

HAPPY HORIZON UI/UX



Geschreven en gemaakt door: Daniell Verwegen
Semester: 2

OPDRACHTGEVER - WELDASEUROPE

OVER WELDASEUROPE

Weldaseurope heeft de reputatie van de meest hoge kwaliteit en meest innovatieve producten op het gebied van lassershandschoenen en laskleding. Het bedrijf biedt klantgerichte ontworpen producten voor speciale toepassingen en vragen uit de markt. Zij zijn ISO gecertificeerd en hebben meerdere geregistreerde handelsmerken met andere bedrijven.

Zij bieden als business to business bedrijf dus vaak producten aan van hoge kwaliteit. Ondanks hun wereldwijde reputatie zijn hun vooralsnog van plan om nog verder uit te breiden van europese marktleider naar wereldwijde leider.

OVER WELDASEUROPE HUN WEBSITE

Hun website is momenteel niet gebouwd op conversie, het is nu een meer brochure waarbij geen rekening wordt gehouden met de eventuele bezoeker. Die website moet dus een marketing instrument worden.

WELDAS® *The Professional's Choice*

Distributors | End user | Agenda | News | Promotions | Downloads | Contact | Orderlist(0) | EN

YouTube

HOME GLOVES CLOTHING HEAD PROTECTION ACCESSORIES LAVA SHIELD CERTIFICATION SEARCH

Professional's choice world wide

Weldas® going product development and quality control supported by field testing has earned a worldwide reputation for the highest quality and most innovative products, welding gloves and welding clothing. Weldas® products are warranted against manufacturing defects. Because of applications vary, it is the user's responsibility to select the right product for each application. Weldas® also offers a custom designed product line for special application and marketing

Promotions

CE EAC
TÜV

Via this website we want to inform you about the Weldas® products which are CE marked according to the following EC Directives:

CE Manual
www.weldas-ce.com

Huidige website weldaseurope

Bronnen:

- <https://www.weldaseurope.com/nl/wie-zijn-wij/>
- https://fhict.instructure.com/courses/13063/pages/user-experience-briefing?module_item_id=922130

OPDRACHT - PROFTAAK

HAPPY HORIZON & WELDASEUROPE

Voor de 2de proftaak in het 2de semester heb ik dus als opdracht gekregen om in groepsverband, samen met Happy Horizon, de UI/UX te verbeteren van de (nu) huidige website van weldaseurope. De website is namelijk al 8 jaar oud en is niet meer van deze tijd. Aan ons dus de taak om dit aan te pakken en te verbeteren. Een belangrijk onderdeel hiervan was om de call to action conversie erin te verbeteren: Beter contact met het bedrijf.



MIJN TAAK

Omdat deze proftaak dus in groepsverband is, moeten wij de taken onderverdelen. Mijn verantwoordelijkheid tijdens deze proftaak is het maken van een (werkende) web versie prototype in Figma. Hier was ik samen met 2 andere uit mijn groepje verantwoordelijk voor.

HOE BEN IK BEGONNEN?

Ik ben allereerst begonnen met het onderzoeken van business to business websites en kijken hoe zij dit aangepakt hebben. Hierna heb ik ruwe skeletten geschetst van de website hoe wij deze willen gaan inrichten.

INHOUDSOPGAVE

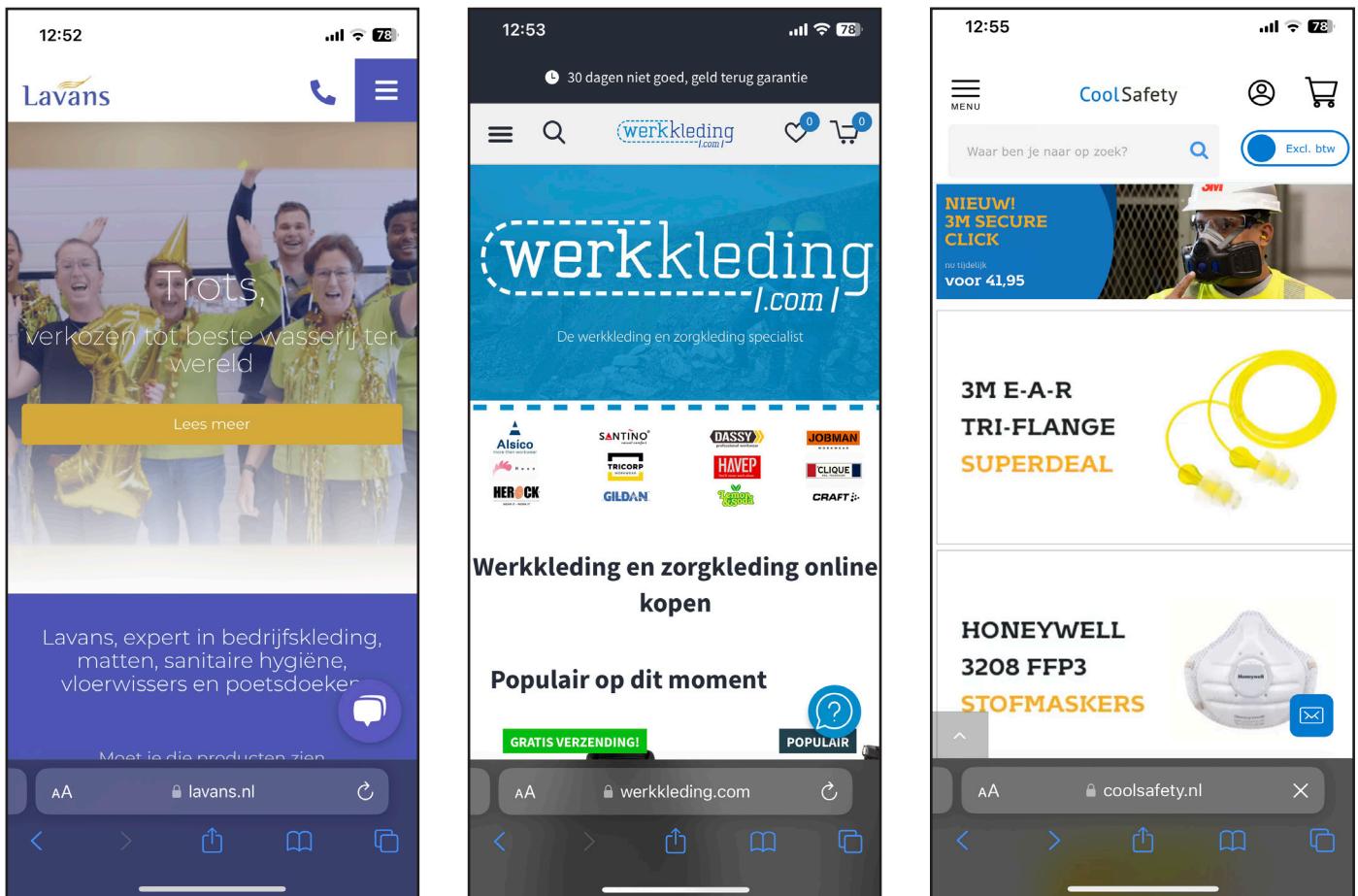
1. Inspiraties
2. UX onderzoeken
3. Wireframes
4. Designs
5. Development mobile
6. Development desktop
7. Reflectie
8. Bronnenlijst

INSPIRATIES

Mobile

Hieronder staan een aantal websites die ik heb opgezocht op mobile om te kijken hoe zij hun call to action verduidelijken, en mochten ze hierbij eventueel een pagina hebben die strict bedoeld is voor zakelijke klanten. Hierbij heb ik ook gekeken naar bepaalde herkenningspunten (Zoals waar andere hun logo, zoekbalk en contact button hebben).

HOME PAGES

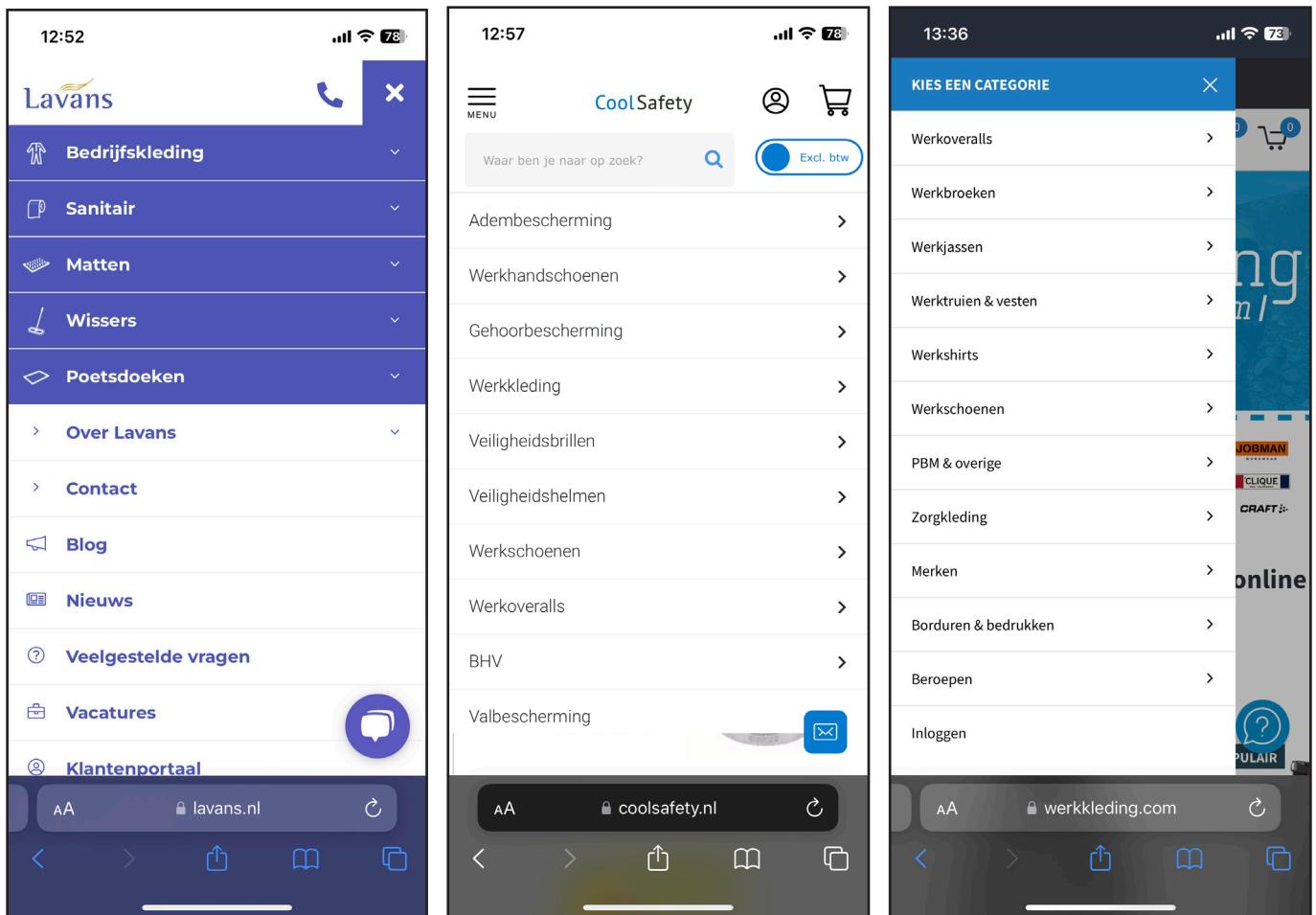


Wat mij hier vooral opvalt is dat alle websites hun logo, zoekbalk, winkelwagen & menu icon. op 1 lijn hebben staan boven aan de pagina. Ze beginnen bij alle 3 de voorbeelden ook meteen met een foto en tekst waarbij het doel van hun bedrijf/pagina voor dient. Zo weet de gebruiker meteen dat hij/zij op de juiste pagina is en waar die voor dient.

Voor de contact button verschilt deze nog wel eens, bij 3 van de 3 websites staat er rechtsonder in het scherm een fixed button voor het contact opnemen met het bedrijf. Bij de 1ste voorbeeld zelfs nog een telefoon icoontje in het navigatie balk.

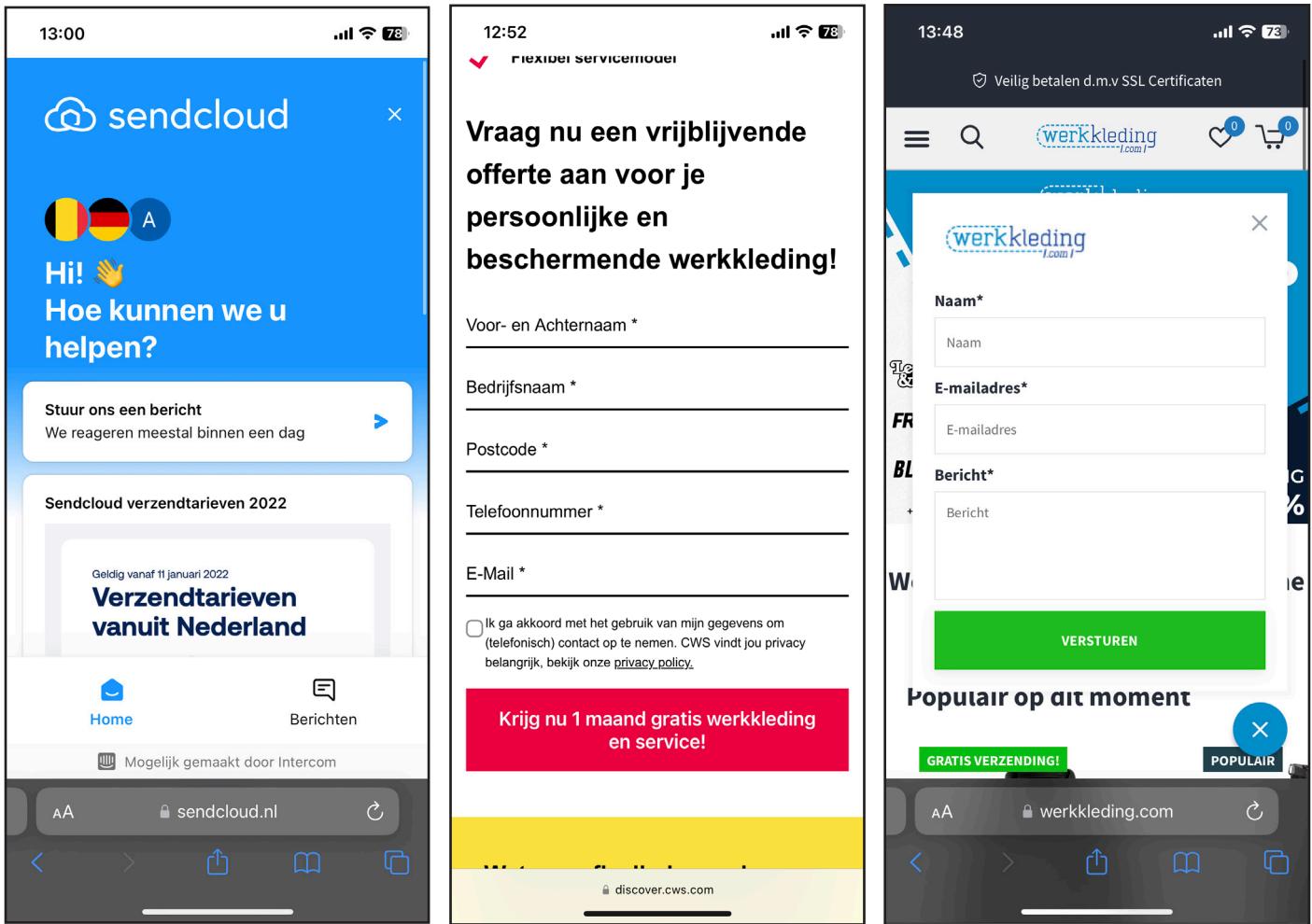
Mijn idee voor Weldas is dus dat we de herkenning erinhouden maar dan met de eigen huisstijl en extra aandacht voor de call to action richting “contact opnemen”.

