

Productbiografie

Nicole de Haan

Link naar notion: <https://www.notion.so/BD-productbiografie-d05fbdc17cc4486f9f95d4a72dc1e35e>

Link naar prototype: <https://xd.adobe.com/view/0a6955a1-584f-4a24-95fa-5bd6467b57c1-5f3a/>



BD productbiografie

Case Fast Fashion - Nicole de Haan

Mijn motivatie voor dit project is dat ik van mijzelf weet dat ik schuldig ben aan Fast Fashion en me hierdoor meer wil verdiepen in dit onderwerp. Verder hoop ik tot een mooie oplossing te komen die ook voor mij wellicht tot gedragsverandering kan leiden! Maar voornamelijk om tot een mooie oplossing te komen die andere helpt om de overstap te maken naar duurzame kleding.

Weken



Het productbiografie is opgedeeld per week. Hierin staat wekelijks wat ik heb gedaan, wat neem ik mee naar volgende week (conclusies), gemaakte ontwerpkeuzes en de vervolgstappen.

Week 1

Deze week hebben wij als groep zijnde nog gekeken naar de proof of concept. Omdat Niels en Iris een andere richting op wilde gaan dan Kelsey en mij heb ik deze opdracht met Kelsey uitgewerkt. Verder heb ik aan Design Argumentation gewerkt.



1.1 Proof of concept (Kelsey en Nicole)

⌚ 1.2 Interaction and Visualisation - flowchart

➡ soon 1.3 Reflectie/Conclusies/Vervolgstappen

Week 2

In week 2 heb ik de proof of concept besproken met de coaches. Verder heb ik met hen mijn richting besproken en ben ik bezig geweest met Interaction and visualisation, de look and feel van mijn concept. Ik ben ga na denken over de trigger om naar mijn site te komen en heb mijn concept opnieuw uitgelegd.

?

2.1 Feedback Coaching gesprek

⌚

2.2 Interaction and Visualisation - look and feel

💡

2.3 Nieuw concept

➡

2.4 Reflectie/Conclusies/Ontwerpkeuzes/Vervolgstappen

Week 3

In week 3 heb ik met mijn coach gesproken over de vervolgstappen en ben ik mijn schermen gaan ontwerpen. Verder heb ik gekeken naar hoe Instagram advertenties precies werken, wat kost dit, wat zijn de voordelen etc.

?

3.1 Feedback Coaching gesprek

👩

3.2 Waarom Instagram adverteren?

⌚

3.3 Interaction and Visualisation - schermontwerpen

➡

3.4 Reflectie/Conclusies/Ontwerpkeuzes/Vervolgstappen

Week 4

In week 4 heb ik mijn schermen verbeterd adhv de feedback, zoals de schermen overzichtelijker maken en knoppen naar voren laten komen dmv kleur, ipv alles dezelfde kleur geven. Verder heb ik gekeken naar hoeveel ik iets moet herhalen voordat het onthouden wordt.

 [4.1 Feedback Coaching gesprek](#)

 [4.2 Waarom herhalen/hoevaak herhalen?](#)

 [4.3 Interaction and Visualisation - schermontwerpen fine tunen](#)

 [4.4 Reflectie/Conclusies/Ontwerpkeuzes/Vervolgstappen](#)

Week 5

Deze week heb ik gewerkt aan de oplevering voor Interaction and Visualisation (deeltoets 1). Verder heb ik voor het eerst feedback gekregen op mijn schermen van de docent (en medestudenten) Detailed Design. De site Fair Fashion verkoopt kleding van bestaande duurzame kledingwinkels, ik heb onderzoek gedaan naar voordelen voor bedrijven om via Fair Fashion hun kleding te verkopen.

 [5.1 Feedback Coaching gesprek](#)

 [5.2 Waarom zouden bedrijven via Fair Fashion moeten verkopen?](#)

 [5.3 Interaction and Visualisation - Deeltoets 1](#)

 [5.4 Detailed Design - Feedback](#)

 [5.5 Reflectie/Conclusies/Ontwerpkeuzes/Vervolgstappen](#)

Week 6/7 (kerstvakantie)

In week 6/7 ben ik mijn prototype (app) gaan testen met de doelgroep.

Uiteindelijk is het de bedoeling dat mijn oplossing voor gedragsverandering zal zorgen (hier ga ik later nog uitgebreid onderzoek naar doen). Voor nu wil ik erachter hoe de doelgroep de app ervaart (wat vinden zij ervan?).

 [6/7.1 Usability test](#)

 [6/7.2 Reflectie/Conclusies/Ontwerpkeuzes/Vervolgstappen](#)

Week 8

In week 8 ben ik de uitkomsten van de usability test gaan verwerken. Ik ben dus gaan nadenken over de inzichten die ik heb gekregen en heb adhv dit ontwerpkeuzes moeten maken hoe ik bepaalde dingen ga weergeven. Verder heb ik gekeken naar de voor- en nadelen van de gebruiker op mijn site laten betalen.

 [8.1 Feedback Coaching gesprek](#)

 [8.2 Gemaakte ontwerpkeuzes adhv usability test](#)

 [8.3 Waarom ik de gebruiker doorstuur en niet op mijn site laat betalen?](#)

 [8.4 Detailed Design - Feedback](#)

 [8.5 Interaction and Visualisation - Feedback](#)

 [8.6 Reflectie/Conclusies/Ontwerpkeuzes/Vervolgstappen](#)

Week 9

In de laatste week van het project heb ik onderzoek gedaan naar of er daadwerkelijk gedragsverandering plaatsvind bij de gebruikers in mijn oplossing. Verder heb ik beschreven van welke persuasion principles ik gebruik heb gemaakt in mijn concept. Ik heb deze week van alle vakken feedback gekregen en de eindoplevering gemaakt.

 [9.1 Feedback Coaching gesprek](#)

 [9.2 Detailed Design - Feedback](#)

 [9.3 Detailed Design - Oplevering](#)

 [9.4 Interaction and Visualisation - Feedback](#)

 [9.5 Interaction and Visualisation - Oplevering](#)

 9.6 Cialdini persuasion principles

 9.7 Gedragsverandering testen

 9.8 Prototype

 9.9 Reflectie/Conclusies/Ontwerpkeuzes/Vervolgstappen
soon



1.1 Proof of concept (Kelsey en Nicole)



Dit is uitgewerkt door **Nicole** en **Kelsey**

In week 10 is de proof of concept uitgevoerd.

Voordat wij ons concept daadwerkelijk gaan uitwerken is er een methode om te achterhalen of het aansluit bij onze doelgroep of onze aannames wel kloppen.

Hoe kunnen we ons doel het beste aanpakken?



Strategy

Hoe kunnen we ons doel het beste aanpakken? Wat gaan we doen en hoe verhoudt dit zich tot onze strategie?

Intervention

Testen

-  Test 1: Mensen vinden dingen leuk die wij aanbevelen
-  Test 2: Mensen vinden dingen leuk die influencers aanbevelen
-  Test 3: Mensen doen dingen die wij/ influencers aanbevelen

Conclusies

- Alle vriendinnen vonden het kledingstuk leuk. Niemand gaf een negatieve reactie. Wat we nog wel in twijfel kunnen trekken is het feit dat ze het kledingstuk leuk vinden omdat wij het hebben gestuurd en dus wel leuk zal zijn of zouden ze het kledingstuk ook echt leuk hebben gevonden wanneer zij foto 2 zelf tegen zouden komen.
- Wij gaan er vanuit dat zij het leuk vinden doordat een vriendin (wij dus) het kledingstuk heeft doorgestuurd. Als wij het doorsturen is het leuk.
- Daarnaast gaan wij er vanuit dat teksten zoals 'populariteit' en 'gewild' bij een kledingstuk zorgen voor positieve reacties. Want de 2 die foto 1 toegestuurd kregen geven een positievere reactie dan de 2 die foto 2 toegestuurd kregen.
- De meerderheid vind het kledingstuk leuker toen een influencer het aanhad (2 van de 3 mensen). Wat wij nog wel in twijfel kunnen nemen is dat het komt omdat een influencer het aanheeft? Of ligt het eraan dat zij nu überhaupt een beeld hebben gekregen hoe het kan staan bij iemand?
- Deze test is maar met 3 personen uitgevoerd. Is dat genoeg om te zeggen dat het werkt als een influencer het aanheeft omdat de meerderheid dit aangaf?
- Kunnen we zeggen dat onze vrienden alles van een modieuze influencer leuk vinden? Of toevallig alleen deze trui, omdat wij wisten dat zij deze leuk

zouden vinden...

- Onze vrienden nemen ook van ons dingen aan, wij kunnen dus onze vrienden ook iets aanraden! Is dit zo omdat het goede vrienden van ons zijn? Zou dit nog hetzelfde zijn bij kennissen?



1.2 Interaction and Visualisation - flowchart

Bij interaction and Visualisation heb ik toegewerkt in de eerste week naar een flowchart van mijn concept.

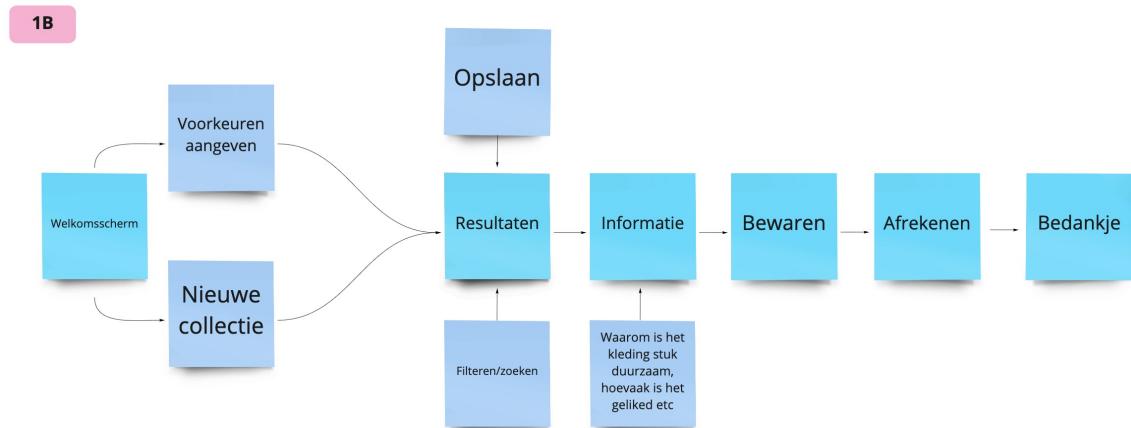
Wat heb ik hieraan gehad?

Ik heb nu in 1 overzicht mijn hele app. Hierdoor zie ik snel wat er nog mist en of de flow goed loopt of niet. Verder weet ik nu dat ik nog moet gaan nadenken over de trigger hoe die de gebruiker naar mijn app "lokt".

Proces

Om tot een flowchart te komen ben ik als eerste gaan kijken naar alle stappen die de gebruiker neemt als hij/zij op mijn website zit. Vervolgens ben ik dit in chronologische volgorde gaan plaatsen en heb ik gekeken hoe de flow ongeveer zal gaan lopen en wat zij op dat scherm kunnen doen. Hieronder vind je dus het proces dat mijn gebruiker doorloopt.

1A									
1. De gebruiker opent de website	2. De gebruiker ziet populaire kleding en nieuwe collectie	3. De gebruiker vult zijn/haar kleding voorkeuren in (Winkels, stijl)	4. De gebruiker bekijkt alle resultaten	5. De gebruiker kan kledingstukken die hij/zij leuk vind opslaan om later te bekijken	6. De gebruiker filtert op bijvoorbeeld prijs, kleur, maat etc.	7. De gebruiker bekijkt een kleding stuk en leest informatie over waarom het duurzaam is en hoevaak het gekocht/geliked is	8. De gebruiker slaat alles op, zodat hij dit later nog een keer kan bekijken	9. De gebruiker rekent de kleding af	10. De gebruiker krijgt een bedankje en ziet de voordelen van dat hij/zij iets duurzaams heeft gekocht
Openen	Aanbevolen	Voorkeuren	Resultaten	Opslaan	Filteren	Informatie	Bewaren	Afrekenen	Bedankje



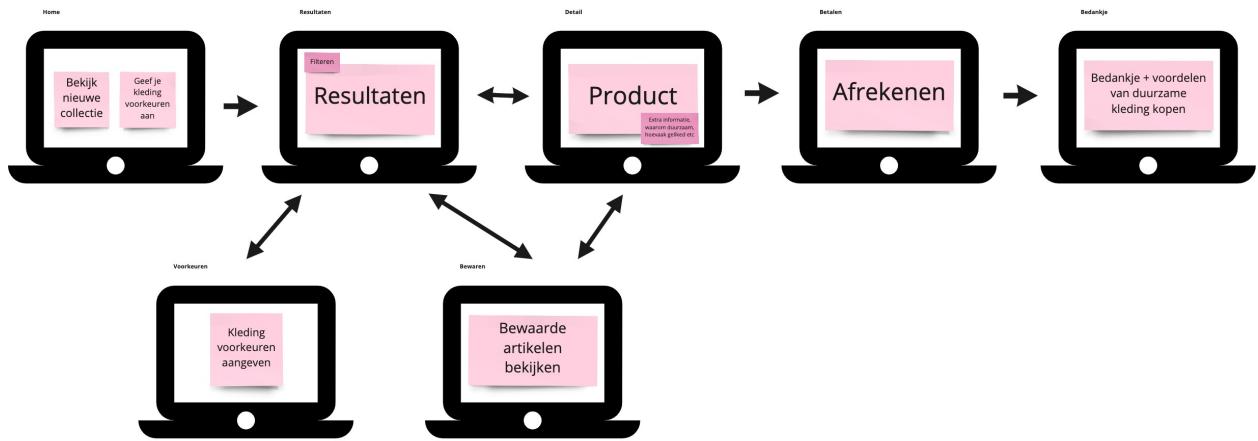
Vervolgens ben ik dit in schermen gaan verwerken watje per scherm ongeveer ziet en kan doen (dit is nog heel minimaal uitgewerkt).

1C & 1D

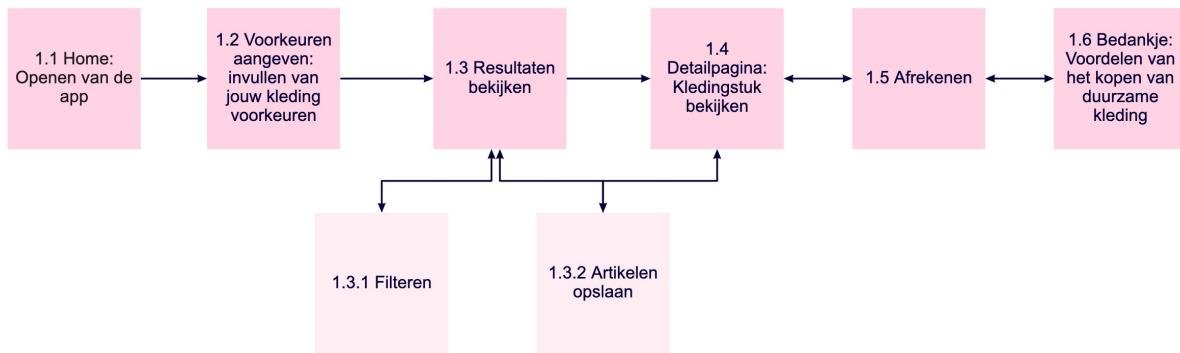


Om tot een flowchart te komen heb ik de schermen op volgorde gezet en vanuit welke schermen je waar naartoe kunt gaan.

1E



Als laatste stap heb ik dit verwerkt tot een flowchart.



Feedback van de docent

- Bart Schoenmakers gaf aan dat wij (Niels, Iris, Kelsey en ik) iets meer moesten afwijken qua concepten. Hij gaf als tips denk na over een plug in? Of een shopping assistent.
- Ik moest nadenken over de trigger die de gebruiker tot de site leidt, omdat ik er al uit was dat ik niet verder wilde met de influencers als trigger (omdat ik tijdens de proof of concept erachter kwam dat het ook via vrienden kan gaan), maar wat is mijn trigger dan precies?

Mijn vervolgstappen

- Ik wil een trigger gaan bedenken voor mijn gebruiker om op mijn site te komen
- Ik wil nadat ik mijn concept heb aangepast/aangescherpt een nieuwe flowchart maken



SOON

1.3

Reflectie/Conclusies/Vervolgstappen

Reflectie

Deze week heb ik samen met Kelsey mijn proof of concept afgerond. Hieruit heb ik veel nieuwe inzichten gekregen, voornamelijk over hoe ik de doelgroep kan aanspreken/bereiken. Verder heb ik deze week een flowchart gemaakt van mijn concept. Hierdoor heb ik nu een handig overzicht van mijn app.

Conclusies

Deze week heb ik kunnen achterhalen hoe ik de doelgroep kan bereiken om actie te ondernemen om naar mijn app te komen. Dit hoeft namelijk helemaal niet met influencers, maar kan veel gemakkelijker. Dit kan namelijk ook via vrienden gaan. Vrienden nemen adviezen van elkaar aan en staan ervoor open, zij worden nieuwsgierig als je zegt dat je een leuke kledingsite heb gevonden. Dit neemt niet weg dat influencers wel invloed hebben op de doelgroep, over het algemeen vinden mensen dingen wel leuk als ze zien dat een influencer het aanheeft (3 van de 4 mensen). Hierbij ligt het er wel aan welke influencer dat is. Verder ben ik erachter gekomen dat de gebruiker vind het fijn als er wordt aangegeven hoeveel iets is geliked/laten zien hoe populair iets is (omdat dit een drempel voor hen was om duurzame kleding te kopen, omdat ze denken dat het niet mooi en trendy is).

