen worden pas uitgevoerd als de template is gedownload. De gebruiker was verward door de opzet van de test, omdat deze in Adobe XD gemaakt was. De gebruiker kon het gedownloade bestand namelijk niet vinden. Dit is geen probleem als dit ontwerp als applicatie is gerealiseerd.

De deelvraag van dit hoofdstuk luidt: Welke struikelblokken en irritaties hebben tenants bij het aanmelden, connecties maken en afspraken maken in OIIO? Het antwoord op deze vraag was de aanleiding voor een verbeterslag van het design. Deze verbeterslag is uitgewerkt en opnieuw getest. Nu zijn er geen struikelblokken of irritaties meer.

## 5.9 VERBETERINGEN

HTML mail: Uit het onderzoek bleek dat de gebruikers mails verwachten ter bevestiging. Het is mogelijk om vanuit een webserver een gestylede e-mail te verzenden. Dit kan door middel van een HTML mail. Een designer heeft het design voor de e-mails gemaakt. Aan mij de taak om deze uit te werken. Het aandachtspunt bij HTML mails is dat er geen standaarden zijn voor de e-mail clients. Het is dus niet zeker dat de code werkt op de verschillende e-mail clients. Ook is de opbouw voor de meeste e-mail clients anders dan normale HTML. De e-mail moet worden opgebouwd met "tables" terwijl HTML normaal opgebouwd is met "div's". Een table is een tabel waar in iedere cel ingevuld kan worden. Div's zijn blokjes die overal op het scherm geplaatst kunnen worden. Bij tables zijn dus meer beperkingen bij het bouwen van de HTML. Dit heeft er voor gezorgd dat het even duurde tot dat ik de opbouw onder de knie had. Ook was het moeilijk om gradiënten te verwerken in de HTML. Dit omdat het niet ondersteund wordt door de meeste e-mail clients. Uiteindelijk is het me gelukt om een HTML mail te ontwerpen en deze te bouwen met werkende HTML code. Deze code staat op een localization server. Vanuit deze server stuurt het platform de e-mails naar de juiste klanten. Ik ben verantwoordelijk voor het onderhouden en veranderen van deze e-mails. Toen het platform een redesign kreeg was het mijn taak om de e-mails aan te passen naar het nieuwe design.



Figuur 6. HTML mail

## STIJL VERANDERING

Door redenen buiten mijn verslag om, is het design verandert. Daarom wordt in dit verslag doorgewerkt aan een platform met een andere stijl.

### Klanten toevoegen in React:

Uit de onderzoeken van dit hoofdstuk is gebleken, dat het klanten toevoegen nog stroef verloopt. Hier is een verbeterslag op gemaakt. Deze verbeteringen worden uitgewerkt in React. Nu bestaat het klantenscherm uit 3 stappen. Stap 2 en 3 moeten verborgen zijn totdat op de download knop geklikt wordt.

In Figuur 9 is weergegeven hoe het klanten toevoegen scherm er nu uitziet.

De code achter de verbeteringen zijn te vinden in Bijlage 4.1

### Follow these steps to add clients using Excel

#### — Step 1: Download excel template —

Download and open the excel template

 [Download template](#)

#### — Step 3: Upload excel template —

Upload your filled in excel file here

Drop files here, paste or [Browse](#)

#### — Step 2: Fill in your client data —

Required fields: firstname, lastname, E-mail address.

Important: don't change text in the first row

A	B	C
1	firstname	lastname
2	Tom	Baaij-beijerman
3	Ella	De groot
4	Harry	Grotendorp

Figuur 7. Klanten toevoegen oud React

## Follow these steps to add clients using Excel

### — Step 1: Download excel template —

To import multiple clients we created a template that helps you upload your client data. In the next steps we will explain how to add your data to the template.

But first download and open the template.

 [Download template](#)

Figuur 8. Download knop

In Figuur 10 is het platform weergegeven na de verbeteringen. Sectie 2 en 3 zijn hier verborgen. Nadat op de download knop geklikt wordt verschijnen de andere secties en wordt de template gedownload. Dit is te zien in Figuur 11. Ook verandert de download knop naar een clicked state. In deze state is de kleur anders.

De tekst in het platform is ook aangepast. Er is betere uitleg over hoe de klanten toegevoegd worden aan OIIO. Deze verandering voorkomt verwarring en is te zien in Figuur 11.

De UX van het klanten toevoegen scherm is nu gelijk aan het design. Uit de onderzoeken in dit hoofdstuk is gebleken dat dit design gebruikt kan worden zonder frustratie door de gebruiker. Nu dat dit design uitgewerkt is in het platform kan deze ook zonder frustratie gebruikt worden.

## Follow these steps to add clients using Excel

### — Step 1: Download excel template —

To import multiple clients we created a template that helps you upload your client data. In the next steps we will explain how to add your data to the template.

But first download and open the template.

 [Download again](#)

### — Step 2: Fill in your client data —

The template has headers. Below these headers you need to place the right info. When you filled in all the client info save the file.

Required fields: firstname, lastname, E-mail address.

Important: don't change text in the first row

	A	B	C
1	firstname	lastname	emailaddress
2	Tom	Baaij-beijerman	<a href="mailto:tom@beijerman.nl">tom@beijerman.nl</a>
3	Ella	De groot	<a href="mailto:ellaellaumbrella@gmail.com">ellaellaumbrella@gmail.com</a>
4	Harry	Grotendorp	<a href="mailto:familiegrotendorp@live.nl">familiegrotendorp@live.nl</a>

### — Step 3: Upload excel template —

Upload your filled in excel file here

Drop files here, paste or [Browse](#)

Figuur 9. Klanten toevoegen nieuw React

# 6 SPRINT 3

In OIIO is het mogelijk om als tenant vragenlijsten op te stellen en deze te verzenden naar klanten. Deze vragenlijsten worden door de klanten ingevuld. De resultaten kunnen dan bekijken worden door de tenant. Dit proces wordt in deze sprint onderzocht en verbeterd. Dit proces is gekozen omdat de stakeholders er van overtuigd zijn dat hier nog verbetering mogelijk is. De deelvraag en de sub deelvragen worden afgeleid uit de functionaliteit van de processen.

## 6.1 DEELVRAAG

Welke struikelblokken en irritaties hebben tenants en clients bij het maken en invullen van vragenlijsten in OIIO?

## 6.2 SUB DEELVRAGEN

1. Hoe maakt een tenant een vragenlijst?
2. Hoe bekijkt de tenant de resultaten van een ingevulde test?
3. Hoe gaat de tenant om met het hergebruiken van vragenlijsten?
4. Hoe ervaart een client het invullen van een vragenlijst?
5. Op welke manier navigeert een client naar een vragenlijst?

## 6.3 VRAGENLIJSTEN BEKIJKEN

Tijdens deze test wordt gebruik gemaakt van de “thinking out loud method”. De gehele testmethode is te vinden in Bijlage 3.3.

De tenant maakt een vragenlijst met een aantal vragen. Deze vragenlijst wordt naar een client gestuurd. De tenant bekijkt dan de resultaten van een andere vragenlijst.

De client reageert op een bericht van een tenant. Dit bericht is een vragenlijst verzoek. De client vult dan de vragenlijst in.

Mijn hypothese voor dit onderzoek is als volgt. De gebruiker zal tegen een aantal problemen aanlopen en met verwarring en hulp de testen voltooien. De manier om op de resultaten pagina te komen is niet duidelijk. De gebruiker komt eerst uit bij de vragen pagina. Op deze pagina is de knop om naar de resultaten pagina te gaan geen knop. Dit is meer tekst met een link. Het is daarom niet duidelijk dat deze kan worden aangeklikt.

## 6.4 DE TEST “VRAGENLIJSTEN”

De aantekeningen gemaakt tijdens de test staan in Bijlage 3.10.

De gebruiker loopt tegen een aantal verwarringe onderdelen aan.

Een survey die verstuurd is kan niet meer aangepast worden.

De resultaten pagina is slecht vindbaar. Dit komt doordat de “results” knop geen knop is maar een hyperlink.

Dit is te zien in Figuur 12.

Ook verwacht de gebruiker dat de resultaten direct te zien zijn. In plaats hiervan krijgt de gebruiker de vragen te zien. Deze vragen kunnen niet meer aangepast worden als een vragenlijst toegewezen is.

The screenshot shows the OIO software interface. On the left is a dark sidebar with navigation links: Dashboard, Appointments, Clients, Employees, Exchange, Dashboard, Workflows, Surveys (which is highlighted), and Log Out. The main area displays a survey creation page for a 'Feedback questionnaire'. At the top, it shows 'SurveyName' and 'Last assigned on 14-03-2019'. There are buttons for 'Save' and 'Save as new version'. To the right, there's a section titled 'Assigned to 2 clients' with a link '1 result >' and a 'Assign' button. A large arrow points from this section to a mobile phone on the right. The mobile phone screen shows a 'Feedback questionnaire' with the question 'Where does it hurt?' and a text input field 'Your answer here.' Below the phone is a message: 'Great! Now let's add a new question!' with a '+ Add question' button.

Figuur 10. Resultaten pagina

## 6.5 CONCLUSIE

De deelvraag van dit onderzoek luidt: welke struikelblokken en irritaties hebben tenants en clients bij het maken en invullen van vragenlijsten in OIIO. Uit de resultaten kan opgemaakt worden dat het niet duidelijk is waarom dat een verstuurde survey niet meer aangepast kan worden. De resultaten pagina is slecht vindbaar. Ook is het een struikelblok dat de gebruiker niet direct op de resultaten pagina komt van een survey, maar op een vragen pagina waar dat niks meer op aangepast kan worden.

Om deze struikelblokken en irritaties op te lossen moet de gehele flow veranderd worden. Op de homepagina stond het centraal om een nieuwe vragenlijst aan te maken. Uit het onderzoek blijkt dat het belangrijk is om ook de resultaten zichtbaar te hebben. Al deze hierboven genoemde punten zijn aanleiding tot het veranderen van het design van de resultaten pagina.

Het volgende onderzoek is onderdeel van de Showroom onderzoeksmethode. De vooruitgang van het onderzoek is verwerkt tot een presentatie. Deze presentatie bestaat uit de opnames van de test, de verbeterpunten, en een XD design waar een concept voor de nieuwe flow zichtbaar is. Deze presentatie is gepresenteerd aan mijn stagebegeleider en 2 andere experts.

