

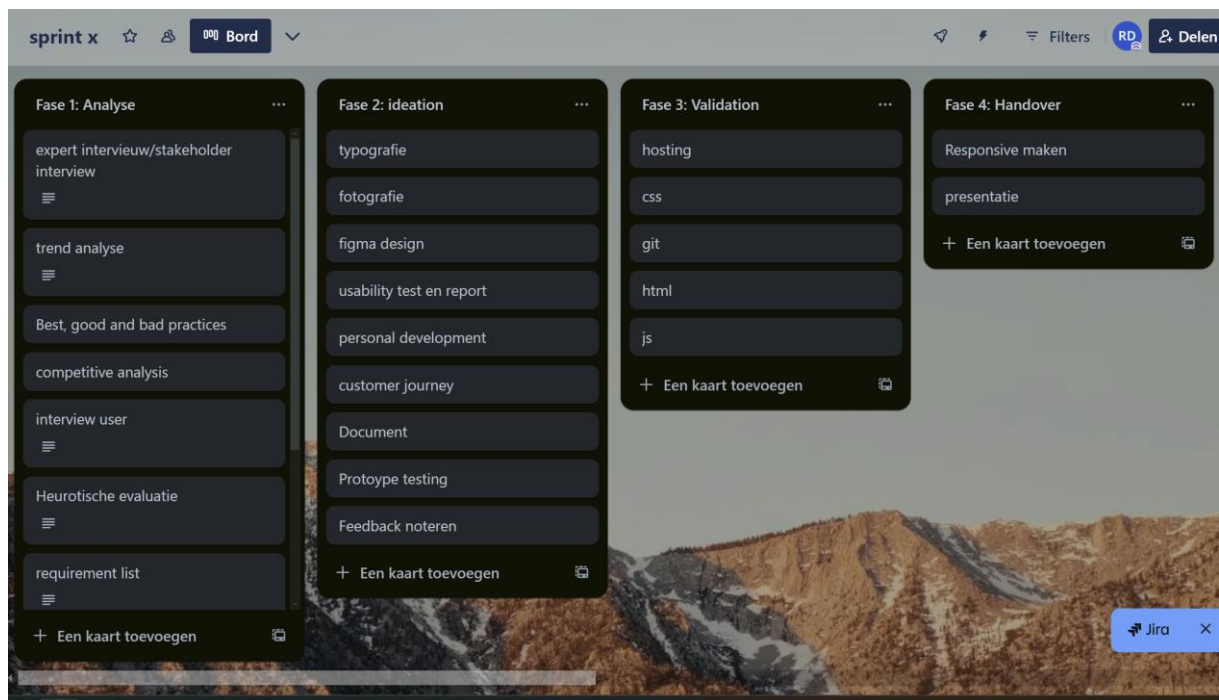
## Info:

Tijdens sprint x werd ons de kans aangeboden om onze laatste punten aan te tonen van onze leerdoelen. Ik heb zelf gekozen om de website van sizebuddy.nl te gaan rebranden.

Stakeholder: investeerder nick

Aangewezen docent: Stan

Ik ben met het idee naar stan gelopen en we hebben een trello bord opgesteld van wat voor fase's ik moest doorgaan:



## Why, How, What?

Stan vertelde mij dat hij graag een waarom document van me zou krijgen over waarom hoe en wat:

Why (Waarom):

Waarom is het belangrijk om expertinterviews uit te voeren?

Om inzicht te krijgen in de nieuwste trends en beste praktijken op het gebied van branding en webdesign.

How (Hoe):

Hoe gaan we expertinterviews uitvoeren?

Door contact op te nemen met brandingexperts en webdesigners en gestructureerde interviews af te nemen, waarbij we specifieke vragen stellen over de richting van de rebranding en webdesign.

What (Wat):

Wat zijn de specifieke doelen van de expertinterviews?

Het identificeren van trends, beste praktijken en innovatieve ideeën die kunnen worden toegepast op de rebranding van SizeBuddy.

So What (Wat is het resultaat of de impact):

Wat is de verwachte impact van de expertinterviews?

Het verkrijgen van waardevolle inzichten en aanbevelingen van experts die kunnen helpen bij het vormgeven van een succesvolle rebrandingstrategie voor SizeBuddy.

Trend Analyse:

Why (Waarom):

Waarom is het belangrijk om trends te analyseren?

Om op de hoogte te blijven van veranderingen in de branche en te begrijpen welke ontwikkelingen relevant zijn voor de rebranding van SizeBuddy.

How (Hoe):

Hoe gaan we trends analyseren?

Door onderzoek te doen naar recente ontwikkelingen in branding en webdesign, zoals nieuwe designtrends, technologische innovaties, en veranderende gebruikersvoorkeuren.

What (Wat):

Wat zijn de belangrijkste trends die we moeten identificeren?

Belangrijke trends op het gebied van visuele esthetiek, gebruikerservaring, interactieontwerp, en merkpositionering die van invloed kunnen zijn op de rebranding van SizeBuddy.