Ontwerpkeuzes

- In het oude concept maakte wij gebruik van de voice technologie. Ik heb besloten om dit weg te laten in mijn concept, omdat dit niet veel toegevoegde waarde heeft om voor de gebruiker het doel te halen (duurzame kleding kopen).

- Door de proof of concept ben ik erachter gekomen dat ik geen influencer nodig heb om de gebruiker naar de app te lokken en de app bekend te maken. Ik ben erachter gekomen dat het ook doormiddel van vrienden kan, zij raden namelijk elkaar dingen aan. Ik heb dus besloten om niet verder te gaan met influencer, omdat het veel simpeler en persoonlijker kon.
- Gebruikers vinden het belangrijk om te zien wat andere vinden (zij willen social proof), ik besloten om dit er dus wel in te laten maar niet meer doormiddel van influencer, maar door te laten zien hoe populair een item is.
- De doelgroep shoppt het liefste online, dus vandaar dat ik een app maak, verder gebruiken zij voor het shoppen hun telefoon, ik maak dus een app die voor mobiel is ontworpen.

Vervolgstappen

- Ik wil een trigger gaan bedenken voor mijn gebruiker om op mijn site te komen. Ik weet nu dat dit ook van vriend tot vriend kan.
- Wat ik meeneem uit Visualisation and Interaction is het duidelijk krijgen de flow van mijn app. Het helpt mij zodra ik een concept heb bedacht om dit te verwerken in een flowchart om te kijken wat er nog mist etc. Ik wil nadat ik mijn concept heb aangepast/aangescherpt een nieuwe flowchart maken.



2.1 Feedback Coaching gesprek

Ik heb de proof of concept besproken met de coaches. Hieronder lees je hun feedback erop.

Conclusies

Tijdens het coaching gesprek hebben wij (Kelsey en ik) het gehad met onze coaches over onze inzichten uit de proof of concept. Zij gaven het volgende aan:

- Kritisch kijken naar waarde van resultaat → Duidelijk maar het zijn maar zoveel mensen
- Vervolg onderzoek eventueel
- Ze vonden het een leuke twist, dat ik niet verder ga met de influencers.
- Duidelijk dat omgeving ook al helpt en dingen aanneemt van elkaar
- Misschien onderscheiden tussen goede vrienden en kenissen of hier ook verschil in zit
- Logisch dat we nog niet kunnen testen of ze het zouden kopen
- Vroegen nog hoe wij hebben gemeten dat ze doorgaan naar de site, begrepen dat we het via wix wilde doen en gevraagd hadden. Vonden dit erg goed

- Kijk naar je testpersonen verschillen zij veel van elkaar of niet?

Vervolgstappen

- Ik wil dus een nieuwe richting in en wil deze precies gaan bedenken
- Uiteraard moet ik nog onderzoeken of dit ook werkt omdat ik de test met vrienden heb gedaan en niet met kennissen.



2.2 Interaction and Visualisation - look and feel

Bij interaction and Visualisation heb ik toegewerkt in de tweede week om de look and feel te bepalen van mijn concept

Wat heb ik hieraan gehad?

Doormiddel van het bepalen van de ervaringseigenschappen weet ik nu welke eigenschappen ik terug wil laten komen in mijn oplossing. Ik heb deze eigenschappen vertaald in een moodboard, dit helpt mij heel erg bij het maken van de schermen, ik weet nu wat de look and feel ongeveer moet gaan uitstralen. Verder heb ik onderzoek gedaan naar hoe de concurrenten bepaalde problemen aanpakken en heb ik hieruit inspiratie kunnen halen hoe ik dit eventueel zelf kan gaan doen.

Proces

Om de look en feel van mijn concept te bepalen heb ik gekeken naar 3 producten die passen bij mijn concept. Om tot een zo goed mogelijk resultaat te komen heb ik 3 uiteenlopende producten gekozen.

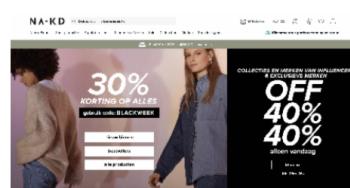
Ervaringseigenschappen onderzoek

Stap 1

Zoek 3 producten die enigszins passen bij je concept en die een sterke identiteit hebben.



Broek
(kledingstuk)



NA-KD
(kledingsites)



NA-KD
(Duurzaamheid
aangeven)

Stap 1

Bij elk product ga ik diverse uiteenlopende voorbeelden zoeken.

Ervaringseigenschappen onderzoek

Stap 2

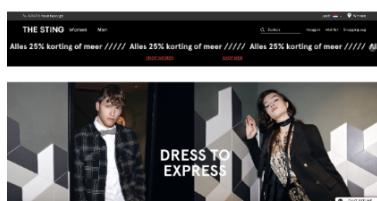
Bij deze producten verschillende varianten zoeken
(min 3 max 5)



Broek
(kledingstuk)

Stap 2

Kledingsites



Stap 2

Duurzaamheid aangeven

This composite image highlights several sections of a product page that demonstrate environmental consciousness:

- Product Details:** Shows a 'DUURZAAMHEID' (Sustainability) section with a green checkmark next to 'Eco-Friendly'.
- Delivery & Returns:** A 'DUURZAAMHEID' section states: 'Met dit t-shirt bespaar je ongeveer 10.000 microplastics per wasbeurt.'
- Shipping & Returns:** A 'DUURZAAMHEID' section lists: 'Recycled fabric', 'Recycled metal', and 'Organic cotton'.
- Product Description:** A 'DUURZAAMHEID' section includes: '100% organic cotton', 'Ethically produced in Bangladesh', and 'No retail price markup'.
- Material Information:** A 'DUURZAAMHEID' section notes: 'Gemaakt van 50% TENCEL™ Modal en 50% biologisch katoen'.
- Production:** A 'DUURZAAMHEID' section states: 'Ontwerp in Nederland. Afkomstig uit FSC-gecertificeerde bossen. Geproduceerd in Portugal.'
- Product Features:** A 'DUURZAAMHEID' section lists: 'MICROPLASTIC FREE', 'ANTI-BACTERIAL', 'ANTI-STATIC', and 'BREATHABLE'.

Stap 2

Bij elk product ga ik diverse uiteenlopende voorbeelden zoeken en hierbij ervaringseigenschappen opschrijven.

Ervaringseigenschappen onderzoek

Step 3
New frame

Omschrijf ervaringseigenschappen bij deze producten

Broek
(kledingstuk)



Casual
Basic
Herkenbaar
Rustig



Uitgesproken
Kleurrijk
Vintage
Fun



Modern
Strak
Stoer
Jong



Sierlijk
Stijlvol
Modern
Klassiek



Comfortabel
Slonzig
Zacht
Functioneel

Stap 3

VIEW LATER
Kledingsites

Stijlvol
Modern
Professional
Rustig

Saai
Praktisch
Herkenbaar
Goedkoop

Klassiek
Strak
Overzichtelijk
Rustig

Donker
Jong
Praktisch
Strak

Duurzaam
Overzichtelijk
Rustig
Herkenbaar

Stap 3

New frame Duurzaamheid aangeven

The screenshot displays a product page with several sections:

- Shipping & Returns:** Includes icons for Microplastic Free, Anti-Bacterial, Anti-Static, and Breathable.
- Description:** Contains a bulleted list of features: "Ordered before 4pm, shipped the same day", "Buy now, Pay later with Klarna", "Free shipping on orders above £150*", and "Your order is secured by Trusted Shops".
- Product Details:** Describes the item as "Christina High: high waisted skinny. Classic skinner jeans, very tight on the thigh all the way down to the ankle. Made in a power stretch fabric. No back pocket lining for a second skin feel. Classic 5 pocket jeans. Vegan patch. Recycled metal trim. Pocketing made of recycled plastic bottles. This garment is made with organic cotton, a natural fiber with no chemical treatment making it safer for the planet, farmer and wearer."
- Brands:** Shows four categories: Professioneel, Overzichtelijk, Praktisch, and Strak.
- Unisex and essential white T-shirt:** Includes icons for 100% organic cotton, Ethically produced in Bangladesh, and No retail price markup.
- Product Details:** Describes the t-shirt as "Eveline is 1.79 m tall, wears a size S and is styled sustainably. Cold machine wash (30°C) / Do not tumble dry / Iron hot".
- Brands:** Shows four categories: Overtuigend, Saai, Exact, and Strak.

Stap 3

Vervolgens haal ik hier de best passende ervaringseigenschappen uit en bekijk bestaande brand guidelines.

Ervaringseigenschappen onderzoek

Step 4 Kies eigenschappen die bij jouw concept passen!

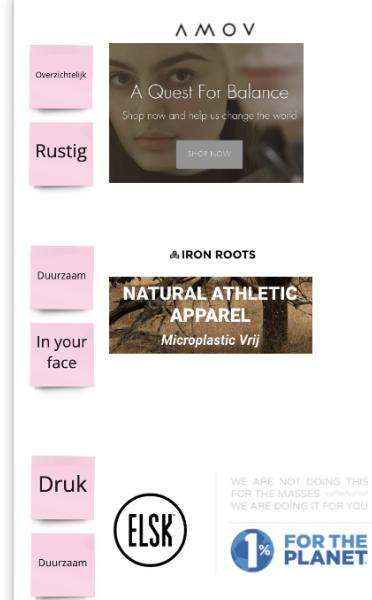
Overzichtelijk	Strak
Stijlvol	Modern
Informerend	Duurzaam
Overtuigend	Professioneel

Ervaringseigenschappen onderzoek

Step 5 Termen die je doelgroep (potentiële gebruikers) gebruikt

Ervaringseigenschappen onderzoek

Step 6 Gebruik bestaande brand guidelines (indien van toepassing!)



Stap 4,5,6

Vervolgens ben ik onderzoek gaan doen hoe concurrenten een stijltest weergeven.

Ervaringseigenschappen onderzoek

Stijltest

New frame

Step 7

Inspiratie opdoen bij concurrerende diensten/
producten (via screenshots van hun oplossing)

Stijltest - Styling online

SO Styling Online

Rustig Overzichtelijk

Stijltest

Vraag 1 van 11
Ben je blij met je stijl? Geef je kleding, je accessoires en alles wat erbij hoort een cijfer?

Goed: Ik weet precies wat me goed staat en wat ik leuk vind

Voldoende: Ik weet het ongeveer. Ik zou mijn stijl wel verder willen uitdiepen

Matig: Ik ben regelmatig zoekende

Onvoldoende: er zit geen één in het is al jaren hetzelfde

Vorige Volgende

Stijltest - Girlz

GIRLZ

Druk Duidelijk quizzen

1. Vraag

KLEDING MOET...

comfortabel zijn.

vrouwelijk zijn.

hip zijn.

2. Vraag

VAN WAT VOOR SOORT SIERADEN HOUW JIJ?

kettingen

oorbellen

armbanden

3. Vraag

BIJ WELKE KLEDINGWINKEL SLAAG JE ALTIJD?

Pull and Bear

Zara

Stijltest - Fashionchick

FASHIONCHICK

Iconisch Makkelijk

Vraag 1/19
Welke outfit zou jij willen hebben?







Stap 7

Vervolgens ben ik onderzoek gaan doen hoe concurrenten aangeven wat andere vinden van een item.

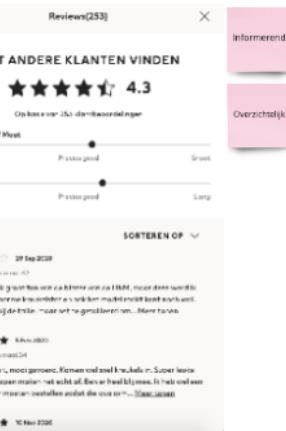
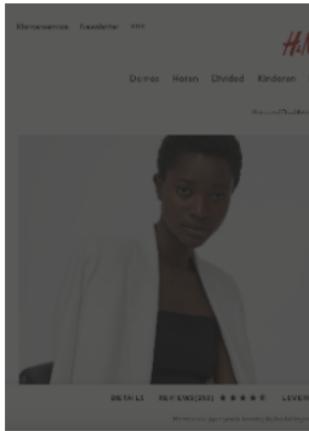
Ervaringseigenschappen onderzoek

Wat andere vinden

Nieuw frame
Step 7

Inspiratie opdoen bij concurrerende diensten/
producten (via screenshots van hun oplossing)

H&M



NA-KD



Stap 7

Vervolgens ben ik onderzoek gaan doen hoe concurrenten aangeven dat een item duurzaam is.

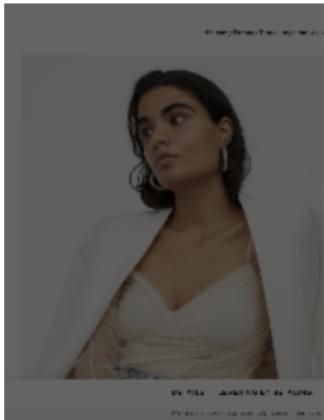
Ervaringseigenschappen onderzoek

Duurzaamheid
aangeven

Step 7

Inspiratie opdoen bij concurrerende diensten/
producten (via screenshots van hun oplossing)

H&M



PRODUCTACHTERGROND

• Afkomst: Nederlandse leverancier en fabrikant
• Leverancier: H&M Group
• Leverancier: H&M Group
• Leverancier: H&M Group

• MATERIALEN
• Kleur: wit
• Maat: XS

• STYLING

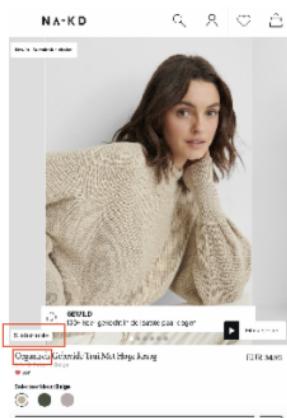
• UNISEX

• INFORMATIE

Informerend

Overzichtelijk

NA-KD



NA-KD



Pakkend

Helder

Stap 7

Ik ben de ervaringseigenschappen gaan bepalen die het beste passen bij mijn concept en ik hierin wil laten terug komen.

Ervaringseigenschappen Bepalen

Stijlvol

Overzichtelijk

Rustig

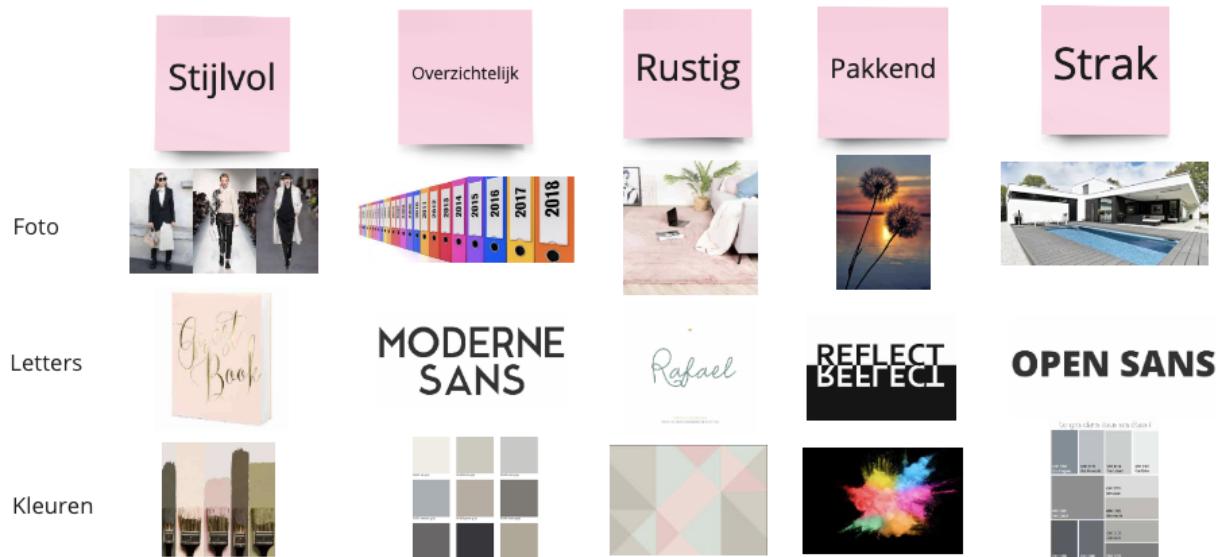
Pakkend

Strak

Ervaringseigenschappen

Vervolgens ben ik de eigenschappen gaan vertalen in een moodboard. Hierin heb ik een onderscheid gemaakt in foto's, kleur en letters.

Moodboard maken



Moodboard

Als laatste heb ik mijn moodboard vertaald naar schermontwerpen.

Beeldtaal Toepassen



Beeldtaal toepassen

Feedback van medestudenten

Stap 1:

- Goed dat je uiteenlopende producten heb gekozen

Stap 2:

- Veel varianten gevonden
- Fijn dat je er een kader omheen heb gezet, dat je ziet waar het omgaat

Stap 3:

- Leuk dat je hebt gekeken naar websites ipv producten. Je hebt duidelijke eigenschappen gevonden!

