

# Leeswijzer:

**“DESIGN EEN ONLINE USER EXPERIENCE OM NIEUWE KLANTEN IN STAAT TE STELLEN DE PROCESSEN VAN BEIRENS GROUP TE ERVAREN IN EEN DIGITALE OMGEVING ZODAT NIEUWE KLANTEN BETER WETEN WAT HUN TE WACHTEN STAAT EN ZO VOOR EEN SAMENWERKING MET BIERENS GROUP KIEZEN.”**

Mathijs van der Kuijp – HBO-ICT Media Design S6 Fontys Hogeschool

## GEGEVENS

ICT Media Design Semester 6 Opdracht  
Bierens Group – Advocaten Incasso

### **Gegevens student**

Naam: Mathijs van der Kuijp  
Studentnummer: 382255  
Studie: Voltijd, ICT & Media Design  
Studieperiode: Semester 6

### **Gegevens opdracht**

Bedrijf: Bierens Group  
Opdrachtgevers: Laurens van der Lof, Natasha Devit  
Locatie: Veghel

### **Gegevens coaches**

Naam: Joris Ariens, Sam van der Heijden

## INLEIDING

Bierens Group is een bedrijf binnen de incasso branch. Ze onderscheiden zich echter met het doorsnee incasso bureau, door het aanbieden van advocaten incasso's. Zij kunnen, anders dan een reguliere incasso, naast deftig geschreven woorden ook gerechtelijke stappen ondernemen. Hiermee kan het meer druk zetten op de tegenpartij voor het terugvorderen van geld en of goederen.

Binnen Bierens Group is er een Bierens Labs groep opgericht. Dit is een groep werknemers, programmeurs en media designer(s), die (momenteel) voornamelijk werken aan de internationale website van Bierens Group.

Vanuit Laurens van der Lof (hoofd Bierens Group Labs) kwam het idee om meer klanten te binden, door hen de mogelijkheid te bieden om de dienst "Bierens Group Advocaten Incasso" te ervaren. Bierens Group hoopt hiermee meer (nieuwe) klanten te binden en daarmee het aantal sales te verhogen.

Het is nog een open opdracht, maar het doel is om binnen 9 weken een digitale ervaring te creëren, waarmee de gebruiker de dienst "Bierens Group Advocaten Incasso" kan ervaren.

## DE OPDRACHT

[LINK NAAR HET PORTFOLIO](#)

### Orientatie

Tijdens de orientatiefase is er verdieping gezocht in de opdracht. Er is een opdrachtanalyse gemaakt waarin de opdracht en het bedrijf achter de opdracht verder onderzocht zijn doormiddel van literatuuronderzoek (bieb).

In dit proces is de design challenge omschreven als lijndraad in het project:

**Design een online user experience om nieuwe klanten in staat te stellen de processen van Bierens group te ervaren in een digitale omgeving, zodat nieuwe klanten beter weten wat hun te verwachten staat en zo voor een samenwerking met Bierens Group kiezen.**

### Onderzoek

In de onderzoekfase is er literatuuronderzoek gedaan naar [online experiences](#), want “Wat is een online experience?”, “Zijn er verschillende soorten online experiences?” en “Wat zijn kenmerken en voordelen van een online experience?”. Uit dit onderzoek kwam naar voren dat er verschillende soorten online experiences zijn. Volgens een onderzoek van Event Marketing Institute & Mosaic heeft 74% van de gebruikers een positievere mening na een positieve (online) experience. Verder kwam naar voren dat online experience vergelijkbare UI- en UX-karakteristieken hebben als reguliere websites.

Vervolgens is er aan de hand het onderzoek en het resultaat van vergelijkbare UI- en UX-karakteristieken een [trendanalyse](#) uitgevoerd om huidige trends in web development in kaart te brengen. Het doel hiervan is mogelijke technieken te ontdekken en te gebruiken als inspiratie voor het concept. Uit de analyse kwamen twee relevante animatie trends naar boven, micro-animatie en parallax effect.

### Conceptfase

De conceptfase is er, naar aanleiding van de trendanalyse, begonnen aan het ontwikkelen van een individueel concept. Er is onderling afgesproken om de concepten te ontwikkelen in [kleine prototypen](#) om zo de technische mogelijkheden van het concept duidelijk te kunnen maken aan de opdrachtgever, Bierens Group.

Alle individuele concepten zijn vervolgens gepresenteerd aan Laurens en Natasha van Bierens Group. Aan het einde van deze presentatie gaven zij aan de voorkeur te hebben voor een hybride concept, bestaande uit de eerste twee concepten. Dit zijn de concepten van Maximilian en Steven (één: 360-graden tour door een ruimte, met klikbare informatieve elementen, twee: digitale tour van voor Bierens Group, langs de receptie naar binnen). Er is bedacht om doormiddel van 360 graden / panorama afbeeldingen van het kantoor Bierens Group een kijkje in de keuken te geven. Door verschillende scenes te kiezen en te koppelen aan ruimtes binnen het kantoor, kan er een online experience gerealiseerd worden.

