

ONTWERPDOCUMENTATIE

BLOK WEB

**Simone van Zeijl
Januari 2019
Klas 213
500777769**

INLEIDING

Dit is de ontwerpdocumentatie voor de website van WOW air op reis terug te vinden. Er is veel onderzoek gedaan. De ontwerpkeuzes worden onderbouwd, en de werking van de website wordt uitgelegd.

USER GOALS

1. De gebruiker wil een leuk verhaal kunnen vinden.
2. De gebruiker wil zijn input geven, zodat andere beter leuke verhalen kunnen vinden .
3. De gebruiker wil aanbevolen en/of verrassende resultaten aangeboden krijgen.
4. De gebruiker wil tijdens zijn reis verhalen kunnen lezen.

BUSINESS GOALS

Merkbeleving van de opdrachtgever versterken in de periode voor de reis. En de beleving ook vasthouden tijdens de reis. De reisorganisatie wil niet langer als een vervoerder bekend staan, maar als een distributeur van ervaringen.

INHOUDSOPGAVE

VORMGEVING

blz. 4 - 34

- Verhaal Vormgeven
- Website ontwerpen
- Responsive website ontwerpen
- Interactie ontwerpen

DESIGN PATTERNS

blz. 35 - 71

- Website ontwerpen
- Responsive website ontwerpen
- Interactie ontwerpen

VORMGEVING VERHAAL VORMGEVEN

VISUAL RESEARCH

Verhaal en concept

Cliche beeld

Kleur en vorm

Typografie

Vormgeving

Simone van Zeijl
Klas 213
500777769

Regionaal Dagblad (6o)

De klok slaat twaalf uur in de middag als de beruchte blogger Max J. Molovich op het Stationsplein uit het gemeenteblik stapt. Zijn zoon ligt eindelijk in de armen van Morpheus. Burgers en buitenlui berijden de benenwagen van en naar het station. De weergoden zijn hen niet bepaald gunstig gezind deze dag in februari van het jaar des Heeren 2011. De immer goedgemutste hoofdredacteur van Nurks is op zoek naar het legendarische Stijloefeningen van de Franse sterauteur Raymond Queneau. Zijn hoop is gevestigd op de Openbare Bibliotheek van onze geliefde hoofdstad. Het Venetië van het Noorden ligt er overigens niet bepaald op z'n fraaist bij. Het wemelt van de bouwputten, de geluiden van heipalen en drilboren overstemmen de vertrouwde decibellen van de verkeersdrukte op de Piet Heinkade.

Net op het moment dat Max de boekentempel aan het IJ wil betreden, wordt hij staande gehouden door een vrouw. Haar zwarte krullen spelen een ingenieus spel met de wind. Ze vraagt in het Engels met een accent uit La Douce France of dit het postkantoor is. De heer Molovich antwoordt in zijn beste Engels dat het postkantoor hier reeds sinds Sint Juttemis niet meer staat. Madame haalt een briefje uit haar Louis Vuitton, waarop twee adressen staan te lezen. Zo ook een adres op de Raadhuisstraat, dat de altijd zo goed geïnformeerde Amsterdamse blogger herkent als een filiaal van het postkantoor. Maar net als hij dat wil zeggen, wordt de aandacht van de Française afgeleid door een achteruit rijdende bolide van het merk Renault, die zich achter haar bevindt. Zo komt het dat het antwoord van de altijd zo behulpzame baarddrager op onvruchtbare aarde valt, aangezien dit zwartharige lid van het zwakke geslacht een ferme sprint inzet richting eerder genoemde voiture.

Op de tweede verdieping vindt dan eindelijk de zoektocht naar het zo vurig gewenste boekwerk plaats. Echter, op de daartoe bestemde plek, bij de pennenvruchten van Queneau, is uitgerekend Stijloefeningen onvindbaar. Hoe onze held ook zoekt, het letterkundige kleinood ligt niet op zijn of haar plaats.

De vasthouder Bos en Lommeraar, niet bepaald voor één gat te vangen, besluit de online catalogus van de OBA te raadplegen. Volgens het archief op de digitale snelweg moet het bewuste literaire hoogstandje wel degelijk op de daartoe bestemde plek ligzaam zijn. Zijn trots opzij zettend roept de inmiddels licht wanhopige letterenliefhebber de hulp in van de bibliothecaris. Deze controleert nog even of het door Rudy Kousbroek vertaalde 'Excercises de Style inderdaad aanwezig is en helpt vervolgens met de zoektocht. Tevergeefs, zo zou niet lang daarna reeds blijken.

