

2018

Projectdocument

BACKEND INTERFACE OPTIMALISATIE

JONATHAN FEREDÉ

Inhoudsopgave

Inhoudsopgave.....	1
Het bedrijf	2
2. De opdracht.....	3
<i>Opdrachtomschrijving.....</i>	<i>3</i>
<i>Doelen van de opdracht.....</i>	<i>3</i>
<i>Analyse van de opdracht.....</i>	<i>3</i>
<i>Werkzaamheden (scope).....</i>	<i>5</i>
<i>Eisen aan de opdracht</i>	<i>5</i>
M - must haves:	5
S - should haves:	5
C - could haves:.....	5
W - won't haves / would haves.....	5
3. Aanpak	6
<i>Onderzoeksvragen.....</i>	<i>6</i>
<i>Planning.....</i>	<i>7</i>
4. Bijlages	Error! Bookmark not defined.
<i>Bijlage 1) Klikmeting</i>	<i>Error! Bookmark not defined.</i>

HET BEDRIJF

De Finse designer Jukka Setälä ontwierp in 1998 een zitzak zoals geen ander. Fatboy is - zoals veel mensen denken - niet vernoemd naar de stevige vorm van de zitzak, maar naar de artiest Fatboy Slim. Die naam stond op een cd-hoes die Setälä ontving eind jaren negentig en deze gaf hem inspiratie voor de merknaam: Fatboy the Original. De Nederlandse Alex Bergman zag veel potentie in het Finse ontwerp en verwierf in 2003 het alleenrecht op de verkoop.

De afgelopen 15 jaar is er veel gebeurd binnen Fatboy. Hoewel de zitzak ongetwijfeld onze ultieme hero is, is Fatboy veel meer dan alleen maar een zitzak. De collectie is uitgegroeid tot een veelzijdig assortiment van iconische en kwalitatieve producten: van lampen en vloerkleden tot bijzettafels, hangmatten en natuurlijk de Lamzac. Ondertussen is Fatboy the Original verkrijgbaar in zo'n zestig landen. Alle producten zijn ontwikkeld met één doel: ontsnappen aan de dagelijkse routine.

2. DE OPDRACHT

Opdrachtomschrijving

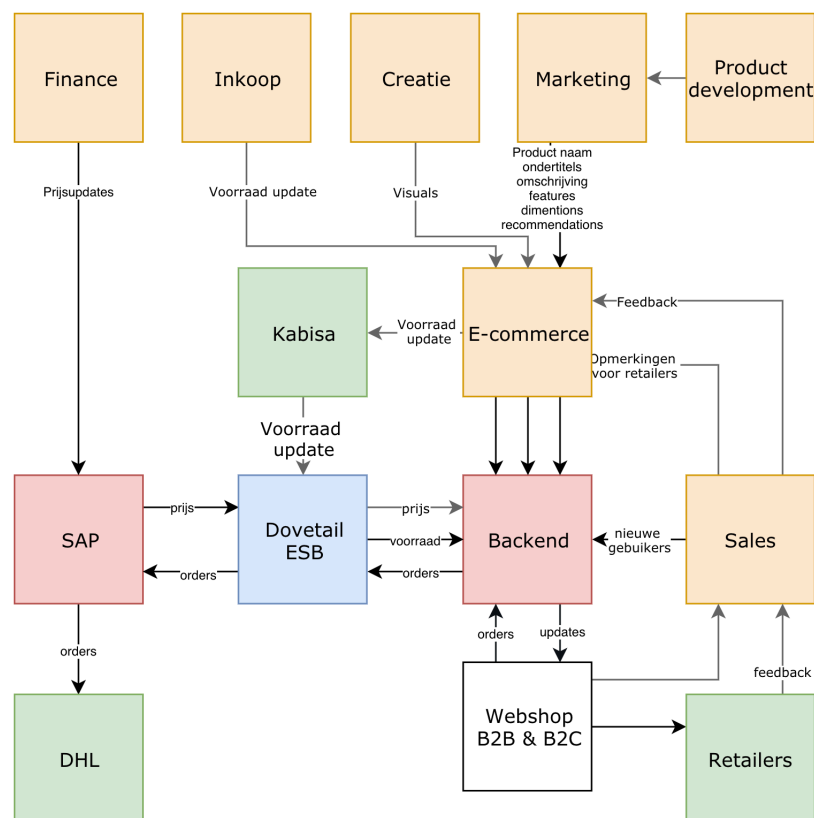
Er moet onderzocht worden hoe de interface van de backend van Fatboy's webshop veranderd moet worden, om de taken die de e-commerceafdeling erin uitvoert gemakkelijker te maken. Het probleem is dat deze applicatie een vervelend bottleneck voor de organisatie is gebleken.

Doelen van de opdracht

Voor 19 april erachter komen hoe de interface van de backend van Fatboy's webshop veranderd moet worden om het werk van e-commerce in de backend makkelijker te maken.

