



# LEESWIJZER S6 PORTFOLIO

Timo van de Laar  
S6



PIDZ is een netwerk van zorgprofessionals. Die weten waar hun hart ligt en waar ze goed in zijn. Via PIDZ zijn zorgprofessionals met elkaar verbonden. En via PIDZ worden ze gevonden.

De oprichters van PIDZ zien hoe de zorgsector haar menselijkheid verloor. PIDZ wilt het tij keren en het niet alleen om winst te laten draaien maar ook om het creëren van waarde. Dat doe je door voor elkaar te zorgen. Je kunt tenslotte pas anderen helpen als jij al geholpen bent.

PIDZ biedt een thuis voor zorgverleners. Een plek waar ze onder gelijken zijn en van elkaar kunnen leren. Het PIDZ systeem neemt een hoop werk uit handen. Dit verbetert de uiteindelijke prestatie van de zorgprofessionals tijdens het echte werk in de zorg. Door PIDZ worden zelfstandige ondernemers, zelfstandige zorgverleners.

De missie van PIDZ is om de zorg verbonden te houden met de mensen die er werkzaam in zijn. Dit wil PIDZ bereiken door middel van een alerte houding, continuë betrokkenheid en liefde voor het vak. De zorg kent geen kantooruren dus PIDZ is ten alle tijden bereikbaar en levert hulp waar de vraag ligt. Van een oplossing over een complex zorgvraagstuk tot het vinden van een passende zorgverlener. PIDZ is altijd verbonden.

Aan het begin van dit project heeft Joep van der Velden een briefing gegeven. Aan de hand van deze briefing hebben wij de volgende kritische vragen opgesteld om ons te helpen bij het starten van het project en het opstellen van een projectplan. De kritische vragen zijn beantwoord door Joep en het PIDZ team.

## KRITISCHE VRAGEN

1. Wat moet er als zelfstandige zorgprofessional geregeld worden? Denk hierbij aan diensten, materialen, goederen, etc. Met dit hopen we een goed beeld te krijgen van wat er allemaal op het platform te vinden moet kunnen zijn.
2. Zijn de benodigde goederen en diensten voor iedere ZZP'er hetzelfde? Wat zijn bijvoorbeeld middelen die iedere ZZP'er nodig heeft? En zijn er ook middelen die alleen op enkele ZZP'ers van toepassing zijn? Met dit proberen we in te schatten hoe persoonlijk het platform zal worden.
3. Via welke kanalen worden de goederen en diensten op dit moment ingekocht? Door deze kanalen te onderzoeken en analyseren kunnen we te weten komen wat hierbij goed werkt en wat juist niet goed werkt.
4. Hoe ziet het proces van inkopen en diensten er op dit moment uit? Door dit proces in kaart te brengen kunnen we identificeren waar er binnen dit proces knelpunten zitten en hoe we deze knelpunten kunnen oplossen.
5. Hoe worden op dit moment de gekochte goederen en diensten bijgehouden? Wordt dit door de ZZP'ers positief ervaren? Ook hierbij kunnen we leren van zowel de positieve punten als de knelpunten.
6. Hoe ziet het business model van deze dienst er uit? Met dit hopen we het proces achter het platform beter te kunnen begrijpen en hierdoor een geschikter eindresultaat te leveren.
7. Welke producten zullen in WijPIDZ weergegeven worden? Zodra we hier een globaal idee van hebben kunnen we hier al rekening houden bij het ontwerpen van het platform.
8. Door wie worden in het platform de goederen en diensten in WijPIDZ bijgehouden? Aannemelijk is dat er steeds nieuwe diensten en goederen bijkomen. Wordt dit door PIDZ zelf bijgehouden of is het de bedoeling dat de ZZP'ers dit onderling doen?
9. Aan welke vereisten moet het platform voldoen? Denk hierbij vooral aan technische eisen, maar ook aan bepaalde guidelines qua design. Waar horen wij vooraf al rekening mee te houden? Met dit hopen we beter aan te sluiten op jullie verwachtingen.
10. Op welke manier worden benodigde goederen en diensten voor zzp'ers in de zorg voordelig aangeboden door concurrentie? Met dit hopen we een concurrentie-analyse te kunnen uitvoeren om te zien wat we van hen kunnen leren om ons eigen platform te verbeteren.