MENU - NAVIGATIE



Om de vele categorieën op te splitsen en overzichtelijk te maken hebben alle 3 de websites het menu onderverdeeld in heel veel subcategorieën, maar bij 1 voorbeeld valt het me op dat er nog steeds de zoekbalk actief blijft. Dat lijkt me ontzettend handig zodat je altijd specifiek op termen kunt zoeken ipv dat je zelf jouw product moet gaan zoeken tussen al die categorieën.

CONTACT BUTTON



Bij de contact button wordt erna duidelijk gevraagd naar de gebruiker zijn e-mail, naam en bericht, soms zelfs om het bedrijfsnaam.

Websites

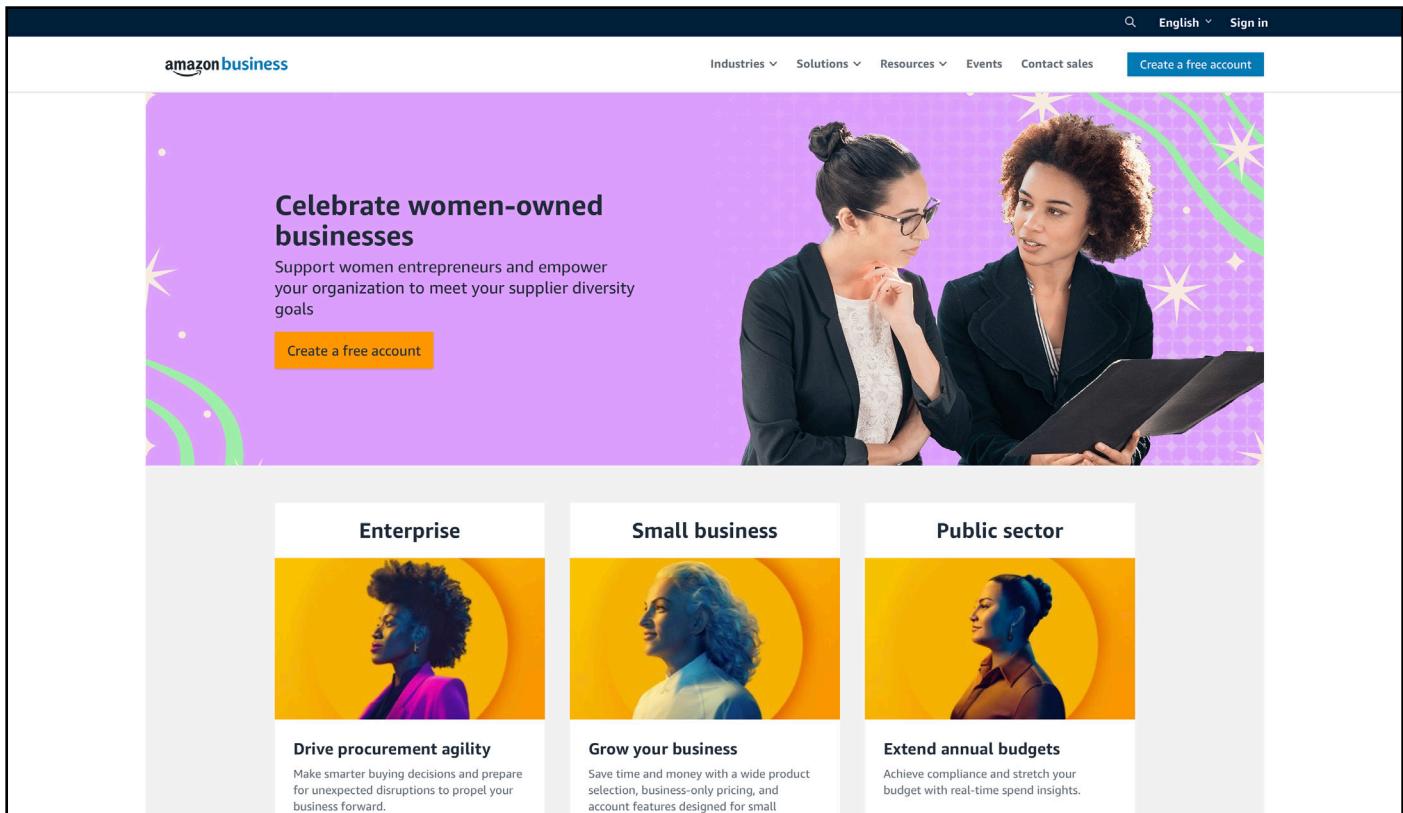
Hieronder staan een aantal websites die ik heb opgezocht om te kijken hoe zij hun call to action verduidelijken, en mochten ze hierbij eventueel een pagina hebben die strict bedoeld is voor zakelijke klanten.

Megekko

The screenshot shows the homepage of Megekko. At the top, there's a banner featuring a man wearing a green t-shirt and headphones, cheering. Below the banner, a promotional banner for 'ASRock WEEK' displays various computer hardware components like a motherboard, RAM, and SSD. The main content area has a section titled 'RECENT BEKEKEN' showing recently viewed items: an AMD Radeon RX 6950 XT (710), Acer ED242QRAbidpx 24" (120), Kingston NV2 1TB M.2 SSD (52.90), AMD Ryzen 5 5600X processor (182), and Corsair DDR4 Vengeance LPX 2x8GB 3200MHz (44.79). The website has a dark theme with light-colored text and buttons.

Sendcloud

The screenshot shows the homepage of Sendcloud. The header includes the logo and navigation links: Product, Hoe werkt het?, Prijzen, Resources, Enterprise, Login, and a 'Start gratis' button. The main headline reads 'Europa's #1 verzendplatform voor e-commerce'. Below it, a subtext says: 'Automatiseer je verzendproces en bied je klanten een next-level bezorgervaring. Koppel vandaag nog met 80+ vervoerders via onze API of 50+ integraties.' A 'Meld je gratis aan →' button is visible. The page features a grid of logos for various partners and integrations, including UPS, DHL, FedEx, Quicargo, bpost, postNL, GLS, bol.com, Etsy, WooCommerce, Shopify, Trustpilot, Crowd, Amazon, and others. At the bottom, there's a snippet of the Sendcloud software interface showing 'Inkomende orders' and a 'Label aanmaken' button.



amazonbusiness

English Sign in

Industries Solutions Resources Events Contact sales Create a free account

Celebrate women-owned businesses

Support women entrepreneurs and empower your organization to meet your supplier diversity goals

Create a free account

Enterprise

Small business

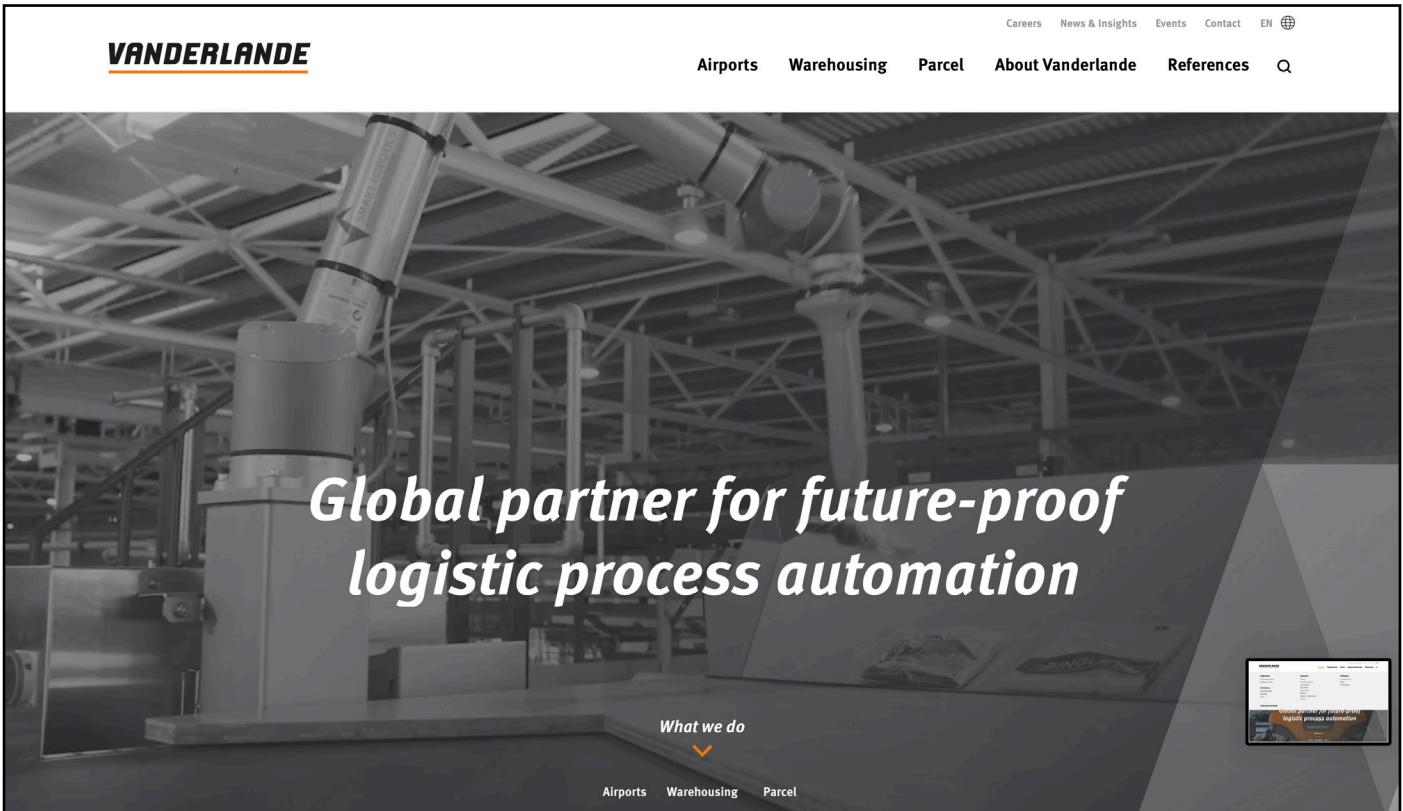
Public sector

Drive procurement agility

Grow your business

Extend annual budgets

Vanderlande



VANDERLANDE

Airports Warehousing Parcel About Vanderlande References

Global partner for future-proof logistic process automation

What we do

Airports Warehousing Parcel

Global partner for future-proof logistic process automation

The screenshot shows the Sligro website homepage. At the top, there's a navigation bar with links for 'SLIM ONDERNEMEN', 'INSPIRATIE', 'KLANTEN SERVICE', 'SLIGRO VESTIGINGEN', 'FOLDERS & ACTIES', and 'AANBIEDINGEN'. Below the navigation is a search bar and a 'KLAAR VOOR' button. A banner at the top features a bowl of salad with the text 'Meer marge uit je terras!' and 'SAMEN SLIMMER JE TERRAS MANAGEN'. The main content area is titled 'Ons assortiment' and includes categories like 'VLEES, WILD & GEVOELTE', 'VIS', 'AARDAPPELEN, GROENTEN & FRUIT', 'KAAS, ZUIVEL & VLEESWAREN', 'BROOD & PATISSERIE', 'MAALTJDEN, SNACKS & IJS', 'KRUIDENIERSWAREN', 'DRANKEN', 'NON-FOOD', 'AANBIEDINGEN', 'NIEUW & BIJZONDER', and 'PAASZOETWAREN'. Below this is a section titled 'Aanbiedingen' with various promotional banners for deals, big deals, and discounts.

Microsoft Zakelijk

The screenshot shows the Microsoft Zakelijk website homepage. The top navigation bar includes links for 'Microsoft', 'Microsoft 365', 'Producten', 'Informatiebronnen', 'Ondersteuning', 'Beheercentrum', 'Koop nu', 'Alles van Microsoft', 'Zoeken', and 'Aanmelden'. A language selector shows 'Nederland'. The main headline reads 'Laat je bedrijf groeien met Microsoft 365'. Below it, a subtext says 'Brang je zakelijke ideeën tot leven met de tools die je nodig hebt om vanaf elke locatie inhoud te creëren, contact te leggen en meer gedaan te krijgen.' There are two buttons: 'Abonnementen en prijzen vergelijken' and 'Help mij met kiezen'. A link 'Bekijk een video over Microsoft 365 voor bedrijven' is also present. To the right, there's a large image of a smiling woman wearing a hat, sitting at a desk and working on a laptop. On the far right, there's a vertical column with icons for messaging, email, phone, and help. At the bottom, there are three smaller images showing people in office environments.