Om verder het concept uit te werken is er een fysieke meeting op het kantoor bij Bierens Group geweest. Hier hebben we een rondleiding gehad en hebben we samen met de media-designer van Bierens Group een [brainstorm](#) sessie gehouden. Er is hier bedachtom doormiddel van 360-graden/panorama scenes van ruimtes binnen het Bierens Group kantoor in Veghel een online experience te realiseren, waarin doelgerichte informatie verteld wordt.

Er zijn vervolgens 360-graden/panorama afbeeldingen gemaakt van verschillende gekozen ruimtes op het kantoor. Deze ruimtes zijn gekoppeld aan onderwerpen en verdeeld binnen de project groep om individueel aan te werken.

Mijn ruimte had betrekking tot de ComicWall ruimte, een half-open ruimte met een grote muur volgeplakt met stripboeken. Het doel was om hier de 7 voordelen van Bierens Group advocaten incasso weer te geven, doormiddel van gemarkeerde elementen in de ruimte. Deze voordelen zijn aangeleverd door Natasha van Bierens Group.

### **Prototype- en Testfase**

Vanuit de brainstorm sessies met Bierens Group, en de verdeling van taken, is er een [prototype](#) ontworpen van mijn ruimte (de ComicWall). Voor dit prototypen is in photoshop de 360-graden/panorama afbeelding bewerkt om de hechting te repareren; is er een framework voor het inladen van 360-graden/panorama afbeeldingen op het web gebruikt; zijn er in het framework hotspots (blauwe cirkels) aangemaakt voor de benodigde informatie-elementen; zijn er html/css en javascript onderdelen geschreven om een modal-box met de informatie te ontwikkelen, die in combinatie met de hotspots werkt.

Dit resulteerde in een interactieve 360-graden/panorama scene van de Comicwall. In deze scene zitten blauwe cirkels, ookwel hotspots genoemd, waarop gebruikers kunnen klikken om één van de zeven voordelen van Bierens group advocaten incasso te lezen.

Er is vervolgens ook een tweede versie gemaakt. Deze versie bevat op de hotspots cijfers, in plaats van cirkels.

Aan de hand van deze iteratie en versies is er een [gebruikersonderzoek](#) afgenomen. Het onderzoek, een A-B test, heeft als doel om erachter te komen welke van de twee versies het meest aanspreekt bij de gebruiker en is getest onder de leeftijdsgroep 16 – 30 jarigen.

Uit het gebruikersonderzoek kan geconcludeerd worden dat de iteratie met cijfers de voorkeur heeft, boven de iteratie met cirkels. Verder gaven test-personen aan dat de cijfers door het contrast (donkere cijfers, donkere achtergrond), niet altijd even zichtbaar is.

Hierop is een nieuwe [iteratie](#) gemaakt, waarbij de cijfers een witte stroke hebben gekregen, zodat zo op zowel lichte als donkere achtergronden goed zichtbaar zijn. Er is in groepsverband echter besloten deze manier van highlighten niet te gebruiken, maar om een highlight in photoshop op de 360-graden/panorama afbeelding te plaatsen en deze met transparante div-elementen klikbaar te maken.

Nu iedereen gevorderd is in de verschillende deelproducten, of beter gezegd deel-prototypen, is het tijd om ze samen te voegen tot één [prototype](#). Hiervoor is een GitLab omgeving opgezet, met één van de scenes. Vervolgens zijn één voor één de ruimtes inclusief navigatie knoppen (naar andere scenes) toegevoegd. Wat volgt is een prototype met alle scenes erin, waar je doorheen kan navigeren en je informatie met betrekking tot Bierens Groups advocaten incasso vinden kan. Deze wordt ontwikkeld door mijn projectleden.

Naar aanleiding van een nieuw prototype (ontwikkeld door mijn projectleden) met daarin een navigatie voor gebruikers is er een [gebruikersonderzoek](#) afgenomen. Het gebruikersonderzoek heeft als doel om de ontworpen navigatie te testen en valideren onder de gebruikers. Kan een gebruiker de navigatie vinden? Is de navigatie naar verschillende ruimtes vindbaar?

Resultaten uit het gebruikersonderzoek tonen dat de meerderheid van de gebruikers de navigatie kan vinden; zelfstandig informatie kan verzamelen; kan navigeren door de verschillende scenes. Hieruit kan geconcludeerd worden dat de navigatie toereikend is en dat de gemaakte ontwerpkeuzes gevalideerd zijn.

## CONCLUSIE

Het **eindresultaat** van dit project is een high-fidelity prototype waarmee de gebruiker een kijkje krijgt in de keuken van Bierens Group advocaten incasso.