## ANALYSE VAN DE OPDRACHT

Er is al vooronderzoek gedaan naar de behoeftes die vervuld moeten worden. De vraag vanuit PIDZ is nu om visuele prototypes en concepten uit te werken en deze te testen met de doelgroep om uiteindelijk een adviesrapport op te leveren van hoe de bevonden behoeftes het beste vervuld kunnen worden.

Er wordt gefocust op het voordelig inkopen van goederen. Op welke manier kan een platform het beste visueel weergegeven worden om dit doel te bereiken.

Als dit doel bereikt is verwachten wij dat de leden van PIDZ meer tijd hebben om hun vak uit te voeren omdat PIDZ het werk van het uitzoeken van goederen op zich neemt. Deze extra functionaliteit kan voor PIDZ meer leden trekken. Ook kan PIDZ als tussenpersoon geld verdienen aan deze service.

### DESIGN CHALLENGE

ontwerp een <platform> voor <ZZP'ers in de zorg> binnen <PIDZ> om <goedkopere goederen aan te schaffen> met <de zekerheid dat alleen door PIDZ aanbevolen goederen aangeboden worden>

### DEELVRAGEN

1. Welke behoefte hebben ZZP'ers in de zorg voor dit platform?
2. Welke design Standards zijn het meest geschikt voor het platform?
3. Welke design guide Lines gebruikt PIDZ voor mijnPIDZ?
4. Wat zijn sterke en minder sterke punten van vergelijkbare platformen?

## PROJECTPLAN

Voor dit project heb ik een projectplan opgesteld ([Projectplan.pdf](#)). In dit projectplan heb ik de opdracht beschreven en geanalyseerd, de projectmethode gedefinieerd, onderzoeksstrategieën uitgewerkt en een planning gemaakt. In de onderzoeksstrategieën wordt beschreven hoe dat wij de verschillende deelvragen willen gaan beantwoorden.

## PLATFORMVERGELIJKING

Voor het beantwoorden van deelvraag 4 heb ik samen met Noël een platform vergelijking gemaakt. Allebei hebben we 3 platformen bekeken en vervolgens heeft Noël de infographic gestyled met mijn feedback. ([Platformvergelijking.png](#)). In deze vergelijking wordt gekeken naar verschillende websites met hetzelfde doel als het wijPIDZ platform. Namelijk het verkopen van geselecteerde goederen met korting voor een bepaalde groep. In de platform vergelijking hebben wij verschillende websites getest op de volgende criteria: navigatie, prijsweergave, productweergave, functies en unique selling points. Deze criteria worden beoordeeld met: zeer slecht, slecht, goed en zeer goed. Aan de hand van deze vergelijking is duidelijk te zien op welke manier het wijPIDZ platform het beste kan worden opgesteld.

## CONCEPT

Uit deze platformvergelijking heb ik geconcludeerd dat het PIDZ-Shop platform de volgende onderdelen moet bevatten: De artikelen zijn verdeeld in categorieën voor navigatie, Een zoekbalk, een filter menu voor het zoeken van producten, De prijs met korting en de originele prijs weergegeven, Een afbeelding geeft het product weer inclusief een titel, Een winkelmandje, Een klantenservice voor vragen. Deze onderdelen zijn allemaal toegevoegd aan het PIDZ-shop platform. Er zijn nog een heleboel voorbeelden gevonden wat wij NIET gaan toepassen.

Het PIDZ-shop platform wordt gepositioneerd met als unique selling point “Korting voor PIDZ leden en ZZP’ers in de zorg. In de platform vergelijking kan gezien worden dat deze strategie nog niet gebruikt is. Hier is ook behoefte aan vanuit de PIDZ leden. Zij zijn namelijk veel tijd kwijt met het uitzoeken van de juiste goederen voor hun werk. Deze tijd kunnen zij ook spenderen met het echte belangrijke. En dat is het werk in de zorg.