Het was tijdens deze hele presentatie toegestaan om vragen te stellen en opmerkingen te maken. Deze presentatie was daarom ook gelijk een brainstormsessie voor het verder verbeteren van het survey menu.

De feedback hield in dat het aanpassen van een vragenlijst en deze verzenden niet moeilijker moest worden door de verbeteringen.

## 6.6 VERBETERINGEN

De conclusie van het thinking out loud onderzoek en de feedback uit het showroom onderzoek waren aanleiding voor de volgende verbeteringen.

De resultaten en de vragen staan na de verbeteringen centraal op de homepagina van het vragenlijstmenu. Het maken van een nieuwe vragenlijst kan onder het kopje nieuw” uitgevoerd worden. Dit maakt het duidelijker voor de gebruiker welke resultaten de gebruiker binnen heeft gekregen.

Door de nieuwe flow is het ook duidelijk dat vragenlijsten niet meer aan te passen zijn na het toewijzen. De vragenlijst verplaatst zich dan ook van het “nieuwe vragenlijst” menu naar het “resultaten menu”. Het aanpassen van vragenlijsten wordt nu gezocht in een ander menu. Dit voorkomt verwarring.

In het resultaten menu heeft iedere vragenlijst een resultaten en een vragenknop gekregen. De resultatenknop geeft meer details van de vragenlijst weer. Als op de vragenknop geklikt wordt gaat de gebruiker naar de pagina waar de vragen bekijken en aangepast kunnen worden. Als de vragen aangepast en opgeslagen worden, wordt de vragenlijst gekopieerd en opgeslagen in het “Nieuw” menu onder vragenlijsten.

Survey	Date sent	Resultaten	Sent to	Vragen	Resultaten
SurveyName	13-08-2019	1	4	<a href="#">Vragen</a>	<a href="#">Resultaten</a>
SurveyName	22-04-2019	3	3	<a href="#">Vragen</a>	<a href="#">Resultaten</a>
SurveyName	02-12-2019	5	10	<a href="#">Vragen</a>	<a href="#">Resultaten</a>
SurveyName	22-04-2019	1	1	<a href="#">Vragen</a>	<a href="#">Resultaten</a>
SurveyName	31-07-2019	3	5	<a href="#">Vragen</a>	<a href="#">Resultaten</a>

Figuur 11. Nieuw resultaten menu

Uit de onderzoeken in dit hoofdstuk is gebleken dat het gebruiken van het survey menu nog verwarring veroorzaakt. Deze verwarringen zijn verholpen door middel van een nieuw design. Dit design moet ook uitgewerkt worden in het platform.

In Figuur 12 kan gezien worden hoe het survey menu nu in het platform staat. Figuur 13 laat zien hoe de verbeteringen op het design eruit zien. Dit design is uitgewerkt in Adobe XD. Figuur 13 is overzichtelijker ten opzichte van het Figuur 12, omdat de belangrijke informatie meteen op de home pagina te zien is.

The screenshot shows the 'Survey' section of the OHO platform. On the left is a dark sidebar with icons for Dashboard, Klanten, Afspraken, Facturen, Verkoop, Marketing, Instellingen, and Log uit. The main area has a header with 'Sorteer' and 'Zoek...'. It displays a message 'Voeg een nieuwe vragenlijst toe' and 'Vragenlijsten zijn een goede manier om informatie van je klanten te verzamelen. Bijvoorbeeld, om informatie te vragen voor de afspraak.' Below this is a green button '+ Nieuwe vragenlijst'. There are two cards: 'Example of chiropractic survey' (last sent 06/11/2019) and 'Uitgebreid klanttevredenheidsonderzoek' (last sent 06/11/2019). A section titled 'Gebruik een van deze templates om te beginnen:' contains five cards: 'Kort tevredenheidsonderzoek Template', 'Uitgebreid tevredenheidsonderzoek Template', 'Merkbekendheid onderzoek Template', 'Verbouwingsformulier voorbeeld', and 'Intakeformulier voorbeeld'.

Figuur 12. Oude survey

The screenshot shows a redesigned survey section. The sidebar includes 'Dashboard', 'Appointments', 'Clients', 'Employees', 'Exchange', 'Dashboard', 'Workflows', 'Surveys' (which is highlighted), and 'Log Out'. The main area has tabs for 'NIEUW', 'CAMPAGNE RESULTATEN', and 'VRAGENLIJST RESULTATEN' (which is active). A search bar 'Search surveys' is at the top right. Below is a table with columns: Survey, Date sent, Resultaten, and Sent to. Each row contains a 'SurveyName' (e.g., 13-08-2019, 22-04-2019, 02-12-2019, 22-04-2019, 31-07-2019), the number of responses (1, 3, 5, 1, 3), and two teal buttons for 'Vragen' and 'Resultaten'.

Survey	Date sent	Resultaten	Sent to	Vragen	Resultaten
SurveyName	13-08-2019	1	4	<a href="#">Vragen</a>	<a href="#">Resultaten</a>
SurveyName	22-04-2019	3	3	<a href="#">Vragen</a>	<a href="#">Resultaten</a>
SurveyName	02-12-2019	5	10	<a href="#">Vragen</a>	<a href="#">Resultaten</a>
SurveyName	22-04-2019	1	1	<a href="#">Vragen</a>	<a href="#">Resultaten</a>
SurveyName	31-07-2019	3	5	<a href="#">Vragen</a>	<a href="#">Resultaten</a>

Figuur 13. Survey new design

VRAAGENLIJST	VERSTUURD OP	RESULTATEN	VERSTUURD NAAR	
Example of chiropractic survey	16-11-2019	10	20	<a href="#">Vragen</a> <a href="#">Resultaten</a>
Uitgebreid klanttevredenheidson	16-11-2019	10	20	<a href="#">Vragen</a> <a href="#">Resultaten</a>

Figuur 14. Survey in React

Het design dat uit het onderzoek van Hoofdstuk 4 is gekomen is nu uitgewerkt in het platform. De deelvraag van dit onderzoek luidt: welke struikelblokken en irritaties hebben tenants en clients bij het maken en invullen van vragenlijsten in OIIO?

Met behulp van het antwoord op de deelvraag is een verbeterslag uitgewerkt in de React applicatie. De programmeer stappen die doorlopen zijn om dit te bereiken kunnen gevonden worden in Bijlage 4.2.

Na deze verbeteringen kunnen de gebruikers het survey menu wel zonder struikelblokken of irritaties gebruiken.

# 7 CONCLUSIE

De hoofdvraag van dit verslag luidt: welke veranderingen moeten doorgevoerd worden aan het OIIO-platform om de gebruiksvriendelijkheid te verbeteren.

Team OIIO kan het beste Google analytics gebruiken voor het bijhouden van de gebruikers activiteit op het OIIO-platform. Google analytics is namelijk de enige analytic waarmee dat per gebruiker gegevens bijgehouden kunnen worden.

Eerst bestond het toevoegen van klanten aan het platform uit het downloaden van een template en vervolgens het ingevulde template uploaden. Dit proces is gemakkelijker geworden omdat het proces in kleinere stappen geknipt is. Dit is bereikt door het verbergen van de tweede stap zodat niet over de download knop heen gelezen wordt waardoor verwarring ontstaat door het missen van bestanden.

Tot slot hebben gebruikers in het survey menu een test uitgevoerd. Deze test toonde aan dat de dit menu nog niet gebruiksvriendelijk is. Er is een verbeterslag gemaakt op het design van dit menu door het design aan te passen. Nu is er meer informatie te vinden op de startpagina van dit menu. De aanpassingen zorgen er voor de gebruikers zonder verwarring of irritatie het survey menu gebruiken.

Het resultaat van al de doorlopen stappen is dat de gebruiksvriendelijkheid van het OIIO-platform is verbeterd

# REFLECTIE

Terugkijkend op mijn stageperiode kan ik spreken van een zeer leerzame en professionele tijd op kantoor bij het OIIO Team. Tijdens dit project heb ik veel meer verantwoordelijkheidsgevoel ervaren voor mijn taken. In tegenstelling tot andere opdrachten waar taken door een groep uitgevoerd werden, had ik taken waar ik als enige verantwoordelijk voor was.

OIIO was al ver ontwikkeld toen ik begon te werken aan dit project. De eerste maand heeft het ook veel energie gekost om up-to-date te raken, met wat er al allemaal gedaan was. Hand in hand hiermee heb ik ook ervaren hoe belangrijk een verse kijk op een project is. Het is meerdere malen voorgekomen dat mijn voorstellen nuttig waren, omdat mijn visie op het project anders was dan van de designers die hier al een jaar aan gewerkt hebben.

De opmerking die ik het meest heb gekregen tijdens het afgelopen half jaar is dat ik meer op mijn spacing moet letten. Dit is de afstand tussen verschillende elementen in een design. Deze feedback kwam van mijn bedrijfsbegeleidster (Stanni Otten). Als ik terugkijk naar mijn eerste ontwerpen, ben ik flink verbeterd op dit punt. De spacing van een design maakt het verschil tussen een goed of een slecht design. Gepaard met spacing moest ik secuurder te werk gaan bij het ontwerpen. Hoogte, breedte en locatie van elementen moet overal gelijk zijn. De developers werken de designs namelijk pixel perfect uit. Door deze redenen ben ik als designer flink gegroeid.

Het punt waar ik het meest tegenaan liep was het vragen om hulp. Voor mij was het heel erg lastig om te accepteren dat het productiever is om iemand even om hulp te vragen in plaats van hier zelf veel tijd in te steken. Mijn collega's hebben al veel ervaring met het design en de code van het OIIO-platform. Vragen, die voor mij grote taken zijn, worden door mijn collega's opgelost binnen 5 minuten omdat zij al weten hoe het in elkaar steekt en waar verschillende onderdelen te vinden zijn. Als ik dit een keer gezien heb, kan ik dit in het vervolg ook binnen 5 minuten oplossen. Het lastige hieraan voor mij was om toe te geven dat ik de hulp nodig had, te accepteren dat ik deel was van dit team, dat mijn collega's mij graag helpen en mij niet tot last zien als ik vraag om hulp.

