

KCPerformance

Onderzoek- en Analyse rapport

Analyse van de huidige webshop van KCPerformance en aanbevelingen voor verbeteringen

Tobias van de Ven – ROC Tilburg WEB4A

4 oktober 2024

TABLE OF CONTENTS

Table of Contents	1
Inleiding.....	2
Huidige webshop analyse	3
Probleem Analyse: Navigatie en Toegankelijkheid	3
Probleem analyse: productstructuur en informatie	6
Probleem Analyse: Gebruikerservaring	9
Samenvatting	10
Vergelijking met concurrenten.....	11
websites van interesse.....	11
vergelijkingen	12
fullcartuning	12
Vivid Racing.....	13
Gymshark.....	14
Driftshop	15
Programma van eisen	16
eisen.....	16
wensen	17
Conclusies en aanbevelingen.....	18
Conclusies.....	18
Aanbevelingen.....	19
Bijlagen.....	21
Bronnen	21
Programma's.....	21

INLEIDING

KCPerformance heft momenteel een webshop die ontwikkeld is in PHP door een externe ontwikkelaar. Hoewel de webshop functioneert, heeft de website verschillende problemen zoals bugs en een onduidelijke navigatie die de gebruikerservaring negatief zal beïnvloeden. Deze problemen hebben geleid tot slechte ervaring bij klanten. Klanten kunnen gefrustreerd raken tijdens het bestelproces, wat kan leiden tot een afname van klanttevredenheid en tot een afname aan sales.

Om deze problemen aan te pakken en de webshop te verbeteren, is besloten om over te stappen naar Shopify. Shopify is een e-commerceplatform dat bekend staat om gebruikersvriendelijkheid, flexibiliteit en uitgebreide functionaliteiten. Door gebruik te maken van Shopify verwacht ik een aanzienlijke verbetering in de prestaties en de algehele klantenbeleving van de webshop. Het platform biedt een gemakkelijk interface en geavanceerde tools die het mogelijk maken om een goede efficiënte webshop te bouwen die beter aansluit bij de behoeften van de klanten.

Dit rapport richt zich specifiek op het ontwerp van de nieuwe webshop. Ik zal de redenen achter de ontwerpkeuzes toelichten, de wensen en behoeften van mijn opdrachtgever in kaart brengen, en analyseren hoe concurrenten hun webshops inrichten. Daarnaast wordt er aandacht besteed aan SEO-aspecten die essentieel zijn voor de vindbaarheid en prestaties van de webshop in zoekmachines.

Het doel van dit rapport is om een duidelijk overzicht te bieden van de ontwerpeisen en -strategieën die zullen worden toegepast om een webshop te creëren die goed aansluit bij de behoeften van de klant en goed presteert op het gebied van zoekmachineoptimalisatie.

HUIDIGE WEBSHOP ANALYSE

Bij mijn analyse van de huidige webshop van KCPerformance heb ik verschillende problemen ontdekt. Deze problemen beïnvloeden de werking van de webshop en de tevredenheid van de klanten. Hieronder som ik de problemen op, samen met hun impact en oorzaken. Door deze problemen aan te pakken in het nieuwe ontwerp, kan ik de webshop verbeteren en zorgen voor een betere ervaring voor de klanten.

PROBLEEM ANALYSE: NAVIGATIE EN TOEGANKELIJKHEID

1. Geen duidelijke route naar productpagina's vanaf de homepage

Beschrijving: De huidige webshop biedt geen directe of duidelijke route vanaf de homepage naar de productpagina's. Klanten moeten door meerdere lagen van navigatie bladeren voordat ze bij specifieke productcategorieën of pagina's komen.

Voorbeeld: De homepage toont geen directe links naar populaire producten of speciale aanbiedingen, waardoor klanten meer tijd kwijt zijn aan zoeken, of komen helemaal niet bij het product.

Impact

- **Gebruikersimpact:** Klanten ervaren frustratie door het langdurige en verwarrende navigeren naar productpagina's. Dit kan leiden tot een verhoogde bounce-rate (het percentage van mensen die landen op de pagina en gelijk weer weggaan) en een vermindering van de algehele klanttevredenheid.
- **Bedrijfsimpact:** Verhoogde kans op het verlaten van de website zonder aankoop, wat kan resulteren in een lagere conversieratio en gemiste verkoopkansen.

Oorzaak

- **Technische Oorzaken:** De navigatie-infrastructuur niet optimaal ingericht voor e-commerce. Dit kan leiden tot onduidelijke paths en gebrek aan toegang tot belangrijke pagina's.
- **Ontwerpoverwegingen:** Het ontwerp mist effectieve navigatie-elementen zoals grote knoppen of links naar productcategorieën en speciale aanbiedingen. De gebruikersinterface is niet optimaal voor snelle toegang tot producten en het bestellen daarvan.

Impact

- **Oplossingen:**
 - Overzichtelijke navigatiebalk met directe links naar verbeterde categorieën, en daaronder subcategorieën.
 - Elementen zoals banners, carrousels en cards op de homepage zodat gebruikers snel naar relevante productpagina's kan leiden
 - Een zoekbalk die helpt een klant direct naar een specifiek product te brengen of categorieën te zoeken.
- **Verwachte Resultaten:** Verbeterde navigatie leidt tot een snellere toegang tot productpagina's, een lagere bounce-rate, en een verbeterde algehele gebruikerservaring. Dit kan ook bijdragen aan een betere SEO-ranking door een verbeterde website-structuur.

2. Onlogische filteropties die blijven hangen

Beschrijving: De filteropties op de webshop zijn onduidelijk en blijven soms actief, zelfs als er maar één optie beschikbaar is. Dit leidt tot verwarring bij de gebruikers.

Voorbeeld: Wanneer een klant een filter toepast, blijft de optie zichtbaar en actief, zelfs als er geen verdere selectie mogelijk is. Dit kan verwarrend zijn als er maar één productresultaat overblijft.

Impact

- **Gebruikersimpact:** Klanten hebben moeite met het vinden van specifieke producten door onduidelijke filteropties. Dit ervoor zorgen dat klanten hun product niet kunnen vinden en de webshop verlaten zonder een aankoop te doen.
- **Bedrijfsimpact:** Het kan resulteren in een lagere conversieratio en een afname van klanttevredenheid.