- Heel nice gedaan! Je hebt ook goede eigenschappen. Je hebt alleen meer onderzoek gedaan naar andere sites (concurrentie, dus stap 7) in plaats van echt een product kiezen. Je hebt wel goede eigenschappen eruit gehaald.
- fijn dat je hebt aangegeven waar het om gaat!

Stap 4,5,6:

- Goede eigenschappen
- Iets over het shoppen
 - iets met vriendinnen delen ofzo, hoe ze op iets reageren bijv.
 - Wees lekker creatief!
- Goed onderzoek gedaan naar concurrenten en hun brand

Stap 7:

- Handig dat je verschillende functionaliteiten van websites hebt onderzocht!
- Heel nice dat je verschillende delen hebt onderzocht. Miss meer post it's? ;B
- heel erg veel onderzoek gedaan op meerdere gebieden, daar kan je veel inspiratie uithalen. Vooral met de notes die je erbij hebt gezet denk ik dat dat moet lukken!
- Leuk dat je hier ook nog eigenschappen benoemd

Ervaringseigenschappen:

- goede ervaringseigenschappen die mooi bij elkaar kunnen aansluiten!

Moodboard:

- Heel gestructureerd hoe je dit hebt aangepakt.
- Handig dat je deze structuur hebt: foto letters en kleuren. Maakt het goed overzichtelijk
- Leuk moodboard! ben benieuwd hoe het eruit gaat zien
- Heel nice moodboard! Past zeker bij je eigenschappen:)

Beeldtaal toepassen:

- Mooie schermen, je merkt dat ze ook wel bij het moodboard passen. Misschien nog wat annotaties of toelichting over functionaliteiten?

- Sluit goed aan op je moodboard.

Feedback van de docent

- Duidelijke producten en eigenschappen
- Duidelijk hoe het moodboard gebaseerd is op je ervaringseigenschappen
- Probeer je moodboard beter te laten aansluiten op je beeldtaal.
- Ik wil terug zien waarom dat beeld dan die eigenschap heeft.

Mijn vervolgstappen

- Ik wil nog beter naar mijn ervaringseigenschappen kijken en dit beter gaan vertalen in mijn moodboard
- Mijn schermen uitbreiden en dit adhv mijn moodboard.



2.3 Nieuw concept

Ik ben tijdens mijn proof of concept achter veel dingen gekomen. Ik heb vele nieuwe inzichten gekregen (dit kun je allemaal terug lezen onder het kopje "Proof of concept (Kelsey en Nicole)".

Nieuw concept

Ik wil wel een beetje in de richting blijven van het oude concept, omdat ik gemerkt heb dat het wel een aantal pijnpunten van de gebruiker tackled, namelijk dat zij denken dat het niet mooi en trendy is en niet weten waar zij moeten gaan (welke sites).

Uitleg van mijn concept:

De gebruiker wordt doormiddel van bijvoorbeeld een appje van een vriend of vriendin bekend met de app. De gebruiker is op de site en om achter zijn/haar stijl te komen zal de gebruiker vragen krijgen (zoals dat zij foto's moeten aanklikken die hen aanspreekt, bij welke winkels zij nu shoppen en hoe zij hun stijl zouden omschrijven). Dit slaat de site op, zodat je dit niet elke keer opnieuw hoeft te doen. Vervolgens kan de gebruiker zoeken naar kleding, populaire kleding bekijken, aanbevolen kleding voor jou bekijken (adhv de ingevulde vragen) en bekijken wat er nieuw is binnen gekomen. Hieruit komen allemaal resultaten binnen jouw stijl (De gebruiker hoeft dus geen moeite te doen om op de site te

komen en de site zelf is ook gemakkelijk, kost dus niet meer moeite dan Fast Fashion shoppen). De gebruiker kan hier uiteraard filteren op bijvoorbeeld kleur, maat, soort broek etc en sorteren op populariteit, prijs etc. De gebruiker klikt op een kledingstuk en komt bij de detailpagina. Hier zie je waarom het duurzaam is, bijvoorbeeld het is gemaakt van biologisch Katoen in Nederland. De gebruiker ziet ook gelijk hoeveel het artikel is geliked, hoe populair het dus is (hierdoor neem je hun angst weg dat duurzame kleding niet mooi en trendy is). Vervolgens wilt de gebruiker dit artikel kopen en wordt doorgestuurd naar de site waar het te koop is (mijn site is ervoor om alle duurzame kleding gemakkelijk op 1 plek te hebben, de gebruiker hoeft dus geen moeite te doen). Nadat de gebruiker het artikel heeft gekocht krijgt hij/zij een berichtje met "Bedankt voor je bestelling, door jouw aankoop is er 100 liter water bespaard en draag je bij aan het milieu". Verder krijgt de gebruiker een bericht dat zij bij de eerst volgende bestelling gratis verzending zit als zij de site verspreiden met vrienden. Dit is een extra trigger voor de gebruiker om het te verspreiden. Omdat dit concept via vrienden wordt verspreid, omdat zij dingen aan elkaar aanraden wordt het op deze manier "Groot". Dit concept zal denk ik tot gedragsverandering leiden, omdat al hun "angsten" om niet duurzaam te shoppen weg zijn genomen. Nou zorgt dit uiteraard niet direct voor gedragsverandering, maar doormiddel dat ze zien dat het trendy is zullen zij wel regelmatig terugkeren en dat is ook al een grote verandering als zij niet alleen maar bij Fast Fashion winkels shoppen, maar OOK bij duurzame winkels. Uiteraard ga ik later in het proces nog onderzoek doen of het daadwerkelijk voor gedragsverandering zorgt.

Verder ga ik gebruik maken van advertenties. De doelgroep zit veel op Instagram. Ik wil de app Fair Fashion onder de aandacht houden van de gebruiker. Zodra zij af en toe een advertentie zien van de site zullen zij dit altijd in hun achterhoofd houden. Het is bewezen dat als je constant hetzelfde ziet je dit onthoudt. Ik denk dat hierdoor een gedragsverandering kan plaatsvinden. Zodra zij namelijk 1 keer op de site zijn geweest en vervolgens het delen en nog iets bestellen omdat ze dan geen verzendkosten hebben en je vervolgens niets meer doet de kans groot is dat zij de app zullen vergeten. Doormiddel van advertenties blijft het onder de aandacht. Dit is wetenschappelijk bewezen en komt naar voren in de Netflix documentaire The social dilemma met o.a. Tristan Harris.



SOON

2.4

Reflectie/Conclusies/Ontwerpkeuzes/Vervolgstappen

Reflectie

Deze week heb ik de proof of concept besproken met de coaches. Zij gaven aan dat zij het een leuke twist vonden. Ik ben gaan nadenken dmv de feedback van de coaches en n.a.v. de feedback van Interaction and Visualisation over de trigger die mijn gebruikers naar de site haalt. Aan de hand hiervan heb ik mijn concept aangescherpt. Vervolgens heb ik onderzoek gedaan naar de ervaringseigenschappen van mijn concept. Door dit te doen weet ik wat ik wil laten uitstralen en wat de "look and feel" van mijn concept moet zijn.

Conclusies

De inzichten uit mijn proof of concept heb ik verwerkt in mijn concept en ben zo tot een nieuw concept gekomen. Ik ben erg blij met de inzichten uit de proof of concept, wij dachten in de eerste instantie namelijk te moeilijk na over de trigger terwijl het veel makkelijker kon. Verder heb ik nu de look en feel bepaald van mijn concept en onderzoek gedaan naar hoe concurrenten bepaalde problemen aanpakken, zoals hoe zij een stijltest weergeven, hoe zij laten zien dat een item populair is en hoe zij laten zien dat een item duurzaam is. Dit heb ik allemaal vergeleken en bekeken hoe ik dit kan meenemen in mijn eigen ontwerp.

Ontwerpkeuzes

- Ik ben gaan nadenken over de trigger die de gebruiker naar mijn app leidt. Ik ben erachter gekomen dat vrienden onderling al dingen aan elkaar aanraden en dit van elkaar aannemen en dus zullen bekijken. Dit zal dan ook mijn trigger worden om op de site te komen. Als extra trigger voor de gebruiker om het aan vrienden aan te raden krijgen zij bij hun volgende bestelling gratis verzending. Vrienden zullen het op deze manier dus verspreiden. Een extra duwtje voor hen is de gratis verzending om terug te komen en wat te kopen. Ik maak hierbij dus gebruik van reciprocity.
- Het is belangrijk dat de app niet vergeten wordt en onder de aandacht blijft van de doelgroep. De doelgroep maakt veel gebruik van Instagram. Zodra zij af en toe een advertentie zien van de site zullen zij dit altijd in hun achterhoofd houden. Het is bewezen dat als je constant hetzelfde ziet je dit onthoudt. Ik denk dat hierdoor een gedragsverandering kan plaatsvinden. Zodra zij namelijk 1 keer op de site zijn geweest en vervolgens het delen en nog iets bestellen omdat ze dan geen verzendkosten hebben en je vervolgens niets meer doet de kans groot is dat zij de app zullen vergeten. Doormiddel van advertenties blijft het onder de aandacht. Dit is wetenschappelijk bewezen en komt naar voren in de Netflix documentaire The social dilemma met o.a. Tristan Harris.
- Ik heb een naam bedacht voor mijn app: Fair Fashion. Ik wilde graag dat er in de naam al naar voren kwam dat het over duurzaamheid gaat, maar het nog steeds een pakkende en moderne naam is, vandaar de naam Fair Fashion.
- Ik ben gaan nadenken over aan welke ervaringseigenschappen mijn product eigenlijk moet gaan voldoen:
 - Stijlvol
 - Overzichtelijk

- Rustig
- Pakkend
- Strak

Verdere informatie zie je bij  [3.3 Interaction and Visualisation - schermontwerpen](#)

Vervolgstappen

Ik ga volgende week mijn concept uitwerken en wil dit gelijk Hi-Fi gaan ontwerpen, omdat er dan veel structuur en hiërarchie inzit en ik verwacht dat de feedback hierdoor diepgaand zal zijn. Verder ga ik nadenken hoe ik mijn stijltest goed kan weergeven en laten zien dat een artikel duurzaam is en waarom.



3.1 Feedback Coaching gesprek

Hoe nu verder

Conclusies

Tijdens het coaching gesprek heb ik vooral gesproken over hoe nu verder.

- Mijn coach gaf aan dat het fijn is dat ik conclusies en vervolgstappen heb beschreven in mijn procesboek.
- Waarom mijn oplossing? Wat is er anders dan andere doen?
- Focus je op dat het trendy wordt gemaakt nu en niet op de awareness dat het duurzaam is, dat is niet het hoofddoel
- Hoe vertaal ik de vakken naar project?

Vervolgstappen

- Ik wil in mijn procesboek meenemen wat ik aan de andere vakken heb gehad voor het project
- Ik wil gaan nadenken over waarom mijn oplossing goed is en helpt, dit ga ik beschrijven in nieuw concept bij week 2.



3.2 Waarom Instagram adverteren?

In mijn app maak ik gebruik van Instagram advertenties, zodat mijn app onder de aandacht blijft bij de gebruikers.

De gebruikers zullen de app voorbij zien komen en in hun achterhoofd onthouden. Het is bewezen dat als je constant hetzelfde ziet je dit onthoudt. Ik denk dat hierdoor een gedragsverandering kan plaatsvinden. Zodra zij namelijk 1 keer op de site zijn geweest en vervolgens het delen en nog iets bestellen omdat ze dan geen verzendkosten hebben en je vervolgens niets meer doet de kans groot is dat zij de app zullen vergeten. Doormiddel van advertenties blijft het onder de aandacht. Dit is wetenschappelijk bewezen en komt naar voren in de Netflix documentaire The social dilemma met o.a. Tristan Harris.

Om te kijken of dit realistisch is om te gebruiken, qua kosten en of het daadwerkelijk handig is heb ik mezelf verdiept in Instagram advertenties.

Voordelen van Instagram advertenties

- Specifieke doelgroepen bereiken

- Interactie met de doelgroep
- Meer volgers
- Meer websitebezoekers
- Naamsbekendheid opbouwen

Het doel waarvoor ik Instagram wil gebruiken is alles van de bovenstaande voordelen behalve meer volgers. Ik behaal dus met 1 advertentie 4 van mijn doelen.

Kosten van Instagram advertenties

- Per 1000 weergaven: tussen de € 1,15 en € 6,50
- Per klik: tussen de € 00,8 en € 2,50

De kosten van Instagram wisselen nogal. Je heb de kosten zelf in de hand, je kan het namelijk zo duur maken als dat jij wilt. Zodra jij vind dat 1000 weergaven genoeg is en je geen geld meer heb haal je de post weg, dan zal het dus maximaal 6,50 euro kosten. Dit vind ik wel een groot voordeel, hierdoor kan ik zelf bepalen hoeveel ik eraan uit wil geven. Het is dus qua kosten goed te doen om de site via Instagram te adverteren.

Bron: <https://www.biancawalraven.nl/instagram-adverteren-kosten#:~:text=De,gemiddelde%20kosten%20voor%20adverteren%20op%20Instagram&text=adverteert%20op,Instagram%3F-,Instagram%20adverteren%20kosten%3A,8%20en%20€%202,50>

Kritische blik

- Het behaald alle doelen die ik wil bereiken
- Qua kosten is het goed te doen, omdat je dit zelf in de hand hebt.



3.3 Interaction and Visualisation - schermontwerpen

Bij interaction and Visualisation hebben wij toegewerkt in de derde week om van screen-flowchart naar schermontwerpen

Wat heb ik hieraan gehad?

Ik heb veel feedback gekregen op mijn schermen waar ik mee aan de slag kan. Doordat ik het al Hi-Fi heb uitgewerkt krijgt de gebruiker al een goed beeld van hoe de app er ongeveer uit komt te zien. Dit helpt mij ook bij het overbrengen van mijn uiteindelijke concept.

Proces

Fair Fashion is een website waarbij je alle duurzame kleding op 1 plek heb, hierdoor wordt het voor de gebruiker makkelijk gemaakt om duurzame kleding te vinden. Doordat zij nog geen kennis met duurzame kleding sites hebben en bang zijn dat het niet zo trendy/mooi is als Fast Fashion laat ik hen een stijltest doen achter hun stijl te komen. Aan de hand daarvan komen er duurzame resultaten naar voren, zodat ze niet hoeven te zoeken wat bij hun past. Verder wordt er bij de resultaten aangegeven hoevaak het geliked is en de reviews. Hierdoor weet de

gebruiker of een item trendy is of niet. Om een extra boost te geven om voor duurzame kleding te gaan wordt er nog uitgelegd wat er precies duurzaam is aan dit artikel en na het bestellen krijg je een bedankje en uitgelegd dat je de wereld een handje heb geholpen.

Hieronder vind je de eerste versie van mijn schermontwerpen.



Feedback van medestudenten

Home:

- Hele leuke naam! Erg origineel
- Vormgeving vindt ik heel mooi en rustgevend!

Stijltest:

- Ik zou kijken of je de tekst iets donkerder kan maken of het tekstvlak iets lichter. Is nu een beetje onleesbaar → Bij het invullen van de stijltest
- Misschien dat je de buttons een andere kleur kunt geven zodat het meer opvalt.
- Ik denk dat ik dit op zou breken in meerdere stappen en dan telkens 1 item laat zien, zodat je een duidelijker beeld krijgt. → Bij het aanvinken van foto's in de stijltest

- Meer naar verschillende soorten stijlen kiezen, randomize knopje ofzo?
- Misschien dat je deze informatie vooraf aan de stijltest kan geven. Zodat daarna de focus ligt op de vragen van de stijltest.
- Slim dat je naar winkels vraagt!
- Ook hier zou ik kijken of je misschien iets van icoontjes kan toevoegen. → de laatste vraag vd stijltest
- Je hebt nu sluiten en een kruisje is eigenlijk dubbel dus.→ zodra je de stijltest heb ingevuld en melding krijgt ervan

Homepagina:

- Misschien dat de icoontjes te dicht op elkaar staan. → iconen links boven
- Hele leuke overzichtspagina!
- goed dat je hier autoriteiten noemt!
- en social proof!
- Ik vind deze landing page heel erg leuk
- Mee eens! Overzichtelijk en aantrekkelijk gemaakt Nicole!
- Heel nice gedaan!

Detailpagina:

- Heel nice en overzichtelijk gewerkt. Je hebt goede lettertype en kleuren uitgekozen. Schermen heb je goed over nagedacht en daarnaast ook met verschillende soorten begrippen gewerkt. Tot slot ziet het er heel relaxed uit, ben benieuwd naar jouw volgende ontwerpen! :)

Bedankt voor je bestelling:

- Misschien iets visueeler uitwerken, ik vraag me af hoeveel mensen dit echt gaan lezen.

Feedback van de docent

Stijltest:

- In stappen verwerken, nu veel op 1 scherm

- Misschien de knop een afwijkende kleur en meer als een knop laten aanvoelen?
- misschien ook de logo's er bij en hoeveel moet ik er selecteren?