INSPIRATIES - CONCLUSIE

Wat ik heb geconcludeerd bij deze websites is dat zij vaak een opvallende gekleurde knop gebruiken (m.u.v. vanderlande). Dit trekt mij in ieder geval aan om te kijken waar die knop voor dient en waar die naartoe leidt, ze geven ook op hun homepage vaak weer waar zij voor staan en wat hun service is.

Omdat weldas aangaf dat zij hun foto wilde behouden die momenteel ook op hun homepage staat, dacht ik aan hetzelfde effect toepassen als bij vanderlande en daarop de tekst waar zij voor staan.

Wat mij nog meer opviel is dat vrijwel alle websites gebruik maken van een simpele en moderne hover, dropdown. Die heeft weldas momenteel ook, maar deze is heel erg onoverzichtelijk. Dus deze wil ik verduidelijken net als bij vanderlande.

The screenshot shows the Vanderlande website's navigation bar at the top with links for Careers, News & Insights, Events, Contact, EN, and a search icon. Below the navigation, there are three main sections: Segments, Systems, and Software. The Segments section lists Passenger handling and Baggage handling. The Systems section lists Check-in, Security screening, Transportation, Bag storage, Bag sortation, Make-up, Unload / Transfer break, and Reclaim. The Software section lists VIA Digital Suite, VIBES, and PAX Multiplex. A 'Life-cycle services' section is also visible.

The screenshot shows the Weldas website's navigation bar at the top with links for Distributeurs, Eindgebruiker, Agenda, Nieuws, Promoties, Downloads, Contact, Bestellijst(0), NL, and YouTube. Below the navigation, there is a main menu with categories: HOME, HANDSCHOENEN, KLEDING, HOOFDBESCHERMING, ACCESSOIRES, LAVA SHIELD, and CERTIFICERING. A search bar and a magnifying glass icon are also present. On the left, a sidebar lists different types of gloves: COMFOflex® lashandschoenen, Katoen gevoerde lashandschoenen, TIG SOFTouch™ lashandschoenen, Mechanische werkhandschoenen, Lederen palm werkhandschoenen, and Chauffeurs werkhandschoenen. The main content area features four workers sitting and talking, all wearing welding gear.

Het dropdown menu bij weldas is zoals je kunt zien naar mijn mening veel onoverzichtelijker en drukker dan bij vanderlande. Dit creeert chaos, daarom lijkt het mij verstandiger als je een grotere dropdown maakt waar het overzicht duidelijker is.

Check-in

Home / Airports / Systems / Check-in

WELDAS® *The Professional's Choice*

HOME HANDSCHOENEN KLEDING HOOFDBESCHERMING ACCESSOIRES LAVA SHIELD CERTIFICERING ZOEKEN

COMFOflex® lashandschoenen Katoen gevoerde lashandschoenen *TIG SOFTouch™* lashandschoenen Mechanische werkhandschoenen Lederen palm werkhandschoenen Chauffeurs werkhandschoenen

Ook hier weer oogt het bij Weldas veel drukker dan bij Vanderlande, op deze website krijg je onnodig te zien waar jij bent op de website en welke opties je nog meer hebt in de navigatie kolom.

HOE GAAN WIJ HET DOEN?

Als grootste inspiratie bron die hier niet in deze pagina's staat is Coolblue, omdat deze een goede onderscheid maken tussen zakelijk en particulier maar geen van beide uitsluiten.

Wij hebben de structuur/indeling van Weldas wel hergebruikt maar in een overzichtelijker manier geplaatst door designs en herkenning te gebruiken zoals dat gedaan is bij mobile inspiraties. (Alle designs worden later in het document weergegeven).

UX ONDERZOEKEN

TEST RAPPORT IS EEN APART DOCUMENT!

FONTYS TQ - STRIJP S

Tijdens mijn bezoek op de TQ locatie in Strijp-s hebben wij van een workshop bepaalde informatie en uitleg gekregen over het onderzoeken van UI/UX experiences. Wat voor mij heel belangrijk was om hier uit te halen was het opzoeken en achterhalen welke fouten/errors etc. allemaal te vinden zijn op de huidige website. Daarbij moest ik ook nadenken over wat een website nou precies goed maakt.

Daarvoor heb ik de volgende bronnen bij gebruikt:

- <https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>
- https://fhict.instructure.com/courses/13063/pages/ux-dag?module_item_id=937695

Met behulp van deze bronnen heb ik nagedacht over wat er belangrijk is om een goede website te maken en zo heb ik deze ook uiteindelijk verwerkt in mijn eigen schetsen.

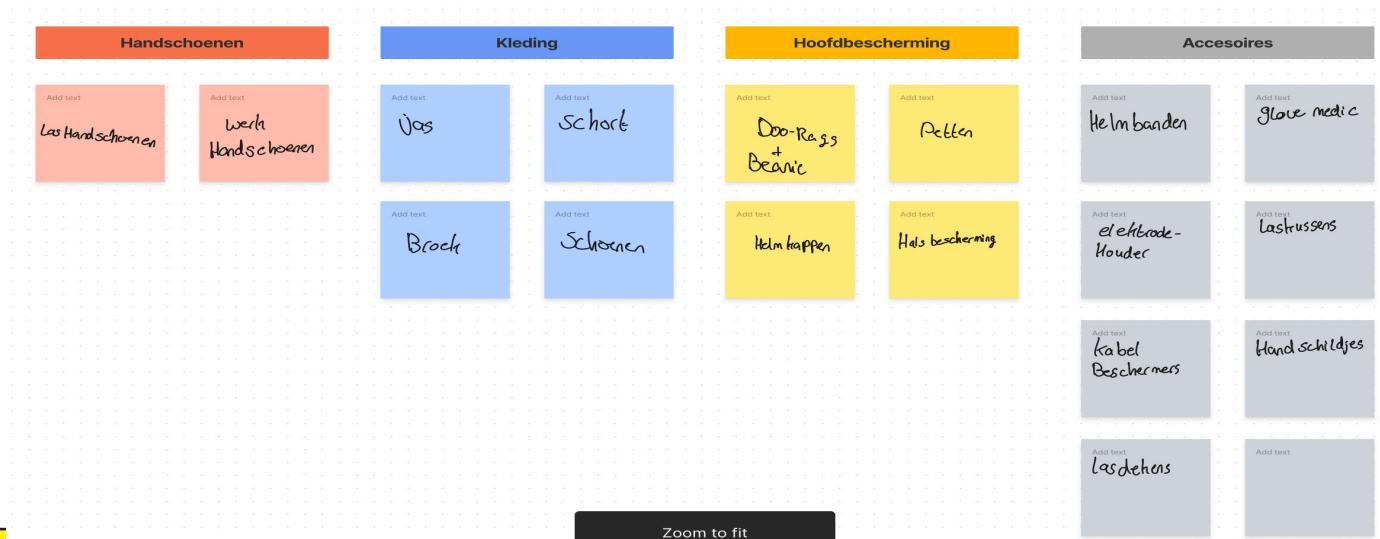
CARD SORTING

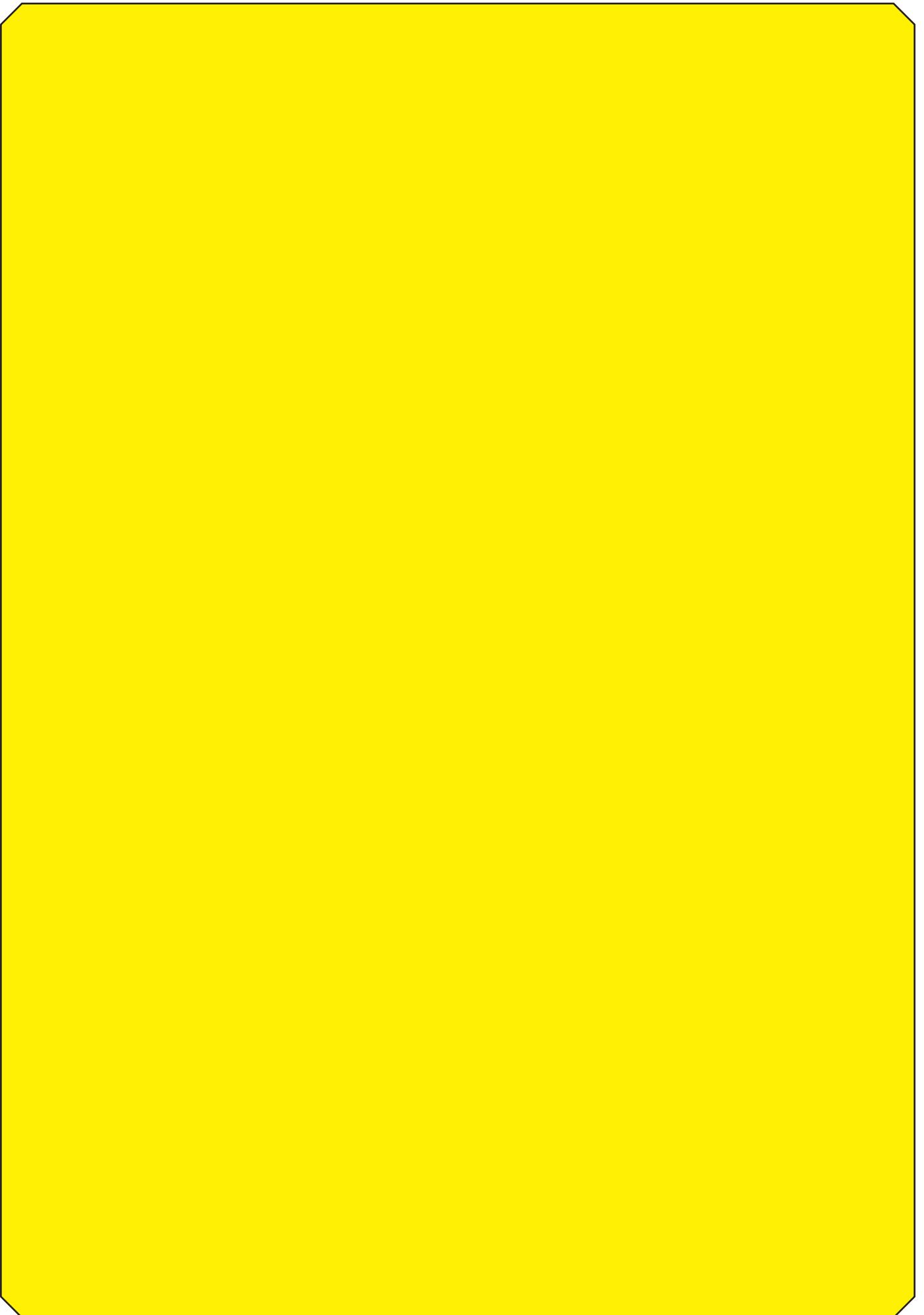
Om de structuur en organisatie van de website te verbeteren heb ik de methode Card sorting toegepast, deze methode hoorde en leerde ik voor het eerst tijdens de UX dag.

WAT IS CARD SORTING?

Bij card sorting worden gebruikers gevraagd om content en functies van een website of app te categoriseren en te organiseren in groepen. Dit kan worden gedaan door fysieke kaarten te gebruiken of door digitale tools. Door deze methode kunnen UX-designers inzicht krijgen in hoe gebruikers denken over de informatie en welke groeperingen voor hen logisch lijken. Dit kan vervolgens worden gebruikt om de informatiearchitectuur van de website of app te verbeteren en te optimaliseren voor een betere gebruikerservaring.

Gegenereerd door ChatGPT



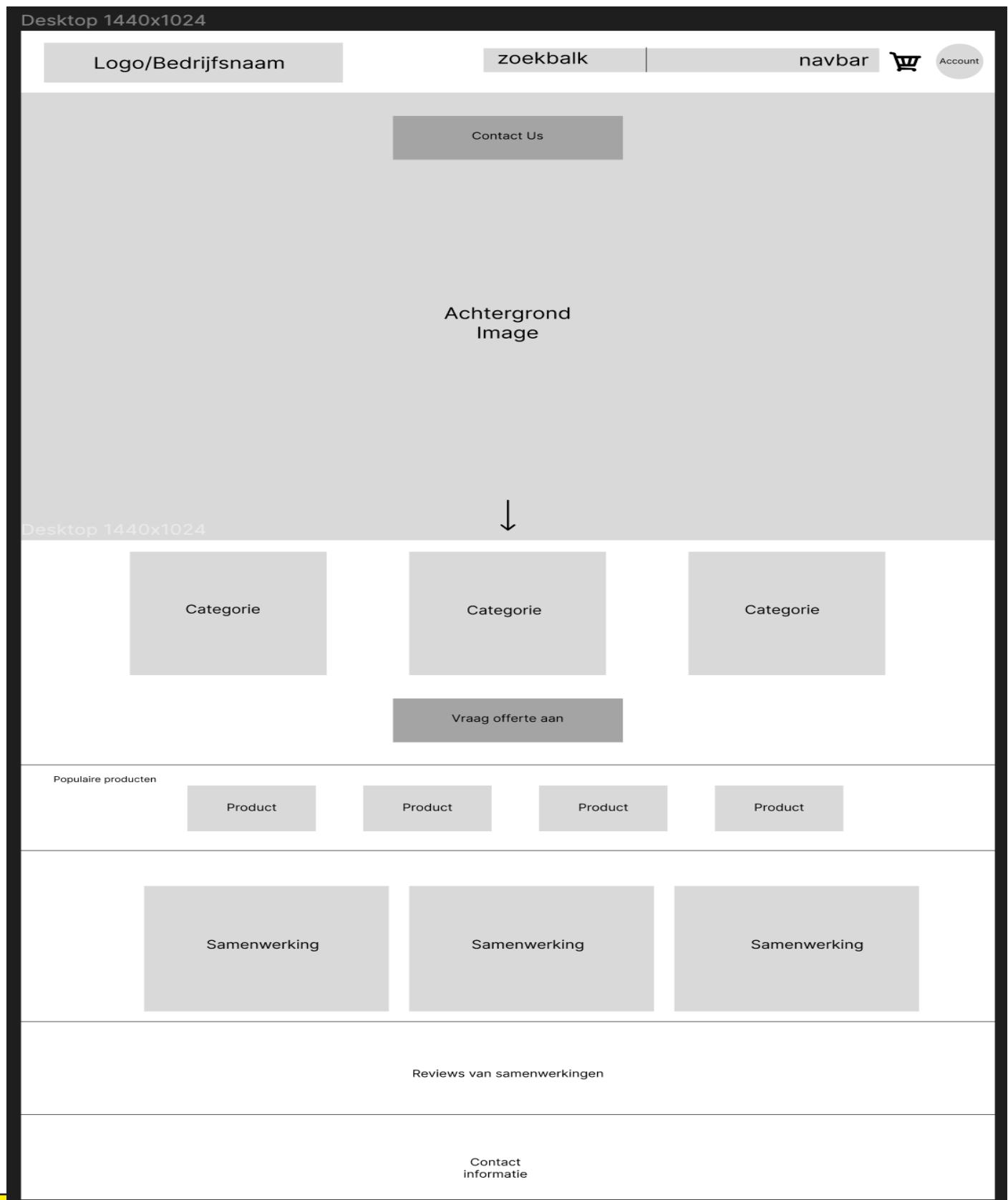


WIREFRAMES

EERSTE SCHETSEN WEBSITE

In de eerste week van het project ben ik begonnen met het maken van ruwe schetsen om zo een idee te krijgen wat de indeling wordt van de website.

