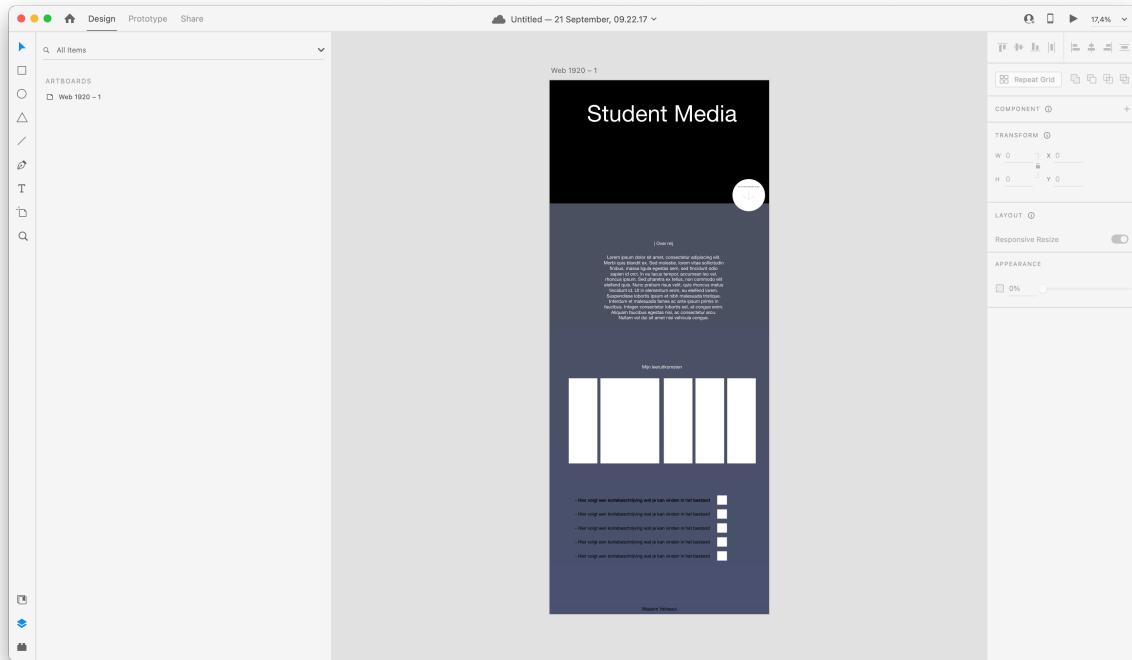


Interactive media

Voor interactive media heb ik dit semester meerdere prototypes, wireframes en high fidelity prototypes gemaakt.

Dat begon door voor mijn eigen project een lichte prototype te maken. Dit heb ik toen in AdobeXD gemaakt omdat dit mij eerst makkelijker leek. Ik wist nog niet helemaal hoe ik deze tool kon gebruiken toen. Dus is dit ook niet echt mijn ‘beste’ prototype.



Ik ben ook erg veel van dit ontwerp afgeweken omdat ik dit totaal niet methodisch had aangepakt. Dit ontwerp is ook snel tot stilstand gekomen omdat ik het eigenlijk gelijktijdig met de website heb gemaakt.

Dus ben ik toen naar dit ontwerp overgestapt. En wilde de lijnen achterin dynamisch en bewegend maken. Zelf hou ik heel erg van een darkpage website en wilde dit ook zelf maken (eerste versie van mijn website was dit ook) dus vandaar ook de donkere achtergrond.



Ook heb ik inspiratie gehaald uit deze portfolio hier links. Ik vind de dark achtergrond en het lettertype erg nice.

Alleen ben ik er toen achtergekomen dat ik niet bepaald methodisch te werk aan het gaan ben. Dus heb ik bedacht om voor mijn portfolio ook cmd methods te gaan gebruiken.

Dus de methodes die ik heb gekozen zijn.