Detailpagina:

- Iconen zijn helder misschien nog een plek voor meer details hierover?
- kijk naar andere webshops op mobiel de uitlijning vind ik niet zo gelukkig kan beter zeker bij fashion os de afbeelding belangrijk

Mijn vervolgstappen

- Ik wil per scherm gaan kijken hoe ik het aantrekkelijker en overzichtelijker kan maken
- Verder wil ik de knoppen meer naar voren laten komen
- Ik wil kijken of ik de groene kleur meer naar voren kan laten komen, omdat ik veel groen gebruik maak ik geen onderscheidt.



SOON

3.4

Reflectie/Conclusies/Ontwerpkeuzes/Vervolgsta

Reflectie

Deze week heb ik mijn concept aangescherpt, ik ben gaan nadenken over of het een goed concept is en tot gedragsverandering kan leiden. Dit heb ik in week twee bij nieuw concept uitgelegd. Verder ben ik aan de slag gegaan met mijn schermen en heb hier goede feedback op gekregen wat ik kan gaan verwerken. Verder heb ik onderzoek gedaan naar de voordelen van Instagram advertenties en de kosten hiervan.

Conclusies

Deze week heb ik mijn schermen ontworpen en kwam erachter dat deze nog vrij druk zijn, ik wil per scherm gaan kijken hoe ik het overzichtelijker kan maken. Verder ga ik mijn knoppen meer naar voren laten komen en kijken of ik de kleur groen op een andere manier erin kan verwerken, zodat niet alles groen is maar alleen bepaalde details. Uit mijn onderzoek naar Instagram is naar voren gekomen dat je de kosten zelf in handen heb, je kan het zo duur maken als je zelf wilt. Verder helpt Instagram adverteren bij veel van mijn doelen die ik ermee wilde behalen, zoals, naamsbekendheid, interactie met de doelgroep, meer websitebezoekers etc.

Ontwerpkeuzes

- In mijn ontwerp wil ik laten terug komen dat het gaat om een duurzame site, ik wil dit herkenbaar maken. Vandaar dat ik heb gekozen om een rustige groene kleur in mijn ontwerp mee te nemen.
- Verder wil ik een stijltest in mijn ontwerp, omdat de doelgroep aangaf dat zij denken dat duurzame kleding niet mooi en trendy is, door een stijltest te doen weten wij de stijl van de gebruiker en kan de app hierop inspelen.
- De gebruikers gaven tijdens interviews aan (in het eerste deel van project in teamverband) dat zij niet geïnformeerd worden waarom en of een artikel duurzaam is. Ik ga dit in mijn app meenemen dmv iconen en kleine uitleg, zodat de gebruiker in 1 oogopslag ziet waarom dit artikel duurzaam is.
- Bart gaf aan dat mijn schermen nog redelijk druk zijn en ik meer onderscheid moet maken in de kleuren, bijvoorbeeld ik heb er voor gekozen om de app een rustige hoofdkleur te geven (lichtbruin) en de knoppen er wat meer uit te laten springen dmv een lichtgroene kleur, dit is namelijk de call to action dus die wil ik meer naar voren laten komen.
- Ik heb besloten om gebruik te maken van Instagram advertenties, omdat dit zorgt voor naamsbekendheid, interactie met de doelgroep, meer websitebezoekers etc. Verder heb je de kosten hiervan zelf in de hand.

Vervolgstappen

- Ik wil de feedback van mijn schermen gaan verwerken en mijn app gaan testen met vrienden.
- Ik wil onderzoek doen naar hoevaak je iets moet herhalen voordat het onthouden wordt (hoevaak moet ik de Instagram post plaatsen voordat gebruikers het onthouden).



4.1 Feedback Coaching gesprek

Deze week hebben we geoefend met een pitch. Ik verteld over mijn case, het probleem en mijn oplossing en waarom deze oplossing goed is.

Conclusies

Ik merkte tijdens het "presenteren" van mijn pitch dat ik mijn case en probleem goed had uitgelegd. Verder kwam ik erachter dat ik dat ik moet gaan nadenken over waarom mijn oplossing precies goed is, ik moet gaan nadenken over wat de cleverness van mijn concept is.

Vervolgstappen

- Nadenken over waarom mijn oplossing goed is
- Wat is de cleverness van mijn concept



4.2 Waarom herhalen/hoevaak herhalen?

In mijn app maak ik gebruik van Instagram advertenties, zodat mijn app onder de aandacht blijft bij de gebruikers. Ik wil gaan kijken hoevaak in de advertentie moet herhalen, voordat gebruikers dit onthouden

Wil je bewustwording creëren voor je bedrijf dan gaat het niet om recognition (herkenning) maar om recall (herinnering) van een merk.

Je krijgt naamsbekendheid door interessante content te delen via social media als Facebook en Twitter en door blogartikelen te publiceren. "Wat kan het actief bijhouden van een social media account voor jouw bedrijf betekenen? Je kunt continu berichten verspreiden die bij je volgers in de timeline zullen verschijnen. Jouw bedrijfsnaam staat steeds boven die berichten en volgers zullen die naam dus ook keer op keer voorbij zien komen. Dit zorgt voor naamsbekendheid en kan ervoor zorgen dat je top of mind bent bij je volgers. Als zij op een zeker moment op zoek zijn naar een product of dienst zullen zij eerder aan jouw

bedrijfsnaam denken dan aan een concurrent." In mijn geval Instagram, omdat de doelgroep hier vaak opzit.

Hoe vaak je bedrijfsnaam of merk herhaald moet worden om onthouden te worden hangt af van verschillende factoren. Zo speelt de naam van het bedrijf of merk zelf een rol. Bestaat de naam uit vaak voorkomende Engelse of Nederlandse woorden (Heuvel Marketing), of juist uit niet bestaande of niet vaak voorkomende woorden (Tefal)? De laatste zal vaker herhaald moeten worden omdat het nieuwe woord eerst "geleerd" moet worden. Ook de interesses van de lezer spelen een rol. Een geïnteresseerde lezer zal minder herhaling nodig hebben dan een minder geïnteresseerde lezer. **Over het algemeen geldt dat een woord minstens acht keer herhaald moet worden voor het onthouden wordt.**

Bron: <https://www.heuvelmarketing.com/blog/bid/80585/top-of-mind-awareness-de-kunst-van-het-herhalen>

Kritische blik

- Je moet minimaal acht keer iets herhalen voordat het onthouden wordt (over het algemeen)
- Uiteraard is dit een gemiddelde dus het kan zijn dat ik het meer of minder moet herhalen, maar dat kan ik nu nog niet precies bepalen. Dit uit zich in de praktijk beter, want dan kan ik ook per advertentie bekijken hoeveel site bezoekers ik heb, aan de hand daarvan kan ik natuurlijk weer conclusies trekken.



4.3 Interaction and Visualisation - schermontwerpen fine tunen

Bij interaction and Visualisation heb ik toegewerkt in de derde week om mijn schermontwerpen te verbeteren

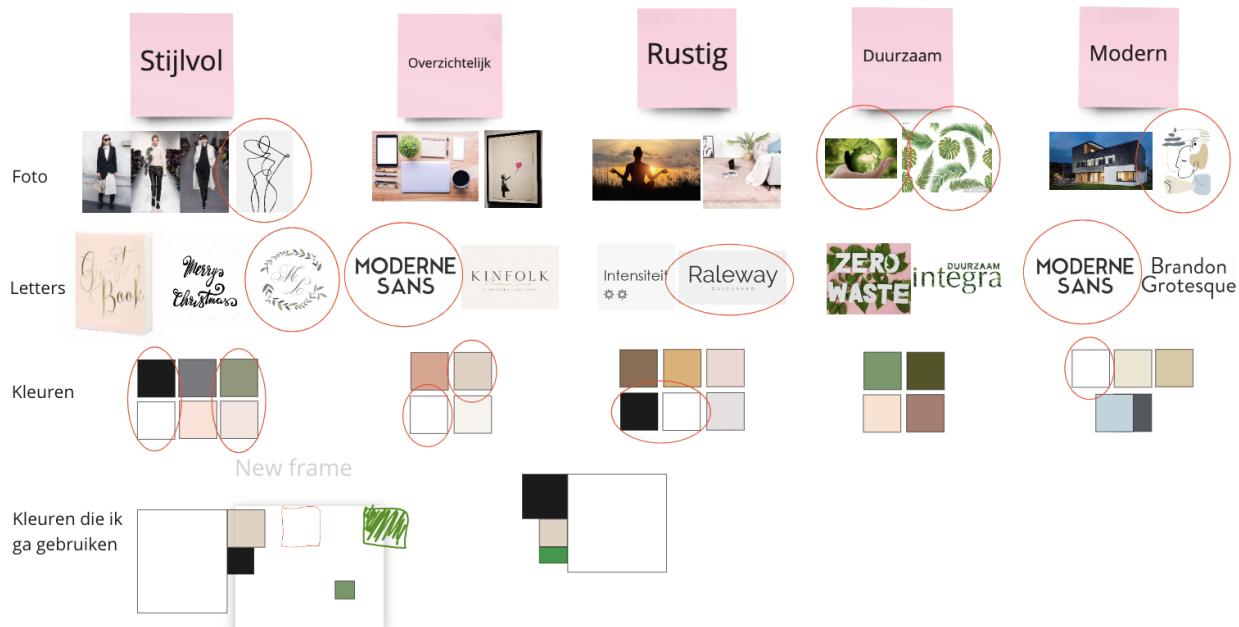
Wat heb ik hieraan gehad?

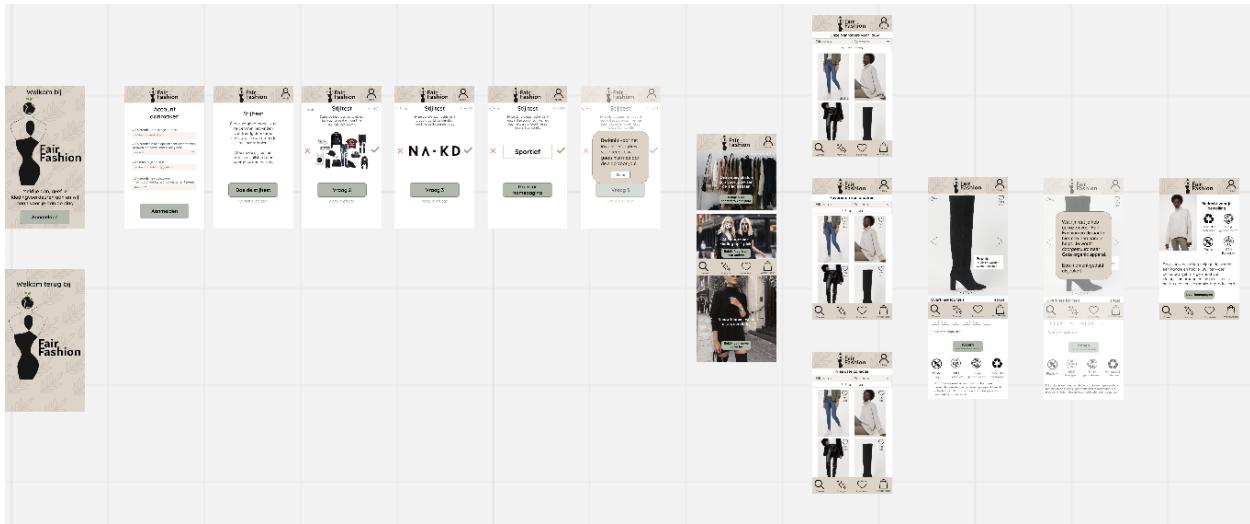
Ik heb mijn moodboard beter weten te vertalen in mijn schermen. Verder moet ik een keuze gaan maken in wat voor soort iconen ik wil (speels, dik, dun?). Verder kan ik meer onderscheid maken in kleur en wellicht een fellere kleur groen gebruiken zodat het meer opvalt. Ik heb veel feedback gekregen op mijn stijltest, namelijk dat ik de namen in de buttons moet veranderen, het moet laten aanvoelen als een kaart en de gebruiker een keuze moet laten maken tussen een aantal foto's. Ik ben blij met mijn gekregen feedback. Ik denk zeker dat mijn ontwerp alleen maar beter wordt als ik mijn feedback verwerk.

Proces

Deze week wilde ik graag feedback van de docent of ik mijn moodboard goed heb vertaald in mijn schermen.

Ik heb de feedback van mijn moodboard verwerkt. Ik ben meer uiteenlopende foto's gaan zoeken en heb ook gelet dat het niet alleen foto's zijn maar ook kunstachtige beelden. Verder heb ik bij letters meer lettertypes gezocht die erbij paste en bij kleuren een soort kleurenpalet gemaakt zodat ik voor mezelf een goed beeld kan schetsen welke kleur vaak terugkomen. Ik merkte al snel dat het ging om wit, zwart, bruinachtig en groen (om nog de duurzaamheid terug te laten komen). Vervolgens heb ik dit vertaald in mijn schermen. Ik heb hierbij de kleur bruin als hoofdkleur gekozen, dit komt terug als look and feeling van mijn product. Verder heb ik gekozen om duurzaam terug te laten komen dmv de bladeren die je op de achtergrond verwerkt ziet. Ik heb gekozen voor wit als kleur om het overzichtelijk te houden en rustig. Verder is de groene kleur nu alleen terug te zien in de knoppen, om voor een goede flow te zorgen. Je aandacht wordt nu gelijk getrokken naar de button. Ik heb gekozen om mijn logo stijlvol te maken en hier dus de art van lijnen in terug te laten komen uit mijn moodboard. Qua lettertype heb ik voor Quicksand gekozen, omdat dit een rustig lettertype is en Moderne Sans voor de naam van mijn app omdat ik het modern wilde houden en dit lettertype zie je nu veel.





Feedback van de docent

Moodboard:

- Bart gaf aan dat hij ziet dat mijn moodboard aansluit op mijn schermen
- Ik kan als kleurenpalet laten zien welke kleur het dominantste is en welke het minste

Schermen:

- Fellere kleur groen kiezen, omdat mijn bruine en groene kleur allebei erg zacht zijn. Als ik de buttons feller groen maak heb je meer onderscheidt in de kleuren en springt het er nog meer uit
- volgende plaatsen ipv vraag 2 (in de button bij de stijltest)
- Elementen koppelen aan de naam, soms ken je merk niet maar wel iets anders ervan (bij merken van de stijltest)
- Kaart van maken, dat het aanvoelt als dat je het weg swiped (stijltest)
- Moet mijn menu onderin zo prominent zijn?
- Pijltjes om naar volgende afbeelding te gaan zijn dun, maar iconen dik. Sluit niet goed op elkaar aan
- Iconen over duurzaamheid hebben sommige een andere identiteit, veel speelser

- Bij de eerste vraag diverse afbeeldingen laten zien, zodat ze kunnen kiezen

Mijn vervolgstappen

- Meer mijn buttons naar voren laten komen (feller groen maken)
- Veel veranderen aan de stijltest (naam in de button, kaart ervan maken, meerdere foto's laten zien zodat ze kunnen kiezen, logo koppelen aan de naam)
- Kijken of mijn iconen bij elkaar passen, sommige zijn dik, dun, speels



SOON

4.4

Reflectie/Conclusies/Ontwerpkeuzes/Vervolgstappen

Reflectie

Deze week ben ik vooral bezig geweest om mijn moodboard zo goed mogelijk te vertalen naar schermen. Ik heb dus eerst de feedback van vorige keer op mijn moodbaord aangepast en nog beter gekeken hoe ik dit kan vertalen in mijn schermen. Ik had hier in het begin moeite mee maar toen ik mijn moodboard na de feedback had verwerkt zag ik vele opties qua kleur, logo, lettertype die ik mee wilde nemen in mijn ontwerp. Ik heb hierop veel goede feedback gekregen van Bart (docent van Interaction and Visualisation). Ik heb veel ontwerpkeuzes om over na te denken hoe ik dit wil gaan toepassen in mijn ontwerp (zie ontwerpkeuzes). Ik heb gekeken hoeveel ik iets moet herhalen voordat het onthouden wordt.

Conclusies

De feedback die ik heb gekregen van Bart ben ik erg blij mee. Door de feedback ben ik naar het groter geheel gaan kijken (al mijn schermen bij elkaar) in plaats van losse schermen. Hierdoor begrijp ik zijn feedback en zie ik dat het niet overal 1 geheel is (zoals de iconen). Verder heb ik geleerd dat het belangrijk is (vooral als je voor telefoon ontwerpt) dat je rekening houdt met beperkte ruimte. Het is dus belangrijk dat je de ruimte geeft aan de foto's en dingen die minder belangrijk zijn kleiner maakt en andere dingen weer groter. Ik heb onderzocht hoeveel ik iets moet herhalen voordat dit onthouden wordt, je moet minimaal acht keer iets herhalen voordat het onthouden wordt (over het algemeen). Uiteraard is dit een gemiddelde dus het kan zijn dat ik het meer of minder moet herhalen, maar dat kan ik nu nog niet precies bepalen. Dit uit zich in de praktijk beter, want dan kan ik ook per advertentie bekijken hoeveel site bezoekers ik heb, aan de hand daarvan kan ik natuurlijk weer conclusies trekken.