SCHETS - HOMEPAGE



WAAROM DEZE INDELING?

De vorige schets was puur gebaseerd op korte inspiratie bronnen van andere websites, hierna ben ik gaan onderzoeken en kijken bij andere concurrenties die werkkleeding verkopen, hierbij heb ik gekeken naar hoe zij dit deden en heb ik de don'ts opgezocht in een website.

BEARGUMENTATIE INDELING

LOGO, ZOEKBALK & ACCOUNT

Wat meerdere malen is opgevallen is dat het logo links boven op de webpagina staat, de zoekbalk ernaast of in ieder geval duidelijk boven aan de pagina, met daarnaast je winkelmand en/of account(incl. inlog knop). Vandaar ook de keuze om dit bij Weldas te doen, voor de klant als herkenning.

HEADER & FRONTPAGE/IMAGE

Voor een “goede” website is het belangrijk dat je een overzichtelijk en gebruiksvriendelijke website maakt waarbij het doel meteen te zien is van het bedrijf. Ook vinden gebruikers het vaak belangrijk dat ze meteen herkennen dat ze op de juiste website zitten van het juiste bedrijf, een herkenbaarheids punt van het bedrijf moet dus terug te zien zijn op de website.

Daarom heb ik gekozen voor het plaatje wat zij graag op de website wilde behouden, om die te gebruiken als achtergrond image of als banner. Zodat ze meteen zien dat ze bij het juiste bedrijf zitten. Hierbij heb ik ook de call to action button direct op de homepage gemaakt zodat de conversie van het bedrijf (meer in contact komen met de gebruiker) verbeterd wordt. De reden waarom ik deze direct op de homepage plaats is omdat deze meteen opvalt voor de gebruiker.

CATEGORIEËN

Onder de header van de homepage heb ik categorieën geplaatst waarop de gebruiker kan klikken zodat hij/zij bij de juiste categorie kan zoeken waar die voor is gekomen op de website. Deze staat vaak ietsjes onder de homepage zodat de eindgebruiker niet meteen vol wordt gegooid met sales en producten en het overzicht verliest. De structuur zou daardoor meteen een stuk minder vriendelijk ogen.

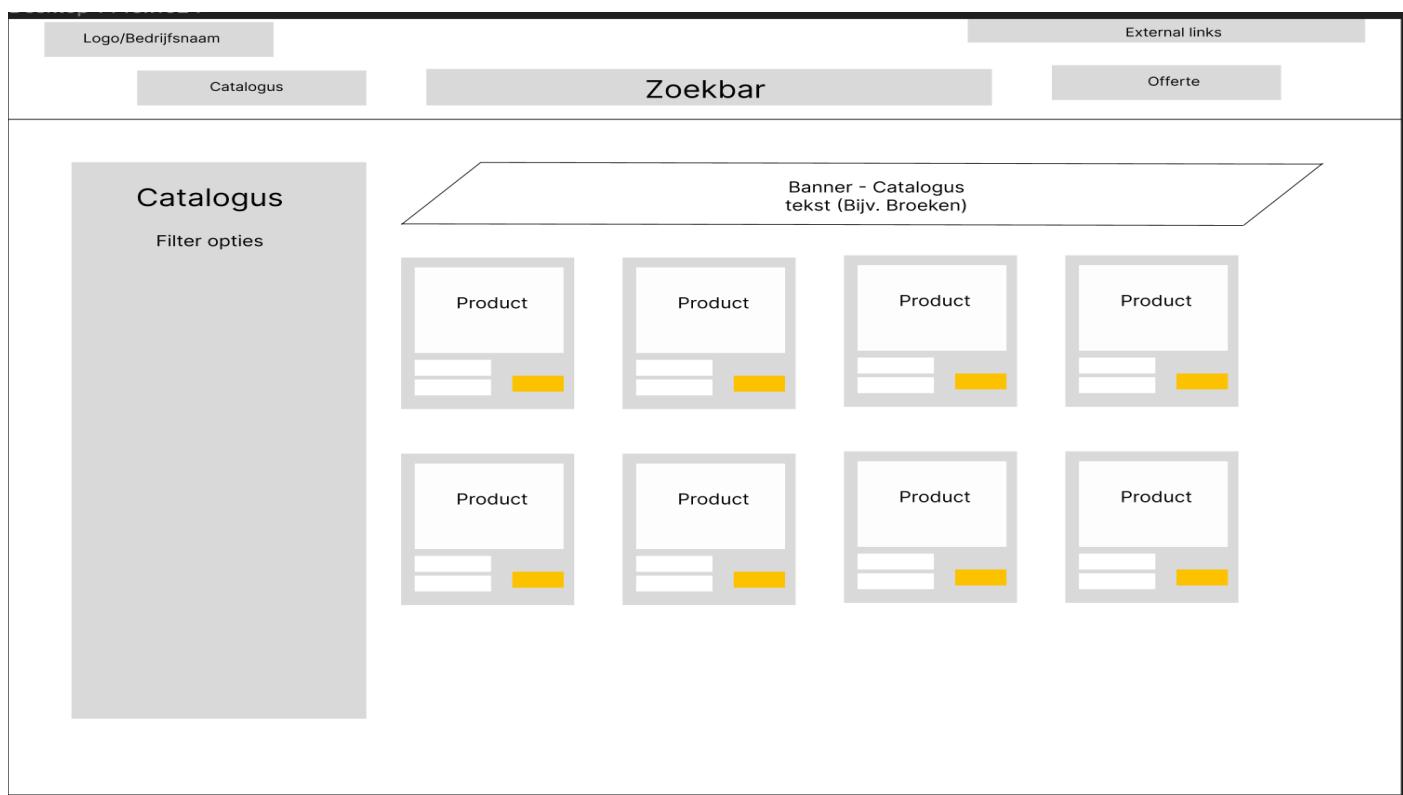
SAMENWERKINGEN

Wat mij opviel bij andere concurrenten is dat zij vaak met trots hun samenwerkingen met andere zakenpartners hun band promoten. Zo creeërt je betrouwbaarheid. Dus om een betrouwbare en zakelijke website te creeëren heb ik onder aan de webpagina samenwerkingen met andere bedrijven geplaatst met daarbij reviews. Zo kunnen ze makkelijk en snel zien dat het een betrouwbaar bedrijf is.

UITLEG SCHETS - PRODUCTENPAGE

Bovenaan de pagina blijft er een zoekbalk indien de persoon toch niet de juiste catalogus aantikt. Binnen zijn/haar betreffende categorie catalogus kan de klant nog een aantal filter opties aantikken over het product. (zoals bij Nike in de afbeelding eronder) Omdat dit een B2B bedrijf is, heb ik 2 witte balken onder elkaar neergezet, daarin komen de [Aantal] & [Maat] opties te staan. Het gele balkje moet de [Voeg toe aan winkelmandje] voorstellen.

De banner boven aan de pagina moet een indicatie tonen bij welke catalogus de gebruiker zit



The screenshot shows a search result for 'Heren Kleding (2698)'. On the left, there are filters for categories like Tops En T-Shirts, Hoodies En Sweatshirts, and Shorts. There are also filters for gender ('Geslacht') with 'Heren' checked, price ('Shop op prijs'), and sale status ('Sale'). The main content area displays three products: 'Nike Sportswear Club Fleece Joggingbroek' (Bestseller, € 59,99), 'Nike Pacer Hardlooptop' (€ 44,99), and another partially visible product. Each product card includes a small image, the product name, a 'Bestseller' badge, a price, and a 'View details' button.

(VOOR ONDERZOEK) EERSTE SCHETSEN MOBILE

Bij het maken van de mobile version van de website ben ik zoals eerder in dit document is vermeld. Onderzoek gaan doen naar andere websites op mobile, maar omdat mobile veel minder ruimte heeft en al die ruimte nuttig benut moet worden. Ben ik ook op zoek gegaan naar de minimale grootte van bijvoorbeeld een button, aangezien hier regels aan zijn verbonden binnen de Google play & App store.

Nadat ik deze groottes had opgezocht ben ik echt daadwerkelijk begonnen met het maken van de wireframes.

GROOTTE BUTTONS

Button size should not be less than 42 pixels and a maximum of 72 pixels. The most preferred button size is 60 pixels at a minimum, with 72 pixels optimal for certain users. Looking at research studies, a 72 pixel button was preferred by older users and overall produced the highest touch accuracy.

developer.apple (z.j.) Buttons. Bron van: <https://developer.apple.com/design/human-interface-guidelines/components/menus-and-actions/buttons/>

GROOTTE ZOEKBALK

Is there a recommended size for search boxes?

Asked 7 years, 2 months ago Modified 3 years, 7 months ago Viewed 12k times



Do users change their search patterns if the search is shorter? Do users search less if the search box is too large?

32

The only article I'd found is a [2009 Smashing Magazine article](#):



The [Nielsen] study found that the **average search box is 18-characters wide**. The data showed that 27% of queries were too long to fit into it. **Extending the box to 27 characters would accommodate 90% of queries**. Remember, you can set widths using ems, not just pixels and points. One em is the width and height of one "m" character (using whatever font size a website is set to). So, use this measure to scale the width of the text input field to 27-characters wide.

In general, search boxes are better too wide than too short, so that users can quickly review, verify and submit the query. This guideline is very simple but unfortunately too often dismissed or ignored. Some padding in the input field can also improve the design and user experience.

Dmitry Fadeyev (24 sep , 2009) 10 useful usability findings and guidelines. Bron van: <https://www.smashingmagazine.com/2009/09/10-useful-usability-findings-and-guidelines/#6-the-ideal-search-box-is-27-characters-wide>

HOE ZIT HET MET DIE IPHONE NOTCH?

On iPhone Notch Sizes

January 8, 2021 [Permalink](#)

No spoilers, but on [yesterday's episode of Connected](#), we had to contend with how big the iPhone's notch is, and how it may have changed sizes over the years since the introduction of Face ID in 2017.

Just looking at a pile of iPhones isn't that helpful when trying to investigate such minutiae. What you need is detailed documentation.

Thankfully, Apple provides just that, in the form of a document named "Accessory Design Guidelines for Apple Devices," [which is freely available on Apple's developer website](#).

The document is for companies creating chargers, cases and just about anything else that can be clipped on, paired to or used with an iPhone. Thankfully, it also works for podcasters with ridiculous jobs, as it includes detailed drawings of every iPhone going back to the iPhone 5.

Using that information, I put together [these charts](#) showing the size of the notch¹ on various iPhones:

512pixels (8 jan, 2021) On iPhone Notch Sizes. Bron van: <https://512pixels.net/2021/01/on-iphone-notch-sizes/>

HOE MAAK IK EEN GOEDE CALL TO ACTION BUTTON?

Je kunt het beste gaan voor een button met afgeronde hoeken. Waarom? Ronde hoeken wijzen naar binnen, hierdoor kijkt men automatisch naar het midden van de button. Uit onderzoek is gebleken dat het minder moeite vergt om ronde hoeken te bekijken en het meer moeite kost om scherpe randen te bekijken.

6. Make it look clickable

Je wil graag dat men op jouw button klikt, zorg er dan ook voor dat de button er als een echte button uitziet waar je op kan klikken. Hieronder een paar toepassingen die hierbij helpen.

- Rechthoekige vorm (met afgeronde hoeken).
- Genoeg witruimte rondom de button.
- Gebruik een contrasterende kleur.
- Zorg voor de juiste feedback. D.m.v. een rand, een subtile schaduw of een 3D-effect laat je zien dat een knop echt "in te drukken" is. Wanneer je op de button klikt zorg er dan ook voor dat er d.m.v. een kleine animatie of kleurverandering wordt laten zien dat de knop ook ingedrukt wordt. Zo wordt naar de gebruiker toe bevestigd dat de button is ingedrukt.

Comyoo (z.j.). *Een goede call to action button?* Bron van: <https://www.comyoo.nl/een-goede-call-to-action-button/>

Preferenties door onbewuste beïnvloeding

In je leven heb je geleerd om scherpe onderdelen als een bedreiging te herkennen. Je kunt je dus voorstellen wat rechte hoeken onbewust doen. Ze veroorzaken een angstrespons. In plaats van een heftige reactie (zoals bij de 'slang' of het pistool) beïnvloedt een rechte hoek je op een onbewuste manier. Deze beïnvloeding draagt bij aan je preferenties (voorkeuren). Daardoor prefereer je onbewust ronde objecten boven rechthoekige objecten. Dit gaat zo ver dat je intuïtief mensen met ronde gezichten – in eerste instantie – aardiger vindt dan mensen met rechthoekige gezichten.

Onbekend (28 nov, 2014) Wat is beter? Afgeronde of rechten hoeken in je webdesign? Bron van: <https://www.frank-watching.com/archive/2014/11/28/wat-is-beter-afgeronde-of-rechte-hoeken-je-webdesign/>

HOE ZIT HET MET FORMATEN EN WHITE SPACES?