Oorzaak

- **Technische Oorzaken:** De filterfunctionaliteit is mogelijk niet goed geconfigureerd of slecht geïntegreerd met productdatabase, waardoor filters niet correct worden bijgewerkt of verwijderd.
- **Ontwerpoverwegingen:** Het ontwerp van de filteropties is niet gebruikersvriendelijk omdat het heel onduidelijk is en slecht werkt.

Impact

- **Oplossingen:**
 - Nieuwe filter opties maken zodat de filters meer relevant zijn.
 - Visuele aanwijzingen om te laten zien welke filters actief zijn.
 - Zorgen dat ook maar 1 filter actief kan zijn, meerdere filters kunnen alleen actief zijn wanneer de combinatie van filters ook echt mogelijk is.
- **Verwachte Resultaten:** Verbeterde gebruikersvriendelijkheid door duidelijkere filteropties. Dit zal leiden tot een soepelere zoekervaring voor klanten en kan de kans op conversies verhogen.

3. Zoeken met weinig informatie en feedback

Beschrijving: De zoekfunctie op de webshop biedt weinig informatie en feedback, zoals het ontbreken van productafbeeldingen bij zoekresultaten. Ook wordt er feedback/hulp gegeven bij een foute zoekopdracht. Dit maakt het moeilijker voor klanten om snel het juiste product te vinden.

Voorbeeld: Wanneer een klant een zoekopdracht uitvoert, worden er alleen tekst weergegeven zonder visuele ondersteuning, zoals afbeeldingen. Als een klant bijvoorbeeld een spel fout maakt in het product dat gezocht wordt worden er geen suggesties gegeven zoals bedoelt u misschien...

Impact

- **Gebruikersimpact:** Klanten hebben moeite met het zoeken van een product, omdat het precies moet overeenkomen met de naam die in de database staat. Dit is bijna onmogelijk dus zullen klanten lastige/specifieke producten moeilijk kunnen vinden of helemaal niet kunnen vinden.

- **Bedrijfsimpact:** Als er als feedback gegeven wordt product niet gevonden kan het zijn dat een klant denkt dat het product niet verkocht wordt op de website en dus naar een concurrerende webshop toe gaat op verder te zoeken.

Oorzaak

- **Technische Oorzaken:** De zoek functie is niet voldoende uitgewerkt, er zijn geen functies die ervoor zorgen dat een klant volledig wordt geholpen tijdens het uitvoeren van een zoekopdracht.
- **Ontwerpoverwegingen:** Er worden helemaal geen afbeeldingen getoond en ook geen beschrijving, voor een klant is dit veel te weinig informatie.

Impact

- **Oplossingen:**
 - Bij de resultaten van het zoeken een kleine afbeelding tonen, duidelijke titel, korte beschrijving en eventueel de prijs.
 - Toevoegen van het kunnen zoeken op categorieën zoals bijvoorbeeld: auto merk, motoronderdelen en uitverkoop
 - Bij een foute zoekopdracht feedback geven zoals: Misschien bedoelt u ...
 - Bij helemaal geen resultaat alsnog categorieën of producten tonen onder de zoek resultaten
- **Verwachte Resultaten:** Dit zal ervoor zorgen dat een klant die een zoekopdracht uitvoert altijd wordt geholpen of naar een categorie of product wordt gestuurd, dan is de kans dat ze doorklikken groter

1. Zoekresultaten zonder categorieën

Beschrijving: De zoekfunctie biedt geen mogelijkheid om resultaten te filteren op basis van categorieën. Dit maakt het voor klanten lastig om snel te navigeren naar specifieke productgroepen of categorieën tijdens het zoeken.

Voorbeeld: Wanneer een klant een zoekopdracht uitvoert, worden alleen producten weergegeven, zonder de mogelijkheid om te zoeken naar “Motoronderdelen” als de klant geen zin heeft om door te klikken in de navigatiebalk.

Impact

- **Gebruikersimpact:** Het ontbreken van categorieën in de zoekresultaten maakt het snel zoeken lastiger voor klanten.
- **Bedrijfsimpact:** Wanneer je webshop fijn is om te gebruiken voor iedereen dus ook klanten die vaak snel op zoek zijn zullen ze vaker terugkomen op je webshop.

Oorzaak

- **Technische Oorzaken:** De zoekfunctie is niet support niet het zoeken naar categorieën omdat dit er nooit in is gebouwd.
- **Ontwerpoverwegingen:** Dit is voornamelijk een technische probleem/functie die niet toegevoegd is.

Impact

- **Oplossingen:**
 - Optie om te zoeken naar categorieën zoals bijvoorbeeld: Porsche, Turbo's, Motoronderdelen.
 - Met een simpele lijn tekst die clickable is tussen de zoekresultaten.
- **Verwachte Resultaten:** Dit maakt het veel fijner voor iedereen om deze website te gebruiken voor het zoeken naar producten, dus klanten zullen vaker terugkomen.

2. Gebrek aan categorieën voor automerken en producttypes

Beschrijving: De huidige webshop heeft een gebrek aan duidelijke categorieën voor automerken en producttypes, zoals motor, turbo of onderstel. De beschikbare categorieën zijn beperkt en niet goed ingedeeld, wat het voor klanten moeilijk maakt om producten te vinden die specifiek passen bij hun auto of behoeften.

Voorbeeld: Een klant die op zoek is naar onderdelen voor een specifiek automerk, zoals BMW, kan niet eenvoudig filteren op merk en producttype. Dit zorgt ervoor dat ze door meerdere pagina's moeten navigeren om het juiste onderdeel te vinden.

Impact

- **Gebruikersimpact:** Het wordt op deze manier moeilijker voor klanten op hun specifieke product te zoeken, als je een product niet makkelijk kan vinden zal dit de gebruikerservaring negatief beïnvloeden.
- **Bedrijfsimpact:** De beperkte en onduidelijke categorieën kunnen leiden tot gemiste kansen doordat klanten niet de producten kunnen vinden die ze nodig hebben. Dit kan de klanttevredenheid negatief beïnvloeden.

Oorzaak

- **Technische Oorzaken:** De categorisering van producten in de website is niet goed gestructureerd. Dit komt omdat er beperkte data-invoer en een slecht georganiseerde database.
- **Ontwerpoverwegingen:** Er zijn ook niet genoeg plekken waar je zou kunnen navigeren tussen de categorieën, denk aan een navigatiebalk met categorieën en subcategorieën, banners met eventueel auto merken en bijvoorbeeld een sectie met nieuwe producten.