Ontwerpkeuzes

- Ik wil gaan kijken hoe ik mijn ontwerp op elkaar kan laten aansluiten (qua iconen) ik moet dus gaan nadenken of ik het dik, dun of speels wil houden. Ik kreeg deze feedback van Bart.
- Verder wil ik in de stijltest zorgen dat het natuurlijk aanvoelt, dmv dat het lijkt alsof het kaarten zijn die je weg kan swipen als het ware.
- Ik wil natuurlijk dat de aandacht van de gebruiker valt op de button om actie te ondernemen, deze is nu erg licht groen waardoor hij niet alle aandacht trekt, ik wil hier meer aandacht voor en dus feller groen gaan maken.

Vervolgstappen

- Meer mijn buttons naar voren laten komen (feller groen maken)
- Veel veranderen aan de stijltest (naam in de button, kaart ervan maken, meerdere foto's laten zien zodat ze kunnen kiezen, logo koppelen aan de naam)
- Kijken of mijn iconen bij elkaar passen, sommige zijn dik, dun, speels



5.1 Feedback Coaching gesprek

Deze week hebben we weer geoefend met een pitch. Ik verteld over mijn case, het probleem en mijn oplossing en waarom deze oplossing goed is.

Conclusies

Ik merkte tijdens het "presenteren" van mijn pitch dat ik mijn case en probleem goed had uitgelegd. Ik had de feedback van vorige keer verwerkt en de voordelen van mijn concept verteld.

Vervolgstappen

- Wat is de cleverness van mijn concept, 1 ding en niet alles bij elkaar vertellen



5.2 Waarom zouden bedrijven via Fair Fashion moeten verkopen?

Om de site een succes te maken moeten andere bedrijven wel zaken willen doen met Fair Fashion, omdat deze app een verzamelplaats is van wat andere (duurzame) kledingsites verkopen, andere bedrijven moeten dus hun kleding willen verkopen via Fair Fashion.

Waarom zouden bedrijven de kleding via ons willen verkopen?

Ik moet dus de duurzame kledingwinkels overtuigen om hun kleding via Fair Fashion te verkopen, hiervoor heb ik onderzoek gedaan naar de voordelen voor bedrijven om dit te doen.

Voordelen:

- Bereik eenvoudig online shoppend Nederland
- Maximaal verkoopvolume
- Toename van uw omzet

- Nieuwe klanten omdat zij de marketing regelen
- Mogelijkheid om zelf te adverteren voor meer zichtbaarheid

Om via de site Fair Fashion je kleding te verkopen heeft dus vele voordelen. Dit moet ik bekend gaan maken bij de duurzame kleding winkels, zodat zij zaken willen doen met Fair Fashion.

Bron:

- [https://www.socialmonsters.nl/social-media-blog/producten-uit-je-webshop-verkopen-via_beslist-nl/](https://www.socialmonsters.nl/social-media-blog/producten-uit-je-webshop-verkopen-via-beslist-nl/)
- <https://www.webshopovername.nl/kennisbank/beslist-nl>



5.3 Interaction and Visualisation - Deeltoets 1

Bij interaction and Visualisation heb ik in week 5 de oplevering gehad van deeltoets 1.

Wat heb ik hieraan gehad?

Doormiddel van deeltoets 1 ben ik achter de look and feel gekomen die ik aan mijn concept wilde geven. Door hierachter te komen heb ik veel stappen afgelegd. Ik heb veel feedback gekregen op mijn prototype.

Deeltoets 1

Hieronder vind je de link van mijn oplevering van deeltoets 1 voor Interaction and visualistion:

[https://s3-us-west-2.amazonaws.com/secure.notion-static.com/c133e398-1b75-407b-a229-76fe85ea21b2/Deeltoets1-Nicoledehaan_\(1\).pdf](https://s3-us-west-2.amazonaws.com/secure.notion-static.com/c133e398-1b75-407b-a229-76fe85ea21b2/Deeltoets1-Nicoledehaan_(1).pdf)

Cijfer

7,5



5.4 Detailed Design - Feedback

Dit was de eerste week van detailed design, ik heb hier mijn schermen laten zien en er feedback op gekregen van de docent en medestudenten.

Wat heb ik hieraan gehad?

Ik heb goede feedback ontvangen van mijn docent en medestudenten. Ik heb veel verandert, namelijk de buttons, het idee van swipen is nu meer aan bod en voelt vloeiender aan. Verder zijn de teksten van mijn homescherm nu nog beter leesbaar, omdat ik een overlay erover heb gedaan.

Schermen



Feedback medestudenten

- home pagina misschien in het menu'tje? zodat je terug kan
- Je tekst is soms wat aan de kleine kant denk ik
- Je verhoudingen tussen zijn heel divers, sommige dingen zijn wat te groot, en sommige weer wat te klein. Zou een beetje proberen te letten op wat kleiner en groter kan.
- Lekker uitgebreid, je hebt je applicatie goed doordacht Nicole!
- Je hebt goed gebruik gemaakt van patterns!
- Vind je plaatjes erg passend, en je tekst werkt er goed op wat betreft contrast.
- Leuk logo, geeft meteen al een goede eerste indruk waar het ongeveer over gaat.

Feedback docent

- Goed uitgewerkt en doordacht
- Het lastige van tekst op foto's is dat het snel onleesbaar wordt. Misschien kan je een overlay toevoegen waardoor de letters meer uit springen?

- Wat wil je dat de gebruiker op de 2e scherm doen? De buttons hier lijken secondary buttons.
- Heb je ontwerp getest op je mobiel? Zijn de buttons / clickable area's / teksten groot genoeg
- Mooie stijl, maak gerust gebruik van witruimte. Zo creer je ook meer rust en kan je sturen naar een focuspunt.

Vervolgstappen

- Buttons eruit laten springen, naar voren laten komen. Dit heb ik gedaan door een feller groen te gebruiken, zodat ze meer opvallen
- Een overlay over de foto's, zodat de tekst beter leesbaar is
- Ik heb bij het swipen in de stijltest ervoor gekozen om het eruit te laten als een kaart, hierdoor krijgt de gebruiker gelijk een gevoel erbij dat hij moet swipen



SOON

5.5

Reflectie/Conclusies/Ontwerpkeuzes/Vervolgstappen

Reflectie

Deze week heb ik gekeken naar waarom bedrijven via mijn site (Fair Fashion) hun kleding zouden moeten verkopen, ik moet natuurlijk met voordeelen voor het bedrijf komen willen zij hun kleding via mijn site willen verkopen. Verder heb ik voor Interaction and Visualisation gezeten aan de oplevering ervoor (deeltoets 1). Deze week had ik voor het eerst Detailed Design, ik heb hier mijn schermen laten zien en goede feedback op gekregen van de docent en mede studenten.

Conclusies

Uit mijn onderzoek naar waarom bedrijven via mijn site hun kleding zouden moeten verkopen zijn de volgende voordeelen naar voren gekomen:

- Bereik eenvoudig online shoppend Nederland
- Maximaal verkoopvolume
- Toename van uw omzet
- Nieuwe klanten omdat zij de marketing regelen
- Mogelijkheid om zelf te adverteren voor meer zichtbaarheid

Verder heb ik veel feedback bij Detailed Design gekregen. Vooral over de leesbaarheid van tekst op foto's (had geen sterk contrast bij mij, buttons opvallender maken en bij de stijltest het swipen ook als swipen laten aanvoelen en verder kwam ernaar voren dat ze vonden dat ik mijn app goed heb doordacht, mooie wervende foto's heb gebruikt en de witruimte goed benut).

Ontwerpkeuzes

- Ik heb deze week nagedacht over mijn iconen, ik ben erachter gekomen dat ik heb gekozen voor dunne iconen, zodat het niet grof overkomt maar natuurlijk en rustig. Dit is uit de feedback naar voren gekomen van I&V.
- Verder heb ik de tekst van de homepagina beter leesbaar gemaakt, dmv een overlay te gebruiken. Dit is uit de feedback van Detailed Design naar voren gekomen
- Ik heb het swipen als swipen laten aanvoelen door er een kaart van te maken, hierdoor weet de gebruiker dat ze kunnen swipen en voelt het vloeinder aan, dit kwam naar voren bij de feedback van I&V en Detailed Design
- De buttons heb ik nu feller groen gemaakt, zodat deze nog meer naar voren komen en er echt uitspringen (opvallen). Dit is natuurlijk de call to action dus die moet de gebruiker direct opvallen. Deze feedback kwam naar voren bij Detailed Design en I&V.

Vervolgstappen

- Alle feedback verwerken in mijn app
- Volgende week wil ik (in de vakantie, nadat ik de feedback heb verwerkt) mijn app gaan testen bij de gebruiker



6/7.1 Usability test

In week 6/7 heb ik de usability test gedaan met de doelgroep. Ik wil er achter komen wat de doelgroep van de app vind, snappen zij de app, is het logisch, hebben zij vragen etc. Uiteindelijk zal mijn app tot gedragsverandering moeten zorgen (nader onderzoek hiernaar volgt nog) maar uitgezonderd dat wil ik ook de ervaring weten die de doelgroep heeft met mijn app en uiteraard zodat mijn app op deze manier nog beter wordt en ik de feedback mee kan nemen in mijn app.

Testplan/draaiboek

Voordat ik ben gaan testen heb ik een testplan en draaiboek gemaakt. Ik ben gaan nadenken wat ik precies te weten wilde komen naar aanleiding daarvan heb ik een aantal vragen opgesteld waar ik de dmv de tester achter wil komen. Verder ben ik gaan nadenken wie ik wil gaan testen (mensen die in mijn doelgroep passen) en wat voor informatie ik vooraf aan de testers moet geven over de app.

Testplan

Algemene informatie over de onderzoekers en het product	
Datum	24-12-2020
Productnaam	Fair Fashion
Omschrijving Product in 2 à 3 zinnen	Fair Fashion is een app waarbij je alle duurzame (trendy) kleding op vindt. Zodra je op de app bent begin je met een stijltest, zodat wij jouw stijl weten en er gericht voor jouw resultaten uitkomen in jouw stijl. Je gaat opzoek naar kleding en ziet hoe populair/gewild een item is. Verder krijg je informatie over waarom kledingstukken duurzaam zijn.
Doel van het product voor de gebruiker	(vaker) Duurzame kleding kopen.
Doel van de test	
Wat wil je te weten komen? (<u>high-level</u>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Is de app makkelijk te gebruiken (gebruiksvriendelijk)? 2. Zou je de app gebruiken? 3. Is er iets verwarring aan de app (of bepaalde handelingen)? 4. Vind je de app aantrekkelijk?
Onderzoeks vragen	
Over welke onderwerpen heb je informatie nodig om je testdoel te bereiken?	Zal de gebruiker....: <ol style="list-style-type: none"> 1. Snappen waarvoor de stijltest dient? 2. Snappen dat je doorgestuurd wordt naar een andere site als je het item wil kopen? 3. Snappen hoe de app werkt?
Aanpak	
Wat heb je nodig?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Een prototype (in XD) 2. Testpersonen (Die binnen de doelgroep vallen)

Draaiboek

Inleiding vooraf	
Wat ga je vooraf zeggen tegen de testers?	Heel fijn dat je mee wilt doen aan het testen van mijn app. Door hardop te denken tijdens het testen en te zeggen wat je doet/verwacht kan ik zien hoe je de app ervaart. Ook als je iets niet begrijpt is dit nuttige informatie voor mij. Dus wees zo open en eerlijk mogelijk
Algemene informatie vragen vooraf	
Leeftijd en naam:	
Waar shop je graag?	
Welke studie doe je?	
Opdrachten	
Opdracht 1	Je opent de app voor de eerste keer. Je wil graag een stijltest doen. Hoe kom je daar? Wat denk je dat het is? Wat verwacht je te zien? Opdracht: Je mag beginnen met het doen van de stijltest
Opdracht 2	Je ziet de resultaten van de stijltest. Wat verwacht je dat hieruit zou komen? Wat denk je hieraan te hebben? Opdracht: Bekijk de uitslag van de stijltest
Opdracht 3	Je wil de nieuwste items bekijken. Waar denk je dat dit staat?
Opdracht 4	Je bent opzoek naar een zwarte broek. Waar denk je dat je naartoe moet? Wat verwacht je te zien?
Vragen voor na de test	
Vraag 1	Wat vind je handig van de app? En wat niet
Vraag 2	Wat vind je van de stijltest?
Vraag 3	Was alles duidelijk? Leg uit wat er wel en niet duidelijk was
Vraag 4	Vind je het fijn dat je informatie over duurzaamheid krijgt? Mis je hier informatie?
Vraag 5	Zou je de app aanraden aan je vrienden?

Testen

Voor het testen ben ik gaan kijken naar wie ik het beste kan testen, het moeten namelijk wel mensen zijn die in mijn doelgroep vallen. Ik heb tijdens het uitzoeken van testpersonen geprobeerd rekening te houden om dit zo divers mogelijk te doen. Ik heb 1 jongen als testpersoon verder heb ik 2 dames. Alle 4 de testpersonen vallen in mijn doelgroep (ze zijn student, tussen de 20 en 25 jaar en shoppen graag online). Wat de meiden onderscheid is dat hun stijl compleet anders is en hun karakter.

Formulier tester 1

Inleiding: Heel fijn dat je mee wilt doen aan het testen van mijn app. Door hardop te denken tijdens het testen en te zeggen wat je doet/verwacht kan ik zien hoe je de app ervaart. Ook als je iets niet begrijpt is dit nuttige informatie voor mij. Dus wees zo open en eerlijk mogelijk.	
Algemene informatie vragen vooraf	
Wat is je naam en leeftijd? Romy, 21 jaar	
Waar shop je graag? Zara, H&M, NA-KD, NIKKIE	
Welke studie doe je? Schoonheidsspecialiste	
Opdrachten	
Opdracht 1:	Je opent de app voor de eerste keer. Je wil graag een stijltest doen. Hoe kom je daar? Wat denk je dat het is? Wat verwacht je te zien? Opdracht: Je mag beginnen met het doen van de stijltest. Op het beginscherm zie ik een knop met aanmelden, ik verwacht dat als ik mijzelf heb aangemeld ik direct de stijltest moet doen. Ik denk dat de stijltest een test met vragen is zodat de app mijn stijl weet. Ik weet alleen niet zo goed wat ze dan daarna ermee willen doen.
Opdracht 2	Je ziet de resultaten van de stijltest. Wat verwacht je dat hieruit zou komen? Wat denk je hieraan te hebben? Opdracht: Bekijk de uitslag van de stijltest. Ik verwacht dat er iets uitkomt met foto's en een beschrijving van mijn stijl. Romy heeft de test gedaan en vond de uitkomst te beknopt en saai.
Opdracht 3	Je wil de nieuwste items bekijken. Waar denk je dat dit staat? Ik verwacht dat als ik zoek op nieuw dat er dan nieuwe items naar voren komen. Romy klikt op de zoekbutton en typt "nieuw in" ze krijgt inderdaad alle nieuwe items te zien, maar het kon veel makkelijker als ze naar beneden had gescreold. Dit was voor haar dus niet duidelijk genoeg.
Opdracht 4	Je bent opzoek naar een zwarte broek. Waar denk je dat je naartoe moet? Wat verwacht je te zien? Ik typ bij zoeken in broek en verwacht dat ik dan kan filteren zoals bij alle kledingsites. Romy klikt inderdaad op de zoekbutton en zoekt naar "broek" vervolgens filtert zij gelijk op zwart. Wat mij opviel is dat zij ook direct sorteert op populariteit.
Vragen voor na de test:	
Vraag 1	Wat vind je handig van de app? En wat niet? Ik vind het handig dat je bij resultaten ziet hoevaak een artikel bekeken is, verder vind ik het fijn dat ik kan sorteren en filteren zoals ik gewend ben. Wat ik niet zo handig vind is dat de het begin ik had niet verwacht dat beneden er nieuwe items zouden staan, het kan ook aan mij liggen dat het niet zo duidelijk was.
Vraag 2	Wat vind je van de stijltest? Ik vind het een goed idee, ik zag op het begin dat je kon zien wat er voor jou uitkwam uit de stijltest dat je kleding kon bekijken. Dat lijkt mij erg handig, alleen vond ik de uitkomst van de stijltest erg saai overkomen en ook zag ik in letters staan wat het was, maar dan weet ik niet of ze het goed hebben want ik zie geen foto's.
Vraag 3	Was alles duidelijk? Leg uit wat er wel en niet duidelijk was. Nou, het begin was dus niet duidelijk dat ik direct naar nieuwe artikelen kon gaan.
Vraag 4	Vind je het fijn dat je informatie over duurzaamheid krijgt? Mis je hier informatie? Ik vond het wel fijn, het was niet veel tekst en direct duidelijk. Het gaf mij wel een besef dat het echt beter is en ook waarom.
Vraag 5	Zou je de app aanraden aan je vrienden? Aan mijn goede vrienden wel, ik denk dat zij het ook fijn vinden wanneer er al kleding is die voor jou gezocht is.