De medewerker raadt aan om nog een digitale brief richting het magazijn te sturen, aangezien men daar ongetwijfeld nog een exemplaar heeft liggen. De sympathieke boekenzoeker besluit deze raad op te volgen. Een kleine vijftien minuten later, ontvangt hij een postduif 2.0 terug waarin staat dat Stijloefeningen gewoon op de tweede verdieping ligt, op de daartoe bestemde plek.

Op de weg terug wordt de inwendige mens niet bepaald vergeten en nuttigt Max zijn natje en zijn droogje. Op het Bos en Lommerplein, in een babywinkel op niet meer dan een steenworp van zijn eigen woning vandaan, koopt de zorgzame vader een paar babyschoentjes.

Sfeerwoord;
Ouderwets

Concept;

In de tekst wordt je herinnerd aan vroeger. Er worden veel ouderwetse woorden gebruikt wat een sfeer meebrengt. Er worden herinneringen opgehaald tijdens het lezen van het verhaal. De hoofdpersoon komt over als een oudere meneer die veel heeft meegemaakt.

Visual Research Verhaal vormgeven

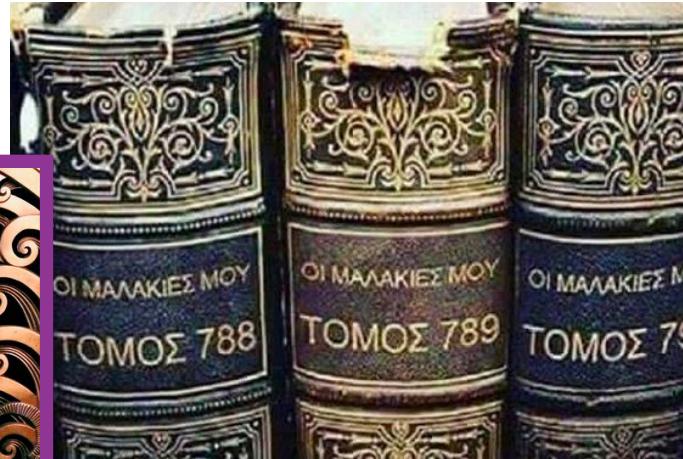
Cliche beeld | Inspiratiebord



Mijn keuze is afgegaan naar de houten deur (links boven). Het materiaal geeft een goed kenmerk van de sfeer weer. Verder is het koper van het handvat een duidelijk kenmerk van de oudheid. Hier kan ik gebruik van maken in de uitwerking.

Visual Research Verhaal vormgeven

Kleur en vorm | Inspiratiebord



De kleur waar mijn keuze naar is uitgegaan, is de kleur van het koper / goud. De verschillende patronen geven een goede weergave van de oudheid. Mijn definitieve keuze is de afbeelding met de witte omlijning. Deze vormen wil ik gaan toepassen.

Visual Research Verhaal vormgeven

Typografie | Inspiratiebord



Ik ga mij richten op de sierlijke letters die naar voren komen uit dit onderzoek. Verder is er een groot contrast van dun naar dik in de letters terug te vinden. Ik heb gekozen voor de afbeelding; "After Dark" deze afbeelding geeft het beste de sfeer aan die ik wil gaan toepassen.