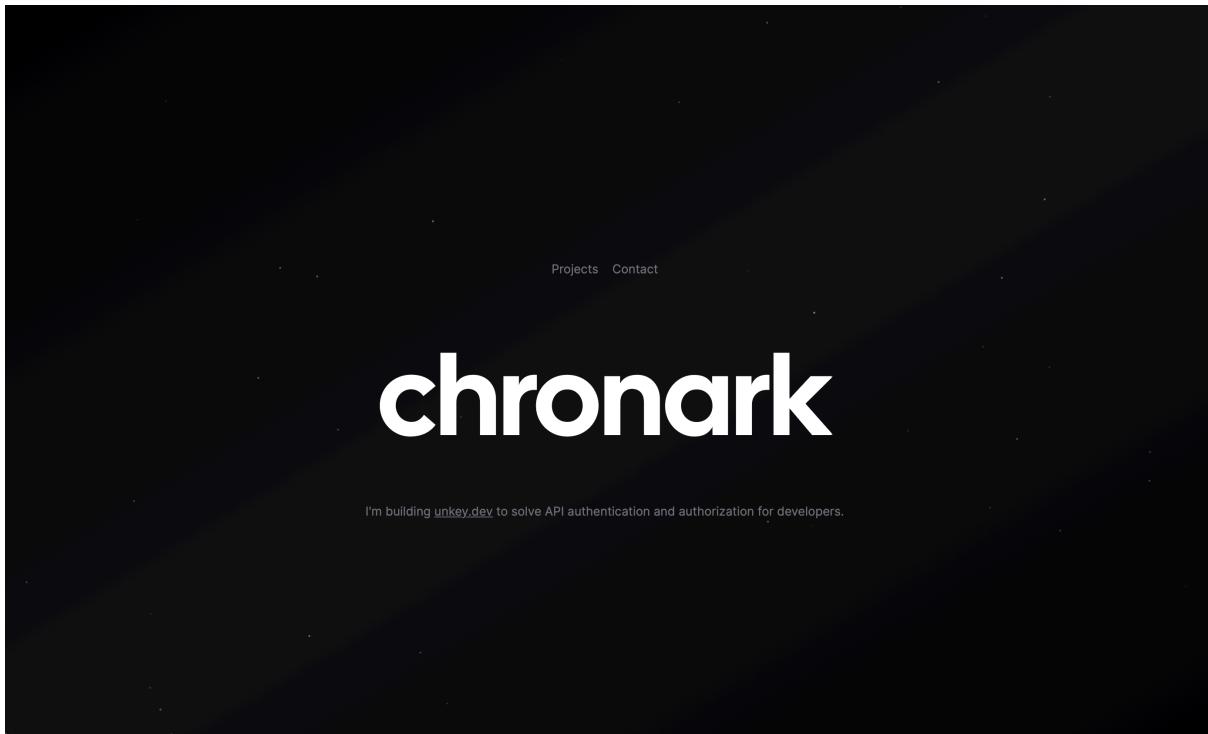
- Best good and bad practices
- Interview
- A/B test
- Prototyping

Ik heb namelijk iemand die ik ken in S6 die mij hier goed kon in begeleiden bij mijn portofolio.

Best good and bad practices

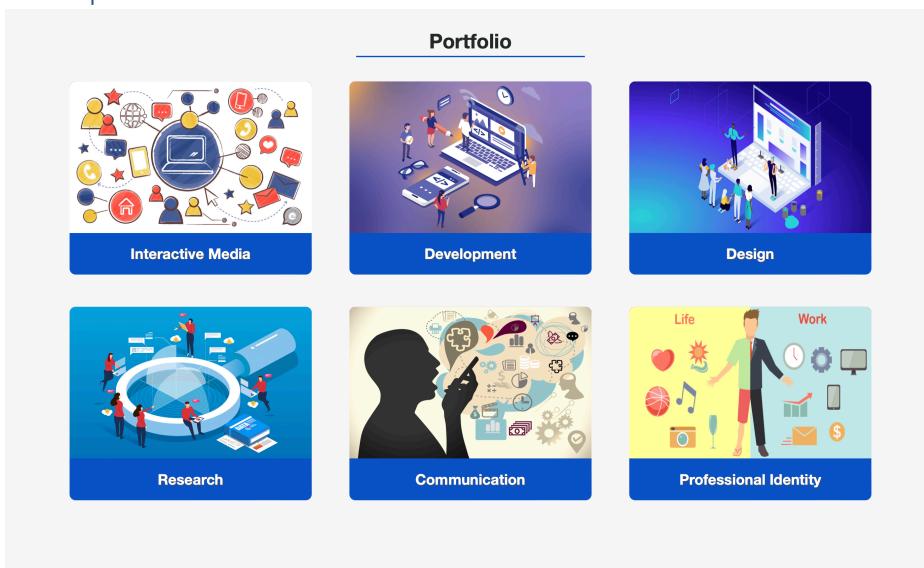
Ik ben gaan kijken wat ik nou zo tof vind aan andere hun portfolio, wat goed werkt. En wat ik wat minder goed vind bij mensen. Zodat ik niet dezelfde fout zou gaan maken.

Best practices



Ik vond dit er heel erg clean uitzien. En wilde dit ook gaan verwerken in mijn portfolio. Met een beetje een stealth look maar je ziet gelijk waar je naartoe moet op de website. Daarom vond ik dit er zo goed uitzien.

Good practices



En Umair zijn aanpak qua leerdoelen is erg duidelijk en wilde ik ook gaan verwerken in mijn portfolio. Alleen dan wel in mijn stijl natuurlijk, waarom ik dit ook wilde meenemen in mijn

portfolio is omdat hij natuurlijk dit semester al heeft gehaald en hierdoor dus ook een goed voorbeeld is.

Bad practices

Een bad practice die ik veel voorbij zie komen zijn mensen die lage kwaliteit fotos gebruiken in hun portfolio. Daarom wil ik het gebruik van fotos zo min mogelijk houden omdat dit alleen maar afleidend kan werken. En de kwaliteit/snelheid van de website kan minderen. (fleck, 2021).

Interview

Ook heb ik met Umair een interview gehouden wat ik kan verwerken in mijn portfolio.

De vragen die ik hiervoor heb gesteld zijn, wat zijn belangrijke aspecten die je terug laat komen in je portfolio.