Laurens en Natasha van Bierens Group hebben tevens in de eindpresentatie aangegeven het product te willen gaan gebruiken op de "About us" pagina. Zij zullen het prototype verder ontwikkelen en eventuele suggesties uit het overdachtsdocument meenemen in volgende iteraties van het product.

## REFLECTIE

### Persoonlijk

Er is veel samenwerking geweest met Laurens en Natasha. Als communicator tussen de projectgroep en Bierens (via mij en Natasha, per email) is er altijd goed contact geweest. Er is van begin af aan direct duidelijke afspraken gemaakt en uitgelegd hoe we dit project gaan aanpakken. Hiervoor heb ik ook een duidelijke presentatie en [presentatie-template](#) gemaakt.

Bierens Group is erg tevreden met de samenwerking en heeft in een [feedback-formulier](#) goed beoordeeld. Er is gezamenlijk met hen, doormiddel van de brainstorm-sessies en de wekelijkse meetings, tot een concept gekomen waar beiden partijen erg blij mee zijn.

Ik ben tevreden met het project en het uitgewerkte prototype. Het is origineel, creatief en gaat daadwerkelijk verder ontwikkeld en gebruikt worden door Bierens Group. Daar ben ik trots op.

### Peer Feedback

Op de onderlinge samenwerking is een [peer-feedback](#) formulier ingevuld. Dit formulier is verdeeld verschillende categoriën en onderdelen. De samenwerking is goed geweest. We zijn ook elke week fysiek bij elkaar geweest, dit heeft bijgedragen aan een goede samenwerking.

## BEWIJS

Het project is in groepsverband uitgevoerd, maar alles waar ik naar refereer en vertel zijn producten, onderzoeken, etc. waar ik aan heb gewerkt.

- 1. Strategie & Concept: De student kan in maatschappelijke context door middel van exploratief onderzoek trends & kansen signaleren en deze vertalen naar zinvolle en vernieuwende product concepten.**
  - a. Trends**

Voor de ontwerpfase heb ik een [trend analyse](#) gemaakt van trends in webtechnieken. De twee animatie trends zijn hieruit toegepast in het [ontwerp](#).
  - b. Concept**

Ik heb een [technisch concept](#) ontwikkeld. Echter is deze niet gekozen en is er vervolgens gezamenlijk tot een concept gekomen, doormiddel van een [gezamenlijke brainstorm](#).
- 2. Strategie en concept: De student kan de commerciële haalbaarheid van het product(concept) onderbouwen en uitvoeren.**
  - a. Business-model-canvas**

Er is een [business model canvas](#) gemaakt.
  - b. Marketing**

Aan de hand van het business model canvas is er een [marketing strategie](#) gemaakt.
  - c. Communicatie**

Binnen de projectgroep was ik de contact-persoon met Bierens Group. Verder heeft een ieder om de week de leiding gehad binnen het project. Voor de wekelijkse meetings met de opdracht gevers heb ik een [presentatie template](#) opgezet. Er is verder veel communicatie en feedback geweest vanuit Bierens group. Dit valt terug te lezen in de [brainstorm samenvattingen](#).
- 3. Professionele ontwikkeling: De kwaliteiten en talenten van de student komen tot uiting in zijn studie- en beroepshouding**
  - a. Professionele houding**

Een Agile werk methode met een dagelijkse opstart en een wekelijkse afsluiten, een wekelijkse groepsleider en het gebruik van [Trello](#) zijn hier onderdeel van.
- 4. User Experience en User Centered Design: De student kan door middel van een ucd process alle raakvakken van de gebruiker met het product zo vormgeven dat de bedoelde gebruikerservaring bereikt wordt.**
  - a. Design (zowel visueel als interactie)**

Er is een [technische prototype](#) ontwikkeld aan de hand van literatuuronderzoek en een trend analyse. Er is vervolgens gekozen voor een concept van een ander groupslid. Er zijn individuele [prototypes](#) gerealiseerd aan de hand van het gezamenlijke concept. Hier zijn meerdere iteraties op uitgevoerd.
  - b. User Experience**

-
  - c. Gebruikersonderzoek**

Er is een [gebruikersonderzoek](#) (A-B test) uitgevoerd, om erachter te komen welke van de twee versies binnen de tweede iteraties het meeste aanspreekt.

Er is een tweede [gebruikersonderzoek](#) (Enquite) uitgevoerd om het ontworpen navigatie menu te valideren.

**5. Design en development: De student kan zelfstandig ICT & Media Design oplossingen realiseren, testen en overdragen.**

Er is een [volledig functionerend prototype](#) gemaakt en opgeleverd. Hier is gezamenlijk aangewerkt doormiddel branches in onze [GitLab](#) repository.