Impact

- **Oplossingen:**
 - Een verbeterde categorisering voor producten die geoptimaliseerd is voor auto-onderdelen en webshops.
 - Een navigatiebalk boven aan de website met een goede structuur waar je gemakkelijk naar categorieën en subcategorieën kunt navigeren.
 - Voeg dingen zoals Navigatie balken, knoppen, categorie secties of banners naar een categorie toe aan de website om overal op een pagina wel te kunnen navigeren
- **Verwachte Resultaten:** Door duidelijke en uitgebreide categorieën structuur en toe te voegen, kunnen klanten makkelijker en natuurlijker door de website navigeren. Zo zullen klanten vaker terugkomen en is er kans dat een klant meer koopt dan waar ze eigenlijk naar op zoek waren.

3. Onvoldoende productinformatie op productpagina's

Beschrijving: Sommige producten op de webshop bevatten onvoldoende informatie, zoals een gebrek aan gedetailleerde beschrijving, technische specificaties, gebruikersinstructie en of het product compatibel is met de auto van de klant.

Voorbeeld: Een klant die een specifiek onderdeel wil kopen voor hun eigen auto, krijgt de klant onvoldoende informatie over het product. Zo kan de klant geen productspecificaties zien, hoe het product gemonteerd moet worden en niet zien op welke auto het gemonteerd zou kunnen worden.

Impact

- **Gebruikersimpact:** Het ontbreken van gedetailleerde productinformatie kan leiden tot onzekerheid bij klanten. Ze kunnen dus niet weten of het een product is dat hun verwachtingen of behoeften zal voldoen, wat ervoor kan zorgen dat ze bij een concurrerend bedrijf zullen bestellen.
- **Bedrijfsimpact:** Dit zorgt voor minder bestellingen dus dit zal de conversieratio verlagen, ook zorgt dit voor meer geretourneerde producten als klanten niet volledig zeker zijn wat ze bestellen.

Oorzaak

- **Technische Oorzaken:** Wanneer een product wordt toegevoegd moet het verplicht zijn om alle informatie tenminste in te vullen, kleine beschrijving, uitgebreide beschrijving, specificaties, op welke auto/motorblok het onderdeel past en eventueel ook installatie handleidingen, waar het product geïnstalleerd moet worden of informatie over hoe het product werkt.
- **Ontwerpoverwegingen:** Op de productpagina een duidelijke productbeschrijving met een duidelijke opmaak.

Impact

- **Oplossingen:**
 - Een uitgebreide product pagina met de volgende informatie: Product titel, kleine beschrijving, uitgebreide beschrijving, product specificaties en montage informatie.
 - Een fatsoenlijke opmaak zodat het voor een klant makkelijk te lezen is.
 - Eventueel links naar verdere informatie website/montage handleidingen.
- **Verwachte Resultaten:** Klanten zullen meer vertrouwen hebben over hun bestelling, en klanten zullen minder verkeerde producten bestellen wat zorgt voor minder geretourneerde producten. Ook als je klanten helpt van bestelling tot installatie met bijvoorbeeld montage-handleidingen maakt het de webshop uniek en willen klanten vaker terugkomen om te bestellen.

1. Zoekresultaten zonder categorieën

Beschrijving: De website heeft een gebrekkige navigatie, waardoor klanten niet gemakkelijk kunnen doorklikken als ze gewoon rond willen kijken en nog niet precies iets willen komen.

Voorbeeld: Een klant die verschillende producten wil bekijken moet vaak terug klikken en weer vanaf het begin navigeren. Dit geeft een slechte ervaring voor de webshop.

Impact

- **Gebruikersimpact:** voor klanten is het onhandig om de webshop rond te kijken. Dus zullen ze liever shoppen bij een andere webshop.
- **Bedrijfsimpact:** Klanten zullen minder lang rondkijken op de website omdat het rustig kijken niet gaat, hierdoor worden er dus minder producten verkocht.

Oorzaak

- **Technische Oorzaken:** Er is niet aan gedacht om de klant op alle tijde zo veel mogelijk producten en keuzes te laten zien, zodat ze door kunnen klikken.
- **Ontwerpoverwegingen:** Er worden geen categorieën of producten die aantrekkelijk zijn voor de klant laten zien. Dus een klant zal minder lang op de website blijven.

Impact

- **Oplossingen:**
 - Altijd een aantrekkelijke sectie laten zien bijvoorbeeld onder aan bij de pagina met producten in de uitverkoop
 - Betere breadcrumbs zodat de klanten makkelijk terug kunnen klikken en ze niet heel hun route kwijt zijn
 - Een duidelijke menustructuur
- **Verwachte Resultaten:** Klanten zullen langer op de website blijven omdat ze makkelijker kunnen doorklikken, ook navigeert het makkelijker waardoor een klant zonder moeite het product vinden waar ze naar op zoek waren.

2. Nutteloze pagina's

Beschrijving: Sommige pagina's, zoals de "Over ons" pagina en de accountpagina, bieden te weinig informatie of waardevolle inhoud voor de gebruiker. Dit zorgt ervoor dat klanten niet goed begrijpen wat ze op deze pagina's kunnen vinden waardoor ze sneller wegglikken.

Voorbeeld: De "Over ons" pagina bevat alleen oppervlakkige informatie, het is een hele pagina over een klein beetje tekst, het biedt geen of weinig inzicht in de missie, waarden, of achtergrond van KCPerformance. De accountpagina is beperkt in functionaliteit, zonder nuttige opties zoals bestelgeschiedenis of persoonlijke aanbevelingen.

Impact

- **Gebruikersimpact:** Klanten kunnen bijvoorbeeld teleurgesteld zijn in hoe weinig informatie er te vinden is of leuke teksten er te lezen zijn, waardoor klanten dus minder lang op de webshop zullen rondkijken.
- **Bedrijfsimpact:** Door het gebrek aan waardevolle informatie op pagina's kunnen klanten minder betrokken raken in het merk, wat resulteert in een afname van klantenvertrouwen.