Umair: Het is vooral belangrijk dat je je werk laat zien. Doe dit overzichtelijk en dat het makkelijk voor de docent is om te zien waar ze naar kijken

Wassim: Hoe heb je dit gedaan, heb je hiervoor in tekst bij de leerdoel beschreven wat er staat?

Umair: Ja, je moet gewoon een beetje tekst zetten op de portfolio zelf naar wat je hebt gedaan en wat je hebt geleerd. Dan kan je gewoon een documentje erbij linken waarin je werk staat.

CHATGPT

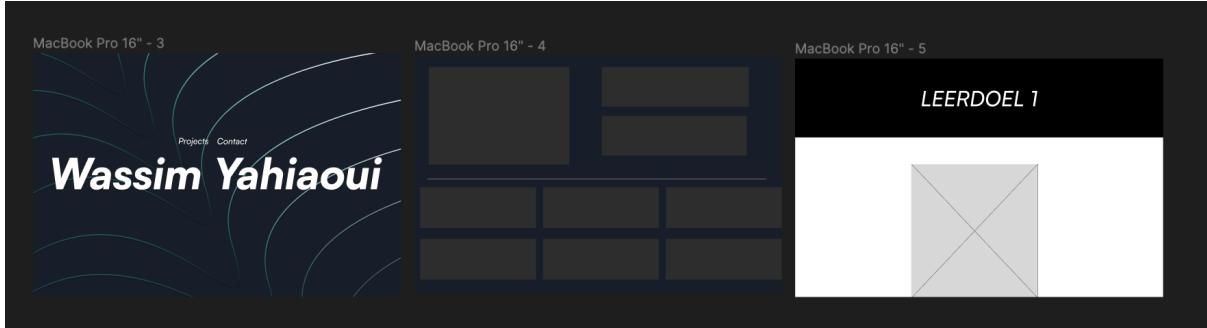
Na aanleiding van dit interview heb ik ook nog aan chatgpt nog wat vervolgvrragen gesteld. De searchprompt was. “What is an essential to see in a website portfolio about web/ux Design”

Het belangrijkste wat hierin terugkwam was dat er bij het leerdoel ook een kleine beschrijving moet staan. Zodat de mensen die niet veel met de studie te maken hebben ook kunnen zien waar het leerdoel over gaat.

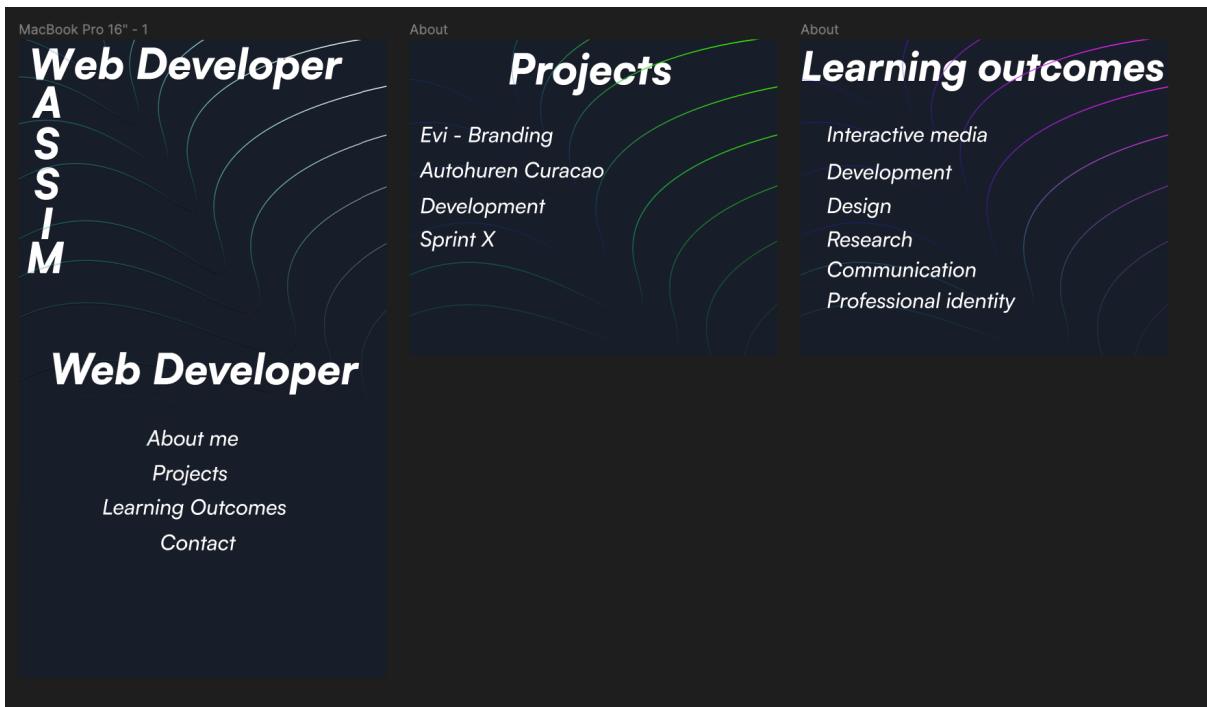
A/B test

Na deze stap heb ik ook een A/B test gedaan

Hierbij heb ik 2 prototypes voorgelegd aan wat klasgenoten om te vragen welk design ze beter bij een portfolio vonden passen. En wat ze beter leek



Design A



Design B

Hieruit heb ik kunnen halen dat mensen Design A cleaner vonden. Ook stonden de lege vlakken in de 2^e frame voor de leerdoelen en ze vonden dit een stuk netter dan een unordered list. Dus hier heb ik naar geluisterd in mijn development fase.

