

Onderzoek Museum

Groepje= Amir Crljenkovic, Halil Dogan

Klas= SD1C

Scheepvaart museum

spreekt ons aan want we willen meer weten over hoe ze destijds zo lang op een schip zaten. Ze zaten met meer dan 600 mensen op de boot. Het regent en het is koud ik wil meer weten hoe ze het daar hadden en waar ze sliepen, waar alles was want op een boot leven is niet makkelijk. De Foto van het gebouw met de boot ernaast ziet er mooi uit. Wij zijn ook op onze middelbare school en basis school tijden naar de museum geweest. De beelden van mensen die sprak ons aan waarom ze het erop hadden gezet en wat de doel ervoor was. Dus wij willen heel graag weten hoe de constructie en de beelden zijn ontstaan om het daarom op te zetten. We zijn ook benieuwd waarom ze altijd in de tijd kanonnen op boord hadden. Hoe ging ze zich zelf verzorgen als ze ziek waren, was er een verpleegkundige aanboort als ze ziek zijn om hun te kunnen laten genezen. De beelden in de gang die zagen er mooi uit ze hadden toen ik met school was geweest hadden ze uitgelegd dat alle beelden een betekenis hadden en waarom ze zijn geplaatst. Dus daarom hebben we gekozen voor deze opdracht.

Wie bezoekt dit museum denken jullie?

Het is opgericht in het jaar 1916 en jaarlijks bezoeken 300 000 mensen. De leeftijden die het bezoeken is van 14/19 meestal maar alle leeftijden kunnen het bezoeken. Iedereen uit andere steden kunnen komen bezoeken maar meestal bezoeken scholen de museums.

Halil

Landing page Bol.com

Voorbeeld 1

De Button bij de foto bij Black Friday en de korting getallen dus er zijn verschillende kortingen en er staat op = op dus ze willen je aantrekken dat je snel er moet zijn, en snel moet bestellen want ze willen snel verkopen en geld verdienen want met de woorden en de kleuren trekken ze je aan en motiveren ze je om het te kopen dat je wat moet bestellen. Met de kopje Black Friday willen ze je zeggen dat actie moet ondernemen om wat te bestellen en met de hele website van de landing page willen ze je vertellen, dat je iets moet kopen want het is een verkoop trucje. Ze hebben een hele aparte kopje gemaakt om je aandacht te kunnen trekken want als het gewoon normaal in het wit staat trekken ze je aandacht niet, dus ze maken het zo mooi mogelijk om iets te kunnen verkopen.



Landing page Bol.com

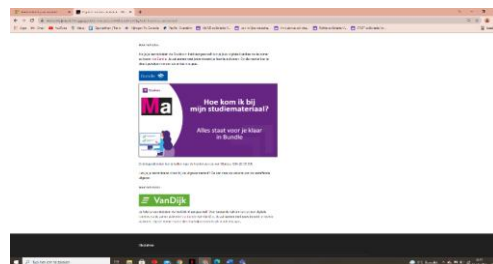
Voorbeeld 2

Alles is blauw van de website en als ze je aandacht willen trekken zetten ze er ook kleuren in wat je bevalt en mooi lijkt, want dat klik je op de pagina dat je aandacht trekt. Ze geven ook een tijd aan hoelang de actie geldig is en tot wanneer je kan betalen. En het is een apart ontwerp om je aandacht te trekken want alles op de website heeft een andere kleur en stijl en de rest is blauw en wit en omdat ze rood of een opvallende kleur erin zetten motiveren ze jou op daar een kijk je bij te nemen. Ze maken aparte kopjes bij dingen die ze niet veel verkopen of jij te veel verkopen daar zetten ze andere dingen bij die je aandacht trekken zoals je hier op deze foto ziet is alle neutraal en de dingen die je aandacht moet trekken zie je gelijk om de pagina.