## TRENDS

Ik heb een trendanalyse ([Trendanalyse.pdf](#)) uitgevoerd om te onderzoeken hoe het wijPIDZ platform op een trendy manier vormgegeven kan worden. In deze trendanalyse worden de trends van webshops geanalyseerd. Dit omdat webshops hetzelfde doel hebben als het wijPIDZ platform. Namelijk het aanbieden van goederen en deze verkopen. Deze trendanalyse wordt meegenomen bij het ontwikkelen van het platform. Een voorbeeld hiervan is dat wij het ontwerp mobile-first gaan maken omdat 52% van het webshop verkeer over een mobiel apparaat gaat.

Om nog eens te valideren wat de effecten zijn van de mobile-first trend heb ik een Consumer trend canvas ([Consumer trend canvas.png](#)) uitgezet. Hier kan uit opgemaakt worden dat door deze trend meer en vaker producten gekocht zullen worden. Zeker voor mensen die op pad zijn voor hun werk zullen gelijk de benodigde goederen bijkopen als deze op zijn in plaats van naar een winkel te gaan.

Het PIDZ-Shop platform is eerst uitgewerkt voor mobiel en vervolgens aangepast zodat het ook op desktop functioneel is.

## DESIGN PROCES

Tijdens dit project is een prototype gebouwd en getest. Tijdens dit bouwen zijn keuzes gemaakt met betrekking tot het ontwerp van het prototype. De belangrijkste keuzes zijn beschreven in ([Design proces.pdf](#)). Tijdens dit project zijn meerdere usertests uitgevoerd, hoe deze usertests verliepen is ook beschreven in ([Design proces.pdf](#)). Het plan voor de usertests is uitgewerkt met het one page testplan. ([Testplan.pdf](#))

## BUSINESS MODEL CANVAS

Om beter te beschrijven welke inkomsten, uitgaven en welke partijen betrokken zijn is een business model canvas opgesteld. Onder dit canvas is ieder punt verder uitgelegd met een klein stukje tekst.

## COMMUNICATIE

Voor het verbeteren van mijn communicatie skills en mijn professionele houding heb ik een email gestuurd naar mijn projectleider voor feedback. Daar is deze Email thread uit ontstaan.

Hallo Joep,

De laatste tijd hebben wij via teams en mail gecommuniceerd over de ontwikkelingen van het prototype. Hoe ervaar jij deze communicatie en heb je eventueel feedback voor mij? Ik hoor graag van je terug.

met vriendelijke groet,

Timo van de Laar.

Hallo Joep,

Ik had je laatst een email gestuurd met de vraag voor feedback op communicatie. Bij deze stuur ik je deze email nog eens omdat ik geen reactie had ontvangen.

Het ontvangen van deze feedback is voor mij belangrijk voor mijn professionele ontwikkeling en het verbeteren van mijn communicatie skills. Ik hoor graag van je terug.

met vriendelijke groet,

Timo van de Laar.

Dag Timo,

Sorry, wist niet dat dit voor je persoonlijke ontwikkeling was, waardoor ik dacht dat dit meer vragen waren voor tijdens onze wekelijkse meeting. Maar bij deze:

De communicatie loopt goed volgens mij. Jullie houden me goed op de hoogte over jullie voortgang en lopen goed op schema. De online meetings ervaar ik als prettig. Natuurlijk had ik het liever face to face gehad, want dan is het voor mij duidelijker wie nou bij welke groep horen. Daarnaast passen jullie de feedback die ik geef goed op en verwerken dit ook in jullie concepten. Voor de rest geen tips vanuit mij.

Met vriendelijke groet,

Hey Joep,

Bedankt voor de snelle reactie. Dit kan ik goed verwerken in mijn portfolio.  
We spreken elkaar weer bij de wekelijkse meeting.