Afstanden tussen elementen

In ieder webdesign zitten blokken, knoppen, afbeeldingen of elementen waar een bepaalde afstand tussen zit. Gebruik altijd bij elke afstand en tussen ieder element ronde getallen met tussenstapjes van 5 px (dus 10px, 15px, 20px, 25px, 30px etc).

Gebruik geen afstanden van bijvoorbeeld 28px en 133px breed. Dit brengt inconsistentie met zich mee, plus het is voor de developer moeilijker en meer werk om alles 'pixel perfect' te krijgen.

VanOns(z.j) Specificaties van een goed webdesign. Bron van: <https://van-ons.nl/blog/visueel-ontwerp/specificaties-van-een-goed-webdesign/>

EERSTE SCHETSEN MOBILE

BEARGUMENTATIE - PAGINA PLAATSING

Bij het ontwerpen van deze schets heb ik al met een heleboel dingen rekening gehouden, zoals je bij het vooronderzoek kon zien zijn er een aantal regels en normen benoemd, met het ontwerpen van dit design heb ik die zo goed en concreet mogelijk proberen na te leven.



Om de notch bij Apple gebruikers te ontwijken heb ik met een rode area aangegeven dat je zo ongeveer 26,5 pixels naar beneden moet beginnen met je pagina.

BEARGUMENTATIE - BUTTONS

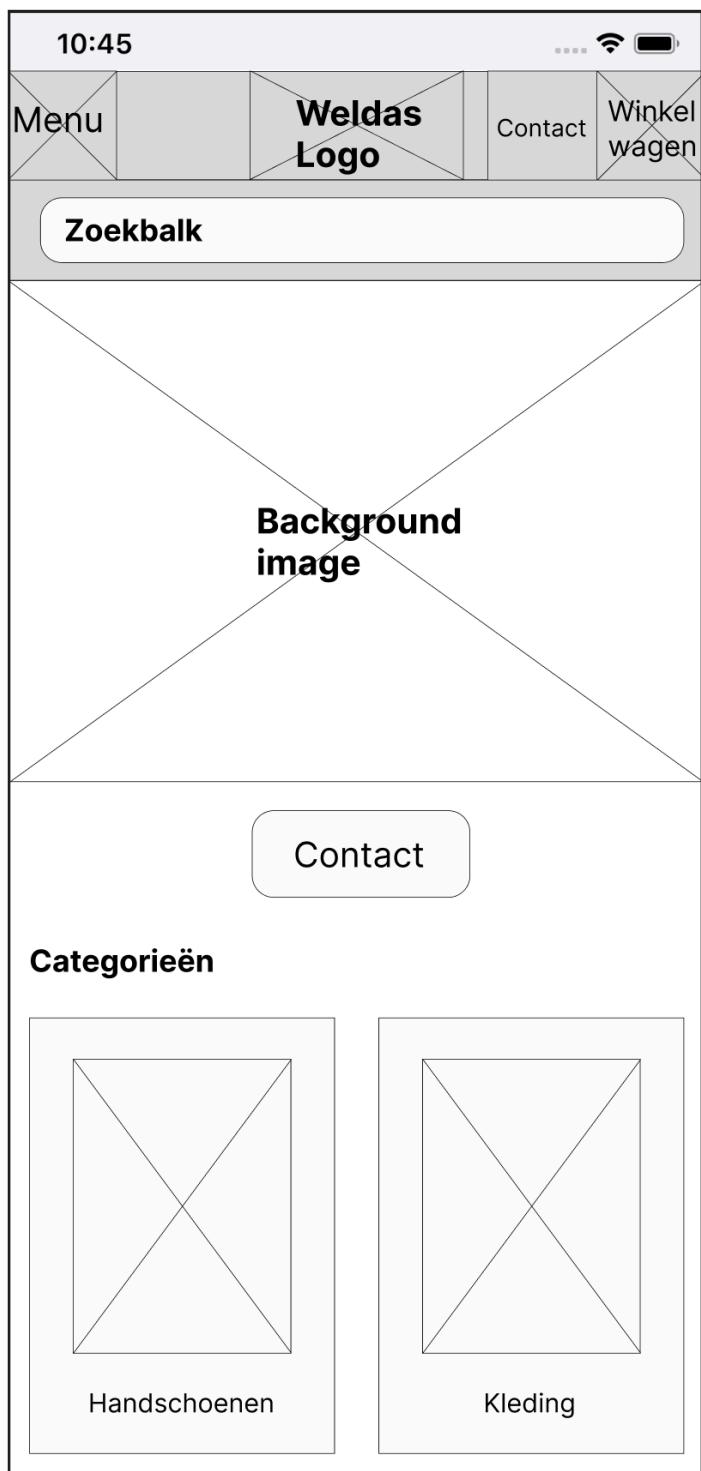
Zo heb ik ook rekening gehouden met de Google Play & App store regels dat ze het sterk aanraden om een button 50x50 pixels te maken. Dit omdat de duimgrootte ca. 47 pixels is.

BEARGUMENTATIE - ZOEKBALK

De zoekbalk heb ik erbij gezet en onder het menu balkje gedaan omdat mensen toch graag een zoekbalk functie willen hebben. De positie ervan heb ik gebaseerd op andere websites hun design.

BEARGUMENTATIE - CALL TO ACTION BUTTON

De call to action button staat meteen duidelijk op de homepage en direct in het scherm. Hierdoor zal hij sneller opvallen met een opvallende kleur, de randjes heb ik bewust rond gemaakt omdat i.v.m. psychologisch effect ronde buttons vaker op worden geklikt dan rechthoekige buttons. Verder staat er alleen "contact" in omdat een call to action button kort maar krachtige teksten moet bevatten en meteen duidelijk moet aangeven waar die voor dient.



BEARGUMENTATIE - CATEGORIEËN

Met behulp van user testing en inspiratie onderzoeken naar andere websites, is gebleken dat eindgebruikers van deze toekomstige website graag opties zouden willen zien voor categorieën die ze helpen bij het zoeken van hun product. Bij het designen en indelen van deze categorieën heb ik (en samen met het groepje) besloten dat in een vakken vorm te doen dat ook te zien is bij bijvoorbeeld Coolblue.

INSPIRATIE VOORBEELDEN VOOR ONS DESIGN

ZOEKBALK



Homepage indeling met afbeelding



Werkkleeding en zorgkleding online kopen



Tijdens het maken van deze wireframe ben ik blijven iterateren en onderzoeken/testen om te kijken welke indeling nu het beste werkt. Zo ben ik bijvoorbeeld in gesprek gegaan met een lasser om te kijken wat hij belangrijk vindt om te zien op een webpagina bij het bestellen van producten.

GESPREK MET LASER

INTRODUCTIE LASER

Omdat ik de lasser in persoon heb gesproken en laten testen met onze wireframes en designs heb ik helaas screenshots of dergelijke van de feedback. Daarom beschrijf ik nu in een korte samenvatting wat er uit het gesprek is voortgekomen:

Howard is een fotolasser, dat houdt in dat hij een bepaalde certificaat heeft behaald voor lassen. Je zou dus kunnen zeggen dat hij niet een reguliere lasser is maar echt een expert op het gebied van beroepslassers.

Daarom heb ik hem gevraagd of hij me wilde helpen bij het bedenken en inrichten van de nieuwe Weldas website. Zelf is hij hier ook klant.

KORTE SAMENVATTING

Allereerst vroeg ik aan Howard of hij de huidige website van Weldas kon bekijken en beoordelen en hierop zei hij:

“De huidige website is erg onoverzichtelijk en nergens staan prijzen bij, dit wilt ik graag als lasser wel van te voren weten. Maar het uiterst belangrijke wat ik mis zijn bepaalde certificaten waar een product aan voldoet, die zijn nu erg lastig te vinden. Omdat zo’n product vaak erg duur is en lang mee moet gaan, zou ik die wel graag terug willen zien bij de producten.”

WAT HEBBEN IK ERMEE GEDAAN?

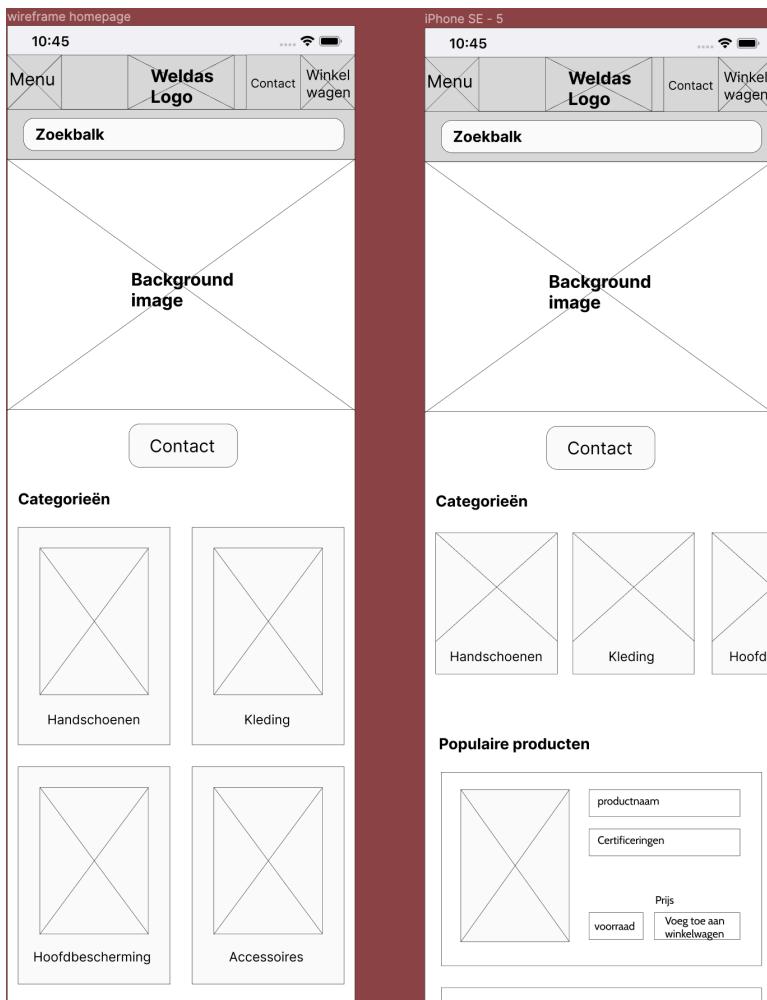
Na ons gesprek ben ik meteen in de wireframes gaan aanpassen en toevoegen waar al deze informatie terug te vinden kan zijn. Zodat bij een nieuwe webpagina deze informatie makkelijk en snel te vinden is.

BELANGRIJKE INFORMATIE

Omdat ik gedurende het maken van de wireframes me moeilijk kon inbeelden wie mijn eindgebruikers nu precies zijn aangezien het een b2b klant is, wist ik niet precies hoe de indeling van de website gemaakt moest worden. Gelukkig kwam uit het gesprek voort met Howard dat zij als lassers vaak een product nodig hebben dat ze hiervan een screenshot maken op hun telefoon en vervolgens doorsturen naar hun inkoop afdeling. Die besteld vervolgens het product voor de lassers.

Het zijn dus in eerste instantie de lassers die op de webpagina komen, maar daarna komen de mensen van inkoop op de website. Dit was voor mij een cruciaal punt om te weten te komen hoe ik de website in moest delen. Omdat het dus voor beide partijen overzichtelijk moet zijn.

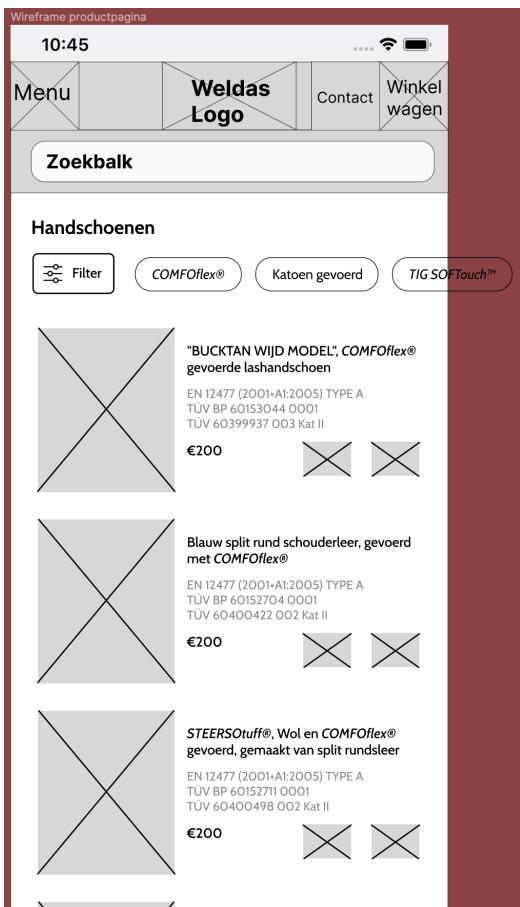
VOORBEELDEN WIREFRAMES



Homepage Context

In deze wireframe ben ik verder gaan met het eerder in dit document getoonde screenshot. Het verschil tussen deze 2 is dat bij de ene pagina de categorieën in blok vormen onder elkaar staan en bij de ander je kunt swipen/horizontaal scrollen om alle categorieën te zien.

Dit heb ik uiteindelijk m.b.v. user tests welke van de 2 de voorkeur had.