Dus na het testen ben ik uiteindelijk op een gebruikersvriendelijke website gekomen. Die ik nog heb kunnen testen bij Guido tijdens een feedback sessie. Dit is het prototype die ik heb gebruikt.



Met dit als homescreen, hier viel niet veel op aan te merken

A screenshot of the portfolio website showing a grid of projects. The projects are listed in two rows. The first row contains three projects: 'SprintX' (SOON, 56 views), 'Eline' (SOON, 28 views), and 'Autohuren Curacao' (SOON, 20 views). The second row contains four projects: 'Design' (SOON, 40 views), 'Research' (Jul 18, 2022, 18 views), 'Communication' (SOON, 90 views), and 'Development' (SOON, 56 views). Each project card includes a brief description and a 'Read more →' link. A small watermark 'chpad' is visible in the bottom left corner.

En zijn feedback was dat ik beter de leerdoelen bovenin kon zetten. En de aparte projecten onderin. Ik zal dit later nog verwerken als ik hier tijd voor heb.

Autohuren Curacao

Voor autohuren curacao ben ik eerst rond gaan kijken naar wat de rest doet. En wat er goed werkt

CMD methods

- Competitive analysis
- Design pattern research
- Focus group
- A/B testing
- Field trial
- Persona
- Prototyping

Belangrijke punten van de website.

De mensen van autohurencuracao vinden persoonlijk contact erg belangrijk. En hebben ook aangegeven dit zo te willen behouden met hun nieuwe website. Want ze maken nu gebruik van een Whatsapp CTA .en dit willen ze zo houden

SCHERPE PRIJZEN & NIEUW AUTO'S

 Klik hier voor een snelle offerte aanvraag 

Neem contact met ons op via WhatsApp voor de beschikbaarheid en ontvang een offerte via: [+5999 461 0659 \(CUR, WhatsApp beschikbaar\)](tel:+59994610659) of bel naar [+31 10 30 21 220 \(NL, bereikbaar vanaf 14:00 tot 24:00 uur Nederlandse tijd\)](tel:+31103021220). Onze website staat niet gekoppeld met ons reserveringssysteem.

Vanaf 1 december 2023 tot 29 februari 2024 geldt ons hoogseizoen tarief. Deze prijzen staan niet vermeld op onze website. Graag met ons contact opnemen voor de actuele prijzen en beschikbaarheid.

Dit is dus belangrijk om mee te nemen in hun nieuwe design.

Ook hebben we bepaalde punten die moeten terugkomen op hun website. Een paar belangrijke hiervan zijn.

- Kosteloos annuleren
- Geen aanbetaling
- Zonder creditcard
- Vanaf 18 jaar
- Gratis wegenwacht
- Geen borg/ schoonmaakkosten
- Scherp geprijsd

Dit zal vooral belangrijk zijn voor het doelgroeponderzoek aangezien dit allemaal best wel jongeren/ budget gericht is.

Doelgroeponderzoek

Ik ben begonnen door een doelgroep onderzoek te houden. Hierin zijn we gaan kijken naar wat nou eigenlijk de klanten zijn van het bedrijf.

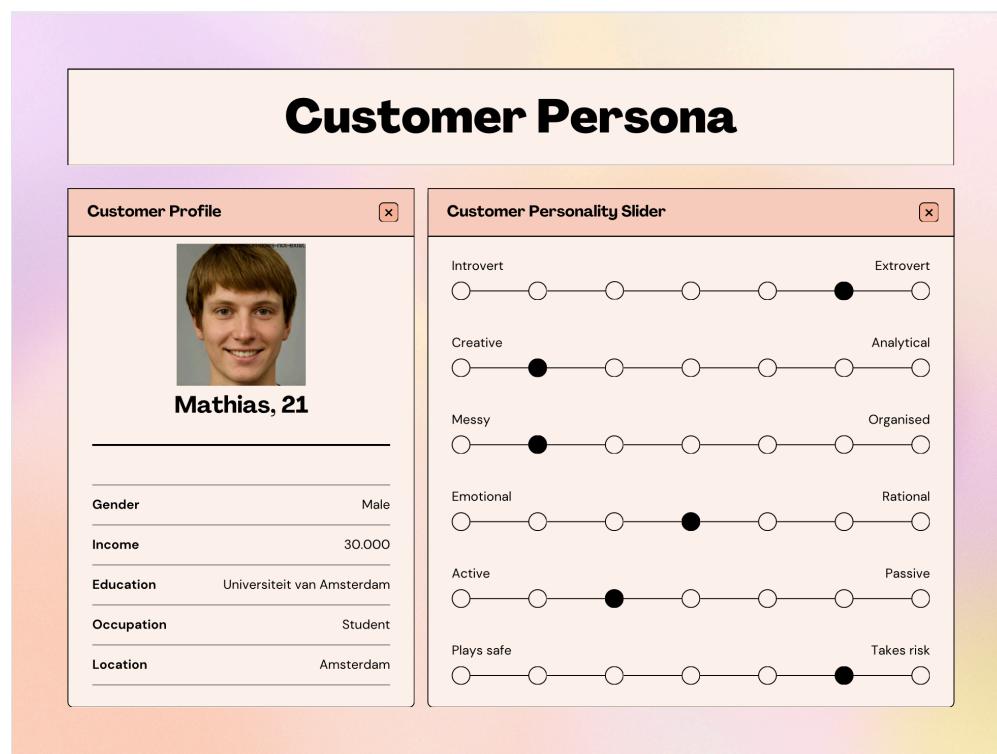
Door te kijken naar de website is het een beetje duidelijk dat ze voor een jonge doelgroep gaan. De reden hiervoor is dat ze