Visual Research Verhaal vormgeven

Niveaus van beeld

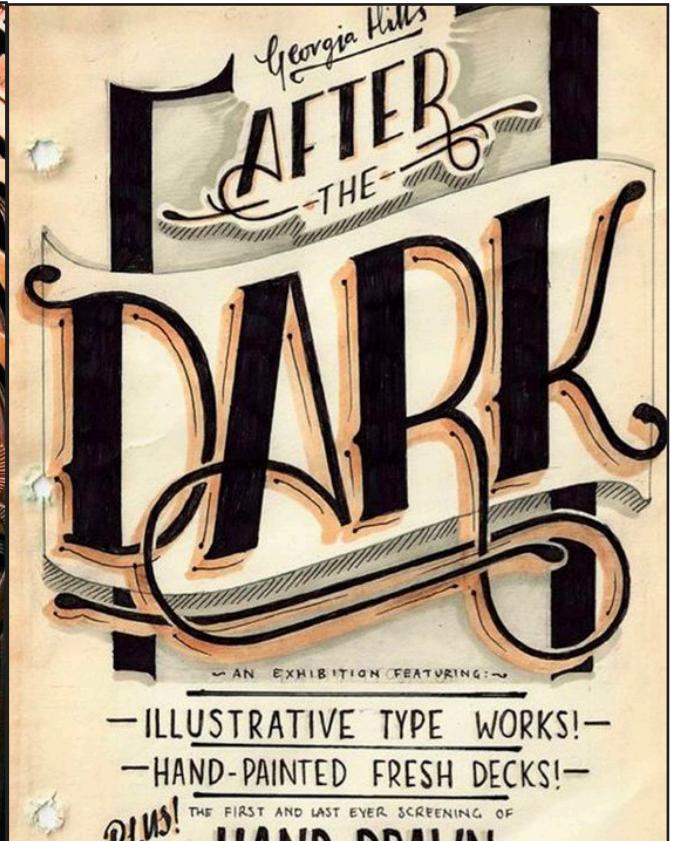
Cliche



Kleur en vorm



Typografisch



Het cliche beeld geeft een ouderwetse sfeer weer doordat de deur al erg versleten is en dus hoogstwaarschijnlijk al lang bestaat. Het koper op de deurkrik geeft ook een goed beeld van de oudheid.

Deze vormen en materialen werden vroeger veel gebruikt als versiering en kunst. In de kerk zijn deze vormen veel terug te vinden. Het koper is in deze afbeelding ook weer terug te vinden.

De typografie is erg sierlijk. Een belangrijk kenmerk dat veel terug komt is het contrast in de letters qua dikte. In de typografie wil ik me gaan focussen met deze afbeelding als uitgangspunt.

REGIOMONTA DAGBLAD

POSTED ON 27 APRIL 2011 BY MOLOVICH - 8 COMMENTS

De klok slaat twaalf uur in de middag als de beruchte blogger Max J. Molovich op het Stationsplein uit het gemeentebliek stapt. Zijn zoon ligt eindelijk in de armen van Morpheus. Burgers en buitenlui berijden de benenwagen van en naar het station. De weergoden zijn hen niet bepaald gunstig gezind deze dag in februari van het jaar des Heeren 2011

Zijn hoop is gevestigd op de Openbare Bibliotheek van onze geliefde hoofdstad. Het Venetië van het Noorden ligt er overigens niet bepaald op z'n fraaist bij. Het wemelt van de

bouwputten, de geluiden van heipalen en drilboren overstemmen de vertrouwde decibellen van de verkeersdrukte op de Piet Heinkade.

Net op het moment dat Max de boekentempel aan het IJ wil betreden, wordt hij staande gehouden door een vrouw. Haar zwarte krullen spelen een ingenieus spel met de wind. Ze vraagt in het Engels met een accent uit La Douce France of dit het postkantoor is. De heer Molovich antwoordt in zijn beste Engels dat het postkantoor hier reeds sinds Sint Juttemis niet meer staat. Madame haalt een briefje uit haar

LOUIS VUITTON

waarop twee adressen staan te lezen. Zo ook een adres op de Raadhuisstraat, dat de altijd zo goed geïnformeerde Amsterdamse blogger herkent als een filiaal van het postkantoor. Maar net als hij dat wil zeggen, wordt de aandacht van de Française afgeleid door een achteruit rijdende bolide van het merk Renault, die zich achter haar bevindt. Zo komt het dat het antwoord van de altijd zo behulpzame baarddrager op onvruchtbare aarde valt, aangezien dit zwartharige lid van het zwakke geslacht een ferme sprint inzet richting eerder genoemde voiture.

Op de tweede verdieping vindt dan eindelijk de zoektocht naar het zo vurig gewenste boekwerk plaats. Echter, op de daartoe bestemde plek, bij de pennenvruchten van Queneau, is uitgerekend Stijloefeningen onvindbaar. Hoe onze held ook zoekt, het letterkundige kleinood ligt niet op zijn of haar plaats. De vasthoudende Bos en Lommerraar, niet bepaald voor één gat

te vangen, besluit de online catalogus van de OBA te raadplegen. Volgens het archief op de digitale snelweg moet het bewuste literaire hoogstandje wel degelijk op de

De immer goedgemutste hoofdredacteur van Nurks is op zoek naar het legendarische Stijloefeningen van de Franse sterauteur

MAX J.

MOLOVICH

bestemde plek ligzaam zijn. Zijn trots opzij zettend roept de inmiddels licht wanhopige letterenliefhebber de hulp in van de bibliothecaris. Deze controleert nog even of het door Rudy Kousbroek vertaalde l'Excercises de Style inderdaad aanwezig is en helpt vervolgens met de zoektocht. Tevergeefs, zo zou niet lang daarna reeds blijken. De medewerker raadt aan om nog een digitale brief richting het magazijn te sturen, aangezien men daar ongetwijfeld nog een exemplaar heeft liggen. De sympathieke boekenzoeker besluit deze raad op te volgen. Een kleine vijftien minuten later, ontvangt hij een postduif 2.0 terug waarin staat dat Stijloefeningen gewoon op de tweede verdieping ligt, op de daartoe bestemde plek. "Op de weg terug wordt de inwendige mens niet bepaald vergeten en nuttigt Max zijn natje en zijn droogje.