Met vriendelijke groet,

Timo

## PEER FEEDBACK

### Gemotiveerd

Het is erg prettig om met Timo samen te werken. Hij zorgt ervoor dat taken op tijd af zijn, is iedere dag op tijd, bedenkt goede ideeën en zorgt voor een prettige samenwerking. Ook is hij ten alle tijden bereikbaar als je hem nodig hebt. Al deze punten laten zijn motivatie zien, ondanks dat het project door het thuiswerken op dit moment wat lastiger gaat.

### Goed geïnformeerd

Timo weet precies wat er wanneer af moet zijn, terwijl ik dit zelf soms vergeet. Doordat Timo mij dit vertelt heb ik dus ook mijn eigen taken op tijd af. Ook weet hij vaak precies wat er bij ieder onderdeel van de studenten verwacht wordt. Hierdoor wordt ook de kwaliteit van mijn werk beter.

### Waardevolle toevoegingen

Tijdens het samenwerken met Timo merk je dat het wel echt van twee kanten komt. Hij heeft vaak goede ideeën en kan gericht feedback geven om je eigen product te verbeteren. Dit kan bij een design zijn, maar is ook van toepassing op documenten met alleen tekst. Timo vindt altijd wel een sterk verbeterpunt.

### Mediawaardig

Ik raad Timo aan om te werken aan de mediawaardigheid van zijn eindproducten te verbeteren. Op dit moment gebeurt dit nog weinig en lijkt het nog erg veel op een “standaard” document. Voorbeelden hiervan zijn de kritische vragen, het projectplan en de trendanalyse. De tekst in de documenten zijn van zichzelf al sterk, maar kunnen nog sterker gemaakt worden door het uit te werken in InDesign. Zelf zoek ik op internet hier altijd inspiratie voor.

### Groepsleden

Probeer je niet teveel aan te trekken van ongeïnformeerde groepsleden. Zij geven soms commentaar op ons, maar weten van tevoren niet waarom wij bepaalde keuzes maken. We weten zelf dat we goed bezig zijn en dat is het belangrijkste.

Ik hoop dat je jezelf een beetje hierin kunt vinden

Ik kan mijzelf heel erg vinden in deze feedback en ga deze ook zeker meenemen voor de rest van dit project. Vooral het kopje mediawaardig is een puntje van aandacht voor mij. Ik werk inderdaad niet al mijn documenten uit op een mediawaardige manier. Maar dit ga ik zeker doen voor het einde van dit project.

# REFLECTIE

De afgelopen periode speelde zich af tijdens de corona crisis in 2020. Dat betekent dat ik tijdens deze periode niet aanwezig ben geweest op school en mijn groepsgenoten dus geen enkele keer gezien heb. Af en toe heb ik mijn groepsgenoot Noël Herwig dan wel gezien tijdens video bellen maar dat was het dan ook.

Noël en ik hebben deze periode de opdracht gekregen van PIDZ om een webshop te ontwerpen en vorm te geven. Ik was heel erg blij met deze opdracht. De vorige periode had ik development al aangetoond met deze opdracht was er vanuit de opdrachtgever geen vraag naar development maar naar design.

Tijdens dit project heb ik veel verschillende onderzoeken uitgevoerd en veel gebruik gemaakt van verschillende onderzoek canvassen en modellen. Ik ervaarde dit als zeer prettig. Door het invullen van een canvas op een pagina krijg je heel snel heel veel informatie en inzichten bij elkaar gezocht. Met deze informatie en inzichten heb ik snel en makkelijk keuzes kunnen maken. In de toekomst ga ik zeker verder met het gebruiken van canvassen en modellen.