- Erg lage prijzen hanteren
- Ze zitten niet op het vliegveld. Wat ze wat lastiger te bereiken maakt.
- Als je kijkt naar hun 'team' bestaat het uit allemaal jongeren met een biertje in hun handen. Dit projecteert ook gelijk een beetje hun doelgroep

Wat wij vast hebben gesteld hiermee is dat er een grote waarschijnlijkheid is dat grotendeels jongeren zijn die hier een auto huren. Die naar Curaçao gaan om een beetje te 'party hoppen' daarom denk ik dat de doelgroep vooral jongeren tussen de 18-25 zijn. Dit ook omdat je hier een auto kan huren vanaf je 18^e zonder extra kosten wat ook niet vaak voorkomt bij een autoverhuurbedrijf.

Ook denken wij dat grotendeels van de huurders man zijn aangezien dit is gebleken uit een onderzoek van Autovisie ([mens, 2018](#)).

Met deze informatie kunnen wij ook een persona maken die relevant is als bezoeker voor deze website.



UX Design

Met het onderzoek wat ik nu heb verricht is het tijd om wat inspiratie op te doen bij de concurrentie. En wat zie ik nou veel terug komen bij de bedrijven.

CTA - SIXT

The screenshot shows the Sixt website's search interface. It includes a dropdown menu for selecting between 'Auto's' and 'Bestelwagens'. Below this are fields for 'Ophalen en inleveren' (pick up and return) with a search bar for 'Luchthaven, stad of adres' (Airport, city or address) and a link to 'Afwijkende inleverlocatie' (Alternative return location). There are date and time selection boxes for 'Ophaaldatum' (Pick-up date) set to '12. jan' (12 Jan) at '12:30' and 'Inleverdatum' (Return date) set to '16. jan' (16 Jan) at '08:30'. A large orange button labeled 'Auto's weergeven' (Display cars) is prominently displayed.

CTA - Avis

The screenshot shows the Avis website's search interface. It features three tabs for vehicle types: 'Auto', 'Bestelauto', and 'Vrachtauto'. Below this is a red header with the text 'HUUR EEN AUTO'. The search form includes a field 'Waar wil je ophalen?' (Where do you want to pick it up?) with a placeholder 'Kies een stad, postcode of plaats' (Choose a city, postcode or place) and a location pin icon. Next are date and time selection boxes for 'Ophaaldatum en -tijd' (Pick-up date and time) and 'Inleverdatum en -tijd' (Return date and time), both with dropdown menus for date and time selection. A note 'Let op: 1 huurdag = 24u na ophaaltijd' (Note: 1 rental day = 24 hours after pick-up time) is displayed. A checkbox 'Ergens anders inleveren' (Return somewhere else) is available. A red button labeled 'BEKIJK AUTO'S (View cars)' is located on the right. At the bottom left is a note '□ Ergens anders inleveren' (Return somewhere else).