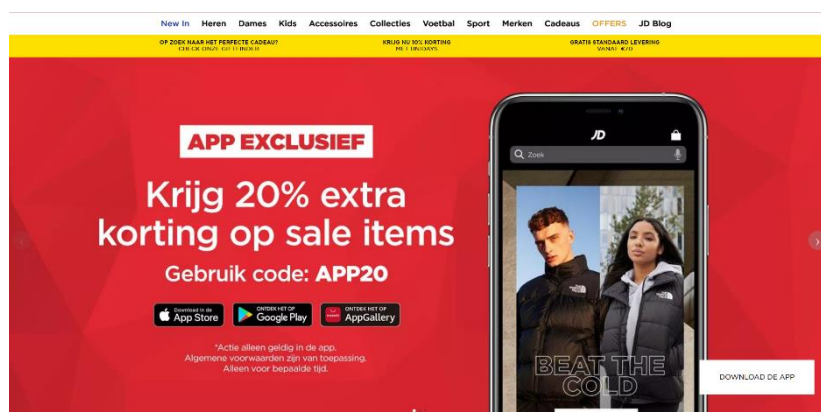
Landing page WelkomBijma Voorbeeld 3

Bij de school website zie je lesmateriaal en om je aandacht te trekken en om jou te kunnen helpen hebben ze een icoon met een boek erin met het woord bundel. Als je daar op klikt ga je naar de lesmaterialen van je school en dan kan je daar je werk doen en de opdrachten maken wat er gevraagd wordt. Daar wordt ook met het icoontje aandacht mee getrokken door dat het een aparte blauwe vakje is waardoor als je naar de website kijkt dan zie je het gelijk en weet je op gegeven moment dat je daar op moet drukken. De aparte icoontjes willen ze je ook een herinnering geven dat je altijd daar op moet gaan druk, om je opdrachten te kunnen maken. Zoals je ziet zijn er ook andere icoontje om in Vandijk te gaan om lesmateriaal te kunnen bestellen en dat is groen dus gebaseerd op hun logo structuur het trekt gelijk de aandacht de kleuren.



Landing page JD Sport Voorbeeld 4

Bij de website van JD sport zie je gelijk bij de begin page zie je een foto met aantrekkelijk kleuren. En het verwijst naar telefoon merken zoals Apple en Samsung en andere dingen dat kan je de app downloaden. Ze bieden ook in de kopje 20% korting aan om jou aandacht te trekken dat je de app download en ook gelijk wat koopt. Het is een verkopers trucje om mensen te trekken en meer kijkers te hebben op hun website en hun app wat ze hebben ontworpen. Aandacht trekken doen ze ook met verschillende kleuren en andere vormen van de kopjes. En ze hebben bij de home page ook een gele opvallende balk waar informatie staat over bij voorbeeld korting verzendkosten, en cadeau zoeker iets dat je helpt ze hebben verschillende tools die jou helpen en daarmee trekken ze je aandacht. Aandacht trekken van gebruikers is niet moeilijk je moet gewoon aantrekkelijke en mooie dingen gebruiken waardoor je veel kijker en gebruikers hebt.



Landing page Nike

Voorbeeld 5

Nike heeft een hele aparte website dat als je op de foto op de landing page staat dan word het groter en dan laat hij mooie schoenen zien. Daarmee trekken ze aandacht en ze hebben een hele standaard en rustige kleur en website contrast. En ze hebben gelijk boven in de landing page een informatie tekst gemaakt voor als je een vraag hebt dat je het gelijk kunt stellen aan hun of kunt lezen wat andere ervaren hebben. En als je op shop, shops kids gaat staan veranderd de kleur wordt zwart met wit. En ze doen geen racisme want ze onderscheiden geen zwarte en witte mensen. En ze trekken je aandacht door dikgedrukte woorden en ze gebruiken alleen maar wit en zwarte kleuren dus je kan al zien dat ze geen onderscheid doen. Zoals je in de foto ziet zie je alles wat ik heb verteld. En ze maken ook niet saai ze zetten verschillende producten om het aantrekkelijk te maken.