De communicatie met de opdrachtgever en het leraren team verliep heel erg goed deze periode ondanks de corona crisis. Het was echter wel heel erg anders. Normaliter als je een gesprek wilt hebben met een leraar zoek je deze op in de kantoortuin en sprak je hem of haar aan. Dan volgde er een feedback momentje van 5 minuten en is de format vrijwel altijd informeel. Nu is het echter anders. Er wordt een feedback moment ingeplanned meestal een paar dagen later. De format was dan ook formeel. Het was voor mij heel anders omdat ik nu veel gerichtere vragen moest stellen en beter voorbereid moest zijn op een feedback moment. Ook werden er nu meerdere producten tegelijkertijd besproken. Ik ervaarde dit als anders maar even functioneel. Ik merk wel dat de vragen die ik stel anders zijn en dat ik alleen afgeronde producten laat zien. Met de opdrachtgever was de communicatie vrijwel hetzelfde. Alleen dat deze dan nu digitaal was.

Deze periode ben ik heel veel bezig geweest met UX design. Dit was nog een reden waarom ik zo blij was met de opdracht. UX design is iets wat ik heel erg leuk vind om te doen en graag mee bezig ben. Deze periode heb ik veel geleerd met betrekking tot het afnemen van usertests op afstand. Zo heb ik geleerd dat het heel erg belangrijk is om het gebruikte programma af te stellen op je doelgroep en er voor te zorgen dat de testpersonen gemotiveerd zijn om de vragen goed te lezen en de test op de juiste manier uit te voeren. Mijn ervaring met Useberry en de PIDZ-leden was namelijk niet zo goed. De PIDZ-leden lazen de opdracht niet en begrepen niet hoe Useberry werkte. De volgende keer ga ik een ander programma gebruiken en de vraagstelling verbeteren.

Al met al vond ik het heel erg fijn om thuis te kunnen werken. Dit scheelt heel veel reistijd voor mij. Ook kan ik nu een prettiger ritme aanhouden omdat ik mijn werk op ieder moment van de dag kan uitvoeren. Ik hoop dan ook dat ik in de toekomst mijn werk kan blijven uitvoeren zonder aan een specifieke tijd gebonden te zijn.



<b>MIJN PORTFOLIO:</b>  <a href="https://i382321.hera.fhict.nl/">https://i382321.hera.fhict.nl/</a>	<b>BEWIJS</b>
<b>STRATEGIE &amp; CONCEPT STRATEGIE &amp; CONCEPT</b>	
Oordeelsvorming	<a href="#">Kritische vragen.pdf</a> <a href="#">Projectplan.pdf</a> <a href="#">Design proces.pdf</a> <a href="#">leeswijzer.pdf (dit bestand)</a>
Trends	<a href="#">Trendanalyse.pdf</a> <a href="#">Consumer trend canvas.png</a>
Concept	<a href="#">Concept (pagina 5)</a> <a href="#">Platformvergelijking.png</a> <a href="#">Projectplan.pdf</a>
Business Model	<a href="#">Business model canvas.pdf</a>
Marketing	
Communicatie	<a href="#">Platformvergelijking.png</a> <a href="#">Communicatie (pagina 6)</a> <a href="#">Concept presentatie opdrachtgever.pdf</a> <a href="#">Eind presentatie</a>
<b>PROFESSIONELE ONTWIKKELING</b>	
Professionele houding	<a href="#">Communicatie (pagina 6)</a> <a href="#">Peer Feedback (pagina 7)</a> <a href="#">Reflectie (pagina 8)</a> De tussentijdse feedback momenten met: Michiel Groenemeijer
<b>USER EXPERIENCE &amp; USER CENTERED DESIGN</b>	
Design	<a href="#">Design proces.pdf</a> <a href="#">Styleguide.PIDZ</a> <a href="#">Mobiel Pidz-Shop.xd</a> <a href="#">Desktop Pidz-Shop.xd</a>
User Experience	<a href="#">Testplan.pdf</a> <a href="#">Design proces.pdf</a> <a href="#">Gevalideerd framework</a>
Gebruikersonderzoek	<a href="#">Testplan.pdf</a> <a href="#">Design proces.pdf</a> <a href="#">Ustertest 1.useberry</a> <a href="#">Ustertest 2.useberry</a>