"Op het Bos en Lommerplein, in een babywinkel op niet meer dan een steenworp van zijn eigen woning vandaan, koopt de zorgzame vader een paar babyschoentjes."



POSTED ON 27 APRIL 2011 BY MOLOVICH - 8 COMMENTS

De klok slaat twaalf uur in de middag als de beruchte blogger Max J. Molovich op het Stationsplein uit het gemeenteblik stapt. Zijn zoon ligt eindelijk in de armen van Morpheus. Burgers en buitenlui berijden de benenwagen van en naar het station. De weergoden zijn hen niet bepaald gunstig gezind deze dag in februari van het jaar des Heeren 2011.

De immer goedgemutste hoofdredacteur van Nurks is op zoek naar het legendarische Stijloefeningen van de Franse sterauteur

MAX J.
“ **MOLOVICH** ”

Zijn hoop is gevestigd op de Openbare Bibliotheek van onze geliefde hoofdstad. Het Venetië van het Noorden ligt er overgens niet bepaald op z'n fraaist bij. Het wemelt van de bouwputten, de geluiden van heipalen en drijboren overstemmen de vertrouwde decibellen van de verkeersdrukte op de Piet Heinkade.

Net op het moment dat Max de boekentempel aan het IJ wil betreden, wordt hij staande gehouden door een vrouw. Haar zwarte krullen spelen een ingenieus spel met de wind. Ze vraagt in het Engels met een accent uit La Douce France of dit het postkantoor is. De heer Molovich antwoordt in zijn beste Engels dat het postkantoor hier reeds sinds Sint Juttemis niet meer staat. Madame haalt een briefje uit haar

~**LOUIS VUITTON**~

waarop twee adressen staan te lezen. Zo ook een adres op de Raadhuisstraat, dat de altijd zo goed geïnformeerde Amsterdamse blogger herkent als een filiaal van het postkantoor. Maar net als hij dat wil zeggen, wordt de aandacht van de Française afgeleid door een achteruit rijdende bolide van het merk Renault, die zich achter haar bevindt. Zo komt het dat het antwoord van de altijd zo behulpzame baarddrager op onvruchtbare aarde valt, aangezien dit zwartharige lid van het zwakke geslacht een ferme sprint inzet richting eerder genoemde voiture.

Op de tweede verdieping vindt dan eindelijk de zoektocht naar het zo vurig gewenste boekwerk plaats. Echter, op de daartoe bestemde plek, bij de pennenvruchten van Queneau, is uitgerekend Stijloefeningen onvindbaar. Hoe onze held ook zoekt, het letterkundige kleinood ligt niet op zijn of haar plaats. De vasthoudende Bos en Lommeraar, niet bepaald voor één gat te vangen, besluit de online catalogus van de OBA te raadplegen. Volgens het archief op de digitale snelweg moet het bewuste literaire hoogstandje wel degelijk op de bestemde plek ligzaam zijn. Zijn trots opzij zettend roept de inmiddels licht wanhopige letterenliefhebber de hulp in van de bibliothecaris. Deze controleert nog even of het door Rudy Kousbroek vertaalde l'Exercises de Style inderdaad aanwezig is en helpt vervolgens met de zoektocht. Tevergeefs, zo zou niet lang daarna reeds blijken. De medewerker raadt aan om nog een digitale brief richting het magazijn te sturen, aangezien men daar ongetwijfeld nog een exemplaar heeft liggen. De sympathieke boekenzoeker besluit deze raad op te volgen. Een kleine vijftien minuten later, ontvangt hij een postduif 2.0 terug waarin staat dat Stijloefeningen gewoon op de tweede verdieping ligt, op de daartoe bestemde plek. “Op de weg terug wordt de inwendige mens niet bepaald vergeten en nuttigt Max zijn natje en zijn droogje.

“Op het Bos en Lommerplein, in een bawinkel op niet meer dan een steenworp van zijn eigen woning vandaan, koopt de zorgzame vader een paar babyschoentjes.

VORMGEVING WEBSITE ONTWERPEN

Stijlpagina
GRIDS

Simone van Zeijl
Klas 213
50077769

Stijlpagina Website ontwerpen

Concept / Merkstrategie

Goedkope vluchten, snel naar de bestemming komen met als doelgroep vooral gericht op jongere mensen. WOW air streeft ernaar de goedkoopste vluchten over de Atlantische Oceaan te bieden en memorabele service met een glimlach, de hele vlucht lang.