Formulier tester 2

Inleiding: Heel fijn dat je mee wilt doen aan het testen van mijn app. Door hardop te denken tijdens het testen en te zeggen wat je doet/verwacht kan ik zien hoe je de app ervaart. Ook als je iets niet begrijpt is dit nuttige informatie voor mij. Dus wees zo open en eerlijk mogelijk	
Algemene informatie vragen vooraf	
Wat is je naam en leeftijd? Eva, 22 jaar	
Waar shop je graag? Bershka, H&M, Zalando	
Welke studie doe je? Communicatie	
Opdrachten	
Opdracht 1	Je opent de app voor de eerste keer. Je wil graag een stijltest doen. Hoe kom je daar? Wat denk je dat het is? Wat verwacht je te zien? Opdracht: Je mag beginnen met het doen van de stijltest Ik verwacht dat ik direct de stijltest kan doen, ik denk dat het zoets is als met verkiezingen dat je een test doet en eruit komt wat jij bent, in dit geval wat je stijl is. Ik vind het jammer dit ik me eerst moet aanmelden en dan pas de test kan doen. Soms haak ik dan namelijk al af dan denk ik laat maar zitten.
Opdracht 2	Je ziet de resultaten van de stijltest. Wat verwacht je dat hieruit zou komen? Wat denk je hieraan te hebben? Opdracht: Bekijk de uitslag van de stijltest Zoals ik net zei dat ik zie wat mijn stijl is. Eva ziet dat haar stijl <u>comfi</u> is. Ze zie zoets had ik al verwacht.
Opdracht 3	Je wil de nieuwste items bekijken. Waar denk je dat dit staat? Bij het beginscherm zie ik allemaal kopjes staan, dus hoop en verwacht dat daar ook nieuwe items staan, want dat staat er namelijk bij veel kledingwinkels ook.
Opdracht 4	Je bent opzoek naar een zwarte broek. Waar denk je dat je naartoe moet? Wat verwacht je te zien? Ik zoek altijd kleding via de zoekbalk dus verwacht dat dat hier ook zo werkt. Ik verwacht als ik zwarte broek typ ik alleen maar zwarte broeken zie.
Vragen voor na de test:	
Vraag 1	Wat vind je handig van de app? En wat niet Ik vind het menu onderaan handig. Ik kan gelijk zoeken en nog meer opties staan er. Verder vind ik het fijn dat het rustig en overzichtelijk is. Ik vind het wel jammer dat het prototype helemaal uitgewerkt was dus ik overal al op kon klikken.
Vraag 2	Wat vind je van de stijltest? Ik vind het handig dat ik niet zelf hoef te zoeken maar het wordt gedaan voor mij.
Vraag 3	Was alles duidelijk? Leg uit wat er wel en niet duidelijk was Uhm, ik denk dat ik alles wel begreep <u>eigenlijk</u> .
Vraag 4	Vind je het fijn dat je informatie over duurzaamheid krijgt? Mis je hier informatie? Ja, fijn dat er iconen staan zodat je het gelijk ziet. De tekst heb ik eerlijk gezegd niet helemaal gelezen maar wel de iconen bekeken en dat zei voor mij al genoeg.
Vraag 5	Zou je de app aanraden aan je vrienden? <u>Jaa</u> zeker, het is echt fijn dat ik geen moeite hoef te doen om zelf kleding te zoeken.

Formulier tester 3

Inleiding: Heel fijn dat je mee wilt doen aan het testen van mijn app. Door hardop te denken tijdens het testen en te zeggen wat je doet/verwacht kan ik zien hoe je de app ervaart. Ook als je iets niet begrijpt is dit nuttige informatie voor mij. Dus wees zo open en eerlijk mogelijk	
Algemene informatie vragen vooraf	
Wat is je naam en leeftijd? Richard, 20 jaar	
Waar shop je graag? <u>Bershka</u> , H&M, JD sports, Jack and Jones	
Welke studie doe je? ICT	
Opdrachten	
Opdracht 1	Je opent de app voor de eerste keer. Je wil graag een stijltest doen. Hoe kom je daar? Wat denk je dat het is? Wat verwacht je te zien? Opdracht: Je mag beginnen met het doen van de stijltest Ik kan nu niet anders dan aanmelden en dat vind ik jammer, maar omdat het jouw app is doe ik het wel. Ik verwacht van de stijltest dat er resultaten komen die voor mij speciaal zijn. Richard klikt op de test en begint gelijk.
Opdracht 2	Je ziet de resultaten van de stijltest. Wat verwacht je dat hieruit zou komen? Wat denk je hieraan te hebben? Opdracht: Bekijk de uitslag van de stijltest. Ik denk dat er resultaten voor mij uitkomen. Ik bekijk de uitslag en zie alleen sportief staan. Vind dit erg droog overkomen nu weet ik nog niets.
Opdracht 3	Je wil de nieuwste items bekijken. Waar denk je dat dit staat? Meestal op de beginpagina dus ik denk dat het daar staat. Richard scrollt naar beneden en ziet het kopje "nieuwste items" staan.
Opdracht 4	Je bent opzoek naar een zwarte broek. Waar denk je dat je naartoe moet? Wat verwacht je te zien? Ik zie een menu met een zoekicoon, ik denk dat ik gewoon kan zoeken op broek en dan resultaten krijg zoals alle winkels. Vervolgens bekijk Richard de broeken maar filtert nog niet hij scrollt er doorheen en pas daarna gaat hij naar boven om te filteren op kleur.
Vragen voor na de test:	
Vraag 1	Wat vind je handig van de app? En wat niet Ik vind het fijn dat ik gelijk kan zoeken.
Vraag 2	Wat vind je van de stijltest? Ik vind het de stijltest handig, maar het komt niet duidelijk naar voren zodra ik de test heb gedaan wat er dan gebeurd.
Vraag 3	Was alles duidelijk? Leg uit wat er wel en niet duidelijk was Voor mij was het nut van de stijltest dus niet echt duidelijk. Ik zie het niet terug komen.
Vraag 4	Vind je het fijn dat je informatie over duurzaamheid krijgt? Mis je hier informatie? Ja, dit laat mij echt nadenken en motiveert mij om het artikel te kopen. Je wordt met je neus op de feiten gedrukt hoe slecht andere kleding is.
Vraag 5	Zou je de app aanraden aan je vrienden? Ik raad mijn vrienden sowieso niet snel dingen aan. Ik zou het ze wel melden als ik ze zie en het ter sprake komt maar verder hebben wii het niet over dat soort dingen.

Uitkomsten van de test

Stijltest:

- Ze (2 van de 3) vinden het niet fijn om zich direct aan te melden
- Ze begrijpen waar de stijltest voor is
- Weergave van de stijltest te beknopt (2 van de 3)

Nieuwe items zoeken:

- Ze vergelijken de kledingsite met hoe andere het doen en op basis daarvan gaan ze ervan uit dat het op de beginpagina staat (2 van de 3).

Zoeken:

- Ze zoeken allemaal items via de zoekbutton
- Sommige filteren en sorteren nog (2 van de 3)

Overige uitkomsten:

- Fijn dat je ziet hoevaak een artikel is geliked
- Fijn dat er staat waarom het duurzaam is, geeft een extra boost en is kort en krachtig.
- Raden het vrienden aan
- Vinden het fijn als kleding voor je gezocht wordt op basis van de stijltest
- Fijn dat er iconen zijn

Conclusie

Uit de usability test heb ik veel kunnen halen. Ik ben erachter gekomen dat de gebruiker afhaakt als zij direct moeten inloggen. Verder weet ik nu dat de gebruiker een stijltest fijn vind, zodat zij zelf niet meer hoeven te zoeken naar kleding die zij leuk vinden. Wel is de uitslag hiervan erg beknopt en saai. Verder doen zij handelingen op basis van hoe het bij andere kleding sites gaat, zoals het zoeken dmv een zoekbutton, nieuwste items staat bij de homepagina dus gaan ze ervan uit dat dat nu ook zo zal zijn. Het geeft de gebruiker een extra duwtje in de

rug om het artikel te kopen zodra ze lezen over waarom het duurzaam is, dit moet wel kort en bondig weergegeven worden en met iconen. Als laatste zeggen de gebruikers dat zij dit zullen aanraden aan hun vrienden.

Uiteraard is dit natuurlijk een test met maar 3 personen (waarvan er 2 redelijk goede vrienden van mij zijn en 1 goede vriend van mij is), dus dat zegt niet alles want het is een klein aantal mensen waarmee ik heb getest. Maar ik vond het wel belangrijk om met de doelgroep zelf te testen. Ik heb hieruit goede feedback gekregen die ik kan gaan verwerken en tenslotte zijn het wel alle 3 mensen die in de doelgroep vallen. Verder heb ik nu wel een beeld gekregen hoe de doelgroep op mijn app zal reageren.

Mijn vervolgstappen

- Ik wil de uitslag van de stijltest aantrekkelijker gaan maken
- Ik wil zorgen dat de gebruiker niet direct hoeft in te loggen als zij de app openen



SOON

6/7.2

Reflectie/Conclusies/Ontwerpkeuzes/Vervolgstappen

Reflectie

Deze week heb ik een usability test uitgevoerd, om mijn app te testen bij de doelgroep. Uiteraard ga ik nog een test doen om aan te tonen of mijn concept het gedrag verandert, maar ik vond het ook belangrijk om mijn app te testen. De test heb ik maar met 3 personen gedaan, dus het kan zijn dat andere weer andere inzichten/feedback hebben op mijn concept.

Conclusies

Uit mijn test zijn veel inzichten gekomen. Ik ben erachter gekomen dat de gebruiker afhaakt als zij direct moeten inloggen. Verder weet ik nu dat de gebruiker een stijltest fijn vindt, zodat zij zelf niet meer hoeven te zoeken naar kleding die zij leuk vinden. Wel is de uitslag hiervan erg beknopt en saai. Verder doen zij handelingen op basis van hoe het bij andere kleding sites gaat, zoals het zoeken dmv een zoekbutton, nieuwste items staat bij de homepagina dus gaan ze ervan uit dat dat nu ook zo zal zijn. Het geeft de gebruiker een extra duwtje in de rug om het artikel te kopen zodra ze lezen over waarom het duurzaam is, dit moet wel kort en bondig weergegeven worden en met iconen. Als laatste zeggen de gebruikers dat zij dit zullen aanraden aan hun vrienden.

Ontwerpkeuzes

- Ik moet nu een aantal ontwerpkeuzes gaan maken. De gebruiker vind het dus niet fijn om direct in te loggen (hierdoor kunnen zij afhaken). Ik moet gaan nadenken of ik het inloggen weghaal, maar hoe sla ik dan de stijltest gegevens op? Of dat ik besluit om later in te loggen. Ik heb besloten om de gebruiker later pas te laten inloggen. De gebruiker kan alles op de site zien, maar zodra zij de stijltest willen doen moeten zij inloggen.
- Verder spreekt het de doelgroep niet aan en zegt het niet veel als zij de uitslag van de test krijgen, zij willen graag meer informatie en wellicht een afbeelding. Ik moet gaan nadenken hoe ik dit vorm ga geven. Ik wil een afbeelding plaatsen, zodat de gebruiker gelijk een beeld krijgt en zichzelf erin herkent. Verder heb ik hierbij een korte tekst, ik heb dit kort en krachtig gehouden zodat zij niet afhaken.

Vervolgstappen

- Ik wil de uitslag van de stijltest aantrekkelijker gaan maken
- Ik wil zorgen dat de gebruiker niet direct hoeft in te loggen als zij de app openen



8.1 Feedback Coaching gesprek

Deze week kon ik wegens privé redenen niet bij het feedback gesprek zijn.



8.2 Gemaakte ontwerpkeuzes adhv usability test

In week 6/7 heb ik de usability test gedaan met de doelgroep. Hier ben ik achter gekomen dat de gebruiker het niet fijn vond om direct aan te melden. Verder vonden zij de uitkomst van de stijltest niet erg sprekend

Hoe ga ik dit probleem aanpakken/ontwerpkeuzes

Ik ben gaan nadenken hoe ik het probleem van aanmelden kon aanpakken. Ik heb besloten om de gebruiker eerst op de site te laten komen. Op de homepagina krijgen zij te zien dat je een stijltest kan doen. Zodra zij dat willen doen moeten zij inloggen. Ze kunnen dus gebruik maken en een kijkje nemen in de app en zodra ze het persoonlijk willen maken (dmv de stijltest) hoeven zij zich pas aan te melden. Het ligt dan aan de gebruiker om dit te doen, maar de stap zal voor hen wel kleiner worden, omdat ze de app al gezien hebben en nu weten waarvoor zij moeten inloggen.

Vervolgens ben ik gaan nadenken hoe ik de uitkomst van de stijltest sprekender/aantrekkelijker kan maken voor de gebruiker. Voorheen vertelde ik

alleen in woorden wat hun stijl was, bijvoorbeeld "Sportief". Nu heb ik een aantal foto's erbij gedaan, zodat de gebruiker een beeld krijgt en ziet, klopt dit past inderdaad in mijn stijl. Daarnaast krijgt de gebruiker nu ook kort en bondig waarom dit bij hen past bijvoorbeeld: "Jij bent een sportief persoon, je houdt van shoppen bij JD sports, Nike, adidas en zou je stijl het beste als sportief omschrijven". Hierdoor herkent de gebruiker zichzelf terug.



8.3 Waarom ik de gebruiker doorstuur en niet op mijn site laat betalen?

Ik ben gaan nadenken waarom ik de gebruiker eigenlijk doorstuur naar de kledingwinkel waar het item van is om het daar te kopen en waarom ik de gebruiker dus niet op mijn site laat betalen.

Waarom doorsturen?

Ik heb onderzoek gedaan naar wat de nadelen en voordelen zijn om de gebruiker op mijn site te laten bepalen.

Voordelen van de gebruiker op mijn site laten betalen:

- De gebruiker hoeft niet nog naar een andere site
- De gebruiker wordt niet weggestuurd, je houdt ze op je site

Nadelen van de gebruiker op mijn site laten betalen:

- Ik kan dit niet bouwen
- Je heb een betalingsproces, hiervoor heb je een extern bedrijf nodig die de betalingen van jouw site regelt
- Doordat je het betalingsproces uit handen wordt Fair Fashion hier afhankelijk van
- De site die het betalingsproces regelt moet betaald worden (als ik bijvoorbeeld kijk naar Mollie kost dit geld per transitie, ook voor retour betalingen).

Bronnen:

- Richard Agyekum, ICT student
- David Dankwah, ICT student
- <https://www.mollie.com/nl/pricing>
- <https://help.mollie.com/hc/nl/articles/360035728814-Wat-is-Mollie->

Kritische blik

- Ondanks dat ik ervoor heb gekozen om de betaling niet via Fair Fashion te doen betekent het niet dat dit uiteindelijk beter is. Dit zal ik in de toekomst ontdekken, dan kan ik altijd nog ervoor kiezen om het wellicht toch te doen. Ik heb er nu voor gekozen om het niet te doen ivm kosten en dat je afhankelijk bent.



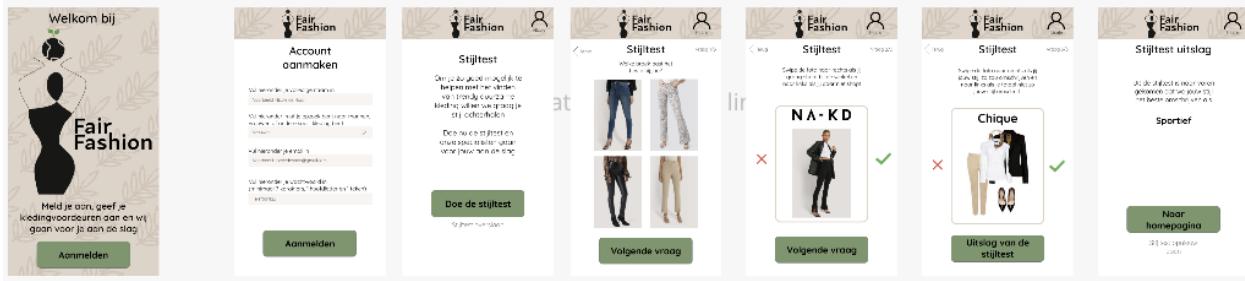
8.4 Detailed Design - Feedback

Dit was de tweede week van detailed design, ik heb hier mijn schermen laten zien van de stijltest, omdat ik deze schermen nog niet had laten zien aan de docent dus was benieuwd naar wat voor feedback ik hierop zou krijgen. Verder wilde ik deze schermen sprekender/aantrekkelijker maken. Ik heb er feedback op gekregen van de docent.

Wat heb ik hieraan gehad?

Ik kreeg voornamelijk feedback dat de invulvelden en buttons niet klikbaar aanvoelde, ik heb deze feedback verwerkt. Hierdoor springen de buttons er nog meer uit en ziet de gebruiker dat het klikbaar is. Verder heb ik laten zien wat er gebeurd als je een foto aanklikt, de overige foto's zullen dan vervagen. Dit is als feedback naar de gebruiker toe, zodat zij weten welke foto zij hebben aangeklikt.

Schermen



Feedback docent

- Duidelijk maken dat je op de invulvelden van het aanmeld scherm kan klikken, dan kan de uitleg weg.
- Invulvelden zijn erg klein
- Moet bij wachtwoord invullen alle informatie gegeven worden? Kan het kleiner? Kan het in het invulveld? Hier moet ik over na gaan denken wat ik het beste vind.
- Zorg dat de knoppen klikbaar lijken, dat mis ik nu
- Wat gebeurd er als je op een foto klikt, het heeft nu niet een klikbaar gevoel
- Je kan het swipen animeren dmv kaarten te combineren en over elkaar heen te leggen

Vervolgstappen

- Bij het aanmaken van een account de invulvelden groter maken en deze laten aanvoelen dat je het kan invullen, dit heb ik gedaan door het een schaduw mee te geven, hierdoor komt het meer naar voren.
- Buttons clickable laten voelen, dit heb ik gedaan door de buttons een border en een schaduw te geven, hierdoor springt het eruit en zie je dat het een button is
- Bij de stijltest ben ik gaan nadenken over hoe het eruit ziet als je er op 1 heb geklikt, ik heb ervoor gekozen om de overige foto's dan te vervagen, ik heb hier een donkere overlay over gedaan.