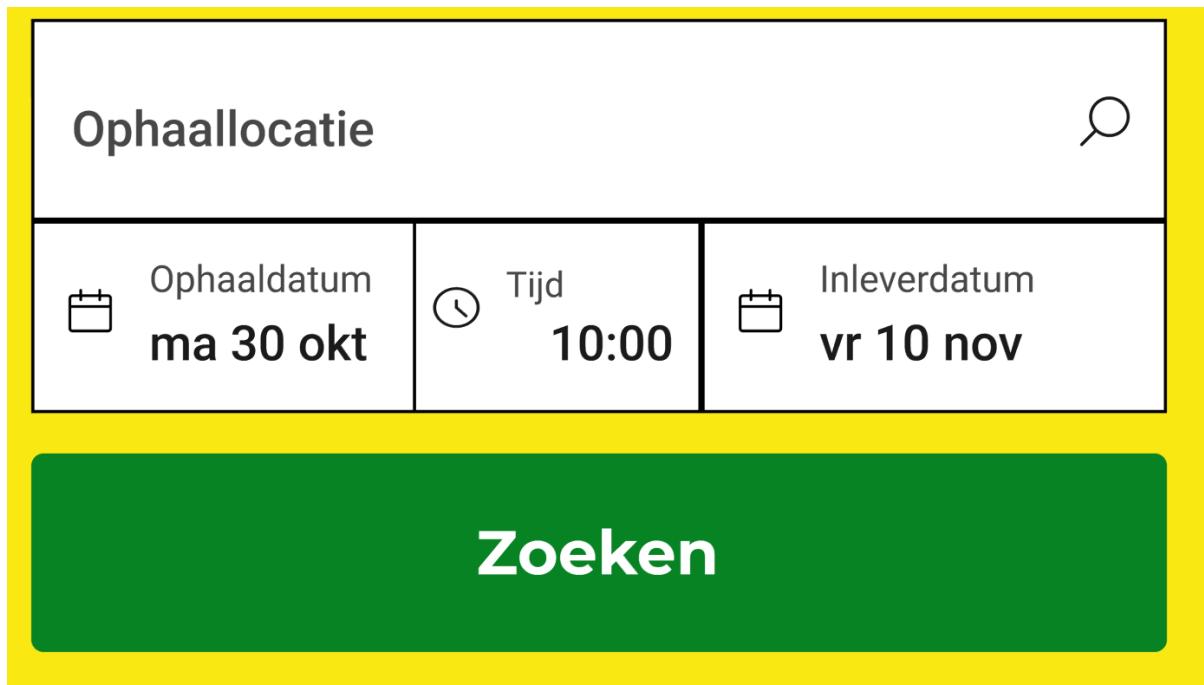
CTA - Sunny

The screenshot shows the Sunny website's search interface. It has a search bar for 'Ophaallocatie' (Pick-up location) with a placeholder 'Ophaallocatie'. To the right are four boxes: 'Ophaaldatum ma 15 jan' (Pick-up date Mon 15 Jan), 'Tijd 10:00' (Time 10:00), 'Inleverdatum do 18 jan' (Return date Thu 18 Jan), and 'Tijd 10:00' (Time 10:00). A green button labeled 'Zoeken' (Search) is positioned to the right of these fields.

Uit deze cta is al veel info te halen. Ze hebben allemaal eigenlijk enigszins hetzelfde staan.

- Ophaallocatie
- Ophaal datum
 - o Ophaal tijd
- Inlever datum
 - o Inlever tijd
- Zoek

Ik wilde dus gelijk een CTA maken die hier op leek. En ook bij ons paste. Het was dus makkelijk om eentje te maken omdat eigenlijk ieder bedrijf al dezelfde punten had wist ik dus al gelijk wat ik moest gebruiken in de mijne.



Ik heb wel de inlevertijd weggelaten in dit design. Dit omdat het niet relevant was voor de search aangezien een van de sellingpoints toch was dat ze het 24/7 gratis kwamen ophalen.

Ook heb ik er voor gekozen om de 3 main selling points groot en direct bovenaan te zetten. Dit omdat dit de betrouwbaarheid voor de klant verhoogt.

Toen ik namelijk aan ChatGPT ging vragen wat er essentieel is voor een verhuurbedrijf om betrouwbaar over te komen waren dit namelijk de punten

- Professioneel ontwerp
- Duidelijke contactinformatie
- Recensies
- Info over het bedrijf
- Transparantie
- Algemene voorwaarden
- Klantenservice
- Duidelijke reservering
- Social media gebruik

Aan de hand van deze punten heb ik besloten dat het belangrijk is om transparantie door te laten schijnen. De prijs die scherp is ook bovenaan te zetten. En dat een van de belangrijkste voorwaarden (dat je gratis kan annuleren) ook er mooi bij staat.

393 x 230



Minimaal 3 dagen huren

Tot 48 uur vóór het ophalen kun je
de meeste boekingen gratis
annuleren



Geen verborgen toeslagen

Weet precies wat je betaalt



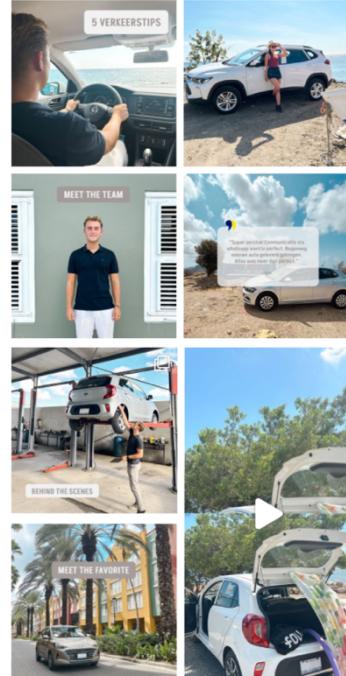
Onbeperkt aantal kilometers

Geen extra kosten voor extra
kilometers die je wilt maken.



Onze auto's zijn allemaal erg zuinig.
Ook doordat wij niet op het vliegveld
opereren kunnen wij onze prijzen erg
laag aanbieden. Weet je al wat je wilt?
Klik dan op de Whatsapp knop
linksonder.