Verder ingaand op de echte werkzaamheden die ik uitgevoerd heb in het UX vakgebied ben ik erachter gekomen dat je vaak terug naar de tekentafel moet. Na iedere test leer je meer over het onderwerp en over de inhoud van je test. Als er iets niet goed werkt moet dit verbeterd worden en moet alles opnieuw uitgevoerd worden. Tot dat het doel bereikt is.

Tot mijn verbazing ben ik er achter gekomen dat fulltime werken zwaarder is dan ik oorspronkelijk gedacht had. Mijn concentratie was vaak moeilijk terug te vinden na de pauze van 12 uur. Als ik mijn concentratie weer herkregen had, verdween deze vaker weer om 3 uur. Dit heb ik uiteindelijk opgelost door even een rondje door het kantoor te lopen en daarna aan een andere kleine taak te werken. Als ik dit had gedaan had ik weer concentratie om aan mijn hoofdtaak verder te werken.

Over het algemeen ben ik heel erg tevreden over mijn ervaring bij Yunify. Deze periode sluit ik af met het gevoel dat ik verbeterd ben op het gebied van design, verantwoordelijkheidsgevoel en mijn professionele werkhouding. Door deze stage ben ik tevens ook gemotiveerd geraakt om verder te groeien. Het idee om full time te werken en op mezelf te gaan wonen is tijdens deze stage veel sterker geworden ten opzichte van het begin van de stageperiode.

# LITERATUURLIJST

1. *Aan de slag met Google Analytics - Google Analytics Help.* (z.d.). Geraadpleegd op 26 november 2020, van <https://support.google.com/analytics/answer/1008015?hl=nl>
2. *Buttons: floating action button.* (z.d.). Geraadpleegd op 10 oktober 2019, van <https://material.io/components/buttons-floating-action-button/>
3. *Limitations of HTML Email.* (z.d.). Geraadpleegd op 20 september 2019, van <https://mailchimp.com/help/limitations-of-html-email/>
4. *OIIo-platform.* (z.d.). Geraadpleegd op 25 september 2019, van <https://oii.o>
5. *Structuur van een scriptie | Duidelijke voorbeelden | Template.* (z.d.). Geraadpleegd op 9 oktober 2019, van <https://www.scribbr.nl/scriptie-structuur/>
6. *Web Analytics in Real Time | Clicky.* (z.d.). Geraadpleegd op 26 november 2019, van <https://clicky.com/>
7. *Web-Stat | Website Analytics | Full Visitor Details | Free Stats.* (2019, 4 mei). Geraadpleegd op 26 november 2019, van <https://www.web-stat.com/>



# BIJLAGEN



# A PROJECT DOCUMENT

Timo van de Laar  
Stage 2019  
Yunify  
Geleen

# **A INHOUDSOPGAVE**

<b>A.1. HET BEDRIJF</b>	<b>3</b>
<b>A.2 DE OPDRACHT</b>	<b>3</b>
<b>A.3 ANALYSE</b>	<b>4</b>
<b>A.4 ONDERZOEKSVRAGEN</b>	<b>5</b>
<b>A.4 DE SCOPE</b>	<b>6</b>
<b>A.6 AANPAK &amp; PLANNING</b>	<b>7</b>

# A.1 HET BEDRIJF

## YUNIFY

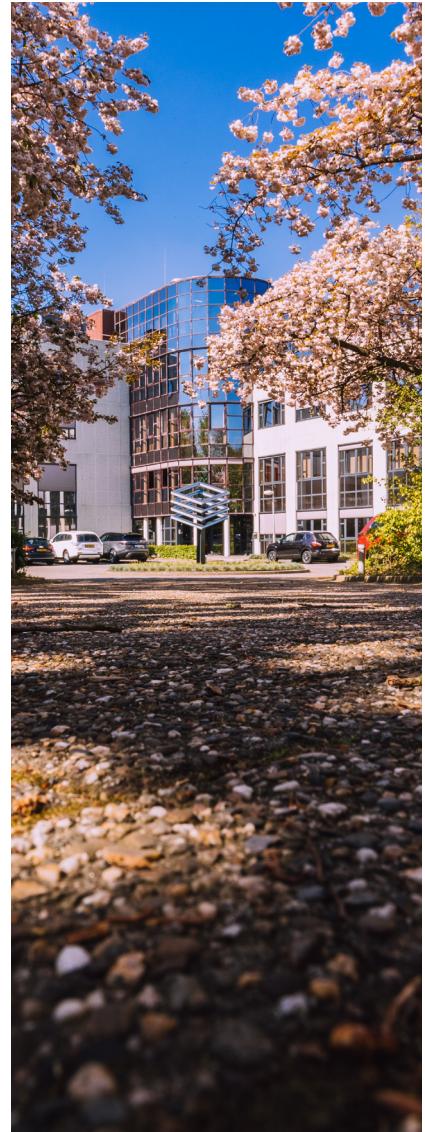
Yunify is een IT bedrijf binnen de Investors In Care group (IIC group). Yunify houdt zich bezig met het ontwikkelen van software voor de bedrijven binnen de IIC Group.

Yunify: "With our e-Health solutions, leaders can provide the best health services with unmatched hospitality experiences to their people, patients, and clients." Yunify is opgericht in 2012 en heeft nu meer dan 150 mensen uit 15 verschillende landen in dienst.

Yunify is werkzaam in "The Cubic" Dit is het kantoor. The Cubic is modern opgebouwd met grote open ruimtes en veel Wall Art geïnspireerd door de natuur. Hierdoor is The Cubic een heel erg open en fijne omgeving.

OIOO is een van de projecten die momenteel bij Yunify ontwikkeld worden. OIOO staat voor:

"Output Input Input Output". Het doel van OIOO is om de relatie tussen tenants en hun klanten te verbeteren. OIOO gaat dit bereiken door een online planning/communicatie platform.



# A.2 DE OPDRACHT

Het voornaamste doel is het onderzoeken naar de gebruiksvriendelijkheid en flows van het OIOO product. Dit kan in de volgende stappen:

- 1) Onderzoeken welke UX research methode het beste geschikt is voor OIOO (bijv. remote en/of fysiek onderzoek, welke onderzoeksmechaniek, kwalitatief of kwantitatief etc.)
- 2) Voorbereiden en uitvoeren van het onderzoek  
(Bv: onderzoeks vragen, wat gaan we testen, bepalen van doel, testpersonen zoeken)
- 3) Resultaten van het onderzoek analyseren en samenvatten
- 4) Bevindingen vertalen naar concrete UX verbeteringen en uitwerken in een clickable applicatie.

OIOO is een product dat nieuw op de markt komt. Het belangrijkste verkooppunt is dat OIOO gebruikers vriendelijk is en door iedereen gebruikt kan worden. Dit is tevens de aanleiding voor de opdracht. OIOO moet getest worden met gebruikers om te kijken hoe gebruiksvriendelijk het programma is.

## HET DOEL

Het doel van deze opdracht is om te testen dat iedere gebruiker (tenant en klant) het platform kan gebruiken. Is dit niet zo moet er een advies gedaan worden om dit doel te bereiken.

# A.3 ANALYSE



## DE VRAAG

Hoe maken we het platform zo gebruikers vriendelijk om door iedereen gebruikt te worden?

## HET PROBLEEM

Het probleem op dit moment is het ontbreken van kennis. Voor Yunify is het onbekend hoe de gebruikers omgaan met het platform. Als er geen onderzoek wordt gedaan is er een gevaar dat de gebruiker niet in staat is het platform te gebruiken en daardoor stopt met gebruik maken van het platform.

## WAT ER AL GEDAAN IS

Tot nu toe zijn er UX richtlijnen en aannamen vanuit experts gebruikt voor het maken van het platform.

## DESIGN CHALLENGE

Design a <planning application> to enable <tenant's> in <context> to <sell services and plan/keep track of appointments>  
in/with <a multiplatform and customer friendly environment>

Design a <planning application> to enable <client's> in <context> to <Stay in contact with a tenant> in/with <a multiplatform and customer friendly environment>

# A.4 ONDERZOEKSVRAGEN

1. Welke UX onderzoek methodes moeten er gebruikt worden?
2. Hoe gebruikt een client de appointment pagina?
3. Hoe gebruikt een tenant de scheduler?
4. Waarvoor gebruikt een client of een tenant de tijdlijn.
5. Hoe maakt een tenant een survey? Wat zien tenants als doel van de surveys?
6. Hoe ervaart een client het invullen van een survey. Waarom zouden cliënten de surveys invullen
7. Hoe kan het versturen van een invoice / quotation / order confirmation door een tenant op een efficiënte manier? Ervaart de tenant dit proces als een verbetering t.o.v. zijn / haar huidige proces?
8. Hetzelfde als bij punt 7 maar dan voor videoconsult, en of deze functie vaak gebruikt gaat worden?
9. Waarom vind een tenant of client OIIO beter dan bellen of mailen.
10. Hoe kan je het beste gebruikers activiteit op je website analyseren.

## DE DEELPRODUCTEN

Onderzoeksplan.

Uitvoering van UX onderzoek.

Conclusie van onderzoek.



# A.5 DE SCOPE

## BINNEN

1. Onderzoekmethodes opstellen.
2. Gebruikers onderzoek.
3. Advies op UX gebied.
4. Clickable design met verbeteringen.

## BUITEN

1. Doorvoeren van backend veranderingen in de eind applicatie.

## RISICO'S

1. De grote van de doelgroep maakt het moeilijk om vast te stellen dat iedereen in staat is het platform te gebruiken.
2. Een tekort aan testpersonen.  
Kinderziektes in de backend van het platform kunnen zorgen voor slechte test resultaten.



# A.6 AANPAK & PLANNING

## PROJECT METHODE

Tijdens dit project ga ik gebruik maken van scrum. Dit omdat de OIIO groep ook gebruik maakt van scrum. Het prettigste is dan ook om ook met deze methode te werken.

## ONDERZOEK STRATEGIE

### Lab onderzoek:

De verschillende vragen gaan over de capaciteit van een client of tenant om een bepaalde taak te voltooien. Dit kan het beste getest worden in een gecontroleerde setting. Dan kunnen verschillende tests ook met elkaar vergeleken worden.