Analyse van de opdracht

Eind 2017 is Fatboy van Magento overgestapt op een op maat gemaakte backend applicatie om de webshop te onderhouden. Deze backend bood meer mogelijkheden dan Meganto toen der tijd deed. De huidige flow van informatie met betrekking tot de webshop verloopt zoals in Figuur 1 is weergegeven.



Figuur 1

Van alle afdelingen binnen Fatboy maken alleen E-commerce en Sales gebruik van de backend. De Sales afdeling maakt 10-15 min per dag gebruik van de backend en geeft aan dat ze vrijwel niets te klagen hebben over de interface. E-commerce daarentegen, moet veel meer informatie in de backend invoeren. Het is belangrijk dat dit snel gebeurt omdat consumenten en retailers erop wachten. Daarnaast heeft het impact op de SEO en SEA. Ze zijn zo veel tijd aan kwijt aan het doorgeven van informatie aan de backend, dat ze minder tijd overhouden andere werkzaamheden zoals adverteren conversie optimalisatie. Dit komt voor een groot deel door de interface van de backend.

Zo moeten overeenkomende eigenschappen van verschillende producten per product, vaak ik acht verschillende talen, handmatig ingevoerd worden. Dit zorgt voor inconsistentie en dus voor onnodig extra werk zoals vertalen en verbeteren. Als alle benodigde content aangeleverd is, kost het e-commerce minimaal 360 kliks om een om een nieuw product op de webshop te krijgen. zie: **Error! Reference source not found.**

Mensen die aangenomen zijn voor bepaalde talenten zijn dus onnodig veel tijd kwijt aan simpel kopieer-en-plak-werk. De frustratie die hierbij vrijkomt zit creativiteit en motivatie in de weg. Het stelt het het indexeren van de nieuwe producten door Google uit, waardoor ze minder goed en snel vindbaar zijn. Kortom, het wordt steeds lastiger om de ecommercedoelen te halen.

Als er niets gedaan wordt, blijft Fatboy dit probleem met zich meeslepen. Hierdoor zal de e-commerce afdeling blijven hangen in standaard werkzaamheden en blijft er minder tijd over om nieuwe ideeën uit te werken die conversieverhogend kunnen werken. Dit betekent dat ze minder flexibel zullen zijn en de ontwikkelingen op gebied van e-commerce niet bij kunnen houden.

De opdracht luidt:

Schrijf een rapport dat aan de hand van uitgewerkte POC's en visualisaties adviseert en demonstreert aan zowel Fatboy als Kabisa hoe de interface van de backend van Fatboy's webshop verbeterd kan worden, zodat e-commerce medewerkers van Fatboy sneller en gemakkelijker hun dagelijkse werk kunnen doen en zodat Kabisa een specifieke kostenindicatie van de uit te voeren aanpassingen kan maken.

Werkzaamheden (scope)

Dit onderzoek heeft alleen betrekking op de werkzaamheden van de e-commerceafdeling omdat de salesafdeling geen klachten heeft en er verder niemand anders binnen Fatboy mee hoeft te werken. De oplossingen die voor de werkzaamheden van e-commerce bedacht worden kunnen eventueel ook voor sales ingezet worden.

Er zal gezocht worden naar problemen in de huidige interface. Voor deze problemen zullen oplossingen gezocht, bedacht en getest gaan worden. Alle oplossingen worden voorzien van een visuele uitwerking en voor de meest technische oplossingen zal een POC gemaakt worden. Er zal een kostenindicatie van Kabisa aan het adviesrapport worden toegevoegd.

Eisen aan de opdracht

M - must have:

- Het adviesrapport legt aan de hand van werkende POC's hoe de grootste veranderingen moeten werken, zodat Kabisa een realistische kostenindicatie kan maken.
- Het adviesrapport behandelt naast alle grote oplossingen ook een lijst met 'easy fixes'.
- Het adviesrapport toont bij alle adviezen een kostenindicatie van Kabisa
- Het adviesrapport onderbouwt alle adviezen en verwijst hierbij naar de bijbehorende onderzoeksdocumenten.

S - should have:

- Elk advies wordt vanuit meerdere invalshoeken onderbouwd.

C - could have:

- Het adviesrapport behandelt ook adviezen die niet per se efficiëntie verhogen, maar de interface gebruiksvriendelijker maken.

W - won't have / would have

- Het adviesrapport behandelt mogelijke integraties met andere software waardoor taken geautomatiseerd kunnen worden.
- Het advies houdt rekening met de serverside van de backend

3. AANPAK

Er zal gebruik gemaakt worden van de Scrummethode. Dit omdat deze methode goed werkt voor een project waarbij het ontwerpproces het merendeel van de tijd in beslag gaat nemen. In de scrummethode is ruimte voor iteratie.