So What (Wat is het resultaat of de impact):

Wat is de impact van de geïdentificeerde trends op de rebrandingstrategie?

Het gebruik van actuele trends en innovaties om een eigentijdse en aantrekkelijke merkidentiteit en website te creëren die aansluiten bij de behoeften van de doelgroep.

Best Good and Bad Practices:

Why (Waarom):

Waarom is het belangrijk om goede en slechte praktijken te analyseren?

Om te leren van succesvolle en onsuccesvolle rebranding- en webdesignprojecten en zo waardevolle inzichten te verkrijgen voor de rebranding van SizeBuddy.

How (Hoe):

Hoe gaan we goede en slechte praktijken identificeren?

Door het bestuderen van casestudy's en voorbeelden van rebranding- en webdesignprojecten, en het identificeren van succesfactoren en valkuilen.

What (Wat):

Wat zijn enkele voorbeelden van goede en slechte praktijken?

Voorbeelden van goede praktijken zijn consistentie in merkuitingen, gebruiksvriendelijke navigatie, en responsieve ontwerpen. Voorbeelden van slechte praktijken zijn verwarrende gebruikerspaden, trage laadtijden, en onduidelijke merkidentiteit.

So What (Wat is het resultaat of de impact):

Wat is de impact van het identificeren van goede en slechte praktijken?

Het vermijden van veelvoorkomende fouten en het implementeren van bewezen effectieve strategieën om een succesvolle rebranding en website te realiseren voor SizeBuddy.

Competitive Analysis:

Why (Waarom):

Waarom is het belangrijk om een concurrentieanalyse uit te voeren?

Om inzicht te krijgen in hoe andere bedrijven in de branche zich positioneren en hoe hun websites presteren, zodat we ons kunnen differentiëren en verbeteren.

How (Hoe):

Hoe gaan we een concurrentieanalyse uitvoeren?

Door de websites en merkidentiteiten van concurrenten te analyseren en te vergelijken met die van SizeBuddy, en te identificeren wat hun sterke en zwakke punten zijn.

What (Wat):

Wat zijn de belangrijkste bevindingen van de concurrentieanalyse?

Belangrijke bevindingen zoals concurrenten hun merkpositionering, designstijlen, functionaliteiten, en contentstrategieën.

So What (Wat is het resultaat of de impact):

Wat is de impact van de concurrentieanalyse op de rebrandingstrategie?

Het identificeren van kansen en bedreigingen en het nemen van strategische beslissingen om SizeBuddy te onderscheiden van concurrenten en een competitief voordeel te behalen.

Interview User:

Why (Waarom):

Waarom is het belangrijk om gebruikers te interviewen?

Om inzicht te krijgen in de behoeften, voorkeuren en pijnpunten van de gebruikers van de SizeBuddy website, zodat we de nieuwe website kunnen afstemmen op hun wensen.

How (Hoe):

Hoe gaan we gebruikers interviewen?

Door gestructureerde interviews af te nemen met huidige en potentiële gebruikers van de SizeBuddy website, waarbij we vragen stellen over hun ervaringen, verwachtingen en suggesties.

What (Wat):

Wat zijn de belangrijkste inzichten die we willen verkrijgen uit de gebruikersinterviews?

Belangrijke inzichten zoals gebruikersbehoeften, voorkeuren ten aanzien van functionaliteiten en design, pijnpunten bij het gebruik van de huidige website, en suggesties voor verbetering.

So What (Wat is het resultaat of de impact):

Wat is de impact van de gebruikersinterviews op de rebrandingstrategie?

Het verkrijgen van waardevolle feedback van gebruikers om de nieuwe website te optimaliseren voor een optimale gebruikerservaring en klanttevredenheid.

***Expert interview:***

Rens: Dank je wel, Nick, dat je tijd hebt vrijgemaakt voor dit interview. Kun je ons iets vertellen over je achtergrond en hoe je betrokken raakte bij SizeBuddy?

Nick: Natuurlijk! Ik ben Nick, een investeerder met meer dan 5 jaar ervaring in e-commerce, vooral in de AI- en e-commerce sector. Mijn interesse in technologie begon tijdens mijn studie Bedrijfskunde aan het Avans waar ik gefascineerd raakte door pure business. Na mijn afstuderen heb ik verschillende webshops opgestart. Ik raakte betrokken bij SizeBuddy nadat ik hun innovatieve AI-matenconfigurator zag op m/t sprout. Hun benadering van maatconfiguratie was uniek en bood een oplossing voor een wijdverspreid probleem in de mode-industrie.

Rens: Wat trok je aan in SizeBuddy en waarom besloot je te investeren?