### Werkplaats onderzoek:

Met de verkregen informatie uit de lab onderzoeken worden in de werkplaats verschillende verbeteringen doorgevoerd.

### Showroom:

De resultaten en vooruitgang van mijn project ga ik aan mijn stagebegeleiders laten zien. Met de feedback van deze experts kan ik verder werken.

## ONDERZOEKSMETHODEN

### A/B testen:

Ik ga verschillende design opties testen met clients en tenants. Dit zodat er keuze gemaakt kan worden tussen deze UX designs.

### Biometrics:

Ik ga gebruik maken van eyetracking om heatmaps te creëren. Deze heatmaps laten zien of de gebruiker kijkt naar de plekken waar het design team wilt dat naar gekeken wordt.

### Thinking aloud:

Tijdens onderzoeken met de doelgroep gaat de testpersoon hardop denken. Dit geeft mij een beter inzicht in hoe de doelgroep het platform ziet, gebruikt en verwacht. Zodat het platform verbetert wordt naar deze verwachtingen.

### Usability testing:

Het testen van het platform met de doelgroep om te testen of de doelgroep het platform kan gebruiken om van te voren bepaalde doelen te bereiken.

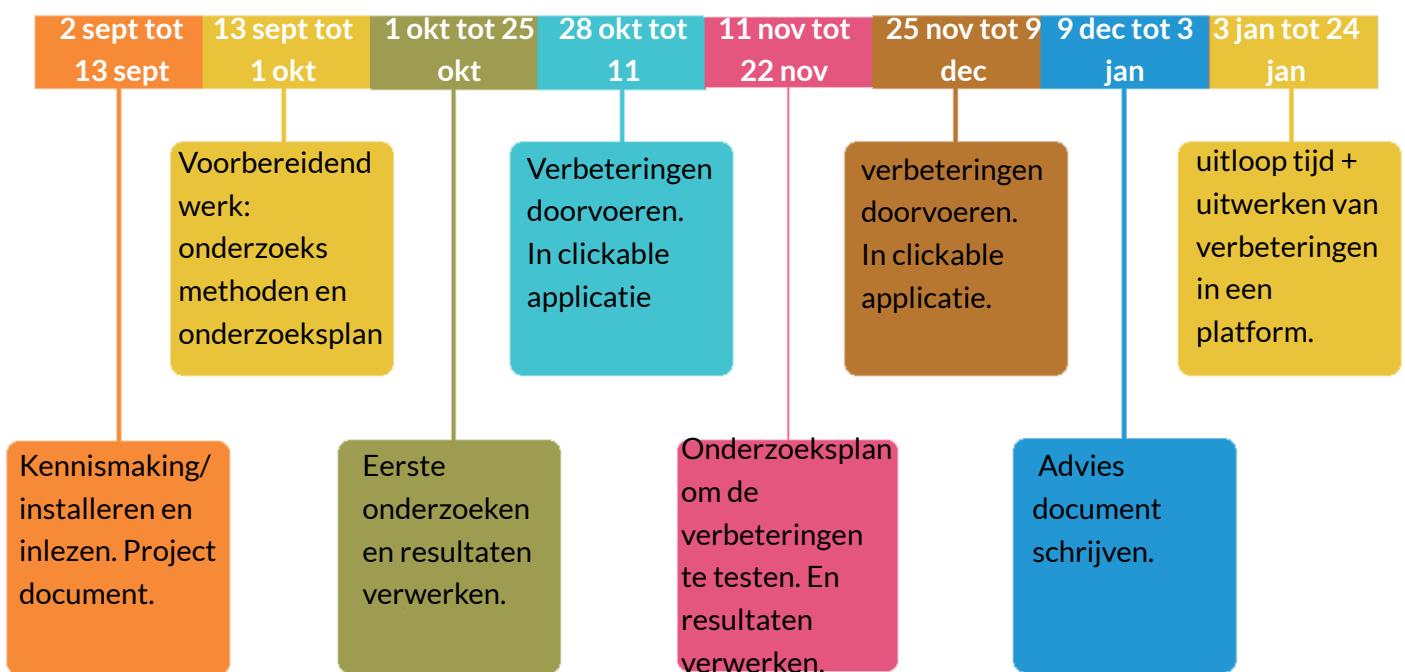
### Co-reflection:

De verbeter slagen die ik in het design zal maken ga ik bij de experts voorleggen met de vraag voor feedback. Deze feedback kan ik gebruiken om het design te verbeteren.

### Co-Creation:

De resultaten van de klant uit lab onderzoek kan ik gebruiken om de UX te verbeteren.

# GLOBALE PLANNING



## COMMUNICATIE AFSPRAKEN

Stage begeleider opleiding (Maikel Putman):  
Het platform wat gebruikt zal worden is Whatsapp. Maar de berichtgeving word uitgevoerd op professionele wijze.  
Er zal een wekelijkse update door middel van mijn Logboek op canvas in de vorm van een Excel bestand.  
Wekelijks wordt er een Whatsapp bericht met eventuele veranderingen en reflecties verstuurd.

Stage begeleider bedrijf (Stanni Otten): Communicatie gaat via Microsoft Teams.  
Iedere ochtend tijdens de daily scrum standup is er een update over de werkzaamheden.

# B ONDERZOEK SITE MANAGEMENT

## B.1 DEELVRAGEN

Wat zijn de beste tools voor het bijhouden van website gebruik voor Team OIIO?

## B.2 SUB DEELVRAGEN

1. Met welke tool kan per gebruiker de acties controleren?
2. Welke gegevens kunnen bekijken worden?
3. Wat is het tarief?
4. Welke gegevens realtime?

## B.3 TESTMETHODE

1. Zet een kleine website op met 3 links. Binnen deze website wordt de analytic geteste geïnstalleerd.
2. Open in verschillende browsers de website en klik door dezelfde schermen heen.
3. Sluit de webpagina weer af.
4. Open de analytic en beantwoordt de deelvragen.

**TABEL B1**  
**RESULTATEN WEB ANALYSE**

	<b>GOOGLE ANALYTICS</b>	<b>CLICKY</b>	<b>WEB-STAT</b>
Gratis	✓	✓	✓ <small>(Beperkte gratis versie)</small>
Overzichtelijke interface	✓	✓	✗
Gebruiksvriendelijkheid (Hoger = beter)	5	8	6
Functionaliteit (Hoger = beter)	9	6	4

## B.4 CONCLUSIE

Google analytics is het enige programma wat voldoet aan de eisen van Team OIIO. Team OIIO wil per gebruiker in de gaten houden wat deze gebruiker doet. Google analytics is dus de beste website analytic programma voor Team OIIO. Dit omdat Google analytics de enige analytic die per gebruiker de activiteit kan weergeven.

# C USABILITY TESTPLAN AFSPRAKEN

## C.1 DEELVRAAG

Welke struikelblokken en irritaties hebben tenants bij het aanmelden, connecties maken en afspraken maken in OIIO?

## C.2 SUB DEELVRAGEN

1. Hoe gebruikt een client de afspraken pagina?
2. Hoe gebruikt een tenant de scheduler?
3. Is het platform klaar om getest te worden?

## C.3 TESTMETHODE

De test wordt uitgevoerd in een gesloten ruimte binnen The Cubic. Ook is het mogelijk om de test op afstand uit te voeren. Skype of een andere tool waar een scherm mee gedeeld kan worden te gebruiken om de test te monitoren. De testmethode die gebruikt zal worden is de “thinking out loud methode”. De testpersoon gaat hardop denken zodat afgeleid kan worden hoe de testpersoon verwacht dat het platform werkt. Aan de hand van dit onderzoek zal het platform verbeterd worden. Het onderzoek wordt met beeldscherm en audio opname vastgelegd zodat er terug gekeken kan worden. Hiervoor kan OBS gebruikt worden.

Maak een tenant aan. Deze tenant is een kapper die iedere dag van 9-17 geopend is en 3 soorten afspraken heeft: Knippen en wassen, Knippen en verven en Alleen knippen. Stuur uitnodigingen naar een e-mailadres om dit voor te leggen bij de client test. Open de mailbox waar de gebruiker uitgenodigd wordt. De uitnodigingsmail verwijst door naar het platform.

Voor de tenant test log alvast in met het tenant account zodat de gebruiker in het tenant menu begint.

## C.4 DOELGROEP INTERN

Het platform is nog niet af en mag nog niet buiten het bedrijf gebruikt worden. Daarom zal deze test uitgevoerd worden met werknemers binnen Yunify. De test zal met minimaal 1 testpersoon uitgevoerd worden. Bij het kiezen van de testpersonen moet zoveel mogelijk gevarieerd worden in beroep en opleiding. Ook is het belangrijk dat de testpersonen niet / zo min mogelijk bekend zijn met OIIO.

# CLIENT SIDE

## C.5 SCENARIO

### INTRODUCTIE

Je hebt een kapper gebeld. Hier kreeg je te horen dat je een uitnodigingsmail zou krijgen voor OIIO. Met dit programma kan je de afspraken regelen.

1. Je wordt door een kapper uitgenodigd via een e-mail om OIIO te gebruiken. Accepteer zijn uitnodiging.
2. Maak een account aan, je hoeft geen geboorte datum of telefoonnummer in te voeren.
3. Je wilt gelijk een afspraak maken bij deze tenant op komende woensdag in de middag om alleen te knippen.
4. Nadat je de afspraak hebt gemaakt valt je in dat je niet beschikbaar bent op dat tijdstip. Verwijder de afspraak.

# TENANT SIDE

## C.6 SCENARIO

1. Log in op OIIO.  
E-mailadres: timo.van.de.laar.tvdl+kapper@gmail.com  
Wachtwoord: )Olio0iio
2. Je klanten staan in een Excel bestand genaamd klanten. Zet deze klanten over naar OIIO.
3. Je hebt een nieuwe klant. Voeg deze client toe aan OIIO:  
Naam: klaas  
Achternaam: peters  
E-mailadres: klaas.peters@gmail.com
4. Deze nieuwe klant heeft al een afspraak bij je gemaakt. Klaas wilt alleen zijn haar te laten knippen om 13:00 op volgende woensdag. Zet deze afspraak in OIIO.
5. Nadat je de afspraak hebt gemaakt valt je in dat de opgegeven tijd niet klopt. Pas de afspraak aan naar 16:00.

