PDF digitalisering (techniek) deelnameformulier

Een nieuw te bouwen tool voor zowel de B.A.M. als onze klant, waarmee een link gegenereerd wordt naar een online formulier voor de klant om in te vullen en digitaal te versturen.

|  |
| --- |
| Waarom?  Door deze nieuwe tool geven we de klant de keus om, in plaats van handmatig een pdf in te vullen, online alle benodigde vragen in te vullen en op te sturen.  Een win-win voor zowel de B.A.M. als de klant. De klant hoeft niets meer uit te printen, handmatig in te vullen, in te scannen en te mailen. Voor de B.A.M. is het gevolg dat alles goed leesbaar en ingevuld is, waardoor het afsluitproces sneller rond is. |
|  |
|  |

No more printing = happy tree!

## Welke zaken zijn belangrijk om in de gaten te houden?

1. We willen zoveel mogelijk herbruiken.
2. De tool moet beheerbaar blijven.
3. Er gaan in deze versie geen validaties plaatsvinden tussen data velden van verschillende formulieren. Alleen validaties binnen een formulier.

## Waaruit gaat de tool bestaan?

De tool gaat bestaan uit 7 verschillende onderdelen:

* een formulier voor de B.A.M. die gebruikt wordt om tijdens telefonisch contact met de klant in te vullen en de link mee te genereren die de B.A.M. vervolgens naar de klant mailt;
* functionaliteit(zie taggingtool) om een link mee te genereren;
* functionaliteit(nieuw) om waarmee de klant landt op de invul pagina van het klantformulier;
* een nieuwe funnel;
* een formulier voor de klant om online in te vullen en digitaal terug te sturen naar de B.A.M. Dit gaat een nieuw component worden met mini formulieren;
* nieuw component: secties;
* mail gevuld met de data van de klant. Deze mail gaat de B.A.M. gebruiken om vervolgens alles in te vullen zodat het afsluitproces volledig is.

## Modus operandi

### Stap 1:

We bouwen het B.A.M. formulier. Design zoals aangeleverd in de story. Specificatie’s: het input field voor het offertenummer is wel zichtbaar op het klantformulier, maar niet meer aanpasbaar door de klant. Alle n.a.w. gegevens zijn nog wel aan te passen door de klant ivm eventuele typo’s door B.A.M.

### Stap 2:

Functionaliteit toevoegen om de link mee te genereren. Good to know: er zit een max aan het gebruiken van het aantal chars in zo’n url van 100 of 1024 chars.  
Openstaande vragen:   
- welke data moet meegegeven worden in de url?  
- mogen n.a.w. gegevens meegegeven worden in de url?

“In the end we all want happy trees.”

### Stap 3:

Klantformulier maken. Vooralsnog 9 losse formulieren (1 per verzekering) met gebruik van ng-include. Good to know:   
- kenteken check functionaliteit valt buiten scope van deze versie;  
- de inhoud van stap 4 van de funnel ‘Tot slot’ is het stuk ‘Aanvullende gegevens’ in het design voorbeeld.

### Stap 4:

Nieuw generiek component maken: secties. Deze gebruiken in het klantformulier. Zoals omschreven door de designer Robert Boomert: “Secties zijn als het ware forms in forms.”

### Stap 5:

Nieuwe funnel bouwen.

### Stap 6:

Functionaliteit bouwen zodat de klant na op de link geklikt te hebben, landt op de pagina om het formulier in te vullen.  
Openstaande vraag:  
- hoe kun je vanuit de url bepaalde data op ‘ja’ of ‘nee’ zetten?  
- Wat bedoel ik met bovenstaande vraag? Beter formuleren, bij Richard checken.

### Stap 7:

Mailtemplate maken waar de data in komt die de klant online heeft ingevuld en functionaliteit gebruiken om deze mail bij de B.A.M. te krijgen.

## To do

Tagging tool onderzoeken.  
Alle openstaande vragen beantwoorden.

|  |
| --- |
|  |

Stakeholders

Mischa Piepers

Monique ten Klooster

Janneke Tesser (manager MKB) voor vraagstukken hoe dit proces in de huidige versie werkt

UXer

Robert Boomert

|  |  |
| --- | --- |
| Team Bau-online  Dit document is opgesteld door Sylvia Poelgeest, Frontend Developer |  |
|  |  |