Nick: Wat me vooral aantrok was hun gebruik van geavanceerde AI om een echt probleem op te lossen: het vinden van de juiste maat bij online aankopen. Dit vermindert niet alleen retourzendingen aanzienlijk, maar verhoogt ook de klanttevredenheid en loyaliteit. Hun technologie is uniek, schaalbaar en biedt een directe ROI voor retailers, wat het een aantrekkelijke investering maakt. Bovendien was ik onder de indruk van het team en hun visie op de toekomst van maatconfiguratie.

Rens: Wat zijn volgens jou de belangrijkste verbeterpunten voor SizeBuddy op dit moment?

Nick: SizeBuddy heeft al een sterke basis, maar er zijn altijd gebieden die verbeterd kunnen worden:

Nauwkeurigheid van Metingen: Hoewel SizeBuddy al zeer nauwkeurig is, is er altijd ruimte voor verbetering. De AI-algoritmen moeten voortdurend worden geoptimaliseerd en getraind met nieuwe data om nog nauwkeuriger te worden.

Gebruikerservaring: De interface is gebruiksvriendelijk, maar kan altijd intuïtiever. Het verminderen van het aantal stappen dat een gebruiker moet doorlopen om zijn maat te vinden, kan de gebruikerservaring aanzienlijk verbeteren.

**Integratiecapaciteit:** Hoewel SizeBuddy al goed integreert met veel e-commerce platforms, is het belangrijk om voortdurend nieuwe integraties toe te voegen en bestaande te verbeteren. Dit maakt het voor meer retailers aantrekkelijk om de dienst te gebruiken.

**De app:** De app kan wat beter geadverteerd worden op de website.

**Marketing en Bekendheid:** SizeBuddy moet zijn marketinginspanningen opschalen om meer bekendheid te krijgen. Dit kan door middel van strategische partnerships, sociale media campagnes en deelname aan relevante conferenties en beurzen.

**Rens:** Wat zijn enkele specifieke aanpassingen die je graag op de SizeBuddy-website zou zien?

**Nick:** Er zijn verschillende gebieden op de website die verbeterd kunnen worden om de gebruikerservaring en conversie te verhogen:

**Homepage Optimalisatie:** De homepage moet direct de unieke waardepropositie van SizeBuddy communiceren. Dit betekent duidelijkere visuals en messaging over wat SizeBuddy doet en hoe het problemen oplost. Een sterkere call-to-action (CTA) kan helpen om bezoekers direct naar de relevante delen van de site te leiden.

**Klantgetuigenissen en Case Studies:** Het toevoegen van meer klantgetuigenissen en gedetailleerde case studies kan helpen om het vertrouwen van potentiële klanten te winnen. Dit toont aan hoe SizeBuddy waarde heeft toegevoegd voor andere bedrijven.

**Educatieve Content:** Een sectie met educatieve content, zoals blogs, whitepapers en tutorials, kan helpen om de bezoekers beter te informeren over de voordelen van AI in maatconfiguratie. Dit kan ook bijdragen aan SEO en organisch verkeer naar de site trekken.

Gebruiksvriendelijke Interface: De navigatie en algehele layout van de website moeten intuïtief en eenvoudig te gebruiken zijn. Dit betekent een duidelijke menustructuur, snellere laadtijden en een mobiel-vriendelijke versie van de site.

Rens: Hoe zie je de toekomst van AI in de mode-industrie, en welke rol kan SizeBuddy daarin spelen?

Nick: AI heeft de potentie om de mode-industrie volledig te transformeren. Van gepersonaliseerde aanbevelingen en maatconfiguraties tot voorraadbeheer en supply chain optimalisatie, de toepassingen zijn eindeloos. Bedrijven die AI omarmen, zullen een concurrentievoordeel hebben door efficiënter te opereren en klanten een betere ervaring te bieden. SizeBuddy staat aan de voorhoede van deze verandering en kan een belangrijke rol spelen door retailers te helpen hun klanten beter te bedienen en operationele inefficiënties te verminderen.

Rens: Wat zijn volgens jou de belangrijkste uitdagingen voor SizeBuddy in de komende jaren?

Nick: De grootste uitdaging zal zijn om te blijven innoveren en voorop te blijven lopen in een snel veranderende markt. AI-technologieën ontwikkelen zich snel, en het is cruciaal dat SizeBuddy hun oplossingen voortdurend verbetert en aanpast aan nieuwe ontwikkelingen. Daarnaast is het belangrijk om de technologie schaalbaar te houden en nauwkeurig te blijven naarmate het klantenbestand groeit. Een andere uitdaging is de concurrentie; er zijn veel bedrijven die vergelijkbare oplossingen ontwikkelen, dus het is essentieel dat SizeBuddy zich blijft onderscheiden door kwaliteit en innovatie.

Rens: Bedankt voor je tijd, Nick. We waarderen je inzichten enorm.

Nick: Graag gedaan. Ik kijk uit naar een succesvolle toekomst voor SizeBuddy en ben ervan overtuigd dat ze een blijvende impact zullen maken in de mode-industrie.