Er zal eerst veel inzicht verkregen moeten worden m.b.t. de context van de applicatie. Denk aan andere informatiesystemen, gebruikers, usecases ed. Daarom staan de eerste weken in het teken van veldonderzoek. Op basis van dit onderzoek kan een ranglijst gemaakt worden op basis van hoeveel tijd er mee bespaard kan worden van alle verbeterpunten

De volgende fase is voor het in kaart brengen van de workflow van de handelingen die e-commerce in de backend verricht. Aan het eind van deze fase kunnen alle problemen met de huidige interface aangewezen worden en gerangschikt worden op prioriteit.

Hierop volgt de ontwerpfase waar er oplossingen gezocht, bedacht en getest gaan worden. Deze fase bestaat uit vijf sprints van elk twee weken. Aan het eind van elke sprint zal er een sprintdemo gegeven worden om de verkregen resultaten te presenteren en feedback te ontvangen.

Alle adviezen zullen worden gepresenteerd aan Kabisa met behulp van de POC's en visualisaties, zodat er een goede kostenindicatie gemaakt kan worden. Wanneer de verwachte kosten zijn opgenomen in het adviesrapport zal deze vervolgens binnen Fatboy gepresenteerd worden.

Onderzoeksvragen

1. Hoe moet de interface van de backend van Fatboy's webshop veranderd worden om de taken die de e-commerceafdeling erin uitvoert makkelijker te maken?
 - a. Hoe maakt de huidige interface de taken die de e-commerceafdeling erin uitvoert moeilijk?
 - i. Hoe ziet de workflow eruit van de taken die de e-commerceafdeling doet in de backend? (**veld**)
 - b. Hoe kunnen bestaande oplossingen gebruikt worden om de taken die e-commerceafdeling uitvoert makkelijker te maken?
 - i. Welke bestaande oplossingen zijn er? (**bieb**)
 - ii. Hoe kunnen deze gerealiseerd worden? (**werkplaats**)
 - iii. Maken deze oplossingen de taken die de e-commerceafdeling uitvoert makkelijker? (**lab**)

Planning

	Wk.		Sprint	Bijzonderheden	Fase
nov					
	1	12 nov - 16 nov			Orientatiefase
	2	19 nov - 23 nov			
	3	26 nov - 30 nov			
dec	4	3 dec - 7 dec		1 ^e bedrijfsbezoek?	Planfase
	5	10 dec - 14 dec		Onderzoek naar gebruikers is klaar P.I.D. (Project Initiatie Document) goed gekeurd	
	6	17 dec - 21 dec		Plan van aanpak (welke verbeteringen hebben prioriteit?)	
	7	24 dec - 28 dec		Kerstvakantie	
jan	8	31 dec - 4 jan		Kerstvakantie	
	9	7 jan - 11 jan	1	Onderzoek naar hoe het invoeren en bewerken van tekst-invoervelden beter kan Meerdere invoervelden tegelijkertijd kopiëren vanuit Excel Mogelijkheid om invoerveld op te spitsen in meerdere variabelen (naam-sequence)	Ontwerp & Realisatie fase
	10	14 jan - 18 jan		Sprint demo 1	
	11	21 jan - 25 jan	2	Student zal voor één dag terug naar school gaan voor een tussentijdse presentatie (week 10). Onderzoek hoe templates gebruikt kunnen worden	
	12	28 jan - 1 feb		Sprint demo 2	
feb	13	4 feb - 8 feb	3	Onderzoek naar betere manier om media te selecteren	
	14	11 feb - 15 feb		Sprint demo 3	
	15	18 feb - 22 feb	4	Onderzoek naar de mogelijkheden van het bewerken van meerdere producten, hoofdproducten of pagina's	
	16	25 feb - 1 maa		Sprint demo 4	
maa	17	4 maa - 8 maa	5	Onderzoek naar verbetering workflow en navigatie + nieuwe inzichten en ideeën. Uitwerken van POC's en adviesrapport	Afronden onderzoek en eindproduct
	18	11 maa - 15 maa		Sprint demo 5	
	19	18 maa - 22 maa		2 ^e bedrijfsbezoek + presentatie van eindproduct	Afronden eindproduct
	20	25 maa - 29 maa			
apr	21	1 apr - 5 apr		Oplevering eindproduct	Afstudeerfase
	22	8 apr - 14 apr			

Commented [MOU1]: Komt niet helemaal overeen.

Week 10 (Depending on your profile or special shows progress and receives feedback. This can be done by the 1st and 2nd assessor, and fellow students giving feedback during a 1 to 1 conversation between graduate and supervisor.

Week 5-17: Review and feedback on your thesis portfolio. (formative review).

Week 17: Submission of your [thesis or portfolio](#)

Week 18: 2nd company visit. The aim is that the supervisor tune their preliminary assessment. In this week you practice your [presentation](#). (Formative review)

Week 19 or 20: [Graduation session](#). Summative assessment by external expert and company supervisor. The final assessment.

	23	17 apr - 19 apr		<ul style="list-style-type: none"> Portfolio/ thesis inleveren 	
	x			<ul style="list-style-type: none"> Afstudeerzitting 	