8.5 Interaction and Visualisation - Feedback

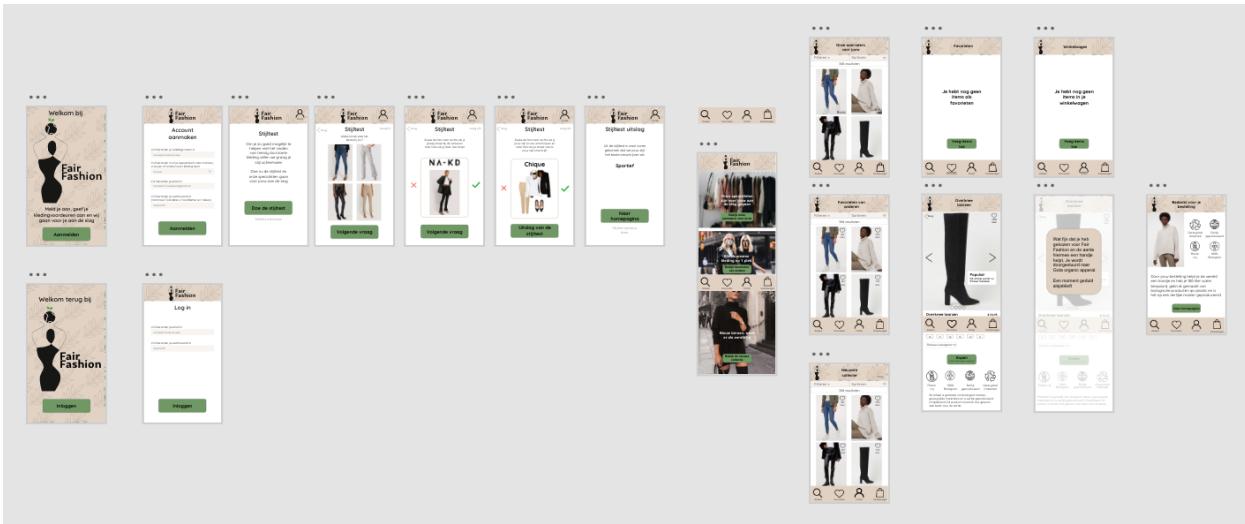
Bij interaction and Visualisation heb ik feedback gekregen op mijn schermen

Wat heb ik hieraan gehad?

Door de feedback kan ik de puntjes op de "i" zetten van mijn prototype. Ik heb nu vooral feedback gekregen op de uitslag van de stijltest en het filteren en sorteren.

Proces

Ik heb de onderstaande schermen laten zien en gevraagd om feedback:



Feedback van de docent

- Het filteren en sorteren is belangrijk, je kan kijken of je dit groter/duidelijker naar voren kan laten komen
- De uitslag van de stijltest is erg leeg, de gebruiker wil zien wat jij voor ogen had, zodat ze zien dat het inderdaad bij hun past.

Mijn vervolgstappen

- Ik wil het filteren en sorteren een andere kleur dan nu geven en meer de ruimte. Hierdoor springt het er meer uit en valt het meer op
- Ik wil bij de uitslag van de stijltest een foto plaatsen en waarom het hun stijl is, dus een kleine uitleg zodat de gebruiker zichzelf hierin kan herkennen.



SOON

8.6

Reflectie/Conclusies/Ontwerpkeuzes/Vervolgstappen

Reflectie

In week 6 en 7 tijdens de vakantie heb ik de usability test gedaan met de doelgroep. Hier ben ik achter gekomen dat de gebruikers het niet fijn vonden om direct aan te moeten melden. Verder vonden zij de uitkomst van de stijltest niet erg spreken. Ik ben hier over na gaan denken en heb hier ontwerpkeuzes ingemaakt hoe ik dit probleem ga aanpakken en veranderen in mijn oplossing. Ik heb onderzoek gedaan naar wat de nadelen en voordelen zijn om de gebruiker op mijn site te laten bepalen.

Conclusies

Ik heb dus twee problemen van de gebruiker deze week aangepakt. Ik ben erover gaan nadenken en heb dit verandert. Uiteraard is de usability test maar met 3 personen gedaan, dus het betekent niet direct dat iedereen dit zou vinden, maar het is wel een inzicht die ik heb gekregen van de doelgroep. Ik heb onderzoek gedaan naar de voordelen en nadelen van de gebruiker op mijn site te laten betalen, hier is het volgende uitgekomen:

Voordelen van de gebruiker op mijn site laten betalen:

- De gebruiker hoeft niet nog naar een andere site
- De gebruiker wordt niet weggestuurd, je houdt ze op je site

Nadelen van de gebruiker op mijn site laten betalen:

- Ik kan dit niet bouwen
- Je heb een betalingsproces, hiervoor heb je een extern bedrijf nodig die de betalingen van jouw site regelt
- Doordat je het betalingsproces uit handen wordt Fair Fashion hier afhankelijk van
- De site die het betalingsproces regelt moet betaald worden (als ik bijvoorbeeld kijk naar Mollie kost dit geld per transitie, ook voor retour betalingen).

Ontwerpkeuzes

- Ik heb ervoor gekozen om de gebruiker pas later zich aan te laten melden, zodat zij niet afgeschrikt raken en weggaan. In plaats daarvan zien ze waarvoor ze een account aan gaan maken en zullen het dus eerder doen dan direct in het begin.
- Verder heb ik nu bij het laten zien van de uitslag van de stijltest een aantal foto's gedaan, zodat de gebruiker een beeld krijgt en ziet, klopt dit past inderdaad in mijn stijl. Daarnaast krijgt de gebruiker nu ook kort en bondig waarom dit bij hen past bijvoorbeeld: "Jij bent een sportief persoon, je houdt van shoppen bij JD sports, Nike, adidas en zou je stijl het beste als sportief omschrijven". Hierdoor herkent de gebruiker zichzelf terug.

- Bij het aanmaken van een account de invulvelden groter maken en deze laten aanvoelen dat je het kan invullen, dit heb ik gedaan door het een schaduw mee te geven, hierdoor komt het meer naar voren.
- Buttons clickable laten voelen, dit heb ik gedaan door de buttons een border en een schaduw te geven, hierdoor springt het eruit en zie je dat het een button is
- Bij de stijltest ben ik gaan nadenken over hoe het eruit ziet als je er op 1 heb geklikt, ik heb ervoor gekozen om de overige foto's dan te vervagen, ik heb hier een donkere overlay over gedaan.
- Ik heb ervoor gekozen om de betaling niet via Fair Fashion te doen. Ondanks deze keuze betekent het niet dat dit uiteindelijk beter kan zijn. Dit zal ik in de toekomst ontdekken, dan kan ik altijd nog ervoor kiezen om het wellicht toch te doen. Ik heb er nu voor gekozen om het niet te doen ivm kosten en dat je afhankelijk bent.

Vervolgstappen

- Ik wil volgende week een test doen om te kijken of het gedrag van de gebruiker daadwerkelijk is verandert, want uiteindelijk is dat het belangrijkste in het project.



9.1 Feedback Coaching gesprek

Tijdens het coaching gesprek hebben we het vooral gehad over de deadline en de presentatie en opleveringen etc.

Conclusies

Ik vroeg me af hoe ik gedragsverandering kon testen, ik heb hier goede tips van Robbert voor gekregen hoe ik dit eventueel kan aanpakken en wat de bedoeling is. Verder hebben we het gehad over de presentaties van maandag, of wij ons al hadden ingeschreven en wat je eventueel kan vertellen tijdens de presentaties.

Vervolgstappen

- Ik ga nu als laatste gedragsverandering testen en kijken of dit plaatsvind dmv mijn oplossing.



9.2 Detailed Design - Feedback

Dit was de laatste week van detailed design, ik heb hier mijn animaties laten zien. Hier heb ik feedback op gekregen van de docent.

Wat heb ik hieraan gehad?

Ik heb nu feedback gekregen om mijn animaties, deze animaties zijn bedoelt om interactie te creëren en iets toe te voegen aan de app. Ik heb hier goede feedback opgekregen, nu ik dit heb verwerkt sluiten mijn animaties echt op de app aan en voegen zij iets toe.

Animaties

Animatie 1: Liken, zodra je op het hartje klikt wordt deze rood.

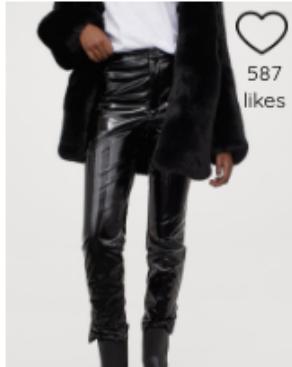
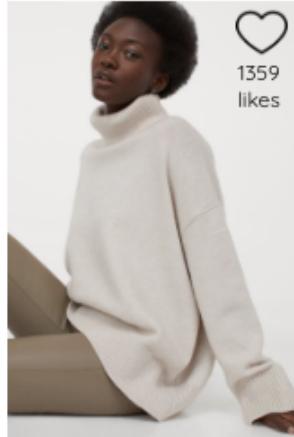


Filteren

+

Sorteren: populariteit ▽

348 resultaten



Animatie 2: pop up over populariteit, na 1 sec komt de popup naar voren, zodat het je aandacht trekt hoe populair het item is.



Overknee laarzen **€ 34,95**



36 37 38 39 40 41

Reviews weergeven ▾

Kopen

(Naar Gota organic apparel)



Plastic
vrij



100%
Biologisch



Eerlijk
geproduceerd



Gerecycled
materiaal

Dit artikel is gemaakt van biologisch katoen,
gerecyclede materialen en is eerlijk geproduceerd
in Nederland. Dit product is kortom dus gewoon
veel beter voor de aarde.

Animatie 3: Swipen, ik heb de interactie van het swipen gemaakt, zodat deze actie ook aanvoelt als swipen voor de gebruiker.

The screenshot shows a mobile application interface. At the top, there is a header with the 'Fair Fashion' logo (a stylized woman silhouette) and the name 'Nicole'. Below the header, the title 'Stijltest' is centered. To the left is a back arrow labeled 'Terug', and to the right is the text 'Vraag 3/3'. A descriptive text in the center instructs the user to swipe right if the outfit matches their style and left if it doesn't. The main content area features a card with the word 'Zakelijk' at the top. Inside the card is a photograph of a professional outfit consisting of a white blouse, a black blazer, black trousers, and a grey handbag. A red 'X' icon is positioned to the left of the card, and a green checkmark icon is to the right. At the bottom, a green button contains the text 'Uitslag van de stijltest'.

Stijltest

Vraag 3/3

Swipe de foto naar rechts als jij jouw stijl zo zou omschrijven en naar links als je totaal niet zo jouw stijl omschrijft

Zakelijk

X ✓

Uitslag van de stijltest

Animatie 4: beginscherm, bij het beginscherm hoeft de gebruiker nog niet in te loggen, dus na 1 sec ga je door naar het homescherm.



Feedback docent

Animatie 1: liken

- Leuke, goede interactie die daadwerkelijk iets toevoegt
- De kleur rood komt nergens terug, alleen hier. Misschien kan je kijken of je het hartje een andere kleur kan maken, bijvoorbeeld zwart, bruin, groen.

Animatie 2: pop up:

- Leuke, goede interactie die daadwerkelijk iets toevoegt
- Om het nog meer naar voren te laten komen kan je kijken of je het groter in beeld kan brengen, of eerst groot en dan kleiner.

Animatie 3: Swipen

- Leuke, goede interactie die daadwerkelijk iets toevoegt
- De kleur rood en groen komen nergens terug, verder lijken deze iconen ook niet in dezelfde stijl. Kijk naar je kleurenpalet.

Animatie 4: beginscherm

- Leuke, goede interactie die daadwerkelijk iets toevoegt
- De gebruiker weet nu niet dat de app aan het laden is, het is handig om een laadbalk te plaatsen zodat de gebruiker feedback krijgt dat het aan het laden is.

Vervolgstappen

- Bij de eerste animatie ga ik het hartje groen maken, omdat dit de kleur van duurzaam is, verder is het een opvallende kleur dus je ziet gelijk dat het hartje een andere kleur heeft.
- Bij de tweede animatie wil ik de popup eerst iets groter naar voren laten komen en dan kleiner in de hoek, zodat het iets meer opvalt en het nog meer de aandacht trekt.

- Bij de derde animatie heb ik ervoor gekozen om wel de kleur groen en rood te houden, omdat als ik kies voor de kleuren uit mijn kleurenpalet dan komt het idee niet duidelijk naar voren. Verder heb ik wel de stijl van de iconen aangepast, ze zijn nu in dezelfde stijl.
- Bij de vierde animatie ga ik laten zien dat de app aan het laden is dmv een laad cirkel.



9.3 Detailed Design - Oplevering

Hieronder vind je de link naar de oplevering van Detailed Design

<https://s3-us-west-2.amazonaws.com/secure.notion-static.com/201ff145-774d-43a5-ac22-3027f4b027a2/DetailedDesign-NicoledeHaan-BD2.pdf>



9.4 Interaction and Visualisation - Feedback

Helaas heb ik deze week geen feedback meer gekregen, de les was vervallen ivm privé redenen van Bart.



9.5 Interaction and Visualisation - Oplevering

Hieronder vind je de link naar de oplevering van Interaction and Visualisation

<https://s3-us-west-2.amazonaws.com/secure.notion-static.com/711daeda-b15b-47d4-81de-0e9c9b656fcf/Deeltoets2-NicoledeHaan-BD2.pdf>



9.6 Cialdini persuasion principles

In mijn concept maak ik gebruik van een aantal persuasion principles van Cialdini. Hieronder beschrijf ik alle principes die ik heb meegenomen in mijn oplossing en hoe ik deze heb meegenomen.

Principles

- Reciprocity: Bij de volgende aankoop hoeft de gebruiker geen verzendkosten te betalen als zij de site delen met vrienden. De gebruiker krijgt iets (gratis verzending) en wilt daar dus iets voor terug doen, in dit geval is het dus de site delen met vrienden.
- Authority: Als je de stijltest heb gedaan kan je via de homepagina naar "onze specialisten zijn voor jouw aan de slag gegaan" je kan dan nu bekijken wat de aanraders voor jouw zijn. Specialisten raden jouw iets aan, zij hebben er verstand van dus zal het wel zo zijn.
- Social proof: De gebruiker ziet hoevaak een item is geliked door andere mensen en hoevaak een item nu wordt bekeken. De gebruiker merkt dus dat

andere mensen dit item ook leuk vinden en zullen het dus ook leuker vinden, omdat iedereen het leuk vind.



9.7 Gedragsverandering testen

Ik heb onderzoek gedaan of mijn oplossing voor gedragsverandering zorgt bij de doelgroep

Gedragsverandering

Om te testen of gedragsverandering plaatsvind ben ik gaan bedenken wanneer het gedrag eigenlijk verandert wordt? Dat wordt natuurlijk als mijn design challenge is behaald.

Design Challenge:

Hoe kan ik als designer een online applicatie ontwikkelen voor studenten die als gewoonte online Fast Fashion kleding kopen (maar wel de overstap willen maken naar duurzame kleding) in de leeftijdscategorie 20 t/m 25 jaar overtuigen dat duurzame kleding ook mooi en trendy is als Fast Fashion en informeren over wat een item duurzaam maakt. Zodat zij hun gewoontes kunnen doorbreken en de overstap gaan maken naar duurzame kleding.

Om erachter te komen of de design challenge is behaalt heb ik het volgende gedaan:

1. Ik heb de 0-meting bekeken (huidige situatie)

2. Ik heb een strategie ontwikkeld (hoe wil ik het gedrag veranderen/mijn oplossing)
3. Ik heb bij de doelgroep een hidden design test gedaan (de test is dus volledig in context hoe deze gebruikt zou worden en heb ik gekeken hoe de gebruikers reageren)
4. Verandering meten (ten opzichte van eerste (huidige) situatie)

0-meting

De gebruikers shoppen online, zij pakken hun telefoon erbij en weten natuurlijk al welke winkels zij het leukst vinden (H&M, Zara, Primark, Bershka etc.). Vervolgens gaan zij naar de sites en bekijken wat zij leuk vinden. Zij bestellen deze items en het wordt thuis bezorgd.

Strategie ontwikkeld

Hoe wil ik het gedrag veranderen?