Oorzaak

- **Technische Oorzaken:** De content op de pagina is gewoon snel geschreven, er heeft nog niemand echt over na gedacht wat nou echt een klant aantrekt.
- **Ontwerpoverwegingen:** Deze pagina's missen doelgericht ontwerp en functionaliteit. In plaats van nuttige informatie of interactie te bieden, blijven ze oppervlakkig, waardoor klanten niet worden aangespoord om langer te blijven of terug te keren.

Impact

- **Oplossingen:**
 - Pagina's zoals de over ons pagina zullen veel meer uitgebreid moeten worden omdat op een hele pagina er echt wel meer verteld mag worden.
 - Kleine secties met informatie over het bedrijf, geeft hetzelfde effect en spoort misschien mensen aan om toch naar de over ons pagina te gaan.
 - Links in de teksten naar producten bijvoorbeeld als er verteld wordt over een auto, misschien linken naar de categorie pagina met dat auto merk.
- **Verwachte Resultaten:** Verbeterde informatie en functionaliteit op deze pagina's zal de klantbetrokkenheid vergroten, waardoor ze langer op de site blijven en eerder geneigd op nieuw te bestellen bij de webshop

SAMENVATTING

De belangrijkste problemen op de KCPerformance-webshop zijn als volgt:

1. **Navigatieproblemen:** Klanten vinden het lastig om snel bij productpagina's te komen vanaf de homepage door een gebrek aan duidelijke navigatieroutes.
2. **Onhandige filters:** Filteropties zijn verwarrend en blijven actief, zelfs als er geen relevante producten meer zijn.
3. **Beperkte zoekfunctionaliteit:** De zoekfunctie biedt geen goede ondersteuning, zoals productafbeeldingen en suggesties bij foutieve zoekopdrachten.
4. **Onvoldoende categorieën:** Er ontbreken duidelijke categorieën voor automerken en producttypes, wat het moeilijk maakt voor klanten om specifieke producten te vinden.
5. **Ontbrekende productinformatie:** productpagina's bevatten vaak niet genoeg details, zoals technische specificaties en compatibiliteit met voertuigen.
6. **Slechte gebruikerservaring:** Pagina's zoals "Over ons" en de accountpagina zijn oppervlakkig en voegen weinig waarde toe, wat klanten niet aanspoort langer op de site te blijven.

Oplossingen voor deze problemen richten zich op het verbeteren van de navigatie, filters, zoekresultaten en het aanbieden van meer productinformatie, wat samen de klanttevredenheid zal verbeteren, het verkeer op de website zal verhogen en de conversieratio zal waarschijnlijk stijgen.

VERGELIJKING MET CONCURRENTEN

Om een volledig beeld te krijgen van hoe KCPerformance zich kan verbeteren op het gebied van webshopontwerp en gebruikersvriendelijkheid, heb ik een vergelijking gemaakt met concurrenten. De volgende webshops heb ik gekozen omdat ze werken binnen de auto-onderdelen, tuningmarkt of gebruik maken van Shopify, dit zal een goed inzicht geven in webshops in de richting van auto-onderdelen en succesvolle e-commerce strategieën.

WEBSITES VAN INTERESSE

Fullcartuning - <https://www.fullcartuning.nl>

Fullcartuning richt zich op performance-upgrades en visuele modificaties voor auto's.

Interessepunten:

Eenvoudige navigatie en snelle laadtijd, Gebruiksvriendelijke productpagina's, Uitgebreide filters op auto's.

Vivid racing – <https://www.vividracing.com>

Vivid racing bidet een breed assortiment aan performance-onderdelen voor verschillende automerken.

Interessepunten:

Uitgebreide selectie aan producten, Snel ladende website, Makkelijk te navigeren door de webshop, Sterk op SEO en gebruikersvriendelijkheid.

Gymshark – <https://www.gtmshark.com>

Gymshark is een succesvolle internationale webshop voor sportkleding, gebouwd op Shopify.

Interessepunten:

Shopify-gebaseerde webshop met een strakke navigatie, Sterk visueel design en gebruik van dynamische productfoto's, goede gebruikerservaring.

Driftshop – <https://www.driftshop.com>

Driftshop richt zich op performance-onderdelen voor drift- en raceauto's.

Interessepunten:

Overzichtelijke navigatie en zoekfilters, Grote aantrekkelijke afbeeldingen en een goede opmaak, goed verwerkte SEO.

VERGELIJKINGEN

Op het moment zijn de volgende punten nog dingen de webshop van KCPerformance nog mist of slecht in presteert, bij elk punt heb ik een of twee voorbeelden genomen van de webshops waar ik van vind dat deze beter presteren.