Bekijk de Socials



ook heb ik er voor gekozen de social media heel zichtbaar en duidelijk op de homepage te zetten met de insta centraal. En overal waar je bent een whatsapp logo, als CTA. Ook

Huur een auto vanaf €30,50 per dag

Ophaallocatie

Ophaaldatum	ma 30 okt
Tijd	10:00
Inleverdatum	vr 10 nov

Zoeken

Minimaal 3 dagen huren
Tot 48 uur vóór het ophalen kun je de meeste boekingen gratis annuleren

Geen verborgen toeslagen
Weet precies wat je betaalt

Onbeperkt aantal kilometers
Geen extra kosten voor extra kilometers die je wilt maken.

Over Onze Auto's

Onze auto's zijn allemaal erg zuinig.
Ook doordat wij niet op het vliegveld
opereren kunnen wij onze prijzen erg
laag aanbieden. Weet je al wat je wilt?
Klik dan op de Whatsapp knop
linksonder.

Ook hebben we er achteraf nog voor gekozen om het whatsapp logo rechts te zetten. Dit omdat meeste mensen rechtshandig zijn en dit eerder kan aanzetten tot het klikken van een knop.

RENAULT ZOE AUT (ECAE)

Of gelijkwaardig / Personenauto

**800 vrije km / € 0,19 per extra km****Actieradius 395 km**

Minimale leeftijd bestuurder 21 jaar

All-season banden op aanvraag

🔌 Elektrisch

5 deuren

⚡ Automaat

1 koffer

👤 4 zitplaatsen

☀️ Airco

25% korting

€ 175,00 totaal

€ 131,25 totaal

Let op | Beschikbaarheid op aanvraag ⓘ

RESERVEER DEZE AUTO

MEER INFORMATIE ▾

MINI Cooper

of vergelijkbaar | Sedan



4 zitter



Handmatig



Incl. 800 km



Meer

€ 39,74 /dag**€ 158,97 totaal**

Uit de bovenstaande 2 afbeeldingen heb ik kunnen halen dat het vooral belangrijk is om transparant te zijn in de prijs. Hoeveel de per dag gaan betalen en hoeveel er in totaal afgerekend moet worden. Ook is de transmissie belangrijk, aantal zitplaatsen en hoeveel kilometers je er mee mag rijden. Al is de laatste bij ons minder belangrijk. Maar toch een unique sellingpoint dus ga ik die wel toevoegen aan onze design

En daardoor ben ik op dit design uitgekomen. Na feedback heb ik ook de knop van info wat duidelijker gemaakt dat dit ook echt klikbaar is. Ik heb in de kleuren van Curaçao het bedrag toegevoegd, en ik heb de knop voor info rechts in beeld geplaatst. Omdat dit na feedback bleek dat dit de beste plek was voor CTA-buttons. Omdat grotendeels van de mensen rechtshandig zijn.

Ook heb ik er vooralsnog voor gekozen het aantal kilometers die je er mee mag rijden er op te zetten, want je mag er onbeperkt mee rijden. Dit lijkt daardoor een onnodige mededeling, alleen vinden klanten het toch erg balengrijk. Dus daarom heb ik hem laten staan om dat het toch extra motiveert om voor ons te gaan in plaats van een ander bedrijf.

Ook heb ik ervoor gekozen om te laten zien hoeveel mensen in de auto passen, en wat de transmissie is. Aangezien toch 4.1% van de nieuwe bestuurders een rijbewijs heeft voor alleen een automaat. (slump, 2023).

The screenshot shows a mobile application interface for car rentals. At the top, there's a blue header bar with a yellow car icon on the left, and icons for a flag (Netherlands), phone, email, and menu on the right. Below the header, a "Filters" button is visible. The main content area displays two vehicle options:

Hyundai EON
of vergelijkbaar | Hatchback



5 zitter Handmatig Onbeperkt aantal km

€ 30,50 /dag
€ 122,00 totaal

Hyundai Tucson
of vergelijkbaar | SUV



5 zitter Automaat Onbeperkt aantal km

Form

Ik heb ook aan wat mensen in de doelgroep gevraagd om mijn form in te vullen over wat ze belangrijk vonden als filteropties voor een auto. Het was gewoon een checklist die ze konden invullen waaruit we konden halen wat het belangrijkst was voor de gebruiker om snel te kunnen filteren. De opties waren

- Aantal personen
- Soort auto
- Aantal koffers
- Transmissie
- Trekhaak
- All season banden (we weten dat dit misschien niet de beste optie was.)
- Prijs per dag
- Airco

Daaruit is gebleken dat mensen vooral het onderstaande het belangrijkst vonden.

- Aantal personen
- Aantal koffers
- Transmissie
- Soort auto

Met die informatie hebben wij toen het onderstaande design gemaakt.

The form consists of several input fields and checkboxes:

- Aantal Personen:** A horizontal slider with a central circle at position 4. Numerical labels 1, 2, 3, 4, and 5+ are positioned below the slider.
- Aantal grote Koffers:** A horizontal slider with a central circle at position 2. Numerical labels 1, 2, 3, and 4 are positioned below the slider.
- Type versnellingsbak:** Two options:
 - Schakel (checkbox checked)
 - Automaat (checkbox checked)
- Type auto:** Three options:
 - Sedan (checkbox checked)
 - Hatchback (checkbox checked)
 - SUV (checkbox checked)
- Zoek:** A small blue button.
- Zoeken:** A large green button.