## C.7 POST-TASK VRAGEN

Welke moment wist je niet wat je moest doen?

Wat vond je van het platform?

Hoe maak je nu afspraken met je (relevante tenant)? Welke manier vind je fijner werken en waarom?

Welke punten van het platform zou jij veranderen?

## C.8 HET VASTLEGGEN VAN RESULTATEN

Dit onderzoek is een kwalitatief onderzoek:

Welke taken worden niet door iedereen uitgevoerd? Waar ging het fout en hoe vaak ging het fout? Hoe bereikt de testpersoon zijn doel?

Hoeveel tijd hebben de gebruikers nodig voor de taken?

Verdeel de hoeveelheid frustratie tijdens het behalen van de taken in de volgende 3 categorieën  
Zonder frustratie, een beetje frustratie en veel frustratie. (Geef ook aan waarom er frustratie was.)

Welke positieve opmerkingen hebben de gebruikers over de test?

Welke negatieve opmerkingen hebben de gebruikers over de test?

Wat valt op aan het gebruik van het platform?

# RESULTATEN USABILITY TESTPLAN AFSPRAKEN

## C.9 AANTEKENINGEN TEST 1

OBS software problemen. Er moet een instelling veranderd worden dat OBS dezelfde grafische kaart gebruikt als dat het programma gebruikt. In het geval van Google Chrome was dit de integrated graphics van mijn HP laptop.

### TENANT SIDE

Niet duidelijk op welk bureaublad het klanten bestand staat.

“Waarom staan O en E zo raar in het lettertype.”

Pas introductie aan : call to action. Begin aan de eerste taak.

Dashboard biedt aan klanten toe te voegen. Na de eerste keer is deze handeling weg. De gebruiker ging weer zoeken op het dashboard om klanten toe te voegen. De gebruiker kwam er wel snel genoeg achter dat dit bij het klant menu kan.

Gebruiker zoekt een floating action button bij de agenda.

Vertellen bij welke medewerker er geknipt moet worden.

De OIIO-platform is zeer langzaam.

Gebruiker klikt op enter om te bevestigen na typen. Maar dit gaat niet.

Een betere melding als de gebruiker is vergeten iets in te vullen.

Agenda sheet laat niet de afspraken zien. (De juiste werknemer aanvinken.)

### CLIENT SIDE

Test niet compleet door bugs.

Geen telefoon nummer en geen geboortedatum invullen.

Laden duurt lang bij wachtwoord aanmaken.

Is cool dat die aangeeft hoe sterk je wachtwoord is.

LET OP DAT GEBRUIKERS NIET AL BESTAAN.

Enter werkt niet als bevestiging.

Cache clear als site niet werkt.

Creëer een 2de taak: maak een account aan. Telefoon nummer en geboortedatum is niet nodig.

**TABEL B1**  
**RESULTATEN TESTPERSOON 1**

VRAAG	TESTPERSOON 1
Waar ging het fout en hoe vaak ging het fout? Hoe bereikt de testpersoon zijn doel?	Tenant side: scenario 3 en scenario 4 uit Bijlage 2.9 zijn niet uitgevoerd door een Bug. Client side: is geen enkel scenario uit Bijlage 2.9 uitgevoerd. Dit door een bug in het platform.
Hoeveel tijd hebben de gebruikers nodig voor de taken?	N.V.T
Verdeel de frustratie tijdens het behalen van de taken in de volgende 3 categorieën  Zonder frustratie, een beetje frustratie en veel frustratie. (Geef ook aan waarom er frustratie was.)	Een beetje frustratie (door het langzame laden).
Welke positieve opmerkingen hebben de gebruikers over de test.	Het is cool dat het platform aangeeft hoe sterk je wachtwoord is.
Welke negatieve opmerkingen hebben de gebruikers over de test.	Waarom staan O en E zo raar in het lettertype. De OIIO-platform is zeer langzaam.
Wat valt op aan het gebruik van het platform.	Gebruiker klikt op enter om te selecteren na typen. Maar dit gaat niet.  Een betere melding als de gebruiker is vergeten een veld in te vullen.  De handeling om klanten toe te voegen is eerst te vinden op het dashboard. Als er al klanten aangemaakt zijn is deze functie weg. De gebruiker ging weer op het dashboard zoeken naar deze functie.  De gebruiker zoekt een floating action button op het agenda scherm.  Contact type wordt niet opgemerkt door de gebruiker.  Agenda sheet laat niet de afspraken zien. Er moet eerst een werknemer aangevinkt worden.

## 2.10 CONCLUSIE

Het platform is nog niet klaar voor de test. Er zijn nog 2 grote bugs: klanten kunnen niet aangemaakt worden en Afspraken kunnen niet aangepast worden. Deze 2 bugs moeten opgelost worden voordat de test uitgevoerd kan worden.

Ook moeten een aantal testvragen aangepast worden. Er moet verduidelijking komen over dat de klanten al in een Excel bestand staan. Ook moet er een call to action komen na de introductie.

Bij het aanmaken van een client moet duidelijk gemaakt worden dat een telefoon nummer en een geboortedatum niet ingesteld hoeven te worden. Dit is niet relevant voor de test.

## C.11 UPDATED SCENARIO

### INTRODUCTIE CLIENT

Je hebt een kapper gebeld. Hier kreeg je te horen dat je een uitnodigingsmail zou krijgen voor OIIO. Op dit programma kan je de afspraken regelen. Je mag nu de eerste opdracht bekijken.

1. Je wordt door een kapper uitgenodigd op je mail om OIIO te gebruiken. Accepteer zijn uitnodiging.
2. Maak een account aan, je hoeft geen geboorte datum of telefoon nummer in te voeren.
3. Je wilt gelijk een afspraak maken bij deze tenant op komende woensdag in de middag om alleen te knippen.
4. Nadat je de afspraak hebt gemaakt valt je in dat niet beschikbaar bent op dat tijdstip. Verwijder de afspraak.

### INTRODUCTIE TENANT

Je bent eigenaar van een kapperszaak. Je hebt je net aangemeld voor OIIO. Dit is een programma waar je afspraken en nog veel meer met je klanten kan regelen. Je account is al aangemaakt en ingesteld. Alleen je klanten moeten nog toegevoegd worden. Je mag nu de eerste opdracht bekijken.

1. Je klanten staan in een Excel bestand genaamd "klanten". Dit bestand kan je vinden op je windows bureaublad. Open dit bestand en zet deze klanten over naar OIIO.
2. Je hebt een nieuwe klant. Voeg deze klant toe aan OIIO.  
Naam: klaas  
Achternaam: peters  
E-mailadres: klaas.peters@gmail.com
3. Deze nieuwe client heeft al een afspraak bij je gemaakt om alleen zijn haar te laten knippen bij Marco Polo om 13:00 op volgende woensdag. Zet deze afspraak gelijk in OIIO.
4. Nadat je de afspraak hebt gemaakt valt je in dat de opgegeven tijd niet klopt. Pas de afspraak aan naar 16:00

## C.12 AANTEKENINGEN TEST 2

### TENANT SIDE

De error melding van het Excel bestand veroorzaakt verwarring.

Als er iets niet lukt wordt naar FAQ gezocht.

Bij klant staat geen kruisje. Dit is wel een verplicht vak.

De gebruiker heeft niet door dat er een verplicht veld niet ingevuld is.

Post task:

Met het klanten bestand wist de gebruiker niet wat ze moest doen.

De gebruiker vond het platform heel gemakkelijk. Alles kon met 2 klikjes.

Er wordt over de download template stap heen gelezen.

Maak het format meer visueel. Het moet niet mogelijk zijn om een Excel bestand te uploaden zonder dat de download compleet is.

### CLIENT SIDE

Het Google wachtwoord onthouden scherm valt over de afspraken kop heen.

De gebruiker verwacht een bevestigingsmail na het maken van een afspraak.

In het klanten scherm bij een afspraak van een klant wordt een "aanpassen" knop verwacht.

Vraagstelling van vraag 3 onduidelijk. Refereer hier opnieuw naar klaas.

Post task:

Geen moment van verwarring. Dagelijkse taak.

"Rompslomp" noodzakelijke vervelende handelingen. Email, Account, wachtwoord.

Nu gebruikt de testpersoon een online afspraak planner voor haar kapper. Het verschil is dat hier geen account voor is. Ook is deze planner alleen voor deze kapper.

"Geen idee welke manier fijner is om te gebruiken. Is waarschijnlijk gewenning."

**TABEL C2**  
**RESULTATEN TESTPERSOON 2**

VRAAG	TESTPERSOON 2
Waar ging het fout en hoe vaak ging het fout. Hoe bereikt de testpersoon zijn doel?	Taak 1: het was niet duidelijk dat een bepaald template gehouden moet worden. Er moest een tip gegeven worden dat dit template gedownload moet worden.
Hoeveel tijd hebben de gebruikers nodig voor de taken?	De opdrachten waren in 15 minuten uitgevoerd.
Verdeel de frustratie tijdens het behalen van de taken in de volgende 3 categorieën  Zonder frustratie, een beetje frustratie en veel frustratie. (Geef ook aan waarom er frustratie was.)	Zonder frustratie met een beetje verwarring.
Welke positieve opmerkingen hebben de gebruikers over de test.	N.V.T
Welke negatieve opmerkingen hebben de gebruikers over de test.	Client side: "Rompslomp" noodzakelijke vervelende handelingen. Email, Account, wachtwoord.
Wat valt op aan het gebruik van het platform.	<p>De gebruiker verwacht bevestigingsmail na het maken van een afspraak.</p> <p>De "Download template" knop wordt overheen gelezen.</p> <p>Maak het format meer visueel. Het moet niet mogelijk zijn om een Excel bestand te uploaden zonder dat de download compleet is.</p> <p>Het Google wachtwoord bewaren scherm valt over de afspraken kop heen.</p> <p>In het klanten scherm bij een afspraak van een klant wordt een "aanpassen" knop verwacht.</p> <p>"Geen idee welke manier fijner is om te gebruiken. Is waarschijnlijk gewenning."</p> <p>Als er iets niet lukt wordt naar FAQ gezocht.</p> <p>Bij klant staat geen kruisje. Dit is wel een verplicht vak. De gebruiker heeft niet door dat er een verplicht veld niet ingevuld is.</p>

## C.13 CONCLUSIE

Welke struikelblokken en irritaties hebben tenants bij het aanmelden, connectie en afspraken maak gedeelte van OIIO?

