

Omschrijving Glaszetter: Sjonnie Janssen

Glaszetter Jansen wil een **eenvoudige, duidelijke website** waarmee klanten zélf hun glas kunnen bestellen. Bezoekers vullen **hoogte, breedte en type glas** in en zien **direct een richtprijs** verschijnen, zodat ze niet hoeven te bellen voor een indicatie. Als ze akkoord zijn met de aanvraag kiezen ze een **datum en tijd** voor **opmeten of levering** en laten ze hun **contactgegevens** achter; daarna krijgen ze een **bevestiging per e-mail** met de belangrijkste punten overzichtelijk bij elkaar. In het formulier staat een **korte toelichting** (bijv. “maten in millimeters”) en is er ruimte voor een **opmerking** zoals “schuine kant” of “moeilijk bereikbare locatie”. Klanten hoeven geen account te maken; wie wil kan de aanvraag later terugvinden via een **link in de e-mail**.

Aan de achterkant bekijkt de **afdeling Verkoop** elke nieuwe aanvraag en **controleert** of de gegevens logisch zijn. Als iets niet klopt (bijvoorbeeld onmogelijke maten) kan Verkoop de klant **terugkoppelen** met een korte toelichting. Gaat het wél goed, dan **keuren** ze de aanvraag **goed** en **zetten** ze de **bestelling door** naar de **glasfabriek**. In drukke perioden (zoals in het voorjaar) **lopen tijdsloten snel vol** en maakt Verkoop soms een **alternatief voorstel** voor datum of route, zodat de planning efficiënt blijft. Klanten ontvangen bij elke wijziging een **korte update per e-mail**, zodat ze weten waar ze aan toe zijn.

Jansen wil in **één oogopslag** zien wat er allemaal speelt: **lopende bestellingen**, geplande **meet- en plaatsingsafspraken**, en eventuele **klantenreacties** die extra aandacht vragen. Hij gebruikt dit overzicht om – indien nodig – **bij te sturen** of capaciteit bij te plannen. Op de website zelf komt daarom ook **basisinformatie** voor klanten: een korte uitleg over het **proces** (aanvraag → opmeten → bestellen → plaatsen), een aantal **veelgestelde vragen** (bijvoorbeeld: “Hoe bereid ik de meetafpraak voor?”) en praktische **contactinformatie** voor wie er niet uitkomt.

De website moet **vlot reageren**: terwijl iemand maten of glastype invult, wordt de **prijs snel bijgewerkt** en blijven de velden **duidelijk en toegankelijk** (bijvoorbeeld met labels en toetsenbordnavigatie). Veel bezoekers gebruiken hun **telefoon**, dus de pagina’s werken **goed op mobiel** en de meestgebruikte browsers. Formulieren geven **heldere foutmeldingen** (bijv. “gebruik mm”) en voorkomen dubbele inzendingen. De **toon** is vriendelijk en vertrouwenwekkend; mensen moeten met een gerust gevoel een aanvraag kunnen doen.

Persoonsgegevens worden **zorgvuldig en veilig** verwerkt volgens de **privacyregels**, zodat klanten gerust hun gegevens kunnen achterlaten.

Jansen **levert zelf de prijslijst** en de **types glas** aan die de calculator gebruikt, inclusief eventuele toeslagen (bijv. voor bijzondere vormen of spoed). Het is handig als deze prijzen **regelmatig bijgewerkt** kunnen worden zonder dat daar steeds een ontwikkelaar voor nodig is. Verder geeft Jansen aan **welke dagen en tijden** er afspraken gepland mogen worden en

welk **werkgebied** hij hanteert, zodat klanten geen momenten kiezen waarop er toch geen monteurs beschikbaar zijn. Voor vragen of wijzigingen blijft er altijd een **menselijk aanspreekpunt** beschikbaar via e-mail of telefoon; de website is bedoeld om **te ontlasten**, niet om het persoonlijke contact over te nemen.