



Indy Bosschem

WEB/UX 2020-2021

Inhoudsopgave

Inleiding	2
Concept:	2
Doelgroep:	3
Brand design	4
Logo:	4
Kleuren:	4
Functionaliteit	5
Use Cases:	5
User stories:	6
Timesheet	8
Usability tests	9
Technische documentatie	9
Wireframes:	9
Technologie en architectuur:	11
Google drive link:	11
Github-link:	11
Database schema:	11
Conclusie	12

Inleiding

Concept:

Vandaag de dag wordt ieder van ons onderworpen aan vele berichten en popups als we surfen op het internet. Dit is vaak een lastige hindernis om nieuwe websites te bezoeken. Vele mensen zouden sneller een andere bron zoeken dan berichten te moeten sluiten, cookies te accepteren en etc.

Er bestaan tools zoals Adblocker maar deze nemen de advertenties weg uit de websites en dus ook de commerciële opbrengst van de site. Deze tools zijn uiteraard geen oplossing voor het probleem, dit zorgt er enkel voor dat de reclame op andere manieren geforceerd worden zoals verplichte reclame pauzes tijdens video streaming. Buiten de reclames heeft elke website ook een eigen manier om 'het cookie-bericht' te tonen en de voorwaarden te accepteren.

Mijn doel was om dit gebruiksvriendelijk te maken voor gewone internetconsumenten en winstgevend voor bedrijven en websites. Hierbij kwam ik op het idee van Alladdin, een toekomstige tool om alle advertenties te houden maar te personaliseren aan persoonlijke smaak en surfgemak.

Alladdin zorgt ervoor dat elke persoon van een eigen surfervaring kan genieten en daar bovenop nog beloond wordt om mee te werken aan campagnes.

Neem nu alvast een kijk in de toekomst van persoonlijk surfgedrag:

<http://all-add-in.be>

Doelgroep:

Dit product zou ik aanreiken aan de consument om hun feedback te geven en een eigen persoonlijke ervaring te maken, terwijl zou ik deze resultaten door verkopen aan marketing bedrijven en consultancy bedrijven. De data wordt elke maand uitgegeven aan onze klanten, maar gesponsorde persoonlijke campagnes kunnen bedrijven nog extra reden geven om ons platform te gebruiken.

De surfende gebruiker zou punten verdienen voor zijn participatie in bevragingen die daarbovenop nog eens hun surfervaring persoonlijker maakt. Met deze punten zouden ze beloningen kunnen krijgen van sponsors, partners en eventueel zelfs hun werknemer.

In de toekomst zou het ideaal zijn dat een browser-extensie zou verbonden zijn aan ons systeem dat daadwerkelijk de reclame gaat aanpassen op elke pagina. Door de extensie te gebruiken zonder adblock of dergelijke zou zo de gebruiker nog punten verdienen bovenop de bevragingen.

Dit systeem lijkt me zeker een win-win voor de gebruiker en de klanten. De gebruiker krijgt beloningen en een persoonlijkere browserervaring en de klanten krijgen data en een platform om rechtstreeks met potentiële klanten in contact te komen.

Brand design

Logo:

Het logo kan gebruikt worden met de hoofdkleur of volledig wit op een donkere kleur.



Kleuren:

Ik heb voor een simpel kleurschema gekozen om het simpel maar modern te houden.



Wit - #FFFFFF



Lichtgrijs - #f2eff1



Donkergrijs - #1D1D1D



Grijs - #929292



Paars - #8540b7



Paars - #6B00B7

Functionaliteit

Use Cases:

Bij de use cases moet ik rekening houden met enkele gebruikers, voornamelijk de gewone gebruiker en bedrijven. Deze tool is niet enkel nuttig vanuit een marketing standpunt maar deze kan ook makkelijk gebruikt worden om nieuwe features van een webpagina te pitchen aan internetgebruikers en hun feedback te verkrijgen.

- Internetgebruiker
 - Beloningen uit bevestigingen
 - Persoonlijker surfen
- Bedrijven
 - Data van potentiële klanten
 - Gerichter adverteren
 - Websites optimaliseren
 - Persoonlijke campagnes

User stories:

Hier licht ik enkele specifieke gebruikers nader toe, dit schetst een beter beeld van wat soort gebruikers met deze tools iets zouden zijn, maar dit zou zeker nog breder kunnen.