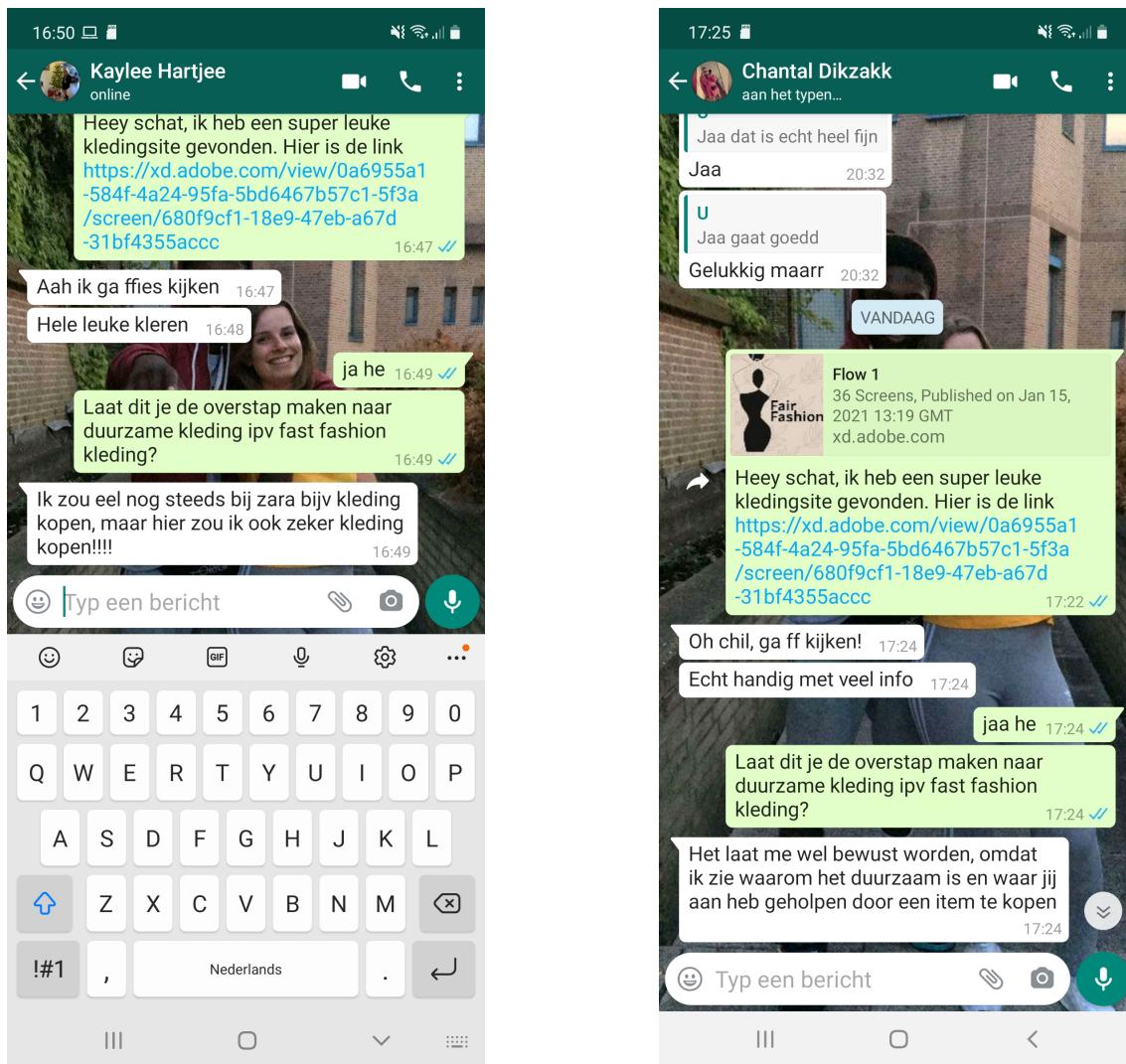
In het groepsgedeelte van het project zijn wij erachter gekomen dat zij de overstap willen maken naar duurzame kleding maar zij niet weten naar welke winkels zij dan moeten gaan en denken dat duurzame kleding niet mooi en trendy is. Verder gaven zij aan dat zij ook niet eens weten of kleding duurzaam is, omdat ze er niet over geïnformeerd worden.

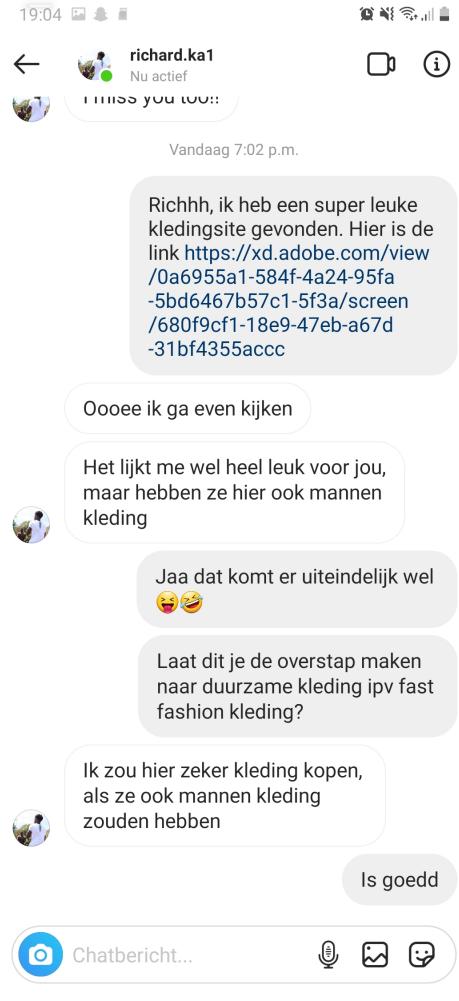
Ik probeer gedrag te veranderen door het voor de gebruiker makkelijk vindbaar te maken, het word verspreid dmv vrienden die het elkaar aanraden en om een extra boost te geven om het te verspreiden krijgen zij bij hun volgende bestellen gratis verzending. Alle duurzame kledingmerken zijn op mijn site vindbaar, hierdoor hoeft de gebruiker dus niet alle sites af te gaan (omdat zij niet eens de sites kennen dus niet weten wat ze moeten zoeken). Verder hoeven zij niet bang te zijn dat het kledingstuk niet mooi of trendy is. D.m.v. een stijltest weet de app jouw stijl, er zullen dus alleen resultaten uitkomen die jij aantrekkelijk zal vinden, hierbij komt kijken dat er aangegeven word hoevaak een item is geliked en hoe populair het is (hoevaak het item bekeken is). Ik heb in mijn concept dus alle "angsten/redenen om niet duurzaam te shoppen" getackeld. Hierdoor zou je zeggen dan zullen ze het dus wel kopen? Ik ga dit dmv hidden design testen.

Hidden design test

Voor de hidden design test heb ik zoveel mogelijk rekening gehouden met de context waarin de app zal worden gebruikt. Hierdoor krijg ik zoveel mogelijk "echte" reactie hoe de gebruiker zal reageren. Voor de hidden design test ga ik de app doorsturen naar vrienden (zo gaat het ook als de app echt uitgebracht zou zijn). Ik ga mijn goede vrienden de app dus aanraden en kijken wat zij ervan vinden, hoe zij erop reageren.

Uitkomsten van de test





Verandering meten

Vele van mijn vrienden reageren meestal snel, ik heb er dus opgelet of dat nu ook het geval was of niet. Zij reageerde erg snel, dus dit zegt al dat ik hun aandacht heb kunnen trekken. Vervolgens gaven zij aan dat ze het een leuke en handige app vonden, er werd gevraagd of ze ook jongenskleding hadden (dat geeft dus aan dat diegene geïnteresseerd is). Ik heb hen gevraagd of ze de app zouden gebruiken, zij gaven aan dat ze het zeker zouden gebruiken. Achteraf vroeg ik hen of dit hen de overstap zou laten maken naar duurzame kleding ipv fast fashion kleding, vooral op deze vraag kreeg ik wisselende antwoorden. Sommige zeggen dat zij er zeker bewuster van zullen worden, omdat je ook ziet wat er

precies duurzaam is en waar jij aan heb geholpen bij het bestellen, dit was voor hun een besef moment dat zij duurzame kleding moeten kopen en nu zij dus een site hebben met alle duurzame kleding. Sommige gaven aan dat zij deze site zeker zouden gebruiken, maar ook nog bij Zara etc. zouden blijven shoppen.

Is het gedrag verandert? Kritische blik

Ik kan wel zeggen dat het gedrag is verandert. Sommige zullen dus de overstap maken en sommige zullen voortaan bij en fast fashion en duurzame winkels shoppen. Ookal zegt de laatste groep niet volledig de overstap te zullen maken, is hun gedrag wel verandert, omdat zij de duurzame kleding site toevoegen aan hun gewoonte (de winkels waar zij shoppen). Uiteraard heb ik deze test maar met 3 personen gedaan, dus dat betekent niet dat het zo voor iedereen zal zijn. Het was niet realistisch om deze test met 100 man te doen, omdat ik daar de tijd niet voor heb en ook niet zoveel goede vrienden heb die in de doelgroep passen.

Mijn vervolgstappen

- Ik denk dat gedragsverandering op lange termijn natuurlijk meer zegt dan dit de tijd zal leren of dat het geval is.
- In de toekomst zouden we dus eigenlijk moeten kijken of dit product echt tot gedragsverandering heeft gezorgd of niet.



9.8 Prototype

Link naar prototype: <https://xd.adobe.com/view/0a6955a1-584f-4a24-95fa-5bd6467b57c1-5f3a/>

Fair Fashion

Bij Fair Fashion vind je alle duurzame kleding. Hierdoor hoeft de gebruiker maar 1 site te kennen en te bekijken, het kost voor hen dus geen moeite.

Stijltest

De gebruiker kan op de site een stijltest doen. De gebruiker moet een aantal vragen beantwoorden om te achterhalen wat de stijl van de gebruiker is. Hieruit komt de stijl die jou het beste omschrijft/het beste past bij jou. Vervolgens kan je kiezen om de resultaten voor jou te bekijken, je vind hier alle kleding die in jou stijl past, dus die je wellicht leuk zal vinden. Het kost de gebruiker dus geen moeite om leuke kleding in zijn stijl te vinden.

De stijltest kan je uiteraard ook overslaan of op een later moment nog doen!



Stijltest

Om je zo goed mogelijk te helpen met het vinden van trendy duurzame kleding willen we graag je stijl achterhalen

Doe nu de stijltest en onze specialisten gaan voor jouw aan de slag

Doe de stijltest

Stijltest overslaan



Terug

Stijltest

Vraag 1/3

Welke broek past het beste bij jou?



Volgende vraag



Terug

Stijltest

Vraag 1/3

Welke broek past het
beste bij jou?



Volgende vraag



Terug

Stijltest

Vraag 2/3

Swipe de foto naar rechts als jij
graag shopt bij de winkel en
naar links als jij daar niet shopt

N A - K D



Volgende vraag



Nicole

Stijltest uitslag

We kunnen jouw stijl het beste omschrijven als:

Zakelijk



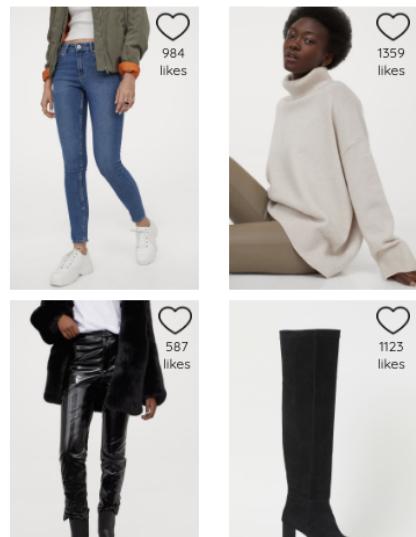
Bekijk de resultaten voor jou

Stijltest opnieuw doen



Filteren + Sorteren: populariteit ▽

348 resultaten



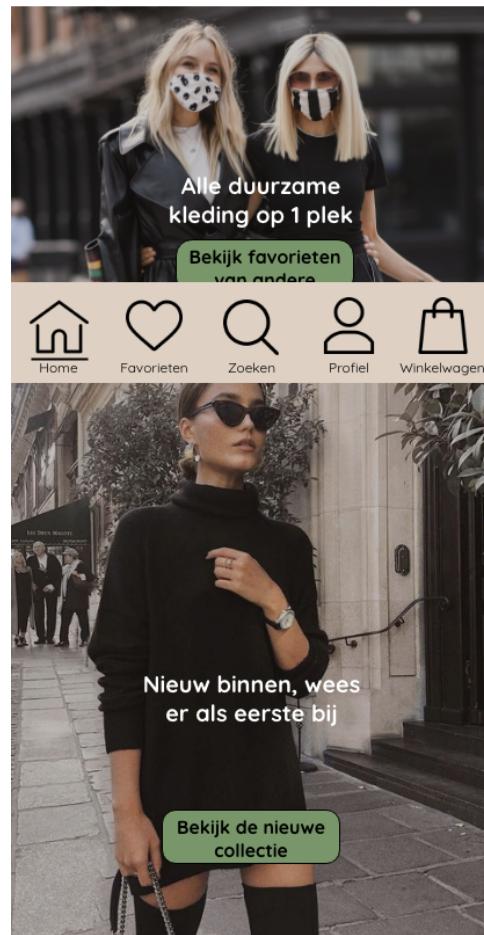
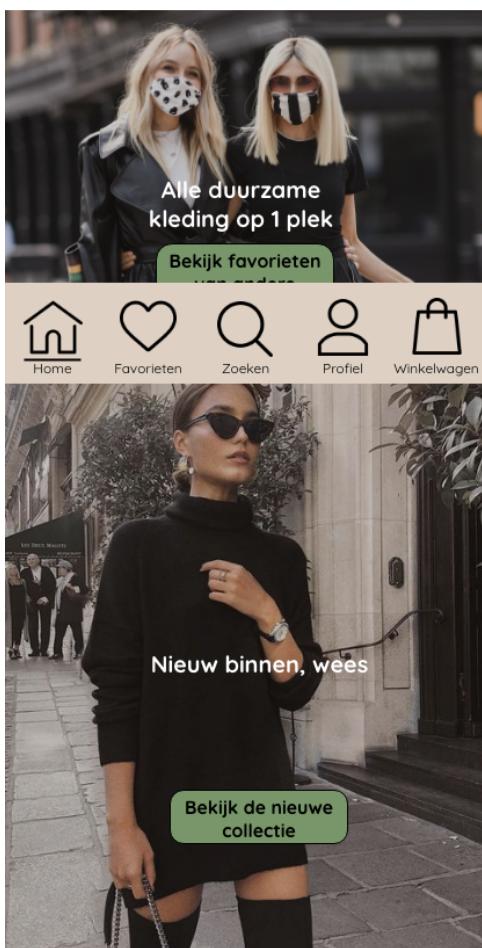
Home Favorieten Zoeken Profiel Winkelwagen



Homepagina

De gebruiken kan via de homepagina het volgende doen:

- Stijltest doen, indien deze al gedaan is kan je dus aanraders voor jou bekijken in jou stijl
- Favorieten items van anderen bekijken
- Nieuwe collectie bekijken



Verspreiden van de app

Om de gebruiker een extra boost te geven om de app te delen met vrienden krijgen zij als ze de app delen bij hun volgende bestelling gratis verzending.



Profiel



Bekijk alle bestellingen >

Bekijk stijltest uitslag >

Bekijk je instellingen >

Uitloggen



Details over de kleding

Zodra de gebruiker een item bekijkt staat hier bij waarom het item duurzaam is. Het wordt weergegeven met iconen en een korte uitleg. Verder ziet de gebruiker hoe populair een item is (hoevaak het bekeken wordt) en hoevaak het geliked is

Overknee laarzen

Terug 1359 likes

< >

Populair
Dit artikel wordt nu 93 keer bekeken

Overknee laarzen € 34,95

Selecteer kleur:
Gebroken wit

Geselecteerde maat:
36 37 38 39 40 41

Reviews weergeven ▾

Kopen
(Naar Gota organic apparel)

Plastic vrij 100% Biologisch Eerlijk geproduceerd Gerecycled materiaal

Dit artikel is gemaakt van biologisch katoen, gerecyclede materialen en is eerlijk geproduceerd in Nederland. Dit product is kortom dus gewoon veel beter voor de aarde.



SOON

9.9

Reflectie/Conclusies/Ontwerpkeuzes/Vervolgstappen

Reflectie

Deze week heb ik alle vakken afgerond. Verder heb ik onderzoek gedaan naar of er gedragsverandering plaatsvindt dmv mijn oplossing en heb ik mijn prototype afgemaakt en beschreven.

Conclusies

Ik ben erachter gekomen dat er gedragsverandering plaatsvindt. Sommige zullen dus de overstap maken en sommige zullen voortaan bij en fast fashion en duurzame winkels shoppen. Ookal zegt de laatste groep niet volledig de overstap te zullen maken, is hun gedrag wel verandert, omdat zij de duurzame kleding site toevoegen aan hun gewoonte (de winkels waar zij shoppen). Uiteraard heb ik deze test maar met 4 personen gedaan, dus dat betekent niet dat het zo voor iedereen zal zijn. Het was niet realistisch om deze test met 100 man te doen, omdat ik daar de tijd niet voor heb en ook niet zoveel goede vrienden heb die in de doelgroep passen. Wel denk ik dat gedragsverandering op lange termijn natuurlijk meer zegt dan dit de tijd zal leren of dat het geval is. In de toekomst zouden we dus eigenlijk moeten kijken of dit product echt tot gedragsverandering heeft gezorgd of niet.

Ik kan dus zeggen dat de design challenge behaald is en ik erg trots ben op mijn concept.