PDF digitalisering (techniek) deelnameformulier

Een nieuw te bouwen tool voor zowel de Desk Account Manager(D.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 D.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 D.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 8 verschillende onderdelen die we moeten bouwen:

* een formulier voor de D.A.M. die gebruikt wordt om tijdens telefonisch contact met de klant in te vullen en de link mee te genereren die de D.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 D.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 D.A.M. gebruiken om vervolgens alles in te vullen zodat het afsluitproces volledig is.

## Modus operandi

### Stap 1:

We bouwen het D.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 D.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 1000 of 1024 chars.  
Data wat we mee zouden kunnen geven in de url: kvknr, offertenr en gekozen verzekeringen. We kunnen functionaliteit bouwen die checkt of een verzeringkey true teruggeeft. Alleen als dit het geval is wordt de key toegevoegd aan de url. Bij value false wordt niets toegevoegd. Als klant dan later op deze link geklikt heeft, leest een service of controller van het klantformulier de url uit en toont de benodigde gegevens. Of de naw-gegevens meegestuurd mogen worden hangt af van de beveiligingsregels. Als dit niet mag, dan genereren we de url zonder de naw-gegevens erin verwerkt en zullen we of een manier moeten bedenken om dit al in het gegenereerde formulier te verwerken, of de klant moet het zelf invullen.

“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;  
- teksten voor akkoordverklaring worden geleverd door team ZZP/MKB;  
- teksten voor de bedanktpagina worden geleverd door team ZZP/MKB;  
- gebruik van de formulier moet meetbaar zijn met Webanalytics. Dit zal niet veel werk zijn, zodra er wordt voldaan aan een aantal voorwaarden wordt alles (automatisch) generiek opgepakt in Google Analytics. Bron van info: Funnel Requirements Document, specifiek kopje ‘Eventtracking’. Gebruikers(klanten) van dit formulier willen we via Relay42 in een losse targeting group zetten. Zodra de definitieve paden op P beschikbaar zijn, kan dit worden opgepakt in Relay42.

### 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. Dit is functionaliteit wat nog niet bestaat.   
Url uitlezen en adhv verzekeringen die zijn gekozen het formulier tonen met de gevraagde inhoud.

### Stap 7:

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

### Stap 8:

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

## To do

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 |  |
|  |  |