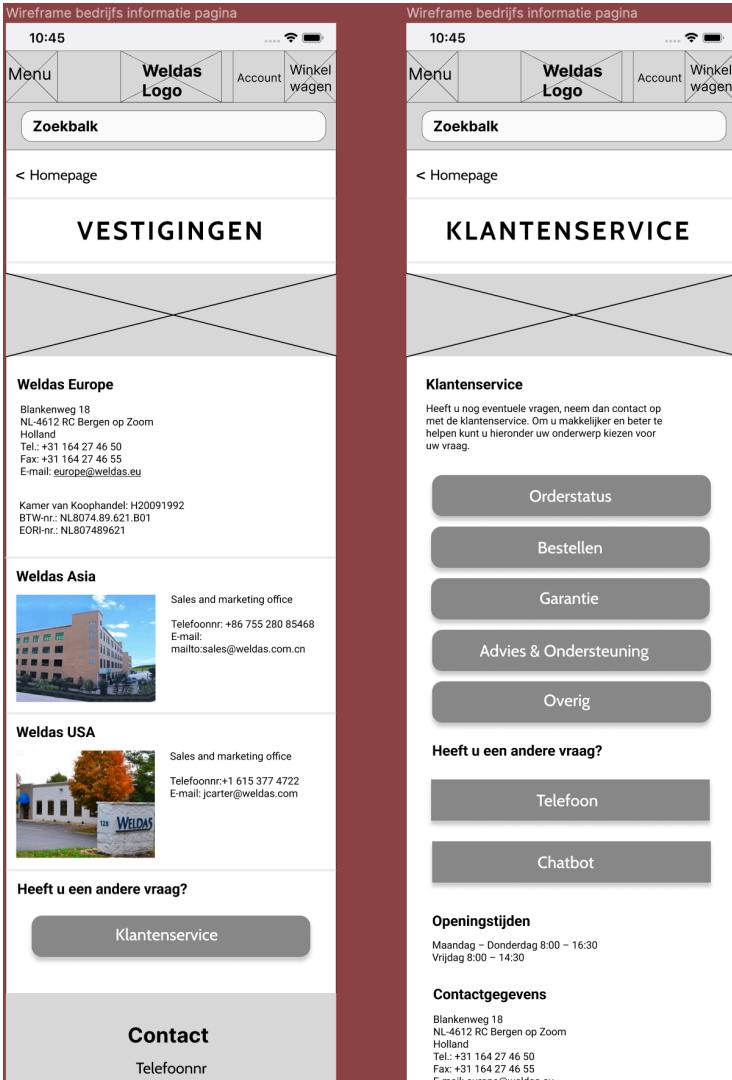


Producten Pagina Context

Hier links is een wireframe te zien waarop ik de product pagina heb geschetst.

Bij al mijn wireframes en schetsen maak ik gebruik van de eerder uitgelegde uitlijningen en pixelformaten van knoppen. White spaces zijn bijv. allemaal in tientallen px neergezet (bijv. 10 of 20px).

Daarnaast heb ik ook gebruik gemaakt van herkenningspunten in het design. Zoals de filter knop en sidebar met filter functie.



INFORMATIEVE PAGINA'S CONTEXT

Ten slotte heb ik nog wireframes gemaakt voor de vestigingen pagina en klantenservice pagina.

Deze zijn vooral geïnspireerd door websites als: Coolblue, Hendriks Polvo, Bol.com & lastek.

Deze pagina's zijn voor informatieve doeleinden bedoeld om er zo voor te zorgen dat wanneer klanten op de contact knop drukken (conversie) dat zij een overzichtelijk menu te zien krijgen hoe ze contact op kunnen nemen met het bedrijf.

DESIGNS

In dit deel van het document geef ik alle designs weer waar ik verantwoordelijk ben geweest. Echter vanwege een groepsproject zijn bepaalde keuzes in het design in groepsverband besloten en niet alleen door mijzelf.

Niet bij iedere screenshot geef ik context weer maar laat ik zien wat bepaalde iteraties zijn geweest.

HOMEPAGE

VERSIE 1

The image contains two side-by-side screenshots of a mobile website for 'WELDAS'. Both screenshots show the same content but with different design aesthetics. The left screenshot, labeled 'iPhone SE - 9', has rounded corners and a white background. The right screenshot, labeled 'iPhone SE - 3', has sharp corners and a grey background. Both screenshots show the Weldas logo at the top, followed by a search bar and a banner featuring five workers in safety gear. Below the banner is a contact message and a blue 'Contact' button. A 'Categorieën' section follows, showing categories like 'Handschoenen', 'Kleding', and 'Hoofdbes...'. A 'Populaire producten' section shows products like 'Lava Brown™ Split rundlederen borstschoot' and 'zwart glad rundlederen halsbeschermmer'. The right screenshot's design is more modern and minimalist compared to the left one.

In het design heb ik gebruik gemaakt van de kleuren die Weldas Europe in hun brand guide toestaat.

Hierbij heb ik gekozen voor een gele navigatie balk i.c.m. een donkerblauwe zoekbalk om zo een mooi en overzichtelijk contrast te weergeven (dit is getest met gebruikers).

De contact knop heb ik hier lichtblauw gemaakt zodat deze goed opvalt en duidelijk zichtbaar is. M.b.v. eerdere onderzoek in dit document heb ik die bepaalde vorm gegeven.

Zoals het bijv afronden van hoeken en 1 simpel trefwoord erin te plaatsen.

VERSIE 2

The screenshot shows the mobile version of the Weldas website. At the top, there's a yellow header bar with the time (10:45), signal strength, battery level, and the Weldas logo. Below the header is a dark blue navigation bar with a menu icon, a search bar containing 'Zoeken...', and a shopping cart icon.

The main content area features a large banner image of five welders in various protective gear (orange and blue jackets, hard hats) sitting on a ledge against a city skyline. Below the banner, a text block encourages users to contact them for product inquiries or bulk orders. A prominent blue 'Contact' button with a phone icon is centered below this text.

Under the 'Contact' button, there's a section titled 'Categorieën' (Categories) with three items: 'Handschoenen' (Gloves) showing a pair of brown leather gloves, 'Kleding' (Clothing) showing a brown leather jacket, and 'Hoofdbes' (Headgear) showing a black knit cap.

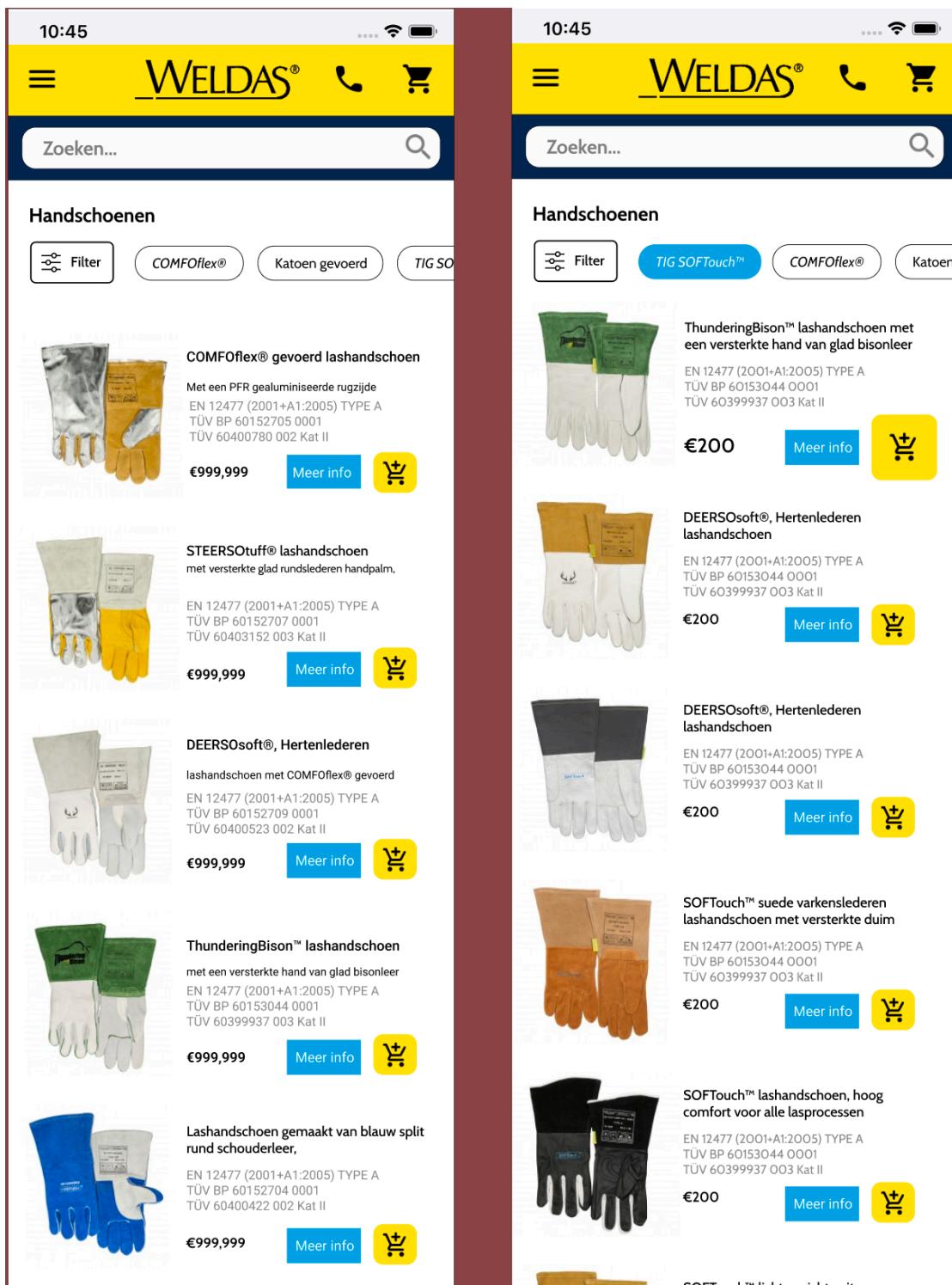
At the bottom, there's a section titled 'Populaire producten' (Popular products) featuring two items:

- Lava Brown™**
Split rundlederen borstsshort
[Certificering](#)
€ 999,999
● [Op voorraad](#)
○ [Meer info](#)
- Halsbeschermmer**
zwart glad rundlederen
[Certificering](#)
€ 999,999
● [Op voorraad](#)
○ [Meer info](#)

In deze versie van het design heb ik de kleur van het contact knop veranderd omdat gebruikers en docenten zeiden dat de lichtblauwe kleur “niet mooi en ouderwets” oogde. Daarnaast heb ik een telefoon icoon toegevoegd om de aandacht voor contact knop te versterken.

PRODUCTENPAGE

VERSIE 1



Hierboven staat het eerste design voor de producten page, boven aan de pagina zie je duidelijk bij welke categorie je bent en kun je eventueel filteren op merk of andere opties in het filter menu.

Echter vond ik in dit design de whitespace en uitlijningen niet correct en vond ik dat de producten beter gescheiden konden worden. Daarnaast was een feedback punt van Mischa dat de professionele foto's van Weldas op hun website meer gebruikt mochten worden. Het zag er nu te kaal uit.

VERSIE 2

The image displays two side-by-side screenshots of a mobile website for 'WELDAS'. Both screenshots show the same product category: 'HANDSCHOENEN' (Gloves).

Left Screenshot (Initial State):

- Header: 'WELDAS' logo, search bar, and a 'Filter' button.
- Section: 'WERKHANDSCHOEN VOOR ALGEMEEN GEbruIK' (Work Gloves for General Use).
 - Image: Two yellow leather work gloves.
 - Description: 'Met elastiek op de rugzijde, gemaakt van split rundleer' (With elastic on the back, made of split cowhide).
 - Details: EN 388:2016/A1:2018, UE-000112/00.
 - Price: €999,999.
 - Buttons: 'Meer info' (More info) and a yellow shopping cart icon.
- Section: 'STEERSOtuff® CHAUFFEURHANDSCHOEN' (STEERSOtuff® Chauffeur Gloves).
 - Image: Two yellow leather chauffeur gloves.
 - Description: 'Gemaakt van duurzaam en soepel top glad rund zijdeleer' (Made of durable and soft top smooth cowhide).
 - Details: EN 388:2016/A1:2018, UE-000112/00.
 - Price: €999,999.
 - Buttons: 'Meer info' and a yellow shopping cart icon.
- Section: 'THUNDERINGBISON™ CHAUFFEURHANDSCHOEN' (ThunderingBison™ Chauffeur Gloves).
 - Image: One green and one grey leather chauffeur glove.
 - Description: 'Gemaakt van soepel glad bisonleer in de palm' (Made of soft smooth bison leather in the palm).
 - Details: EN 388:2016/A1:2018, UE-000112/00.
 - Price: €999,999.
 - Buttons: 'Meer info' and a yellow shopping cart icon.
- Section: 'SOFTOUCH™ CHAUFFEURHANDSCHOEN' (SOFTOUCH™ Chauffeur Gloves).
 - Image: One brown and one white leather chauffeur glove.
 - Description: 'Met extra veel gevoel en zachte top' (With extra feel and soft top).
 - Details: EN 388:2016/A1:2018, UE-000112/00.
 - Price: €999,999.
 - Buttons: 'Meer info' and a yellow shopping cart icon.

Right Screenshot (After Applying Filter):

- Header: 'WELDAS' logo, search bar, and a 'Filter' button (highlighted in blue).
- Section: 'WERKHANDSCHOEN VOOR ALGEMEEN GEbruIK' (Work Gloves for General Use).
 - Image: Two yellow leather work gloves.
 - Description: 'Met elastiek op de rugzijde, gemaakt van split rundleer' (With elastic on the back, made of split cowhide).
 - Details: EN 388:2016/A1:2018, UE-000112/00.
 - Price: €999,999.
 - Buttons: 'Meer info' and a yellow shopping cart icon.
- Section: 'STEERSOtuff® CHAUFFEURHANDSCHOEN' (STEERSOtuff® Chauffeur Gloves).
 - Image: Two yellow leather chauffeur gloves.
 - Description: 'Gemaakt van duurzaam en soepel top glad rund zijdeleer' (Made of durable and soft top smooth cowhide).
 - Details: EN 388:2016/A1:2018, UE-000112/00.
 - Price: €999,999.
 - Buttons: 'Meer info' and a yellow shopping cart icon.
- Section: 'THUNDERINGBISON™ CHAUFFEURHANDSCHOEN' (ThunderingBison™ Chauffeur Gloves).
 - Image: One green and one grey leather chauffeur glove.
 - Description: 'Gemaakt van soepel glad bisonleer in de palm' (Made of soft smooth bison leather in the palm).
 - Details: EN 388:2016/A1:2018, UE-000112/00.
 - Price: €999,999.
 - Buttons: 'Meer info' and a yellow shopping cart icon.
- Section: 'SOFTOUCH™ CHAUFFEURHANDSCHOEN' (SOFTOUCH™ Chauffeur Gloves).
 - Image: One brown and one white leather chauffeur glove.
 - Description: 'Met extra veel gevoel en zachte top' (With extra feel and soft top).
 - Details: EN 388:2016/A1:2018, UE-000112/00.
 - Price: €999,999.
 - Buttons: 'Meer info' and a yellow shopping cart icon.