Gebruikers lopen bij de tenant side tegen de volgende problemen aan.

### TENANT SIDE

Door een opmerking van de gebruiker is duidelijk dat de gebruiker verward raakt door de “œ” in het “Futura next” lettertype.

De gebruiker zoekt naar een floating action button in het agenda scherm. Er moet nagedacht worden over een floating action button op de agenda pagina.

Als de gebruiker een veld ingevuld heeft klikt hij op enter om te bevestigen. Deze functie moet toegevoegd worden.

De gebruiker heeft het niet door als er een veld niet ingevuld is. Hier moet een betere melding voor komen. Contact type word niet opgemerkt door de gebruiker. Deze verschijnt pas als er een service wordt gekozen. Hier moet een aanpassing aan gemaakt worden.

Agenda sheet laat niet de afspraken zien. Je moet eerst op een werknemer klikken. De juiste werknemer moet automatisch aangevinkt worden.

De stappen bij het aanmaken van klanten via Excel worden nu niet allemaal gelezen.

Naast de afspraak afzeggen knop verwachten de gebruikers een afspraak aanpassen knop.

Frequently Asked Question pagina voor als iets niet lukt.

### CLIENT SIDE

Enter werkt niet om te bevestigen.

Verder is hier niks uitgekomen omdat het platform niet werkte door bugs.

Iets wat de gebruiker heel fijn vond was dat bij het aanmaken van het wachtwoord de eisen voor een sterk wachtwoord tijdens het aanmaken aangevinkt worden. En niet achteraf de missende eisen worden aangegeven.

## C.14 VERBETERINGEN

- “Meerdere klanten toevoegen” opdelen in stappen over verschillende schermen.
- Voeg bevestigingsmail toe voor als er een afspraak gemaakt wordt. Zodat niet over de Download knop heen gelezen wordt.
- Verander het lettertype van “Futura Next” naar Futura. Futura heeft niet de œ combinatie.
- Plaats een floating action button op het agenda scherm.
- Enter moet als bevestiging werken bij het invullen van velden.
- Boven de “bevestig” knop moet een melding komen als niet al de velden ingevuld zijn.
- Het contact type moet op disabled staan tot dat een service is gekozen.
- De agenda moet als default jouw appointments laten zien.
- Plaats op het afspraakscherm naast afspraak afzeggen een afspraak toevoegen knop.

## C.15 AANTEKENINGEN CLIENT IMPORT TESTPERSOON 3

- De gebruiker weet niet waar de file opgeslagen wordt (dit is alleen omdat dit raar werkt voor deze test).
- De gebruiker vind dat het platform fijn werkt. Er hoeft niets aan veranderd te worden.
- De gebruiker begrijpt alles en is zeker van zijn zaak.
- Het enige struikel blok is de gesimuleerde delen en het gebruik van windows en excel.
- De gebruiker opent OBS in plaats van chrome.
- De gebruiker begreep niet dat aan de instructeur verteld moest worden welke file gekozen werd.

## C.16 CONCLUSIE

Uit de test met testpersoon 3 blijkt dat het platform nu gebruikt wordt zonder verwarring. De verbeteringen zijn een succes. Verder hoeven er geen veranderingen meer plaats te vinden

# D TESTPLAN: VRAAG JE KLANT

## D.1 DEELVRAAG

Welke struikelblokken en irritaties hebben tenants en clients bij het maken en invullen van vragenlijsten in OIIO.

## D.2 SUB DEELVRAGEN

1. Hoe maakt een tenant een vragenlijst?
2. Hoe bekijkt de tenant de resultaten van een ingevulde test?
3. Hoe gaat de tenant om met het hergebruiken van vragenlijsten
4. Hoe ervaart een client het invullen van een vragenlijst?
5. Op welke manier navigeert een client naar een vragenlijst?

## D.3 TESTMETHODE

De test wordt uitgevoerd in een gesloten ruimte binnen The Cubic. De testmethode die gebruikt zal worden is de “thinking out loud” methode. De testpersoon gaat hardop denken zodat afgeleid kan worden hoe de testpersoon verwacht dat het platform werkt. Aan de hand van dit onderzoek zal het platform verbeterd worden. Het onderzoek wordt met beeldscherm en audio opname vastgelegd zodat er terug gekeken kan worden. Hiervoor kan OBS gebruikt worden.

Bij de test starten de gebruikers op het dashboard.

Maak een tenant account aan en voeg 4 klanten toe.

1. Emma van Dijk
2. Daan Koning
3. Lieke van de berg
4. Klaas peters

Maak een vragenlijst aan. De inhoud van deze lijst maakt niet uit. Vul deze vragenlijst in op een van de client accounts die net aangemaakt zijn. Deze vragenlijst wordt gebruikt om te kijken of een gebruiker de resultaten kan bekijken.

Dit tenant account wordt gebruikt voor het testen van de tenant side.

Maak een 2de tenant account aan (dit account wordt niet gebruikt in de test). Voeg hier 1 client aan toe. Maak dan een vragenlijst met van iedere vraagsoort 1 vraag.

Stuur deze vragenlijst op naar de client.

Voltooii het aanmaak proces van het client account.

Dit client account wordt gebruikt voor de client side test.

## D.4 DOELGROEP INTERN

Het platform is nog niet af en mag nog niet buiten het bedrijf gebruikt worden. Daarom zal deze test uitgevoerd worden met werknemers binnen Yunify. De test zal met minimaal 1 testpersoon uitgevoerd worden. Bij het kiezen van de testpersonen moet zoveel mogelijk gevarieerd worden in beroep en opleiding. Ook is het belangrijk dat de testpersonen niet / zo min mogelijk bekend zijn met OIIO.

## D.5 SCENARIO TENANT

### INTRODUCTIE

Je bent eigenaar van een fysiopraktijk. Je hebt een abonnement voor OIIO. Dit is een programma waar je afspraken en nog veel meer met je klanten kan regelen. Je account is al aangemaakt en ingesteld. Je kan nu beginnen met de eerste taak.

1. Vraag aan Emma van Dijk hoe tevreden ze was over je service.
2. Vraag Daan Koning hoeveel last heeft hij van zijn arm op een schaal van 1 tot 10. Zet de deadline op de eerst volgende woensdag.
3. Stuur deze vragenlijst ook naar Lieke van de Berg.
4. Je wilt dezelfde vragen stellen aan Klaas Peters. Alleen heeft Klaas last van zijn been en niet van zijn arm. Stuur Klaas Peters de vragenlijst.
5. De vragenlijst "Service Research" is al ingevuld door een client. Bekijk de resultaten hiervan.

## D.6 SCENARIO CLIENT

### INTRODUCTIE

Je gebruikt OIIO om contact te houden met verschillende bedrijven. Je fysiotherapeut heeft een bericht gestuurd.

De taak: Reageer op dit bericht.

## D.7 POST-TASK VRAGEN

Welke moment wist je niet wat je moest doen?

Wat vond je van het platform?

Welke punten van het platform zou jij veranderen?

## D.8 SCENARIO TENANT ENGLISH

### INTRODUCTION

You are a chiropractor. You are subscribed to OIIO. This is a program that enables you to plan appointments and have contact with your customers. Your account has already been made and setup. You can now spin the card of the first task.

1. Ask Emma van Dijk how satisfied she was with your service.
2. Ask Daan Koning if he still experiences pain in his arm. How much pain does he experience on a scale of 1 to 10. Put a deadline for the next Wednesday.
3. Send the same survey to Lieke van de Berg.
4. You want to ask the same question to Klaas Peters. Only Klaas does not experience pain in his arm but in his leg. Send Klaas the survey.
5. The survey "Service Research" is already filled in by a client. View the results of this survey.

## D.9 SCENARIO CLIENT ENGLISH

### INTRODUCTIE

You use OIIO to contact different companies. Your chiropractor has sent you a message.

Task: Respond to this message.

## D.10 AANTEKENINGEN VRAGENLIJST TEST 1

Vragenlijst toewijzen knop trekt niet de aandacht.

De gebruiker denkt dat de “save” knop gelijk verstuurd.

Gebruiker ziet niet in dat je een nieuwe vragenlijst kan maken.

In het klanten scherm kan je ook vragenlijsten maken. Geef hier de optie om een nieuwe te maken.

Het is raar om een titel en een descriptie te hebben.

De gebruiker herstart vragenlijst in plaats van het verwijderen van de vraag.

De verschillende vraag types zijn onduidelijk. Als je een type kiest staat er in het voorbeeld ook geen type meer bij. (Single choice wordt verwacht als checkbox van 1 keuze)

Een vraag moet je kunnen verwijderen als de vraag leeg is.

Als een vraag is toegevoegd maar leeg is dan weet je niet wat het vraag type is.

De gebruiker vult geen schaal in bij slider. Dan wordt de schaal van 0 tot 0.

Slider default instellen van 0 - 10

Het is niet duidelijk dat je niks meer kan veranderen als een vragenlijst is toegewezen.

Het is nu niet duidelijk waar de resultaten te vinden zijn.

De resultaten knop valt niet op, op het scherm. (Het is ook geen knop maar een hyperlink)

Betekenis “1 result” niet duidelijk.

Edit knop kan weg. Je kan altijd de vragen aanpassen.

Client side

De progress balk wordt niet begrepen als hij nog leeg is.

De gebruiker wilt niet perse iets invullen. “lets typen is te veel moeite. Is dit verplicht.”

## D.11 RESULTATEN

De gebruiker loopt tegen een aantal verwarringende onderdelen aan.

Een survey die verstuurd is kan niet meer aangepast worden. De gebruiker begreep dit niet.

De resultaten pagina is slecht vindbaar. Dit doordat de “results” knop geen knop is maar een hyperlink (de tekst naast het pijltje Figuur A3.).

Ook verwacht de gebruiker dat de resultaten direct te zien zijn. Alleen krijgt de gebruiker de vragen te zien. Deze vragen kunnen niet meer aangepast worden als een vragenlijst toegewezen is.

De verschillende vraagtypes zijn onduidelijk.