Survey:

Info:

Na dit interview ben ik gelijk Research gaan doen Ik heb een persona opgesteld aan de hand van de user test

## **Research:**

## **Persona:**



**Julian**  
Webshop eigenaar

Ondernemend Eerlijk Sociaal


**BIO**

Julian is een 34-jarige ondernemer die vijf jaar geleden zijn eigen online webshop is begonnen. Hij woont in Rotterdam samen met zijn partner en hun twee jonge kinderen. Julian heeft een achtergrond in marketing en e-commerce, en hij heeft altijd een passie gehad voor technologie en ondernemerschap. Zijn webshop, die zich richt op duurzame en milieuvriendelijke producten, is uitgegroeid tot een succesvolle onderneming met een groeiend aantal vaste klanten.

**SKILLS**

Ecommerce Management  
Marketing en SEO  
Management

**FAVORIEETE MERKEN**

patagonia  

**DOELEN**

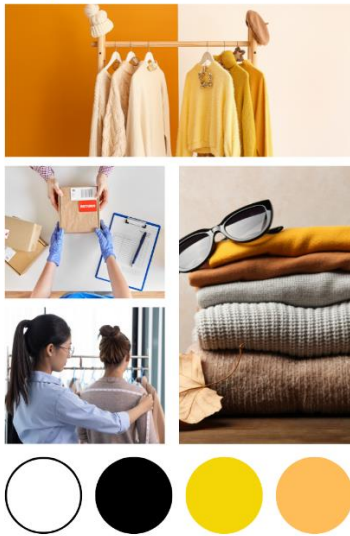
Julian wil zijn webshop jaarlijks met 20% laten groeien, 95% klanttevredenheid bereiken, en zich als de top duurzame webshop in Nederland positioneren.

## **Moodboard:**



# SIZEBUDDY

## Moodboard



## ***Trend Analysis***

### 1. User-Centric Design

- Trend: Websites, vooral in de e-commerce en maatwerk sectoren, verschuiven naar meer gebruikersgerichte ontwerpen. Dit omvat intuïtieve navigatie, gepersonaliseerde gebruikerservaringen, en een sterke focus op mobiele optimalisatie.
- Toepassing voor Sizebuddy.nl: Zorg ervoor dat de website eenvoudig te gebruiken is met duidelijke instructies en visuele hulpmiddelen. Optimaliseer voor mobiele gebruikers aangezien veel klanten via hun telefoon maatoplossingen zoeken.

### 2. Augmented Reality (AR)

- Trend: AR wordt steeds vaker gebruikt om klanten een beter beeld te geven van producten, vooral in de mode- en meubelindustrie.
- Toepassing voor Sizebuddy.nl: Overweeg AR-functionaliteit waarmee gebruikers hun metingen visueel kunnen controleren, zoals een virtuele meetlint of een functie die kledingstukken op een avatar van de gebruiker plaatst.

### 3. AI en Machine Learning

- Trend: AI en machine learning worden ingezet om gepersonaliseerde aanbevelingen te doen en het koopproces te stroomlijnen.

- Toepassing voor Sizebuddy.nl: Gebruik AI om klanten op basis van hun ingevoerde maten aanbevelingen te doen voor de beste maat en pasvorm. Dit kan ook helpen bij het voorspellen van trends in maatvoering.

#### 4. Sustainability

- Trend: Er is een groeiende vraag naar duurzaamheid en transparantie in productieprocessen.
- Toepassing voor Sizebuddy.nl: Benadruk duurzaamheidsinitiatieven en transparante productieprocessen indien mogelijk. Dit kan een USP zijn die de klantwaarde verhoogt.

## ***Competitive Analysis***

### 1. Key Competitors

- Competitor 1: MySizeID
  - Website: [mysizeid.com](https://mysizeid.com)
  - Strengths: Geavanceerde technologie voor het meten van lichaam, gebruikersvriendelijke app, partnerschappen met grote merken.
  - Weaknesses: Kan complex zijn voor technisch minder onderlegde gebruikers, hoge kosten voor integratie met e-commerce platforms.
- Competitor 2: Virtusize
  - Website: [virtusize.com](https://virtusize.com)
  - Strengths: Sterke integratie met e-commerce platforms, gebruiksvriendelijke interface, mogelijkheid om meerdere maten en stijlen te vergelijken.
  - Weaknesses: Beperkte beschikbaarheid voor kleine en middelgrote ondernemingen, mogelijk duur voor kleine bedrijven.
- Competitor 3: True Fit
  - Website: [truefit.com](https://truefit.com)
  - Strengths: Robuuste gegevensanalyse, breed scala aan partnerschappen, uitgebreide database van kledingmaten en stijlen.
  - Weaknesses: Kan overweldigend zijn voor gebruikers, hoge implementatiekosten.

### 2. Market Positioning

- Sizebuddy.nl: Positioneer Sizebuddy als een toegankelijke en gebruiksvriendelijke oplossing voor zowel consumenten als kleine tot middelgrote e-commerce bedrijven. Focus op eenvoudige integratie en gebruiksgemak.