Om het design te verbeteren ben ik dus weer aan de slag gegaan om het aantrekkelijker en overzichtelijker te maken. Boven aan de pagina staat nu duidelijk in welke categorie ze zijn en de producten zijn nu makkelijker en overzichtelijker van elkaar gescheiden.

INFORMATIE PAGINA'S

VERSIE 1

Wireframe bedrijfs informatie pagina



VESTIGINGEN

Weldas Europe

Blankenweg 18
NL-4612 RC Bergen op Zoom
Holland
Tel.: +31 164 27 46 50
Fax: +31 164 27 46 55
E-mail: europe@weldas.eu

Kamer van Koophandel: H20091992
BTW-nr.: NL8074.89.621.B01
EORI-nr.: NL807489621



Weldas Asia



Sales and marketing office
Telefoonnr: +86 755 280 85468
E-mail: sales@weldas.com.cn

Weldas USA



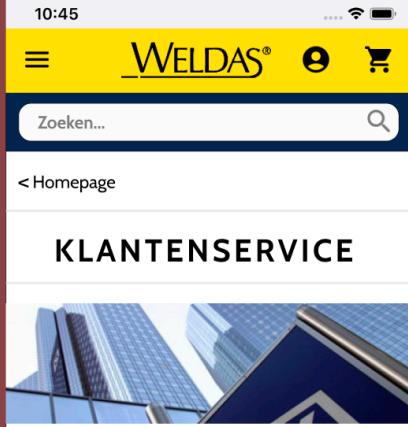
Sales and marketing office
Telefoonnr: +1 615 377 4722
E-mail: jcarter@weldas.com

Heeft u een vraag? Of wilt u contact met ons opnemen?

Neem dan contact op met onze klantenservice.

Klantenservice

Wireframe bedrijfs informatie pagina



KLANTENSERVICE

Klantenservice

Heeft u nog eventuele vragen, neem dan contact op met de klantenservice. Om u makkelijker en beter te helpen kunt u hieronder uw onderwerp kiezen voor uw vraag.

Orderstatus

Bestellen

Garantie

Advies & Ondersteuning

Overig

Heeft u een andere vraag?

Bel ons via: +31 164 27 46 50

Chatbot

Openingstijden

Maandag – Donderdag 8:00 – 16:30
Vrijdag 8:00 – 14:30

Contactgegevens

Blankenweg 18
NL-4612 RC Bergen op Zoom
Holland
Tel.: +31 164 27 46 50
Fax: +31 164 27 46 55
E-mail: europe@weldas.eu

Kamer van Koophandel: H20091992
BTW-nr.: NL8074.89.621.B01
EORI-nr.: NL807489621

Contact

De informatieve pagina's zijn vooral hetzelfde gebleven als de wireframes, alleen de kleuren heb ik toegepast naar het kleurenpallete van Weldas.

VERSIE 2

The image displays two side-by-side screenshots of a mobile website for 'WELDAS'. Both screenshots show the same header with the Weldas logo, a search bar, and a shopping cart icon. The left screenshot shows the 'VESTIGINGEN' (Locations) page, which features a large image of a modern industrial building with blue and grey panels. Below the image, there is information for 'Weldas Europe' including address, phone number, fax, and email. It also includes a map showing the location of Weldas Europe B.V. in Bergen op Zoom. The right screenshot shows the 'KLANTENSERVICE' (Customer Service) page, which features a large image of a modern glass building. Below the image, there is a section for 'Direct Contact' with a phone icon and the phone number +31164 27 46 50, and a 'Chatbot' button. There is also a section for 'Online Klantenservice' with five buttons: 'Bestellen', 'Orderstatus', 'Garantie', 'Advies & Ondersteuning', and 'Overig'.

10:45

WELDAS®

Zoeken...

< Homepage

VESTIGINGEN

Weldas Europe

Blankenweg 18
NL-4612 RC Bergen op Zoom
Holland
Tel.: +31 164 27 46 50
Fax: +31 164 27 46 55
E-mail: europe@weldas.eu

Kamer van Koophandel: H20091992
BTW-nr.: NL8074.89.621.B01
EORI-nr.: NL807489621

Weldas Europe B.V. | Laskledi...
Blankenweg 18, 4612 RC Bergen op Zoom
5.0 ★★★★
View larger map

Leijweg
Van der A Bedrijfsk...
TUNWI...
Zoom
Bleekmanne...
Mepavex Logistics
Zoom
Action Bergen op Zoom
MediaMarkt Bergen op Zoom
McDonald's Bergen op Zoom Noord
Gashouder
Keyboard shortcuts
Map data ©2022 Google
Report a map error

Weldas Asia

Sales and marketing office
Telefoonnr: +86 755 280 85468
E-mail: sales@weldas.com.cn

Weldas USA

Sales and marketing office
Telefoonnr: +1 615 377 4722
E-mail: jcarter@weldas.com

Heeft u een vraag? Of wilt u contact met ons opnemen?

Neem dan contact op met onze klantenservice.

Klantenservice

10:45

WELDAS®

Zoeken...

< Homepage

KLANTENSERVICE

Direct Contact

Voor eventuele vragen over producten, bestellingen of andere zaken neem dan direct contact op of online via de onderstaande categorieën.

+31164 27 46 50

Chatbot

Online Klantenservice

Heeft u nog eventuele vragen, neem dan contact op met de klantenservice. Om u makkelijker en beter te helpen kunt u hieronder uw onderwerp kiezen voor uw vraag.

Bestellen

Orderstatus

Garantie

Advies & Ondersteuning

Overig

Openingstijden

Maandag – Donderdag 8:00 – 16:30
Vrijdag 8:00 – 14:30

Contactgegevens

Blankenweg 18
NL-4612 RC Bergen op Zoom
Holland
Tel.: +31 164 27 46 50
Fax: +31 164 27 46 55
E-mail: europe@weldas.eu

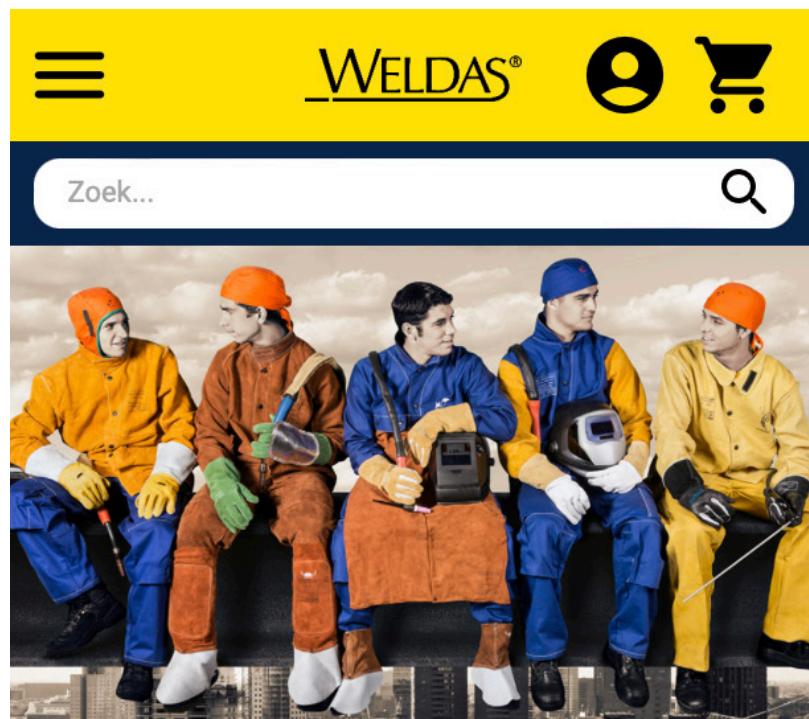
Kamer van Koophandel: H20091992
BTW-nr.: NL8074.89.621.B01
EORI-nr.: NL807489621

Op basis van user testing (die terug te vinden is in een ander rapport/bestand). Bleek dat volgorde van de klantenservice pagina anders moest. Gebruikers zagen liever het telefoonnummer voor contact bovenaan dan onder de categorieën.

Ook hierbij heb ik icoontjes toegevoegd aan de contact knoppen om het effect/aandacht te vergroten.

DEVELOPMENT MOBILE

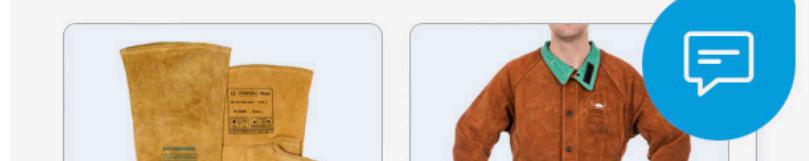
HOMEPAGE



Heeft u vragen over een product? Of wilt u iets in bulk bestellen? Neem contact met ons op! Wij helpen u graag!

 Contact

Categorieën



Aan het design van de homepage hebben wij niet veel aangepast. We hebben wel de contact knop terug veranderd naar het lichtblauwe. Omdat deze meer uitnodigend was dan de donker blauwe versie.

The screenshot shows a mobile version of the Weldas website. At the top, there is a yellow header bar with a menu icon (three horizontal lines), the Weldas logo, and a shopping cart icon. Below the header is a dark blue navigation bar with a search input field containing "Zoek..." and a magnifying glass icon.

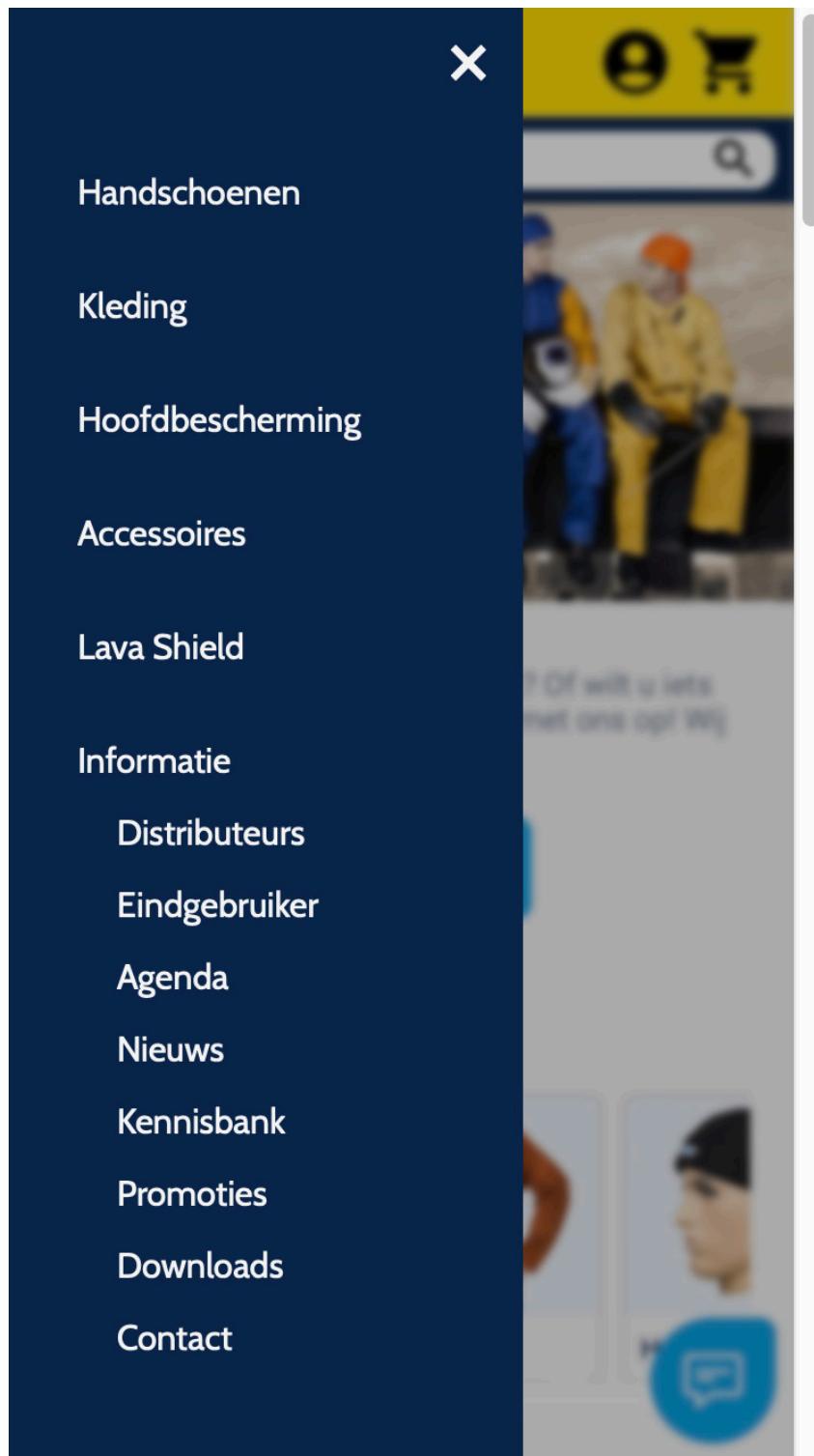
The main content area has a dark blue background. At the top of this area, the text "HANDIGE LINKS" is displayed in white capital letters. Below it, there are four underlined links: "Algemene Voorwaarden", "Contact", "Over Ons", and "Locatie".

Below these links is a Google Maps interface showing the location "Blankenweg 18, 4612 RC Bergen op...". The map includes labels for "Goes", "Hoogerheide", "Essen", and "A4/A17/A58" roads. A red marker indicates the exact location. A white callout box on the map displays the address "Blankenweg 18" and a "View larger map" link. To the right of the map is a zoom control with plus and minus signs.

At the bottom of the page is a yellow footer bar with the text "BETAALMETHODEN" in blue capital letters. It features five payment method icons: iDEAL (pink), MasterCard (orange), Klarna (pink), PayPal (blue), and a blue speech bubble icon.