Bij het slider vraagtype is er geen default waarde.

Op de client side is de voortgangsbalk niet duidelijk. Deze is helemaal leeg bij de eerste vraag.

De edit knop bij de vragen heeft geen functie. De vragen zijn altijd aanpasbaar.

The screenshot shows the OHC software interface. On the left is a dark sidebar with icons for Dashboard, Appointments, Clients, Employees, Exchange, Dashboard, Workflows, Surveys (which is selected), and Log Out. The main area shows a survey creation page for a 'Feedback questionnaire'. At the top, it says 'SurveyName' and 'Last assigned on 14-03-2019'. There are 'Save' and 'Save as new version' buttons, and an 'Assign' button with a count of 'Assigned to 2 clients 1 result >'. A large arrow points from the 'Assign' button towards a mobile phone simulation on the right. The mobile phone screen displays a 'Feedback questionnaire' with the question 'Where does it hurt?' and a placeholder 'Your answer here.' Below the phone is a message: 'Great! Now let's add a new question!' with a '+ Add question' button. The entire interface is set against a light gray background.

Figuur A3. Resultaten pagina

## D.12 CONCLUSIE EN VERBETERINGEN

De gehele flow is veranderd. Op de homepagina stond het centraal om een nieuwe vragenlijst aan te maken. Na de veranderingen staan de resultaten op de homepage. Dit maakt het duidelijker voor de gebruiker welke resultaten binnen zijn gekregen.

Het aanmaken van nieuwe vragenlijsten zit nu achter de knop “nieuwe vragenlijst” deze knop wordt ook op dezelfde manier gebruikt bij het aanmaken van klanten en afspraken. Door deze doorgetrokken werkwijze is dit duidelijk voor de gebruiker.

Door de nieuwe flow is het ook duidelijk dat vragenlijsten niet meer aan te passen zijn na het toewijzen. Nu wordt beschreven in het “toewijzen menu” dat na het toewijzen van de vragenlijst, deze niet meer aangepast kan worden. De vragenlijst verplaatst dan ook van het “nieuwe vragenlijst” menu naar het “resultaten menu”.

Voor het maken van de verschillende vragen is een hover state met uitleg gemaakt om meer informatie te geven over de verschillende vraag typen.

Survey	Date sent	Resultaten	Sent to	
SurveyName	13-08-2019	1	4	<button>Resultaten</button>
SurveyName	22-04-2019	3	3	<button>Resultaten</button>
SurveyName	02-12-2019	5	10	<button>Resultaten</button>
SurveyName	22-04-2019	1	1	<button>Resultaten</button>
SurveyName	31-07-2019	3	5	<button>Resultaten</button>

Figuur B3. Vragenlijst pagina

Assign "SurveyName"

If you assign a survey you can not change this anymore.

To whom do you want to send this survey?

Please type a name

And when is the deadline?

13 - Aug - 2019

Figuur C3. Vragenlijst toevoegen

## D.13 FEEDBACK

Het volgende onderzoek is onderdeel van de Showroom onderzoeks methode. De vooruitgang van het onderzoek is verwerkt tot een presentatie. Deze presentatie bestaat uit de opnames van de test, de verbeter punten, de verbeteringen en een XD design waar de nieuwe flow zichtbaar is. Deze presentatie is gepresenteerd aan mijn Stagebegeleider en 2 andere experts.

Het was tijdens deze hele presentatie toegestaan om vragen te stellen en opmerkingen te maken. Deze presentatie was zo ook gelijk een brainstorm sessie voor het verder verbeteren van het survey menu.

De feedback hield in dat het in de nieuwe flow makkelijker was om de resultaten te vinden omdat die nu op het home scherm staan van het menu. Echter is het nu moeilijk om een vragenlijst aan te passen en opnieuw te versturen.

De verbetering na deze feedback zijn als volgt. In het resultaten menu heeft iedere vragenlijst een vragen knop gekregen. Als op deze knop geklikt wordt, wordt er naar de pagina waar de vragen bekijken en aangepast kunnen worden genavigeerd. Als de vragen aangepast en opgeslagen worden, dan wordt een nieuwe vragenlijst opgeslagen in het nieuwe vragenlijst menu.

SurveyName	Date sent	Resultaten	Sent to	Vragen	Resultaten
SurveyName	13-08-2019	1	4	Vragen	Resultaten
SurveyName	22-04-2019	3	3	Vragen	Resultaten
SurveyName	02-12-2019	5	10	Vragen	Resultaten
SurveyName	22-04-2019	1	1	Vragen	Resultaten
SurveyName	31-07-2019	3	5	Vragen	Resultaten

Figuur D3. Resultaten menu

# E VERBETERINGEN IN REACT

## E.1 KLANTEN TOEVOEGEN

Uit het onderzoek in Bijlage 2 is gebleken dat het klanten toevoegen nog stroef verloopt. Hier is een verbeterslag op gemaakt in de vorm van een XD design. Deze verbeteringen zijn uitgewerkt in React. Voor de veranderingen bestond het klanten scherm uit 3 stappen die in een keer op het scherm weergegeven werden. Het probleem was dat de gebruiker over stap 1 en 2 heen las. Om dit te voorkomen moeten stap 2 en 3 verborgen zijn tot dat op de download knop (stap 1) geklikt wordt.

Figuur A4 laat zien hoe dat het platform was voor de verbeteringen.

**Follow these steps to add clients using Excel**

— Step 1: Download excel template ——————

Download and open the excel template

[!\[\]\(0b8c1e85cc97f2c9a0e3ac479710d8dd\_img.jpg\) Download template](#)

— Step 2: Fill in your client data ——————

Required fields: firstname, lastname, E-mail address.

Important: don't change text in the first row

	A	B	C
1	firstname	lastname	emailaddress
2	Tom	Baaij-beijerman	tom@beijerman.nl
3	Ella	De groot	ellaellaumbrella@g
4	Harry	Grotendorp	familiegrotendorp@

— Step 3: Upload excel template ——————

Upload your filled in excel file here

Drop files here, paste or Browse

Figuur A4. Klanten toevoegen oud React

Voor de verbeteringen was de code zo opgesteld dat iedere stap bestaat uit een nieuwe sectie. Deze secties worden verborgen. Als op de download knop geklikt wordt moeten de secties weer verschijnen. Door middel van een nieuwe prop “downloaded” wordt bijgehouden of er op de download knop geklikt is.

```
downloaded: null,
```

```
<div className={`hidden-section ${downloaded ? 'show' : ''}`}>
  {
    downloaded && (
      <section className="section">
```

```
<PrimaryButton
  clicked={downloaded}
  onClick={(e) => {
    this.handleDownloadButtonClick();
    this.templateDownloaded(e);
  }}
```

```
templateDownloaded = (downloaded) => {
  if (!this._isMounted) {
    return;
  }

  this.setState({ downloaded });
}
```

Figuur B4. Download button code

De sectie wordt verborgen tot dat downloaded een waarde heeft.

De download knop (PrimaryButton) roept “templateDownloaded” aan. Deze functie gebruikt .setState(downloaded). Vervolgens verandert de hidden-section naar show door middel van een if statement.

Verder is er betere uitleg over hoe dat de klanten toegevoegd gaan worden aan OIJO door middel van tekst. Dit wordt gedaan om verwarring te voorkomen.

#### Follow these steps to add clients using Excel

##### — Step 1: Download excel template —

To import multiple clients we created a template that helps you upload your client data. In the next steps we will explain how to add your data to the template.

But first download and open the template.

 [Download template](#)

Figuur C4. Download button

Sectie 2 en 3 zijn nu verborgen. Als op de download knop geklikt wordt verschijnen de andere secties en wordt de template gedownload.

```
<Localization id={downloaded ? 'prt1_clients_import_step1_button_state2' : 'prt1_clients_import_step1_button'} />
```

Figuur D4. Localization service

De tekst op de download knop moet ook veranderen van “download template” naar “download opnieuw”. De code hierboven kijkt naar de staat van “downloaded” is deze 0 wordt state 1 gebruikt. Heeft “downloaded” een waarde dan wordt state 2 gebruikt. Hierdoor verandert de tekst naar toebehoren.

```
.primary-button-clicked {  
    $button-background-color: $oio-green-primary;  
    $button-color: $oio-white;
```

```
const PrimaryButton = (props) => {  
  const {  
    isAlert,  
    focusRed,  
    className,  
    clicked,  
  } = props;  
  return (  
    <BaseButton  
      {...props}  
      className={`${primary-button ${isAlert && 'is-alert'} ${focusRed && 'focus-  
red'} ${className} ${clicked && 'primary-button-clicked'}`}  
    />  
  );  
};
```

```
<PrimaryButton  
  clicked={downloaded}  
  onClick={(e) => {  
    this.handleDownloadButtonClick();  
    this.templateDownloaded(e);  
  }}  
}
```

Figuur E4. Download button clicked

De knop moet van state veranderen als hierop geklikt is. In de css is een nieuwe class toegevoegd “primary-button-clicked”. Hier zijn de kleuren veranderd ten opzichte van de standaard state.

In de primary buton class is een nieuwe constant toegevoegd “clicked”. Als clicked een waarde heeft wordt classname = ‘primary-button-clicked’. Deze classname spreekt de nieuwe css aan.

Aan PrimaryButton is Clicked={downloaded} toegevoegd om de state van downloaded door te geven.

## Follow these steps to add clients using Excel

### — Step 1: Download excel template —

To import multiple clients we created a template that helps you upload your client data. In the next steps we will explain how to add your data to the template.

But first download and open the template.

[!\[\]\(c306a97f2b1bda03752a7a3f55013029\_img.jpg\) Download again](#)

### — Step 2: Fill in your client data —

The template has headers. Below these headers you need to place the right info. When you filled in all the client info save the file.

Required fields: firstname, lastname, E-mail address.

**Important:** don't change text in the first row

	A	B	C
1	firstname	lastname	emailaddress
2	Tom	Baaij-beijerman	<a href="mailto:tom@beijerman.nl">tom@beijerman.nl</a>
3	Ella	De groot	<a href="mailto:ellaellaumbrella@gmail.com">ellaellaumbrella@gmail.com</a>
4	Harry	Grotendorp	<a href="mailto:familiegrotendorp@outlook.com">familiegrotendorp@outlook.com</a>

Figuur F4. Klanten toevoegen nieuw React

In figuur F4 is de clicked state van de download knop te zien. De knop heeft nu een andere kleur gekregen. Ook hier is te zien dat sectie 2 en 3 verschenen zijn met de verbeterde teksten.