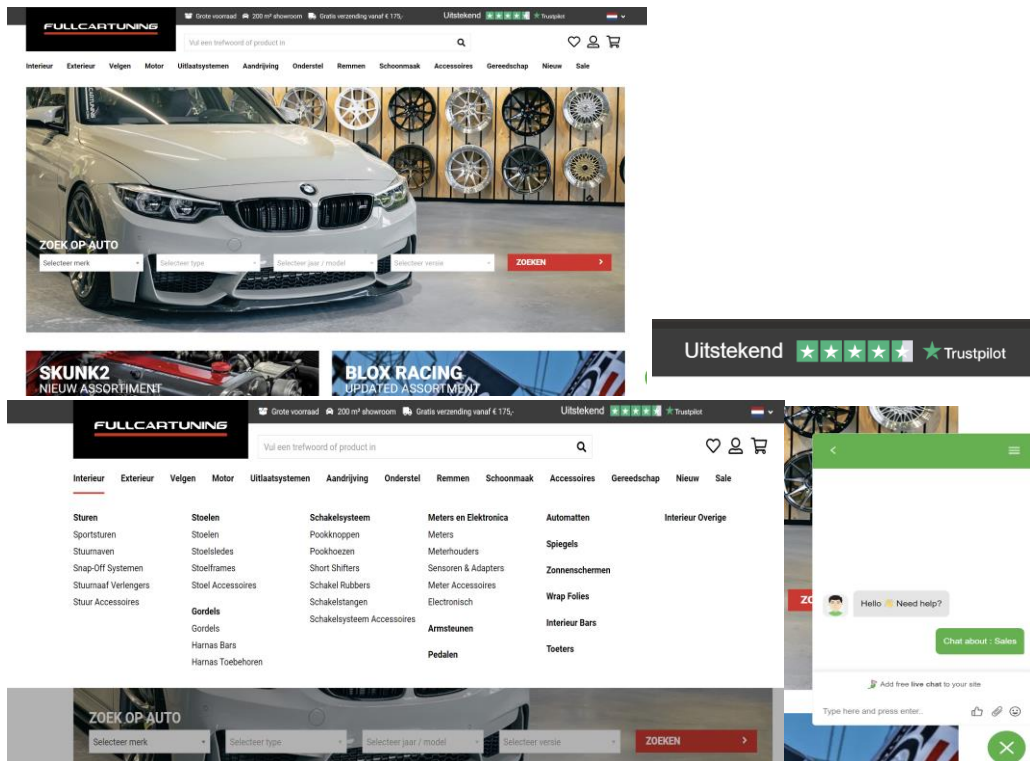
FULLCARTUNING

De webshop heeft een uitstekende navigatiestructuur, in de navigatiebalk boven aan de webshop staan alle grote categorieën zoals: interieur, motor, aandrijving etc. wanneer de gebruiker met de muis over een categorie heen gaat, klapt de navigatiebalk open, en laat die subcategorieën zien, met in de subcategorieën ook nog verdiepingen op de subcategorie.

Ook heeft veel dingen dat de betrouwbaarheid van de klanten kan verhogen zoals: de ratings bij trustpilot boven aan de website, Een chat bot die een klant kan helpen als ze een vraag hebben over een product. Verder is de webshop vrij simpel en duidelijk wat het voor een klant makkelijker maakt.

Interessepunten:

- Uitgebreide categorisering en structuur
- Zoeken op specifieke auto
- Recensies over de webshop
- Chabot functie



VIVID RACING

De Vivid racing webshop biedt veel nuttige informatie over producten. Op de productkaarten staan details zoals naam, fabrikant, artikelnummer, prijs en eventuele kortingen. Ze geven ook duidelijk aan of een product op voorraad is of bijna uitverkocht is.

Een sterk punt van Vivid Racing is de kwaliteit van de productfoto's. De foto's zijn zelfgemaakt, van hoge kwaliteit, en laten het product ook gemonteerd zien. Dit biedt extra informatie en helpt klanten bij hun keuze.

De productbeschrijving zijn uitgebreid en bevatten veel belangrijke informatie, zoals details over het product, de kenmerken, eventuele notities, en het installatie-instructies. Dit zorgt ervoor dat klanten goed geïnformeerd zijn en verhoogt hun vertrouwen bij het bestellen. Dit betekent dat klanten minder snel een verkeerd product zullen bestellen, dat is handig want klanten zullen minder product retourneren en er zullen minder negatieve recensies op de webshop worden achtergelaten.

Interessepunten:

- Belangrijkste productinformatie op de juiste plekken
- Product foto's van hoge kwaliteit en zelfgemaakt
- Duidelijke en uitgebreide beschrijving over producten

DescriptionFitmentAbout Brian CrowerWarrantyReviews

BC Crankshafts are made from the finest, aerospace grade 4340 steel billet material, CNC machined on state of the art, 5 axis Mazak Integrex 300-IV CNC machines to exacting tolerances (.0001"). Every crankshaft features large radius journals that add rigidity for high horsepower, high boost, high rpm applications. Gun drilled, CNC ground oil holes feature a smooth surface for extra oiling, tear dropped for added oil scoop, cross drilled for priority main feeding to the rods and micro polished to a mirror finish for optimum bearing lubricity.

All cranks are stress relieved, shot peened, magna flux inspected and nitrided (multi step heat treatment) for ultimate performance. Fully profiled counterweights are designed for reduced windage through the crankcase creating less oil resistance for better rpm potential.

BC high performance camshafts are ground on state-of-the-art CNC cam grinders to insure accuracy and tolerances to within .02mm. Every BC camshaft profile has been prototyped and dyno tested for proven horsepower results prior to placed into mass production. By grinding cores in high volume, Brian Crower, Inc. is able to pass the cost savings on to the end user. Quality at an affordable price.

BC uses small diameter grinding wheels during the finishing phase when applicable to generate a more aggressive ramp rate for a faster cylinder fill rate. More air = more fuel = more power. Although it takes longer to grind the cams, research and development has proven that the inverted radius created by the small grinding wheel on the opening side delivers more horsepower on radius and roller rocker applications than the conventional, large diameter grinding wheels.



All BC cams are checked on a high speed, sub-micron accuracy measuring gauge. The Adcole Camshaft Measuring System uses individual measuring heads for each cam journal and cam lobe, with .01 micron resolution, taking one datum point each 1/10th of a degree or 3,600 data points per revolution. Measuring camshafts for rise error and chattermark detection, this model can measure 200 parts per hour.

BC Forged crankshafts are made from only the highest grade, 4340 steel bar stock to guarantee the strongest part available at any price. CNC machined on state-of-the-art mills and nitrided for added longevity. BC Forged crankshafts are ground to exacting tolerances for easy, trouble free installation.

4340 billet, balanced.

DescriptionFitmentAbout Brian CrowerWarrantyReviews

Make Vehicle	Model	Submodel	Year	Engine	Notes
2007-2014 Toyota FJ Cruiser	FJ Cruiser		2007-2014		



Brian Crower

Brian Crower Crankshaft 103mm Stroke
4340 Billet Unbalanced Toyota 10RFE
FJ Cruiser