Maar toch was de 'card' nog te groot. En op mobiel zou het al snel teveel worden. Daarom hebben wij er nog voor gekozen een A/B test te houden. Deze heb ik gehouden onder klasgenoten, en familie

Frame 9

Aantal grote Koffers

1 2 3 4

Type auto

Schakel

Automaat

Zoeken

Aantal Personen

1 2 3 4 5+

Type auto

Hatchback Sedan

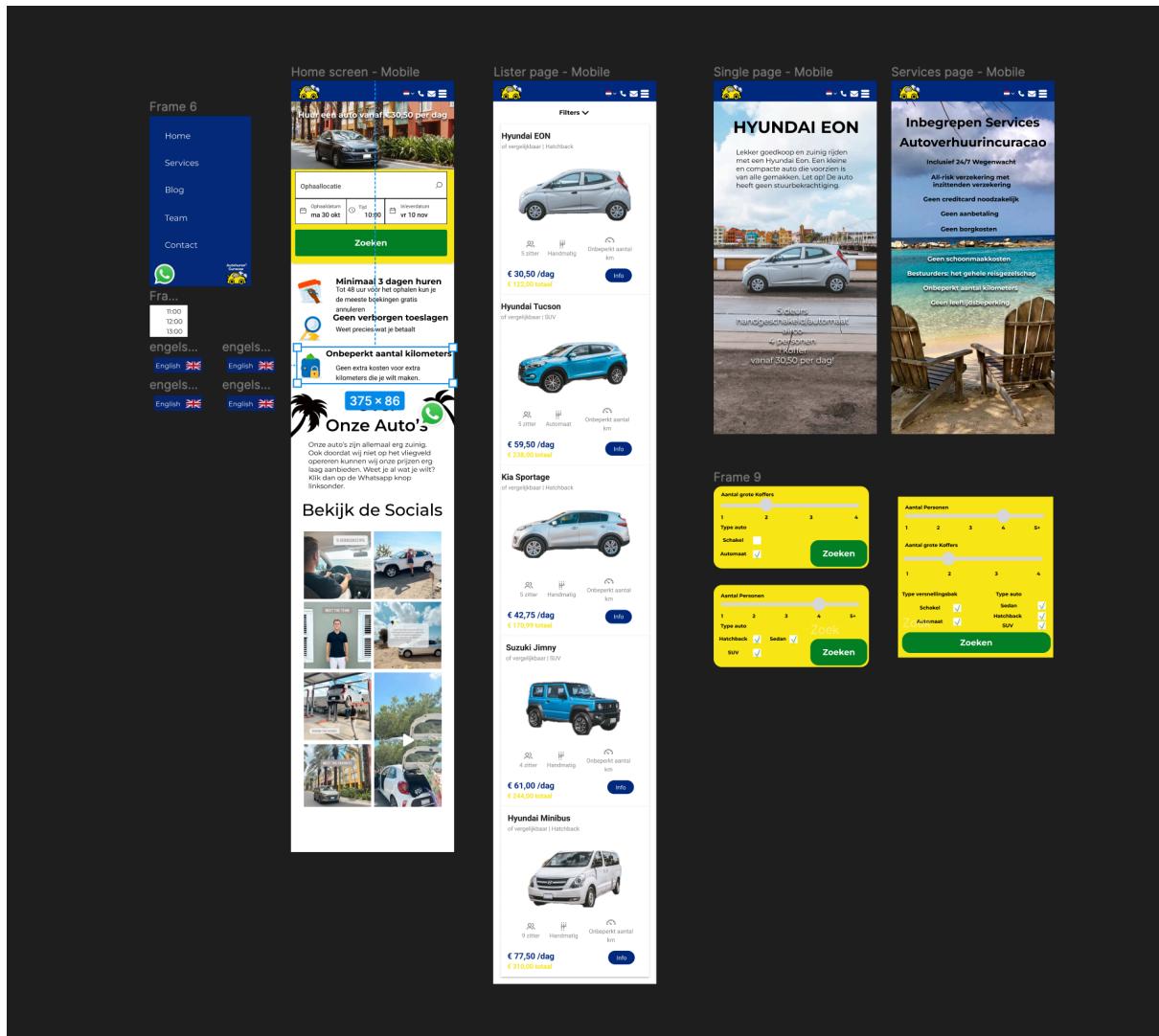
SUV

Zoek **Zoeken**

Bovenste : A

Onderste : B

Hierbij heeft grotendeels 7/13 mensen gekozen voor optie A, vooral omdat deze vaak toch op vakantie zijn met 2 personen. En ook omdat koffers meer uitmaakt, en of je moet schakelen of het een automaat was. Daarom hebben wij ook voor optie A gekozen in ons einddesign.



Dit was de rest van het design. Maar aangezien de rest niet echt door mij gemaakt is / niet onderbouwde usertests bevat kan ik hier ook niet veel meer over zeggen.