Marie – Student

Student op kot in Leuven studierend voor dokter. Als student moet Marie vaak onderzoek doen op het internet, telkens ze een site opent wordt ze overmaats gestoord door vervelende advertenties en pop-ups. Ze beslist onze applicatie te gebruiken om haar zoekwerk aangenamer te maken. Tot haar verrassing krijgt ze ook nog eens punten voor haar bevragingen, zo kan ze af en toe een gratis koffie gaan drinken met haar vriendinnen in Starbucks.



Jan – Marketing specialist

Marketing specialist voor een groot reclamebureau. Als marketeer moet Jan altijd de nieuwste feiten kennen maar door zoveel marktonderzoeken heeft Jan niet veel tijd om stil te staan bij 'op welke manier' mensen hun reclame willen. Jan had beslist om daar verandering in te brengen en stelde voor om met ons een contract op te stellen. Jan krijgt nu maandelijks data doorgestuurd en kan niet alleen de aandacht van de klant beter aantrekken maar bovendien nog op een persoonlijkere manier.



Peter – Web designer

Designer voor een groot Web service bedrijf. Als designer moet Peter altijd mee zijn met de laatste trends en soms zelfs voorop denken. Peter heeft veel ideeën maar vele kan hij nooit uitwerken omdat deze nooit getest zijn geweest. Hij beseft ook dat het veel te gevaarlijk zou zijn om een nieuw idee te verwerken in een project van een grote klant. Peter had al eens gehoord van onze tool en besloot om er gebruik van te maken. Hij kon nu unanieme campagnes maken die zijn nieuwe ideeën pitchten zonder er een naam of merk op te kleven. Nu hij al een markttest kon doen had hij harde cijfers om voor te leggen aan klanten.

Timesheet

Juni 1-7: research en testing van applicatie op phonegap

Juni 13-17: Opnieuw begonnen met een website

Juli 20-24: Basis opbouw van de site

Aug 3-7: Opnieuw begonnen door verlies van data

Aug 10-14: Design en basis opbouw van de site

Aug 17-19: Hosting proberen op te stellen

Aug 20-22: Styling hoofdpagina

Aug 24-26: Hoofdmogelijkheden van de site

Aug 27- Sep 1: Styling en restyling / eventuele uitbreiding

Nov 9-13: Frontend Crud vragen begonnen

Nov 16-20: Frontend Crud afgewerkt en getest

Nov 23-27: Restyling van enkele delen, bug test

Dec 7-11: Questionnaire toevoegen, db opzetten

Dec 14-18: Questionnaire frontend Crud begonnen (Add)

Dec 21-25: Questionnaire frontend Crud bijna afgerond (Delete & Update)