#BC5369\$4,715.34

Add to Cart

GYMSHARK

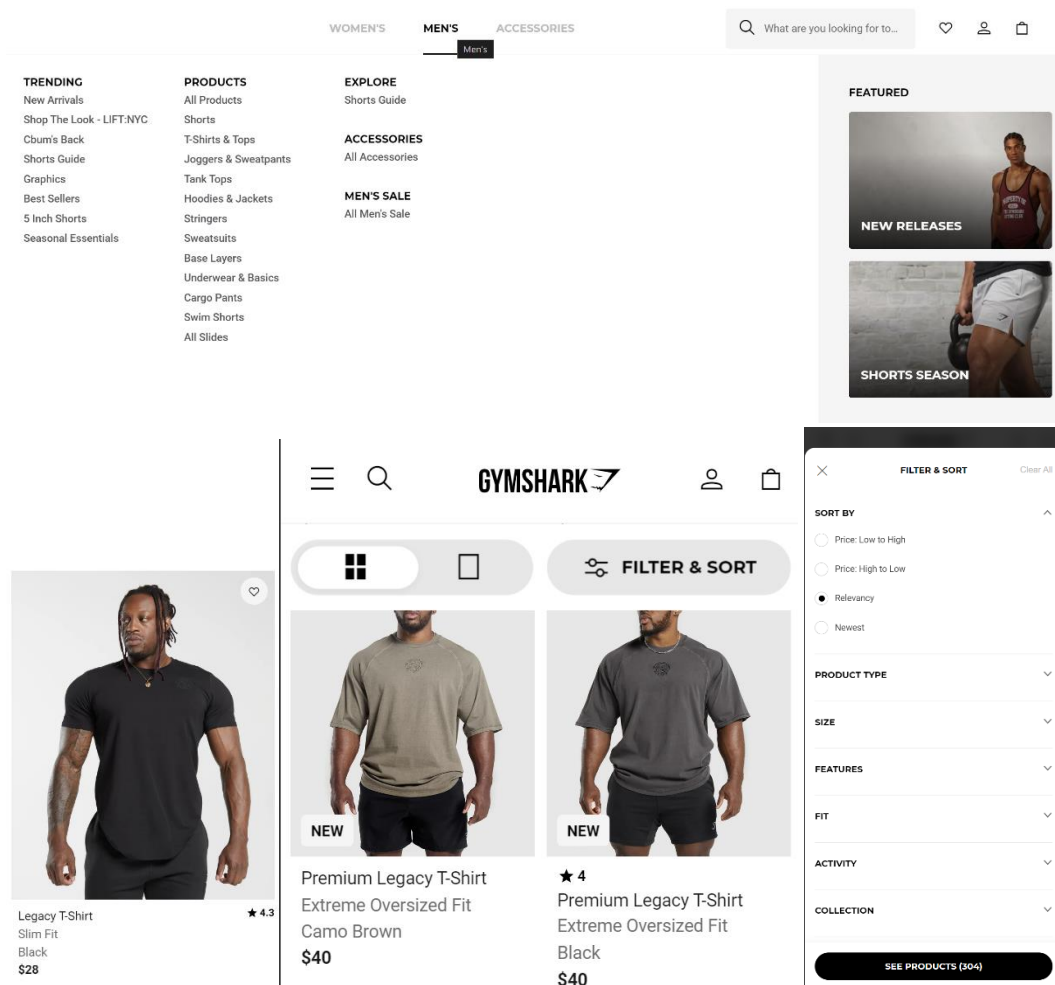
De Gymshark webshop biedt een gebruikersvriendelijke ervaring dankzij het Shopify-platform. De navigatie is eenvoudig en overzichtelijk, waardoor klanten snel kunnen vinden wat ze zoeken.

Een van de sterkste punten van Gymshark zijn de productfoto's. Deze zijn van hoge kwaliteit en laten de producten vanuit verschillende hoeken zien. Dit helpt klanten een goed beeld te krijgen van het product en maakt de koopervaring beter.

Daarnaast is de webshop volledig mobielvriendelijk en werkt het soepel op alle apparaten. Of je nu op een telefoon of computer shopt, de ervaring blijft prettig en makkelijk.

Interessepunten:

- Strakke webshop die vlekkeloos werkt
- Eenvoudige navigatie die helder en gemakkelijk te gebruiken is.
- Productfoto's van hoge kwaliteit die de klant helpen het product beter te bekijken
- De webshop werkt goed zowel op desktop als mobiele apparaten.