Wel hebben wij de footer aangepast, hier hebben we een google maps locatie aan toegevoegd, betaalmethodes op de website aangegeven & links geplaatst die doorverwijzen voor meer informatie.

MENU OVERLAY



Jordan is verantwoordelijk geweest voor het maken van de Menu overlay, alle credits voor het maken van deze overlay gaan dan ook naar hem. Wat we wel samen hier aan hebben gedaan is de indeling maken en categoriseren. Deze is overigens (bijna) hetzelfde gebleven als in ons ontwerp bij het designen.

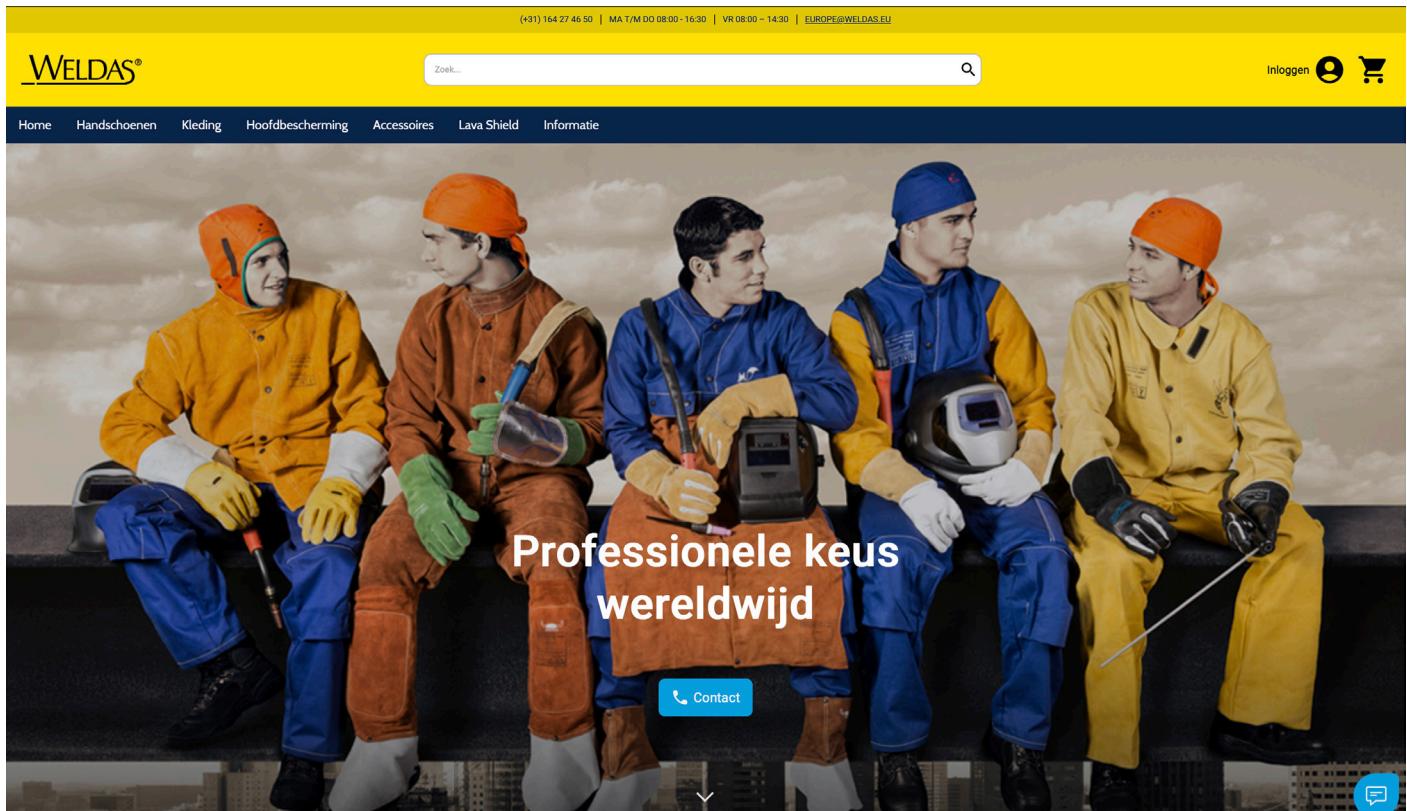
PRODUCTENPAGE / PRODUCT CARD

The image shows a mobile screenshot of a product page for a leather glove. At the top, there's a yellow header with a menu icon, the brand name 'WELDAS®', a user icon, and a shopping cart icon. Below the header is a search bar with the placeholder 'Zoek...'. The main title 'PRODUCTEN' is displayed above a large product image of a tan-colored leather glove. The product code '10-2000' is prominently shown below the image. A detailed product description follows: 'Originele "BUCKTAN WIJD MODEL", COMFOflex® gevoerde lachandschoen van hoogwaardig split rundleer'. Technical specifications listed include 'EN 12477 (2001+A1:2005) TYPE A', 'TÜV BP 60152704 0001', 'TÜV 60400422 002 Kat II', and 'Electrostatisch getest'. The price '€28,99' is displayed in bold. Below the price are two buttons: a blue 'Bestel nu' (Order now) button with a shopping cart icon and a smaller blue button with a heart icon. At the bottom right is a blue circular icon with a speech bubble containing a minus sign, likely for a quantity selector.

De grootste aanpassing die we hebben gemaakt is de product card, omdat er bij UX naar voren kwam dat er te weinig informatie over het product te vinden is. Hebben we besloten (met inspiratie van MediaMarkt) om het product kaartje groter te maken zodat er meer informatie op kon staan. Hierdoor krijgen klanten een korte beschrijving te zien en de certificaten, zonder dat het te druk oogt.

DEVELOPMENT DESKTOP

HOMEPAGE



Omdat we nog niet echt een design hadden gemaakt, hebben we mijn wireframe gebruikt die ik had gemaakt (staat eerder in het document weergegeven). Hierop zijn we verder gaan developen. Met behulp van media query's hebben we de mobile versie uitgeschaald en aangepast waar nodig was.

PRODUCTEN OP DE HOMEPAGE

(+31) 164 27 46 50 | MA T/M DO 08:00 - 16:30 | VR 08:00 - 14:30 | EUROPE@WELDAS.EU

WELDAS®

Zoek... 

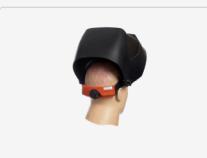
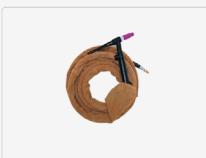
Inloggen  

Home Handschoenen Kleding Hoofdbescherming Accessoires Lava Shield Informatie

Blader door onze categorieën

Handschoenen Kleding Hoofdbescherming Accessoires Lava Shield

Populaire producten

 44-7248 Lava Brown™ split rundlederen tuinbroek met open achterzijde, 122 cm lang EN ISO 11611:2015 CLASS 2/A1+A2 TÜV BP 60126845 0001 TÜV 21285003 001 €64,99	 20-3300 SWEATSOpad® comfortabele zweetband voor de achterzijde van het binnenwerk EN ISO 11611- 2003 Clause 6.6 TUV AK 60013119 0001 TUV 21120493 001 €23,99	 10-2087 Lashandschoen gemaakt van blauw split rund schouderleer, gevoerd met COMFOflex® EN 12477 (2001+A1:2005) TYPE A TUV BP 60152704 0001 TUV 60400422 002 Kat II €31,99	 44-7300 Lava Brown™ jasjas met een split rundlederen voorzijde en een achterzijde van lamatragend katoen EN ISO 11611:2015 CLASS 1/A1+A2 TUV BP 60127076 0001 TUV 21280500 001 €58,99	 44-3010 PYTHONrap™ kabel pakketbeschermer, lichtbruin split rundleer, 3 meter lengte EN ISO 11611: 2003 TUV BP 60127076 0001 TUV 60400422 002 Kat II €41,99
--	--	--	--	---

Zoals hierboven te zien is hebben we ook op de desktop versie een vergrote producten kaart gebruikt. Zodat alle nodige informatie te zien is zonder dat het druk oogt. Deze producten zijn ook horizontaal scrollbaar. Waardoor de eindgebruiker nog meer opties kan zien.

PRODUCTEN OP DE HOMEPAGE

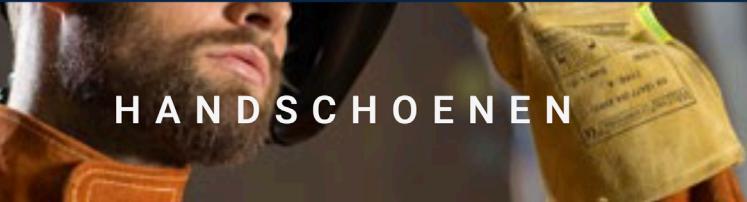
(+31) 164 27 46 50 | MA T/M DO 08:00 - 16:30 | VR 08:00 - 14:30 | EUROPE@WELDAS.EU

WELDAS®

Zoek...

Inloggen  

Home Handschoenen Kleding Hoofdbescherming Accessoires Lava Shield Informatie



HANDSCHOENEN

Home / Handschoenen

PRODUCTEN

MAAT	CATEGORIE	PRODUCTNR.	PRIS	BESTEL NU	ARTIKELNR.
<input type="checkbox"/> XS <input type="checkbox"/> S <input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/> L <input type="checkbox"/> XL <input type="checkbox"/> XXL	BUCKTAN WIJD MODEL	10-2000	€28,99	 	10-2000
<input type="checkbox"/> Certificaat A <input type="checkbox"/> Certificaat B <input type="checkbox"/> Certificaat C	STEERSOUFFLE	10-2087	€31,99	 	10-2087
<input type="checkbox"/> Man <input type="checkbox"/> Vrouw <input type="checkbox"/> Unisex	THUNDERBISON	10-2900	€26,99	 	10-2900
<input type="checkbox"/> Katoen Gevoerde <input type="checkbox"/> Lederen Palm <input type="checkbox"/> Mechanische <input type="checkbox"/> Chauffeurs	BUCKTAN WIJD MODEL	10-2000	€34,99	 	10-2000
PRIJS					



(+31) 164 27 46 50 | MA T/M DO 08:00 - 16:30 | VR 08:00 - 14:30 | EUROPE@WELDAS.EU

WELDAS®

Zoek...

Inloggen  

Home Handschoenen Kleding Hoofdbescherming Accessoires Lava Shield Informatie

PRODUCTEN

MAAT	CATEGORIE	PRODUCTNR.	PRIS	BESTEL NU	ARTIKELNR.
<input type="checkbox"/> XS <input type="checkbox"/> S <input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/> L <input type="checkbox"/> XL <input type="checkbox"/> XXL	BUCKTAN WIJD MODEL	10-2000	€28,99	 	10-2000
<input type="checkbox"/> Certificaat A <input type="checkbox"/> Certificaat B <input type="checkbox"/> Certificaat C	STEERSOUFFLE	10-2087	€31,99	 	10-2087
<input type="checkbox"/> Man <input type="checkbox"/> Vrouw <input type="checkbox"/> Unisex	THUNDERBISON	10-2900	€26,99	 	10-2900
<input type="checkbox"/> Katoen Gevoerde <input type="checkbox"/> Lederen Palm <input type="checkbox"/> Mechanische <input type="checkbox"/> Chauffeurs	BUCKTAN WIJD MODEL	10-2000	€34,99	 	10-2000
PRIJS					

MAAT	CATEGORIE	PRODUCTNR.	PRIS	BESTEL NU	ARTIKELNR.
<input type="checkbox"/> XS <input type="checkbox"/> S <input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/> L <input type="checkbox"/> XL <input type="checkbox"/> XXL	BUCKTAN WIJD MODEL	10-2850	€28,99	 	10-2850
<input type="checkbox"/> Certificaat A <input type="checkbox"/> Certificaat B <input type="checkbox"/> Certificaat C	STEERSOUFFLE	10-2050	€31,99	 	10-2050
<input type="checkbox"/> Man <input type="checkbox"/> Vrouw <input type="checkbox"/> Unisex	THUNDERBISON	10-2750	€26,99	 	10-2750
<input type="checkbox"/> Katoen Gevoerde <input type="checkbox"/> Lederen Palm <input type="checkbox"/> Mechanische <input type="checkbox"/> Chauffeurs	BUCKTAN WIJD MODEL	10-2385	€34,99	 	10-2385
PRIJS					



De productpage is vergelijkbaar met die op mobile, de hero-banner bovenaan met de categorie van producten waar de klant is. Op deze pagina staan wel een aantal dingen extra weergegeven die op mobile hidden zijn of verkleind. Zoals de filter optie. Die is nu altijd zichtbaar zonder eerst op een button te drukken. Verder is er ook een breadcrumb te zien op de pagina, zodat de klant altijd gemakkelijk terug naar de vorige pagina kan en eenvoudig kan zien waar die persoon zich bevindt op de website.

REFLECTIE

Reflecterend op ons eind design hadden we graag meer gebruik willen maken van de professionele foto's die weldas al heeft en had ik persoonlijk de producten cards nog willen verduidelijken. Dit had ik uiteindelijk ook gedaan maar dan bij het developen.

Verder qua reflectie op de reacties die we hadden ontvangen bij het UX testen, heb ik deze vermeld staan in het [Test rapport]. Mocht je die willen lezen dan staat deze vermeld op mijn portfolio pagina bij Weldas Europe.

Echter hebben we deze functies wel toegevoegd aan de desktop versie tijdens het developen.

BRONNENLIJST

SOURCES

<https://developer.apple.com/design/human-interface-guidelines/components/menus-and-actions/buttons/>

<https://uxmovement.com/mobile/optimal-size-and-spacing-for-mobile-buttons/>

<https://ux.stackexchange.com/questions/89346/is-there-a-recommended-size-for-search-boxes>

<https://www.comyoo.nl/een-goede-call-to-action-button/>

<https://www.frankwatching.com/archive/2014/11/28/wat-is-beter-afgeronde-of-rechte-hoeken-je-webdesign/>

<https://van-ons.nl/blog/visueel-ontwerp/specificaties-van-een-goed-webdesign/>

8 jan, 2019 - <https://512pixels.net/2021/01/on-iphone-notch-sizes/>

<https://www.smashingmagazine.com/2009/09/10-useful-usability-findings-and-guidelines/>