Jan 11-15: Questionnaire frontend Crud afgerond en getest, begonnen aan styling

Jan 18-20: Questionnaire frontend gestyled

Jan 21-23: Paper en dergelijke aangepast

Mrt 1-5: Elementor verwijderd en vervangen design

Mrt 8-15: Code verbeteren en ACF integreren

Mrt 18-8 Apr: Design verbeteren van bestaande pagina's

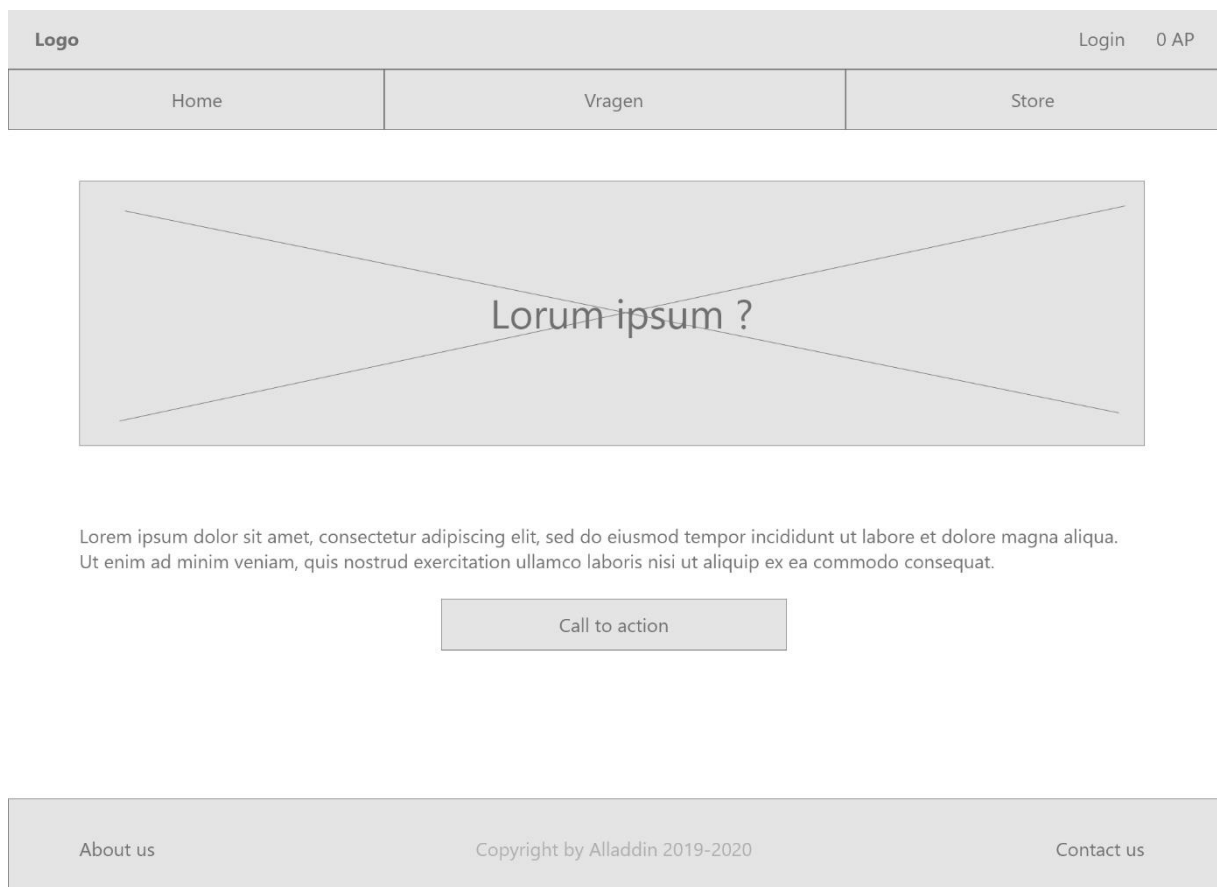
Usability tests

1. Menu niet duidelijk (aangepast en registreer knop weggehaald)
2. Hoofdpagina druk (opgelost met nieuwe styling op hoofdpagina)
3. Je punten worden enkel in de store weergegeven (bij de vragen zelf ook bij gezet)
4. Hoofdfoto was niet duidelijk (Andere foto gemaakt en vervangen)
5. Geen frontend database besturing (Admin frontend besturing aangemaakt)
6. Geen pagina voor partners (Partner frontend pagina aangemaakt, partners hebben eigen frontend besturing)
7. Vragen zijn niet uitgebreid genoeg (Partners kunnen nu questionnaires maken en laten invullen)

Technische documentatie

Wireframes:

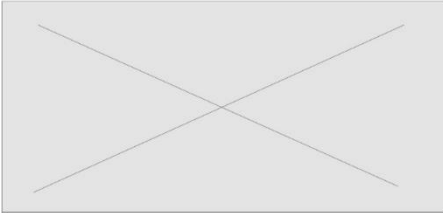
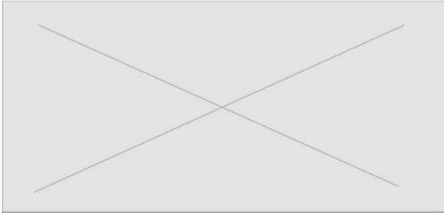
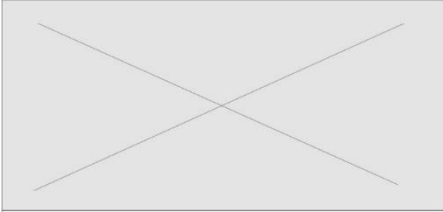
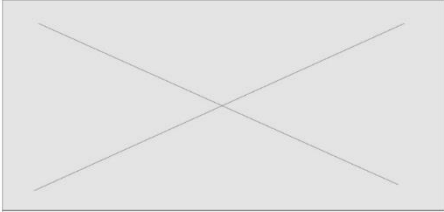
Home



Keuze pagina

Logo		Login 0 AP	
Home	Vragen	Store	
Lorum ipsum?		OF	Lorum ipsum?
About us		Copyright by Alladdin 2019-2020	
		Contact us	

Store

Logo			Login 0 AP		
Home		Vragen		Store	
					
Lorum ipsum		00 AP		Lorum ipsum	
					
Lorum ipsum		00 AP		Lorum ipsum	
About us		Copyright by Alladdin 2019-2020		Contact us	

Technologie en architectuur:

Ik heb gebruik gemaakt van [Wordpress](#) en heb het grootste deel van de code geschreven in mijn persoonlijke [Alladdin plugin in de plugins folder](#). Ik heb daarnaast ook een [formulier plugin gemaakt om vragenlijsten](#) aan te maken. Naast mijn persoonlijke plugins maak ik gebruik van de [ACF \(Advanced custom fields\) plugin](#).