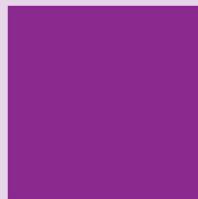
Beeldmerk

In het logo zie je vooral de naam WOW air met daarin een vliegtuig. In de website proberen ze vaak het woord 'WOW' terug te laten komen.

Pay-off / slogan

Ons streven is om jou een WOW-gevoel te geven!

Kleuren



Paars
#8e1f81



Donker paars
#6a1e5c



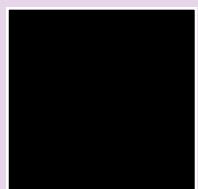
Geel
#edce5a

Call to action
en aanduidin-
gen.



Grijs
#8b8c8d

Niet
geselecteerde
call to action



Zwart
#010102

Lopende tekst

Typografie

TITEL

Museo Sans 700 uppercase

Kopje H1

Museo Sans 700 uppercase

Kopje H2

Museo Sans 500 uppercase

Kopje H3

Museo Sans 300 uppercase

Body

Museo Sans 100

Fotografie



Buttons



RETOUR ENKELE REIS STOPOVER

Flucht

Hotel

06. januari 2019
Brussels → Reykjavik
Prijzen vanaf
49,99€

WE ZIJN ECHT OVERAL:

Icons



Bladzijde 14

Stijl

Headers; Uppercase
Banners; Foto's
Content; Alles wordt bondig gefomuleerd met weinig woorden.

VLUCHTEN **WOW PREMIUM** **INFORMATIE** **wow air** **TIJDSCHRIFT** **KLANTENSERVICE** **WOW-ERVARING**

JE VLUCHT BOEKEN

Vertrekend van Gaat naar Vertrekkend op Retourdatum 1 Passagier Promotiecode

WOW-STOPOVER IN IJSLAND

KRUG TWEE BESTEMMINGEN IN PLAATS VAN EÉN EN ERVAAR IETS BUITENGEOONS OP JE VLUCHT OVER DE ATLANTISCHE OCEAAN.

Onze beste prijzen Hoe laag kunnen we gaan?

06. januari 2019 Brussels → Reykjavik Prijzen vanaf 49,99€	12. februari 2019 Amsterdam → Reykjavik Prijzen vanaf 49,99€	10. januari 2019 Brussels → Montréal via KEF Prijzen vanaf 135,99€	15. januari 2019 Amsterdam → New York via KEF Prijzen vanaf 135,99€	17. januari 2019 Brussels → Toronto via KEF Prijzen vanaf 135,99€	17. januari 2019 Amsterdam → Montréal via KEF Prijzen vanaf 135,99€
09. januari 2019 Amsterdam → Boston via KEF Prijzen vanaf 139,99€	09. januari 2019 Brussels → Boston via KEF Prijzen vanaf 139,99€	16. januari 2019 Brussels → Washington, D.C. via KEF Prijzen vanaf 139,99€	17. januari 2019 Amsterdam → New York via KEF Prijzen vanaf 139,99€	17. januari 2019 Brussels → New York via KEF Prijzen vanaf 139,99€	Meer deals bekijken KLIK HIER

All airports **Amsterdam** **Brussels**

BOSTON Via Reykjavik (Kef) **Reykjavík** IJsland

Autoverhuur **80.000 AUTO'S** **Hotels** **LAGERE PRIJZEN** **Transport** **GAAF TRIPJE VAN 40 MINUTEN** **Tours** **EN ACTIVITEITEN**

Lay-out

De content is gecentreerd, de inhoud is verdeeld over maximaal 6 kolommen. De blokken zijn gegroepeerd

VLUCHTEN **WOW PREMIUM** **INFORMATIE** **wow air** **TIJDSCHRIFT** **KLANTENSERVICE** **WOW-ERVARING**

JE VLUCHT BOEKEN

Vertrekend van Gaat naar Vertrekkend op Retourdatum 1 Passagier Promotiecode

Onze beste prijzen Hoe laag kunnen we gaan?

