

Wasserette de Amsterdammer

Arnout van Dael, Joost Verkaik, Mehran Aghazadeh, Jim Lemmers

March 1, 2015

1 Concept

Een wasserette zou veel gemak kunnen bieden voor haar klanten. Met een ophaal en afhaal service kom is het toegankelijk voor mensen met een druk leven. Een fietsen service biedt ruimte om de tijd bij de wasserette productiever te maken. De mogelijkheid om te sparen zorgt voor klantenbinding. Met een zakelijke wasservice worden beide markten bespeeld. Dit zorgt voor een betere spreiding van de markt.

Alle afspraken kunnen digitaal gemaakt worden, met push-notificaties is het mogelijk om updates aan de klant te versturen. Het is ook mogelijk om herhaaldelijke afspraken in te plannen. Op de site is het mogelijk om de beschikbaarheid van de wasmachines te bekijken. Dit voorkomt onnodige teleurstelling.

Met Google Calendar integratie is het makkelijk om een breed spectrum aan apparaten te ondersteunen. De op te laden waskaart zorgt voor een gemakkelijke betaal ervaring. Deze kaart is op te laden via de website. Betalen gebeurt via nfc. Door het gebruik van de waskaart worden ook package-deals mogelijk bij andere winkels in de buurt. Deze zijn te bereiken met de te gratis te gebruiken fietsen.

Door te kijken door de ogen van verschillende persona's die van deze dienst gebruik zouden maken zijn er functionaliteits besluiten genomen. Aan de hand van user stories zijn er een aantal situaties overwogen. Deze hebben ertoe geleid dat er gekozen is om bepaalde diensten aan te bieden aan de klanten.

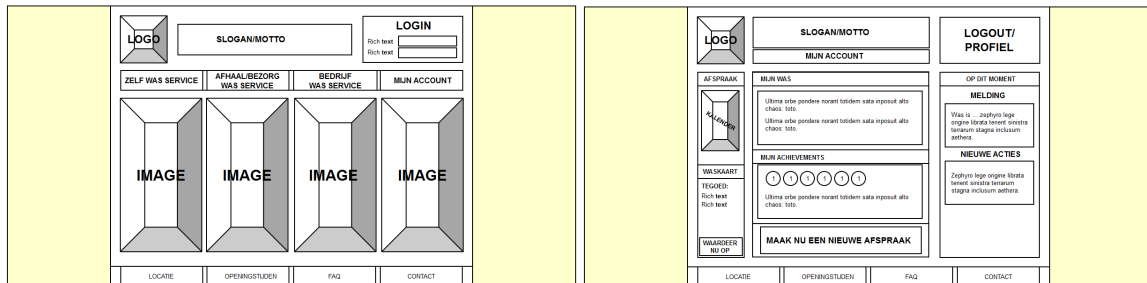
2 Interactie Ontwerp

Bovenaan de site heb je het logo, de slogan/motto van het bedrijf en rechts bovenin de plek waar je in kunt loggen. Daaronder staan de hoofdopties van de site met daaronder bijbehorende afbeeldingen. Daar kan gekozen worden uit vier hoofdmogelijkheden:

1. Zelf was service. Hier kunnen personen kijken die alleen hun eigen kleren willen wassen en kijken wanneer dit kan, hoeveel dit kost, etc.. Alleen maar informatie voor de simpele wasser.
2. Afhaal/bezorg was service. Hier kunnen de personen die geen tijd hebben om zelf langs te gaan heen gaan. Hier staan voor die categorie de informatie, tijden, prijzen, etc..
3. Bedrijf was service. Hier staat informatie voor de bedrijven die veel was hebben en dit extern gewassen willen hebben.
4. Mijn account. Hier kunnen mensen die nog geen account hebben lezen hoe alles werkt, wat de waskaart is en andere informatie over lidmaatschappen. Daar kan ook weer ingelogd worden. Als je rechts bovenin inlogt ga je in n keer naar het account scherm.

Onderin de footer staan ook belangrijke maar niet meest bezochte informatie, de locatie(s), openingstijden, veel gestelde vragen en contact.

Op het mijn account scherm (nadat er ingelogd is) zie je bovenin hetzelfde, alleen kan je nu bij de login uitloggen en profiel informatie vinden. Links staan je afspraken en kalender voor eenvoudiger overzicht. Daar onder het tegoed dat je nog op je waskaart hebt en daaronder een knop om op te waarderen. In het midden van het scherm staat mijn was, hier staat waar je was op dat moment is en of het klaar of nog bezig is. Er staat in tekst wanneer je afspraak is en of je het haalt/brengt of dat het opgehaalt/bezorgt wordt. Daaronder achievements, om het leuk en hip te maken kun je achievements vrijspelen. Helemaal onderaan staat een grote knop om een nieuwe afspraak te maken. Rechts in het scherm staat op dit moment dit zijn recente meldingen, zoals bijvoorbeeld verandering van openingstijden, of nieuwe wassette opening. Ook komen hier nieuwe acties en andere nieuwtjes, voor de rest is de footer hetzelfde.