Google drive link:

[Drive link](#)

Github-link:

<https://github.com/IndyBoss/Alladdin>

Database schema:

Tbl_Questions
<u>ID</u> : Auto-increment, INT
<u>Question</u> : TEXT
<u>Pos</u> : INT
<u>Neg</u> : INT
<u>Category</u> : TEXT

Tbl_Prize
<u>ID</u> : Auto-increment, INT
<u>Name</u> : VARCHAR(20)
<u>Price</u> : INT
<u>Shop</u> : Text

Tbl_Users
<u>ID</u> : Auto-increment, INT
Standaard rijen...
<u>Price points</u> : INT
<u>Last date</u> : DATE
<u>Questions today</u> : TINYINT(1)

Tbl_Forms
<u>ID</u> : Auto-increment, INT
<u>Intro</u> : Text
<u>Data ID</u> : INT
<u>Group ID</u> : INT
<u>Name</u> : VARCHAR(50)
<u>Link</u> : VARCHAR(15)
<u>Date</u> : Current Timestamp

Tbl_Form_Questions
<u>ID</u> : Auto-increment, INT
<u>Form ID</u> : INT
<u>Question</u> : Text
<u>Text</u> : Text
<u>Qtype</u> : Tinyint(4)
<u>Parts</u> : Tinyint(4)

Tbl_Form_Questions_Choice
<u>ID</u> : Auto-increment, INT
<u>Form ID</u> : INT
<u>Question ID</u> : INT
<u>Answer</u> : Text

Tbl_Form_Questions_Multiple
<u>ID</u> : Auto-increment, INT
<u>Form ID</u> : INT
<u>Question ID</u> : INT
<u>Answer</u> : Text

Tbl_Form_Questions_Open
<u>ID</u> : Auto-increment, INT
<u>Form ID</u> : INT
<u>Question ID</u> : INT
<u>Answer</u> : Text

View_Filled_forms
<u>User ID</u> : INT
<u>Form ID</u> : INT

Conclusie

Het is een zeer leuk concept om daarrond een project te maken, dit zou ons dagelijkse surfgedrag zeker kunnen helpen. Daar bovenop is dit ook een uitgelezen kans voor adverteerders om te weten wat werkt. Volgens mij zou dit project in werkelijkheid zeker een succes zijn, mits integratie in de browsers en een smartphone applicatie. Ik denk ook wel dat Bedrijven zouden wel springen voor een kans om gebruikers unaniem te kunnen bevragen voor potentiële projecten.

Uiteindelijk had ik gewenst dat mijn project niet meerdere keren opnieuw is begonnen. Al bij al is het project goed uitgedraaid ook al waren er wel wat problemen in het begin.

Grafisch leun ik sterk op de industrie en voorbeelden van anderen. Hier zouden mijn competenties zeker nog aangesterkt kunnen worden. Daarnaast ben ik op grafisch vlak zeker wel vooruit gegaan. Ik maakte in het begin gebruik van plugins om design makkelijker te maken maar heb dan uiteindelijk gekozen voor een grafische plugin. Deze zorgde voor veel meer vrijheid door aanpassingen in code.

Technisch weet ik van mezelf dat ik zeker de kennis heb om code te schrijven. Mijn moeilijkheden liggen voornamelijk in code op een propere manier opdelen + binnen het framework op de juiste/begeerde manier werken. Ook op dit vlak vind ik dat ik vooruit ben gegaan, ik ben dankzij de ACF plugin op een meer technische manier omgesprongen met mijn code. Daarnaast heb ik alle code ook beter opgedeeld en overzichtelijker gemaakt.

Ik heb zeker veel bijgeleerd en zal deze kennis zeker meenemen naar de toekomst. Ik had me een beetje te hoog ingeschat toen ik op mijn idee terecht kwam. De volledige functionaliteit van advertenties personaliseren lijkt me momenteel nog niet mogelijk. Maar het idee en de functionaliteit die aanwezig is momenteel lijkt me zeker uit te breiden naar het volledige idee met enige browser kennis.

Al bij al weet ik dat web niets voor mij is. Ik was zeer geïnteresseerd in development maar de Web/design industrie is zeker niet voor mij. Ik studeer ondertussen Cyber security en dit lijkt me tot nu toe veel beter te liggen, maar we zullen zien waar de toekomst me brengt.