26. november 2018 Brussels → Reykjavik Prijzen vanaf 110,-€	26. november 2018 Amsterdam → Reykjavik Prijzen vanaf 110,-€	26. november 2018 Amsterdam → Chicago via KEF Prijzen vanaf 110,-€	26. november 2018 Brussels → St. Louis via KEF Prijzen vanaf 110,-€	26. november 2018 Amsterdam → Montréal via KEF Prijzen vanaf 110,-€	26. november 2018 Brussels → Boston via KEF Prijzen vanaf 110,-€
26. november 2018 Brussels → Los Angeles via KEF Prijzen vanaf 119,-€	26. november 2018 Brussels → Pittsburgh via KEF Prijzen vanaf 119,-€	26. november 2018 Amsterdam → Los Angeles via KEF Prijzen vanaf 119,-€	26. november 2018 Brussels → Boston via KEF Prijzen vanaf 119,-€	Meer deals bekijken KLIK HIER	TIME IS WOW PURPLE FRIDAY SALE! FLIGHTS FROM €49*

All airports **Amsterdam** **Brussels**

BOSTON Via Reykjavik (Kef) **Reykjavík** IJsland

Autoverhuur **80.000 AUTO'S** **Hotels** **LAGERE PRIJZEN** **Transport** **GAAF TRIPJE VAN 40 MINUTEN** **Tours** **EN ACTIVITEITEN**

Word lid van de WOW-club!

ZOON & MAILADRES: E-mailadres invoeren
ZOON & LUCHTHAVEN: Hier selecteren

Pst! Ja, jij! Word lid van de **WOW-club** voor exclusieve deals en speciale aanbiedingen
Onze beste WOW air vliegacteerdens vers van de zee!
Hele je wagen en bepaal 1% gratis
Algemene voorwaarden