## ***Good, Bad and Best Practices***

### Good Practices

- Clear Call to Action (CTA): Zorg voor duidelijke en opvallende CTA-knoppen die gebruikers aansporen om actie te ondernemen.

- **Intuïtieve Navigatie:** Een eenvoudig te navigeren website helpt gebruikers snel te vinden wat ze zoeken.
- **Responsiveness:** Zorg dat de website goed werkt op zowel desktop als mobiele apparaten.

### Bad Practices

- **Overcomplicatie:** Te veel ingewikkelde functies of een onoverzichtelijke interface kan gebruikers afschrikken.
- **Slechte Laadtijden:** Langzame laadtijden kunnen leiden tot een hoog bouncepercentage en gebruikersfrustratie.
- **Gebrek aan Duidelijke Instructies:** Gebruikers moeten precies weten hoe ze de meettool moeten gebruiken zonder verwarring.

### Best Practices

- **Personalization:** Gebruik AI om gebruikers gepersonaliseerde aanbevelingen te geven op basis van hun maatgegevens en aankoopgeschiedenis.
- **Interactive Tutorials:** Bied interactieve tutorials aan om gebruikers te helpen begrijpen hoe ze de meettool effectief kunnen gebruiken.
- **Data Security:** Zorg voor sterke beveiligingsmaatregelen om gebruikersgegevens te beschermen, wat vertrouwen opbouwt bij de klant.

## ***Interview user:***

**Rens:** Dank je wel dat je de tijd neemt voor dit interview, Emma. Kun je beginnen met jezelf kort voor te stellen?

**Emma:** Natuurlijk! Mijn naam is Emma van Kleir. Ik ben 32 jaar oud, werk als marketingmanager en ik gebruik SizeBuddy.nl al ongeveer twee jaar om kledingmaat advies te krijgen.

**Rens:** Bedankt, Emma. Hoe gebruik je momenteel SizeBuddy.nl en welke functies vind je het meest nuttig?

**Emma:** Ik gebruik SizeBuddy.nl voornamelijk om maatadvies te krijgen voor kleding die ik online wil kopen. De functie die ik het meest nuttig vind, is de maatvergelijking tussen verschillende merken. Het helpt me echt om te weten welke maat ik moet bestellen.

**Rens:** Wat vind je van het huidige ontwerp en de gebruikersinterface van SizeBuddy.nl?

**Emma:** Het huidige ontwerp is functioneel, maar het voelt een beetje verouderd en niet erg aantrekkelijk. De interface kan intuïtiever en gebruiksvriendelijker zijn, vooral op mobiele apparaten. Bovendien lijkt de site soms meer gericht op zakelijke klanten dan op consumenten zoals ik.

**Rens:** Kun je dat laatste punt iets verder toelichten? Hoe zou je willen dat de website meer op consumenten gericht is?

**Emma:** Ja, natuurlijk. Het zou geweldig zijn als het ontwerp en de inhoud meer focussen op de behoeften en ervaringen van individuele klanten. Bijvoorbeeld, gepersonaliseerde aanbevelingen, eenvoudige navigatie en een visueel aantrekkelijke interface die leuk en uitnodigend is voor consumenten. Momenteel voelt de website soms te zakelijk aan, alsof hij meer gericht is op B2B-partners dan op gewone shoppers.

**Rens:** Welke problemen of frustraties heb je ondervonden tijdens het gebruik van SizeBuddy.nl?

**Emma:** Soms is de laadtijd traag, vooral bij het laden van productpagina's. Ook vind ik het moeilijk om bepaalde informatie te vinden omdat de navigatie niet altijd duidelijk is. Daarnaast denk ik dat de site visueel aantrekkelijker kan zijn en beter kan inspelen op wat consumenten zoeken.

**Rens:** Wat zou je graag zien in de nieuwe versie van de website?

**Emma:** Ik zou graag een modern, fris ontwerp zien dat visueel aantrekkelijk is. Een verbeterde mobiele ervaring zou ook geweldig zijn, aangezien ik de site vaak op mijn telefoon gebruik. Bovendien zou ik meer gepersonaliseerde aanbevelingen willen zien op basis van mijn eerdere zoekopdrachten en aankopen, en dat de content meer gericht is op de consumentenervaring.

**Rens:** Hoe belangrijk is merkconsistentie voor jou in termen van kleuren, logo's en algemene uitstraling?

**Emma:** Heel belangrijk. Een consistente merkidentiteit geeft een professionele indruk en maakt het gemakkelijker om de site te vertrouwen. Het helpt ook bij het creëren van een herkenbare en memorabele ervaring.

**Rens:** Zijn er bepaalde websites die je bewondert qua ontwerp en functionaliteit? Zo ja, welke en waarom?

**Emma:** Ja, ik vind de websites van Zalando en ASOS erg goed. Ze hebben een schone en moderne uitstraling, zijn gebruiksvriendelijk, en bieden een geweldige mobiele ervaring. De zoek- en filterfuncties zijn ook erg handig en voelen echt ontworpen voor de consument.