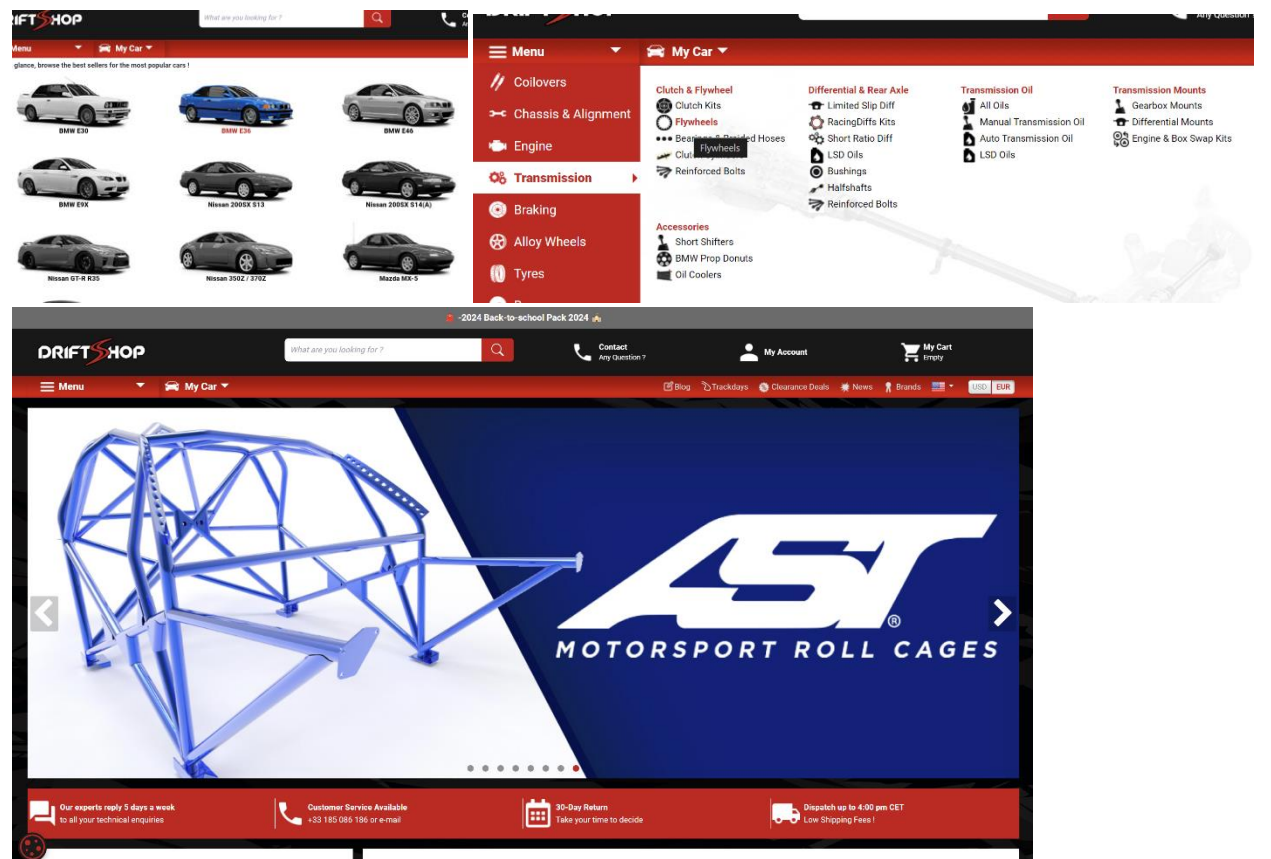


DRIFTSHOP

Het navigatie system staat misschien niet heel goed in de website maar is wel heel duidelijk en uitgebreid, zo zijn alle categorieën met icoontjes, en heeft elk verdiepingen kopje op de subcategorie een afbeelding. Dit maakt het een stuk duidelijker en ook leuker op het menu te gebruiken, als Driftshop het nou ook wat beter had geïntegreerd in de webshop was het perfect geweest.

Tot slot scoort Driftshop goed op SEO: de webshop laadt snel en is goed vindbaar, ook zijn er veel SEO kopjes dat een klant meer vertrouwen geeft.

- Speelse auto zoek functie
- Duidelijk navigatiesysteem met icoontjes
- Ontwerp van de webshop die goed aansluit op de doelgroep
- Goed SEO



PROGRAMMA VAN EISEN

Tijdens gesprekken met mijn opdrachtgever heb ik besproken wat de belangrijkste wensen en eisen zijn voor de nieuwe webshop van KCPerformance. Dit programma van eisen bevat de functionele en technische punten die vanuit die gesprekken naar voren zijn gekomen en die noodzakelijk zijn voor de opdrachtgever.

EISEN

Verbeterde categorisering

Een heldere en overzichtelijke categorisering is essentieel voor de navigatie van de website. Dit zorgt ervoor dat klanten snel en eenvoudig de juiste producten kunnen vinden.

- De webshop moet een duidelijke en overzichtelijke categorisering bevatten.
- Hoofdcategorieën moeten zichtbaar zijn in de bovenste navigatiebalk op elke pagina.
- Subcategorieën moeten automatisch uitklappen wanneer gebruikers over de hoofdcategorieën hoveren.

Betere Vindbaarheid (SEO)

Om ervoor te zorgen dat de webshop goed gevonden wordt in zoekmachines, moeten de SEO-aspecten optimaal zijn. Dit helpt om meer verkeer aan te trekken.

- De URL-structuur moet SEO-vriendelijk zijn en beschrijvende termen bevatten.
- Elke pagina moet unieke meta-titels en beschrijvingen hebben om de vindbaarheid in zoekmachines te verbeteren.
- De website moet snel laden om beter te presteren in zoekmachines.

Uitgebreide Zoekfunctie

Een goede zoekfunctie helpt klanten om snel de juiste producten te vinden, waardoor hun gebruikservaring wordt verbeterd.

- De zoekfunctie moet tijdens het typen productafbeeldingen, namen en prijzen tonen als suggesties.
- Zoekresultaten moeten zowel producten als gerelateerde categorieën en pagina's tonen.
- Bij een foutieve zoekopdracht moeten er alternatieve suggesties of categorieën getoond worden.

Verbeterde Gebruikerservaring (UX)

Een gebruiksvriendelijke lay-out en soepele navigatie zorgen ervoor dat klanten zonder frustratie door de website kunnen bewegen en eenvoudig kunnen bestellen.

- De lay-out van de website moet duidelijk en overzichtelijk zijn, met snelle toegang tot populaire producten en aanbiedingen.
- De navigatie moet soepel verlopen, zonder ingewikkelde stappen om producten te vinden of te kopen.
- Het ontwerp moet volledig responsief zijn, goed werkend mobiele apparaten en desktops.

Visueel Aantrekkelijkere Categorisering

Hoewel een functionele categorisering essentieel is, kan de webshop profiteren van een visueel aantrekkelijker design om klanten een betere ervaring te bieden.

- Subcategorieën kunnen visueel aantrekkelijk worden weergegeven, bijvoorbeeld met iconen of afbeeldingen.
- Extra secties op de homepage om populaire categorieën of merken te laten zien.

Uitgebreide SEO-tools

Naast basis-SEO kunnen aanvullende tools vindbaarheid en prestaties verder verbeteren.

- Integratie van extra SEO-tools binnen Shopify om de prestaties van de website te monitoren en optimaliseren
- Mogelijkheid om een blogsectie toe te voegen voor regelmatig nieuwe content, wat bijdraagt aan betere zoekresultaten.

Verbeterde Zoekfunctie

De zoekfunctie kan verder uitgebreid worden met handige functies die de klant nog sneller bij het juiste product brengen.

- De zoekfunctie kan uitgebreid worden met filters, zodat gebruikers sneller kunnen zoeken op auto-merk, model of type product.
- De zoekresultaten kunnen gepersonaliseerd worden op basis van het zoekgedrag van de klant.

Extra Gebruikerservaring (UX)

Om de klanttevredenheid verder te verhogen, kunnen extra functies worden toegevoegd die de interactie met de website verbeteren.

- Implementatie van een (AI) Chabot om klanten direct te helpen bij vragen over producten of navigatie.
- Gebruik van animaties of overgangen om de interactie met de website vloeiender en aantrekkelijker te maken.

CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN

In dit kopje worden de belangrijkste conclusies van het onderzoek naar de KCPerformance-webshop besproken. Daarnaast worden er aanbevelingen gedaan voor verbeteringen die de gebruikerservaring, vindbaarheid en algehele prestaties van de webshop kunnen verbeteren.

CONCLUSIES

De analyse van de huidige webshop heeft geleid tot de volgende kernpunten:

1. **Navigatieproblemen:**

De huidige structuur maakt het moeilijk voor klanten om snel de gewenste producten te vinden, wat resulteert in frustratie en hogere bounce-rate.

2. **Onhandige filters:**

De filteropties zijn verwarrend en blijven soms actief, zelfs wanneer ze niet meer relevant zijn, wat de gebruikers hindert.