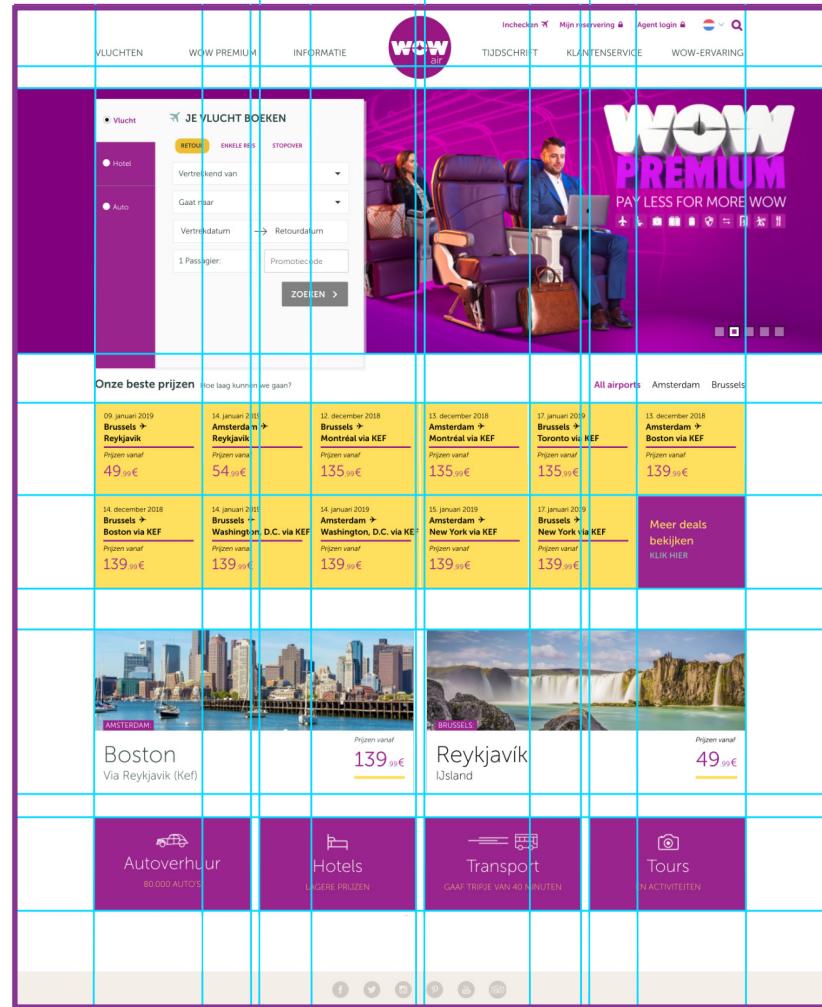
Tweets door @www.air

@www.air heeft geweest Criëntje aktiviteit
This is me in the A330. Row30

GRIDS Website ontwerpen

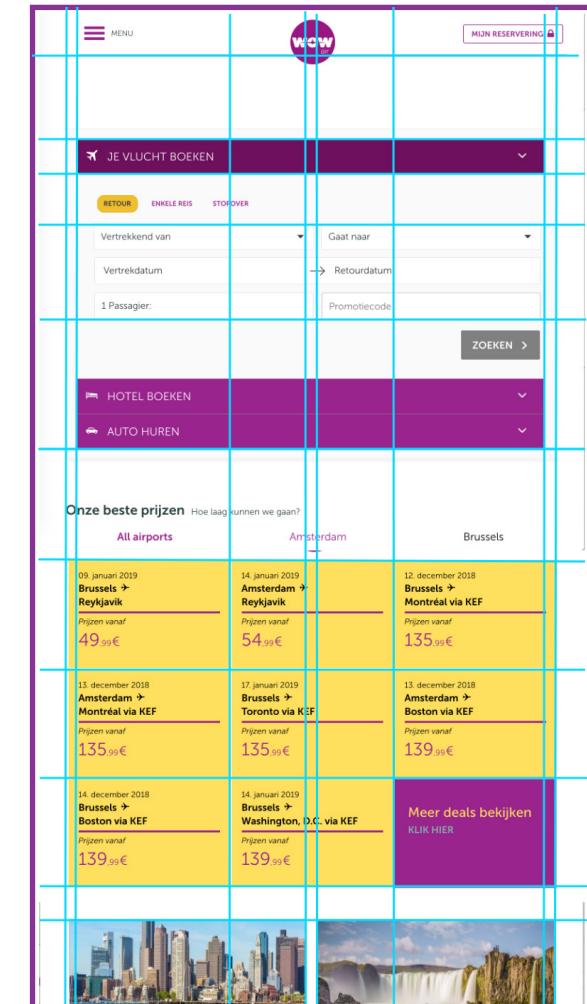
14 em 10 em 28 em

28 em 10 em 14 em



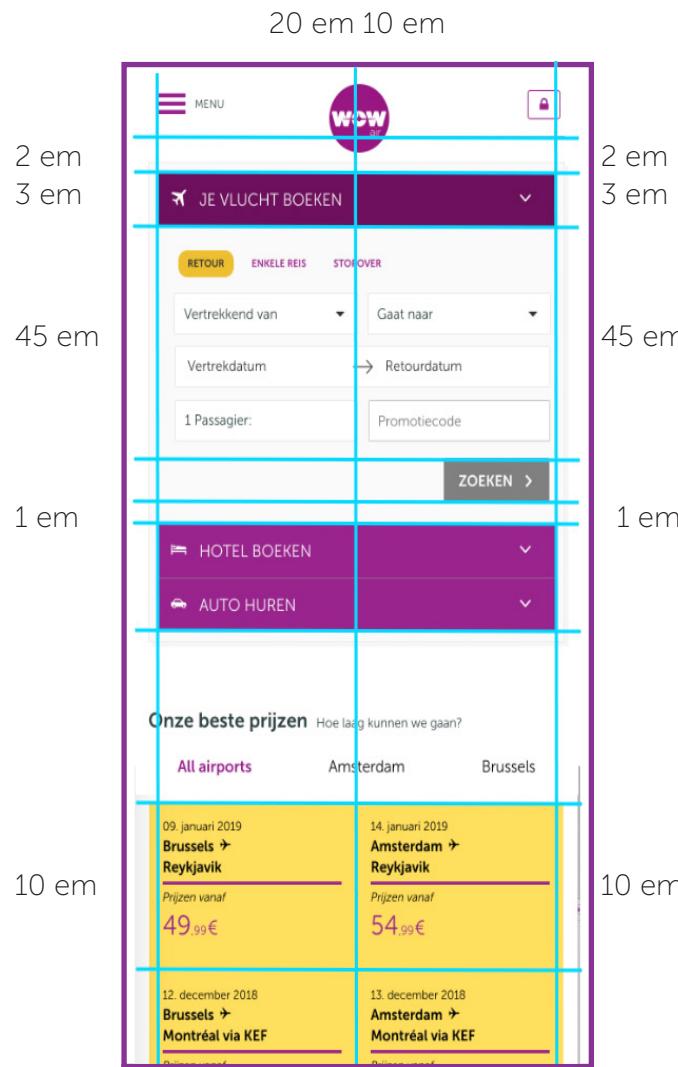
Desktop
Vanaf 60 EM
6 koloms GRID

25 em 20 em 30 em 30 em 20 em 25 em



IPad
Tot 60 EM
3 koloms GRID

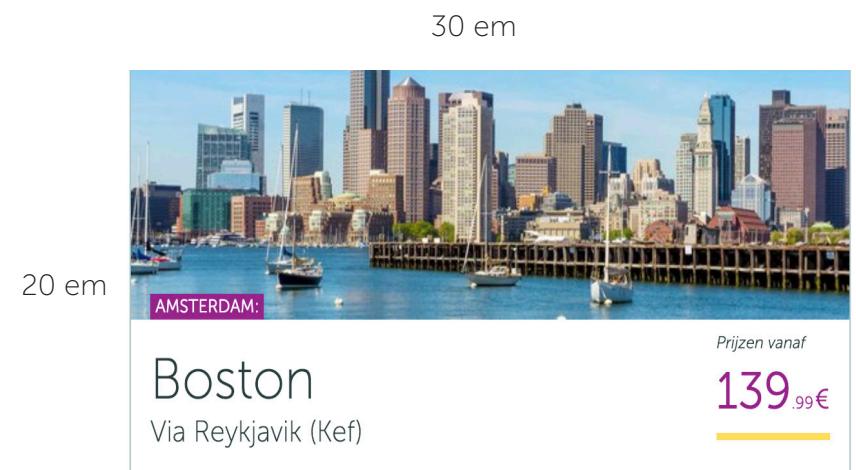
GRIDS Website ontwerpen



Iphone
Tot 25 EM
3 koloms GRID

Opbouw GRIDS WOW air