**Rens:** Wat voor soort content of functies zou je meer willen zien op SizeBuddy.nl na de rebranding?

**Emma:** Meer interactieve functies zoals video's over hoe je je maten correct kunt opmeten, klantrecensies en beoordelingen voor verschillende merken, en misschien een blog met modeadvies en trends. Een live chat support zou ook handig zijn. Alles wat de site aantrekkelijker en nuttiger maakt voor individuele klanten zou geweldig zijn.

**Rens:** Tot slot, heb je nog andere suggesties of opmerkingen over hoe we SizeBuddy.nl kunnen verbeteren tijdens de rebranding?

**Emma:** Ja, ik denk dat het belangrijk is om regelmatig feedback van gebruikers te blijven verzamelen en te integreren in toekomstige updates. En misschien kunnen jullie een loyaliteitsprogramma of kortingen aanbieden voor trouwe gebruikers. Focus op wat consumenten willen en nodig hebben, en maak de website echt klantgericht.

**Rens:** Bedankt voor je waardevolle feedback, Emma. Dit helpt ons enorm bij het verbeteren van SizeBuddy.nl. We waarderen je tijd en inzichten.

**Emma:** Graag gedaan! Ik kijk uit naar de nieuwe versie van de website. Veel succes met het rebranding project!

## ***Requirement list***

### **Doel en Scope**

- **Doel:** Het doel van dit project is om de website van SizeBuddy.nl te rebranden om de merkidentiteit te versterken, de gebruikerservaring voor consumenten te verbeteren en de conversie te verhogen.
- **Scope:** De rebranding omvat de visuele identiteit, content, gebruikersinterface, en technische updates van de website, met een sterke focus op consumenten.

### **Stakeholders**

- Klanten en gebruikers van SizeBuddy.nl
- Marketing team
- Ontwerpteam
- Ontwikkelteam
- Management team

### **Functionele Vereisten**

1. **Homepagina:**
  - De nieuwe homepagina moet een modern, fris ontwerp hebben dat consumenten aanspreekt.
  - Het moet een duidelijke en aantrekkelijke call-to-action (CTA) bevatten die gericht is op individuele klanten.
2. **Navigatie:**
  - De navigatiebalk moet opnieuw worden ontworpen voor gebruiksvriendelijkheid en consistentie, met de focus op consumenten.
  - Het moet alle belangrijke secties van de website bevatten (bijv. Over ons, Producten, Contact).
3. **Productpagina's:**
  - Productpagina's moeten een nieuw ontwerp krijgen dat consistent is met de nieuwe merkidentiteit en gericht is op consumenten.
  - Elke productpagina moet uitgebreide productinformatie, afbeeldingen van hoge kwaliteit en klantrecensies bevatten.
4. **Contactpagina:**
  - De contactpagina moet een nieuw ontwerp krijgen met een eenvoudig te gebruiken contactformulier.

- Inclusief bedrijfsinformatie, locatie en een kaart.

## **Niet-functionele Vereisten**

### **1. Prestaties:**

- De laadtijd van de website moet minder dan 3 seconden zijn.
- De website moet geoptimaliseerd zijn voor zowel desktop als mobiele apparaten.

### **2. Beveiliging:**

- De website moet voldoen aan de laatste beveiligingsstandaarden, inclusief SSL-certificering.

### **3. Toegankelijkheid:**

- De website moet voldoen aan WCAG 2.1 richtlijnen voor toegankelijkheid.

### **4. SEO:**

- De website moet SEO-vriendelijk zijn met geoptimaliseerde content, metadata en URL-structuren.

## **Business Vereisten**

### **1. Merkconsistentie:**

- De nieuwe branding moet consistent zijn over alle pagina's en marketingmaterialen.
- Het logo, kleurenpalet, typografie en beeldstijl moeten in overeenstemming zijn met de nieuwe merkidentiteit.

### **2. Conversie Optimalisatie:**

- De website moet ontworpen worden met conversie optimalisatie in gedachten, inclusief duidelijke CTA's en gebruiksvriendelijke formulieren.

### **3. Content Management:**

- Het CMS moet gebruiksvriendelijk zijn, zodat het marketingteam gemakkelijk content kan bijwerken zonder technische hulp.

## **Gebruikersvereisten**

### **1. Gebruikerservaring:**

- De nieuwe interface moet intuïtief en gebruiksvriendelijk zijn.
- Gebruikers moeten gemakkelijk kunnen vinden wat ze zoeken en snel kunnen navigeren door de site.

### **2. Responsiviteit:**

- De website moet volledig responsief zijn en goed werken op alle apparaten (desktop, tablet, mobiel).