De UX van het klanten toevoegen scherm is nu gelijk aan het design. Uit het onderzoek van Bijlage 2 is gebleken dat dit design gebruikt kan worden zonder frustratie door de gebruiker. Het klanten toevoegen scherm in het platform kan nu dus ook zonder frustratie gebruikt worden door de gebruiker.

### — Step 3: Upload excel template —

Upload your filled in excel file here

Drop files here, paste or [Browse](#)

## E.2 SURVEY RESULTS

Uit het onderzoek in Bijlage 3 is gebleken dat het gebruiken van het survey menu nog verwarring veroorzaakt. Deze verwarringen zijn verholpen door middel van een nieuw design. Dit design moet ook uitgewerkt worden in het platform. In deze bijlage wordt behandeld hoe dat dit proces uitgevoerd is.

In Figuur G4 kan gezien worden hoe dat het survey menu nu in het platform staat. Figuur H4 laat zien hoe de verbetering op het design eruit ziet. Dit design is uitgewerkt in Adobe XD. Figuur H4 is overzichtelijker ten opzichte van het oude design omdat de belangrijke informatie meteen op de start pagina te zien is.

The screenshot shows the 'Survey' section of the OIO platform. On the left is a dark sidebar with the OIO logo and navigation links: Dashboard, Klanten, Afspraken, Facturen, Verkoop, Marketing, Instellingen, and Log uit. The main content area has a header with 'Sorteer' and a search bar. Below this, a message says 'Voeg een nieuwe vragenlijst toe' and 'Vragenlijsten zijn een goede manier om informatie van je klanten te verzamelen. Bijvoorbeeld, om informatie te vragen voor de afspraak.' A green button '+ Nieuwe vragenlijst' is visible. Two survey cards are shown: 'Example of chiropractic survey' (last sent 6 November 2019) and 'Uitgebreid klanttevredenheidsonderzoek' (last sent 6 November 2019). Below these, a section titled 'Gebruik een van deze templates om te beginnen:' lists five templates: 'Kort tevredenheidsonderzoek Template', 'Uitgebreid tevredenheidsonderzoek Template', 'Merkbekendheid onderzoek Template', 'Verbouwingsformulier voorbeeld', and 'Intakeformulier voorbeeld'.

Figuur G4. Oude survey

The screenshot shows the 'Survey' section of the OIO platform with an improved design. The sidebar remains the same. The main content area features a header with tabs: 'NIEUW', 'CAMPAGNE RESULTATEN', and 'VRAGENLIJST RESULTATEN'. The 'VRAGENLIJST RESULTATEN' tab is active. A search bar is at the top right. Below it is a table with columns: Survey, Date sent, Resultaten, and Sent to. Each row contains a survey name, date sent, number of responses, and two teal buttons labeled 'Vragen' and 'Resultaten'. The table rows are: SurveyName (13-08-2019, 1, 4), SurveyName (22-04-2019, 3, 3), SurveyName (02-12-2019, 5, 10), SurveyName (22-04-2019, 1, 1), and SurveyName (31-07-2019, 3, 5).

Figuur H4. Survey design

Om te beginnen moest er een nieuwe file aangemaakt worden. Het menu staat nu op een andere plaats in het platform dan eerst. Surveys krijgt nu een eigen tab binnen het “Marketing” menu. In F4 is een nieuwe tab aangemaakt met een nieuwe key wat naar het survey menu verwijst. Ook is er een nieuwe “AppRoute” gemaakt. Deze “AppRoute” verwijst naar de juiste file. Dit is te zien in Figuur I4.

```
{  
  route: appRoutes.surveyList,  
  label: LocalizationService.translate('prt1_campaigns_tabs_survey'),  
}
```

Figuur I4. Survey tab

```
import CampaignsTabs from './components/Campaigns/CampaignsTabs/CampaignsTabs';  
import CampaignsList from './components/Campaigns/CampaignsTabs/CampaignsList/CampaignsList';  
import CampaignsResults from './components/Campaigns/CampaignsTabs/CampaignsResults/CampaignsResults';  
import SurveyList from './components/Campaigns/CampaignsTabs/Surveylist/SurveyList';  
  
import SelectTemplate from './components/Campaigns/SelectTemplate/SelectTemplate';  
import EditTemplate from './components/Campaigns/EditTemplate/EditTemplate';  
import Filters from './components/Campaigns/Filters/Filters';  
  
4,6 +116,7 @@  
campaigns: '/campaigns',  
campaign: '/campaigns/campaign',  
campaignsResults: '/campaigns/campaigns-results',  
surveyList: '/campaigns/survey-list',  
settings: '/settings',  
settingsCompanyInfo: '/settings/company-info',  
| settingsNotifications: '/settings/notifications',  
  
1,6 +184,7 @@  
<PrivateRoute as={CampaignsTabs} path="/" />  
  <PrivateRoute as={CampaignsList} path="/" />  
  <PrivateRoute as={CampaignsResults} path="/campaigns-results" />  
  <PrivateRoute as={SurveyList} path="/survey-list" />  
</PrivateRoute>  
  <PrivateRoute as={SelectTemplate} path="/campaign/:campaignType" />  
  <PrivateRoute as={EditTemplate} path="/campaign/:campaignType/edit/:campaignId" />
```

Figuur J4. App routes

```

<ResponsiveTable
  data={surveyList}
  loading={isLoading}
  columns={columns}
  defaultPageSize={DEFAULT_PAGE_SIZE}
  buttonDisabled
/>

```

*Figuur K4. ResponsiveTable*

De ResponsiveTable in Figuur K4 wordt gebruikt voor het maken van de tabel. Een array kan meegeven worden als data. Deze data wordt gebruikt om de tabel te vullen.

Met Columns (Figuur M4) word aangegeven hoe dat de tabel de data moet weergeven, bijvoorbeeld in welke rij welke info moet staan en wat de column nog meer moet kunnen zoals sorteren.

```

fetchData = (query, pageIndex, size, sortBy, sortDirection) =>
  const { tenantId, dispatch } = this.props;

  this.setState({
    isLoading: true,
  });
  dispatch(getSurveyTemplates({
    tenantId,
    skip: pageIndex * size,
    take: size,
    query,
    sortBy,
    sortDirection,
  }));
  .finally(() => this.setState({
    isLoading: false,
  }));
}

```

*Figuur L4. fetchData*

fetchData in Figuur L4 roept getSurveyTemplates aan. Deze functie haalt de data voor de tabel uit de database.

```

const columns = [
  {
    Header: <>{LocalizationService.translate('prt1_surveys_resultslist_survey')}</>,
    id: 'survey',
    accessor: templateData => templateData.title,
  },
  {
    Header: LocalizationService.translate('prt1_surveys_resultslist_datesent'),
    id: 'lastName',
    accessor: templateData => templateData.lastSendTimeUtc,
  },
  {
    Header: LocalizationService.translate('prt1_surveys_resultslist_results'),
    id: 'surveyResults',
    accessor: templateData => templateData.resultCount,
  },
  {
    Header: LocalizationService.translate('prt1_surveys_resultslist_sentto'),
    id: 'sentTo',
    accessor: templateData => templateData.sentToCount,
  },
  {
    id: 'questions',
    accessor: this.questionButton,
    sortable: false,
    resizable: false,
    noHeader: true,
  },
  [
    {
      id: 'results',
      accessor: this.resultButton,
      sortable: false,
      resizable: false,
      noHeader: true,
    },
  ],
];

```

*Figuur M4. columns*

```
questionButton = question => (
  <div>
    <PrimaryButton
      onClick={() => this.edit(question)}
      table={x}
    >
      <SurveysIcon />
      Vragen
    </PrimaryButton>
  </div>
);

resultButton = result => (
  <div>
    <PrimaryButton
      onClick={() => this.results(result)}
      table={x}
    >
      <ResultsIcon />
      Results
    </PrimaryButton>
  </div>
);
```

Figuur N4. result / question button

QuestionButton en resultButton in Figuur N4 worden aangeroepen in een van de columns om een knop terug te geven voor in de tabel. Als op deze knop geklikt wordt de juiste resultaten of vragen pagina geopend. De juiste surveyId wordt mee gegeven om de gegevens in te laden.

table={x} is voor het aanroepen van een style element binnen PrimaryButton. Als table geconverteerd kan worden naar true wordt een style element voor een table button ingeladen. In dit geval is x “true”.

Survey	Date sent	Resultaten	Sent to	Vragen	Resultaten
SurveyName	13-08-2019	1	4	<a href="#">Vragen</a>	<a href="#">Resultaten</a>
SurveyName	22-04-2019	3	3	<a href="#">Vragen</a>	<a href="#">Resultaten</a>
SurveyName	02-12-2019	5	10	<a href="#">Vragen</a>	<a href="#">Resultaten</a>
SurveyName	22-04-2019	1	1	<a href="#">Vragen</a>	<a href="#">Resultaten</a>
SurveyName	31-07-2019	3	5	<a href="#">Vragen</a>	<a href="#">Resultaten</a>

Figuur O4. Survey design

VRAAGLIJST	VERSTUURD OP	RESULTATEN	VERSTUURD NAAR	Vragen	Resultaten
Example of chiropractic survey	16-11-2019	10	20	<a href="#">Vragen</a>	<a href="#">Resultaten</a>
Uitgebreid klanttevredenheidson	16-11-2019	10	20	<a href="#">Vragen</a>	<a href="#">Resultaten</a>

Figuur P4. Survey in react

Het design dat uit het onderzoek van Hoofdstuk 4 is gekomen is nu uitgewerkt in het platform.

De deelvraag van dit onderzoek luidt: Welke struikelblokken en irritaties hebben tenants en clients bij het maken en invullen van vragenlijsten in OIIO.

Met behulp van het antwoordt op de deelvraag is een verbeterslag uitgewerkt in het platform. Na deze verbeteringen kunnen de gebruikers het survey menu wel zonder struikelblokken of irritaties gebruiken.