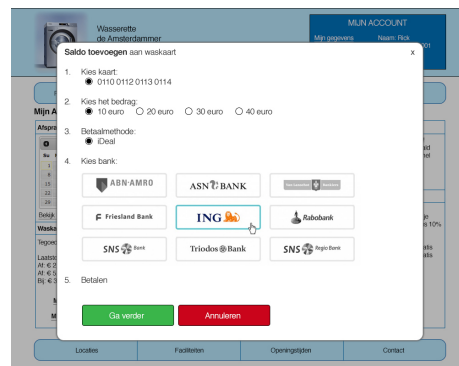
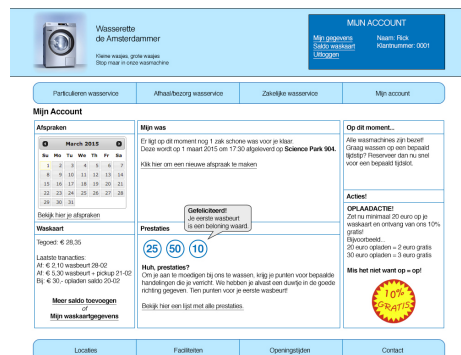
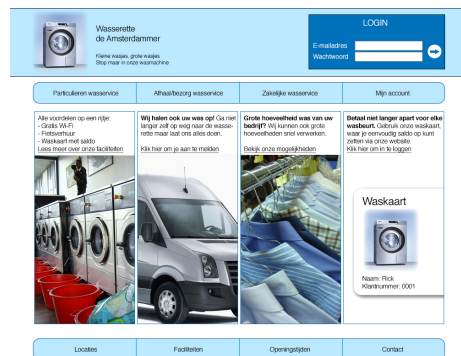


3 Visual Design

Voor het grafisch ontwerp van de website hebben we gekozen voor veel blauw met wit. We vonden het belangrijk dat de website er fris uitzag en daarom hebben we voor een lichte kleur blauw gekozen. Op de voorpagina hebben we een indeling gemaakt met de 4 belangrijkste zaken. Er kan hier doorgeklikt worden naar informatie over bijvoorbeeld het zelf wegbrengen van de was, maar ook de pickup and return service of de zakelijke kant. Via de knop Mijn Account kan inzicht gekregen worden over bijvoorbeeld het saldo.

De informatiepagnas zijn vergelijkbaar met de homepage, alleen staat er dan simpelweg tekst in plaats van deze 4 kolommen. Bovenin op elke pagina is de mogelijkheid om in te loggen of door te klikken naar het registratieformulier. Op de Mijn Account pagina kan een kalender gezien worden met gemaakte afspraken. Ook kan het saldo ingezien worden indien de gebruiker een waskaart heeft. Verder is de washistorie in te zien en ook prestaties, die we hebben toegevoegd om de gebruiker te motiveren om extra te wassen om zo gratis wasbeurten te verdienen. Verder is er een kopje met mededelingen en acties, met een felgele knop erbij zodat deze extra opvalt.

Met een druk op de knop opent er een modal box waarmee het saldo op de kaart opgewaardeerd kan worden. Alle opties worden in n overzicht weergegeven, waarna de gebruiker doorgestuurd wordt naar de betaalprovider. Hier heeft het grafisch ontwerp dus verder niets mee te maken. Ook het maken van afspraken verloopt via een externe partij, namelijk Google Agenda/Calendar.



4 Technisch ontwerp

De nieuwe site moet het nieuwe communicatie portaal worden met klanten. Klanten die voor de eerste keer op de site komen moeten snel leren om met de site te werken. Zij moeten voort en vlug een account kunnen maken en een afspraak.

Om een afspraak met klanten te maken hebben we gekozen voor Google Agenda die we beschikbaar stellen. Met deze agenda kunnen de klanten een afspraak maken voor het ophalen en wegbrengen van hun was. Op het moment dat de was klaar ligt kan via hetzelfde systeem een email naar klant worden gestuurd. De klant kan wederom online een afspraak maken om de was te gaan ophalen of laten bezorgen.

Elke klant kan in de zaak of online een profiel van zichzelf maken. Van deze profielen en van email verkeer die is ontstaan kan een database worden gemaakt die later kan dienen als bron om leuke acties naar klanten te sturen. Deze database wordt in de Cloud servers of een SQL server bijgehouden. Met PHP wordt data vanuit de database gehaald en gewijzigd. Op basis van gegevens van de klant worden er een plastic smartcard met tegoed erop gemaakt. Deze kaartjes worden met twee gegevens gemaakt. De ene gegeven is de klant nummer en andere het tegoed zodat deze niet vervalst kunnen worden. Er zijn genoeg bedrijven die dit kaartsysteem kunnen leveren. Hier zouden we geen problemen tegen kunnen komen. Hieronder een lijst van bedrijven in Nederland die deze smartcard oplossingen aanbieden.

- ACI Worldwide B.V.
- Magna Carta Chipcard Technology B.V.
- ScreenCheck International B.V.

Aangezien deze wasserette geen internationale klanten via de website kan aantrekken willen we geen internationaal betaal systemen zoals Visa card of Mastercard aanbieden. Op nationaal niveau is iDEAL de meest gangbare betaalmethode in Nederlandse betaal cultuur. Bijna alle banken zijn aangesloten op het netwerk van iDEAL. Met iDEAL-protocol zorgen we voor een gegarandeerde overboeking van de bankrekening van de klant naar de bankrekening van wasserette. We gaan het protocol in de website implementeren. De bank biedt ons als zakelijk klanten de mogelijkheid om iDEAL in het internetkassa te integreren. Dit proces wordt door de bank verder toegelicht. Alles bij elkaar kunnen we geen softwarematig problemen bedenken waarvan wij denken dat het niet op te lossen is.