### **3. Gepersonaliseerde Aanbevelingen:**

- De website moet gepersonaliseerde aanbevelingen bieden op basis van eerdere zoekopdrachten en aankopen van gebruikers.

## **SMART Criteria**

- **Specifiek:** De nieuwe homepage moet binnen 3 maanden na projectstart live zijn.

- **Meetbaar:** De website moet een bounce rate van minder dan 40% hebben na de rebranding.
- **Acceptabel:** Het projectbudget mag niet overschreden worden en moet binnen de vastgestelde grenzen blijven.
- **Realistisch:** De ontwerp- en ontwikkelteams moeten de technische vereisten kunnen implementeren binnen de gestelde tijd.
- **Tijdsgebonden:** De volledige rebranding moet binnen 6 maanden voltooid zijn.

## Review en Validatie

- **Review:** Laat de requirement list door alle stakeholders reviewen en goedkeuren.
- **Validatie:** Zorg ervoor dat de vereisten regelmatig worden gevalideerd tijdens het project om te verzekeren dat ze nog steeds voldoen aan de behoeften van de stakeholders.

## Beheer de Vereisten

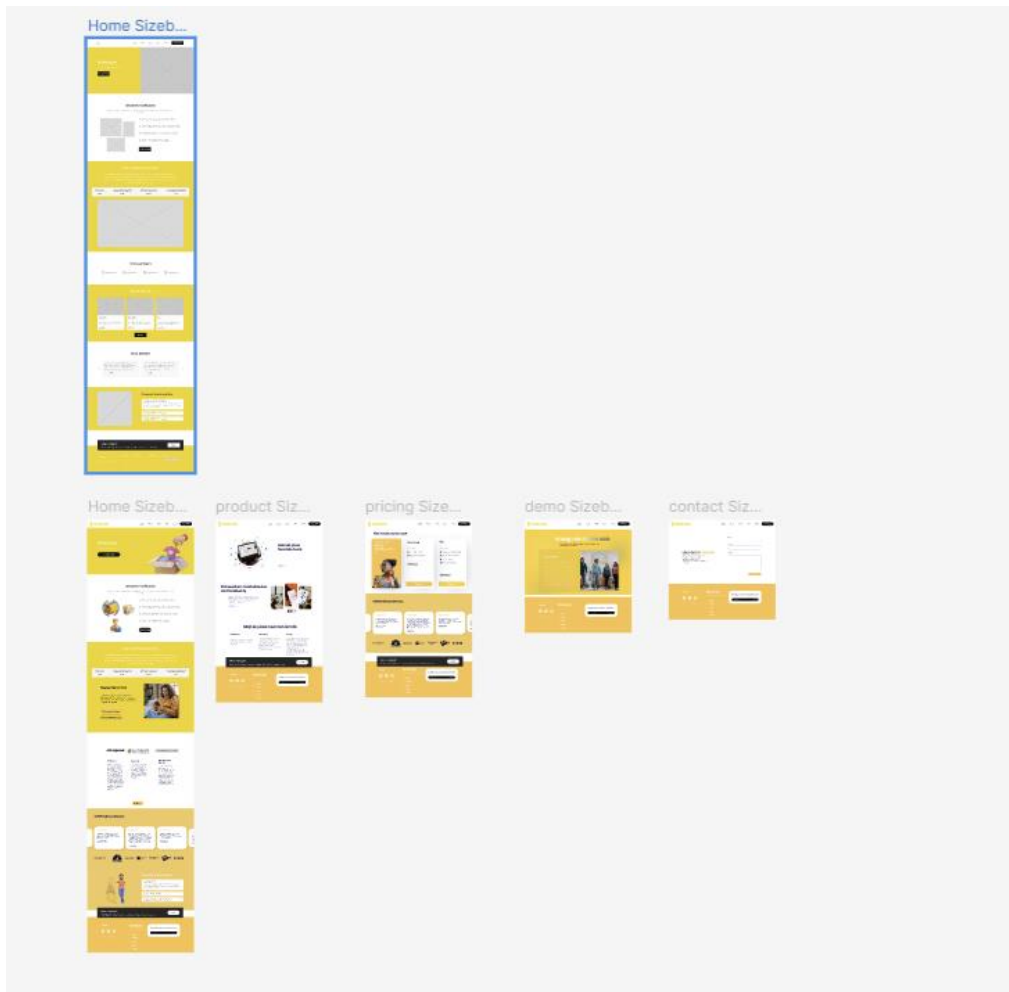
- **Versiebeheer:** Houd bij welke versie van de requirement list actueel is.
- **Traceerbaarheid:** Zorg ervoor dat elke vereiste kan worden teruggeleid naar een behoefte of doel van een stakeholder.
- **Wijzigingenbeheer:** Stel een proces in voor het beheren van wijzigingen in de vereisten.