3. **Beperkte zoekfunctionaliteit:**

De zoekfunctie biedt onvoldoende ondersteuning, zoals het ontbreken van productafbeeldingen en suggesties bij foutieve zoekopdrachten.

4. **Onbeperkte productinformatie:**

Productpagina's bevatten vaak niet genoeg gedetailleerde informatie, zoals technische specificaties en compatibiliteit met voertuigen.

Deze problemen leiden tot een verminderde klanttevredenheid en gemiste verkoopkansen. Om deze problemen aan te pakken moeten op het gebied van navigatie, zoekfunctionaliteit en productinformatie aangepakt worden.

AANBEVELINGEN

Op basis van de analyse worden de volgende aanbevelingen gedaan om de KCPerformance-webshop te optimaliseren:

1. Verbeterde navigatiestructuur

Een duidelijke en goed georganiseerde navigatie is essentieel voor een optimale gebruikerservaring.

- **Duidelijke hoofd- en subcategorieën:**

Voeg een navigatiebalk toe die op elke pagina zichtbaar is, met daarin duidelijke hoofdcategorieën. Deze moeten automatisch uitklappen naar relevante subcategorieën wanneer gebruikers eroverheen bewegen, zodat producten sneller gevonden kunnen worden.

- **Gebruik van banners en carrousels:**

Plaats banners of carrousels op de homepage om populaire producten, aanbiedingen of seizoensgebonden items direct tot aandacht te brengen.

- **Zoekbalk met auto-complete functie:**

Een zoekbalk waarin tijdens het typen suggesties worden weergegeven, helpt klanten om snel producten te vinden.

- **Feedback op zoekfunctie:**

Als een klant een foute zoekopdracht uitvoert dat leidt tot geen resultaat moet de klant geholpen worden met: bedoelt u misschien, en ook bijvoorbeeld categorieën zodat een klant altijd door kan klikken.

2. Duidelijke en relevante filteropties

De filteropties moeten gebruiksvriendelijker en relevanter zijn om klanten te helpen bij het snel vinden van producten.

- **Auto zoek functie:**

Het moet voor een klant mogelijk zijn om hun auto als filter in te stellen die ze kunnen kiezen uit een lijst met merk, model, bouwjaar/type, motor type. Dit zorgt ervoor dat klanten alleen producten vinden die compatibel zijn met hun auto.

- **Active filters tonen:**

Klanten moeten duidelijk zien welke filters actief zijn en irrelevante filters moeten disabled zijn zodra ze niet meer toepasbaar zijn.

- **Relevante combinaties van filters:**

Er moeten meerdere filteropties toegestaan zijn die op een logische manier gecombineerd kunnen worden, bijvoorbeeld op basis van merk, producttype of prijsklasse.

3. Uitgebreide zoekfunctionaliteit:

- **Uitgebreide productinformatie:**
In de resultaten moeten productafbeeldingen, korte beschrijving en prijzen komen te staan zodat een klant beter overzicht heeft
- **Feedback bij foutieve zoekopdrachten:**
Suggesties bij foutieve zoekopdrachten, zoals “Bedoelde u misschien...?” en toon altijd gerelateerde producten of categorieën.
- **Zoeken op categorieën:**
Geef klanten de mogelijkheid om direct binnen categorieën te zoeken, bijvoorbeeld “automerk” of “motoronderdelen”.

4. Gedetailleerde en informatieve productpagina's:

Productpagina's moeten uitgebreide en relevante informatie bevatten om klanten te helpen om goede aankoopbeslissingen te nemen.

- **Volledige productspecificaties:**
Zorg dat elke productpagina gedetailleerde specificaties bevat, inclusief compatibiliteit met specifieke voertuigen.
- **Uitgebreide productbeschrijvingen:**
Voeg een korte en uitgebreide beschrijving toe waarin de belangrijkste kenmerken en voordelen van het product worden uitgelegd.
- **Links naar Montage-instructies:**
Voeg links toe naar montage-instructies of video's ook externe, om klanten te helpen bij de installatie en gebruik van het product

5. SEO-optimalisatie:

Een goede vindbaarheid is essentieel voor het succes van de webshop.

- **SEO-vriendelijke URL's:**
Zorg voor duidelijke en beschrijvende URL-structuur die relevant is voor de producten.
- **Unieke meta-titels en beschrijvingen:**
Optimaliseer elke pagina met unieke meta-titels en beschrijvingen om de vindbaarheid te verbeteren.
- **Snelle laadtijd:**
Optimaliseer de laadsnelheid van de website om zowel de gebruikerservaring als de rating van de zoekmachines te verbeteren.

BIJLAGEN

De volgende bronnen en programma's heb ik gebruikt bij het maken van dit verslag.

BRONNEN

De volgende bronnen heb ik gebruikt om te leren over onderzoeken en analyseren ook SEO

1. **W. Lloyd et al.**, "E-commerce UX Best Practices," *Journal of Web Design*, vol. 15, no. 3, pp. 122-136, 2021.
2. **J. Martin**, *Shopify Essentials for SEO Optimization*, New York: Digital Press, 2022.
3. **P. Roberts**, "SEO and Web Performance: Strategies for 2024," *International Journal of E-commerce*, vol. 18, no. 4, pp. 89-103, 2023.
4. **S. Kumar**, "Comparative Study of E-commerce Websites in the Automotive Industry," *Web Development Quarterly*, vol. 12, no. 2, pp. 56-78, 2020.
5. **Google Lighthouse**, "SEO Performance Report for KCPerformance.nl," 2024. Retrieved from <https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights>

PROGRAMMA'S

De volgende programma's heb ik gebruikt bij het maken van de analyse en bij het ontwerp.

1. **Google Analytics**
Dit programma heb ik gebruikt om het verkeer naar de webshop te analyseren. Het biedt inzicht in bezoekersgedrag, verkeersbronnen en conversiepercentages, waardoor ik door die informatie beslissingen heb gemaakt.
2. **Moz**
Ik heb Moz ingezet voor SEO-analyse. Het helpt bij het beoordelen van de zoekmachine optimalisatie van de webshop en biedt tools voor het volgen van ranking en het analyseren van concurrenten.
3. **Figma**
Figma is het ontwerpprogramma dat ik heb gebruikt voor het maken van wireframe en prototypes van de webshop. Het biedt een omgeving waar ik snel ontwerpen kon maken.