## ***Comminucation stakeholder:***

De cominucatie met de stakeholder liep goed tijdens dit process ik heb met hem het final design gemaakt:

## ***Design:***

Ik heb maar 2 iteraties omdat ik weinig tijd had en mijn focus op andere dingen had liggen tijdens sprint x



## ***Pitch:***

Pitch 1:

### **Pitch voor Sizebuddy.nl**

Beste Emma,

Stel je eens voor: je hebt een webshop vol producten, maar klanten twijfelen over de juiste maat. Dit leidt tot frustratie, onnodige retourenzendingen en hogere kosten. Wij bij Sizebuddy.nl begrijpen deze uitdaging en hebben dé oplossing.

In de huidige e-commerce wereld is een van de grootste obstakels voor zowel retailers als klanten het bepalen van de juiste maat. Onnauwkeurige maatinformatie leidt tot een negatieve winkelervaring, verlies van vertrouwen en een hoog aantal retourenzendingen. Dit kost niet alleen tijd en geld, maar beïnvloedt ook uw merkreputatie.

Daarom hebben we Sizebuddy.nl opnieuw gelanceerd met een frisse, gebruiksvriendelijke interface en verbeterde technologie. Onze maatassistent helpt klanten om de perfecte maat te vinden door geavanceerde algoritmes en



nauwkeurige maatgegevens te combineren. Hierdoor kunnen klanten met vertrouwen aankopen doen, wetende dat het artikel perfect zal passen.

Met Sizebuddy.nl biedt u uw klanten:

- **Nauwkeurigheid:** Onze vernieuwde technologie minimaliseert het aantal retourzendingen door het geven van betrouwbare maataanbevelingen.
- **Gebruiksgemak:** De nieuwe interface is intuïtief en eenvoudig te gebruiken, zowel voor klanten als voor uw team.
- **Verhoogde klanttevredenheid:** Minder retourzendingen en een verbeterde winkelervaring leiden tot tevreden en terugkerende klanten.
- **Kostenbesparing:** Verminderde retourzendingen betekenen lagere operationele kosten en een hogere winstmarge.

We nodigen u uit om de vernieuwde Sizebuddy.nl zelf te ervaren. Laten we samen uw webshop optimaliseren en uw klanten de perfecte winkelervaring bieden. Neem vandaag nog contact met ons op voor een demo en ontdek hoe Sizebuddy.nl uw bedrijf naar een hoger niveau kan tillen.

Met vriendelijke groet,

Rens van Dijk  
Sizebuddy.nl

Na deze pitch die ik naar Stan had gestuurd kreeg ik de Feedback dat ik meer mijn onderzoek moest laten zien aan de klant met voorstellen van wat ik wil gaan maken\\

Final pitch:

Beste Emma,

Na ons recente gesprek over de wireframes voor de rebranding van Sizebuddy, heb ik contact opgenomen met meerdere ondernemers (die aangesloten zijn bij sizebuddy) en hen een survey gestuurd om hun inzichten te verzamelen. Dit heeft geresulteerd in een requirement list die als basis dient voor het nieuwe design. Ik wil graag de resultaten en mijn aanpak met je delen.

Resultaten van de Survey:

Ik heb wat klant emails gekregen van sizebuddy om mijn onderzoek te starten



Uit de survey kwamen twee belangrijke vereisten naar voren:

Meer klantgerichtheid en data-inzichten:

De ondernemers willen dat de website meer klantgericht is, zodat we meer data kunnen verzamelen en de klanten beter geïnformeerd zijn over ons product.

Speelser en visueel aantrekkelijk design:

Er is een behoefte aan een speelser en visueel aantrekkelijker website, die een aangename gebruikerservaring biedt.

Aanpak en Design:

Om aan deze vereisten te voldoen, heb ik een Figma-design gemaakt dat beide aspecten integreert. Hier zijn de belangrijkste elementen van mijn design:

Klantgerichte Functionaliteiten:

Informatieve Secties: Er zijn informatieve secties toegevoegd die duidelijk uitleggen wat Sizebuddy is, hoe het werkt, en wat de voordelen zijn.

Visuele en Speelse Elementen:

Interactie en Animaties: Subtiële animaties en interactieve elementen zijn toegevoegd om de website dynamischer en aantrekkelijker te maken.

Visueel Ontwerp: Een fris, modern en speels design met heldere kleuren en aantrekkelijke beelden die de gebruikerservaring verbeteren.

Conclusie:

Het nieuwe Figma-design voldoet aan de behoeften die uit de survey naar voren kwamen en biedt een klantgerichte, visueel aantrekkelijke website die zowel functioneel als esthetisch is. Ik ben ervan overtuigd dat deze rebranding Sizebuddy naar een hoger niveau zal tillen en onze klanten een betere ervaring zal bieden.

Ik hoor graag uw mening!

Met vriendelijke groet,

Rens van Dijk  
Sizebuddy.nl

## ***Video:***

<https://youtu.be/dBuS74fdwe4>

Het Dev onderdeel heb ik niet meer gedaan omdat ik hier al 2 uitgebreide cases voor had + mijn persoonlijke situatie