Ik gebruik als basis het gele blokje van 10 bij 10 em. Je zit dat vanuit hier de website wordt opgebouwd. De andere maten zijn het dubbele aantal van dit blokje of nog meer.



VORMGEVING RESPONSIVE WEBSITE ONTWERPEN

Vormgeving verhaal

Major breakpoints

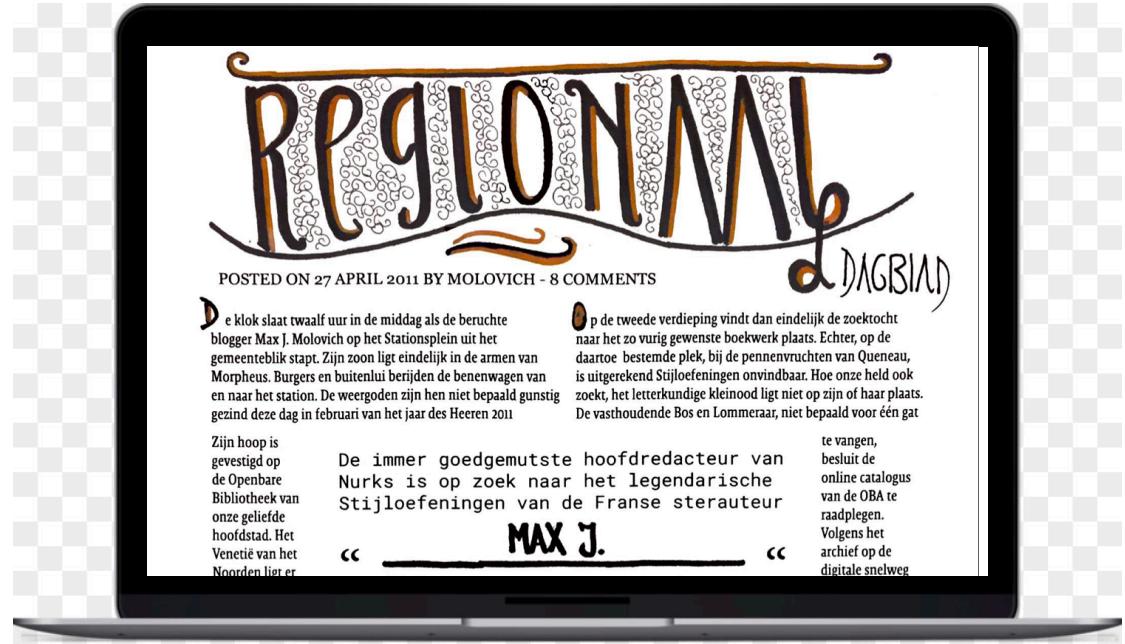
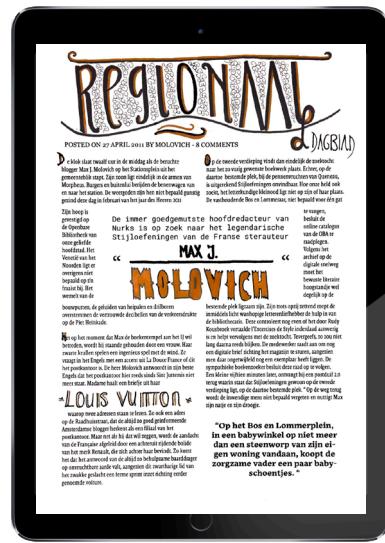
Minor breakpoints

User goals

Screenflow

Simone van Zeijl
Klas 213
50077769

Responsive vormgeving Verhaal Responsive website ontwerpen



iPhone < 40 EM

Tablet 40 < 60 EM

Desktop > 60 EM

Responsive vormgeving Verhaal Responsive website ontwerpen

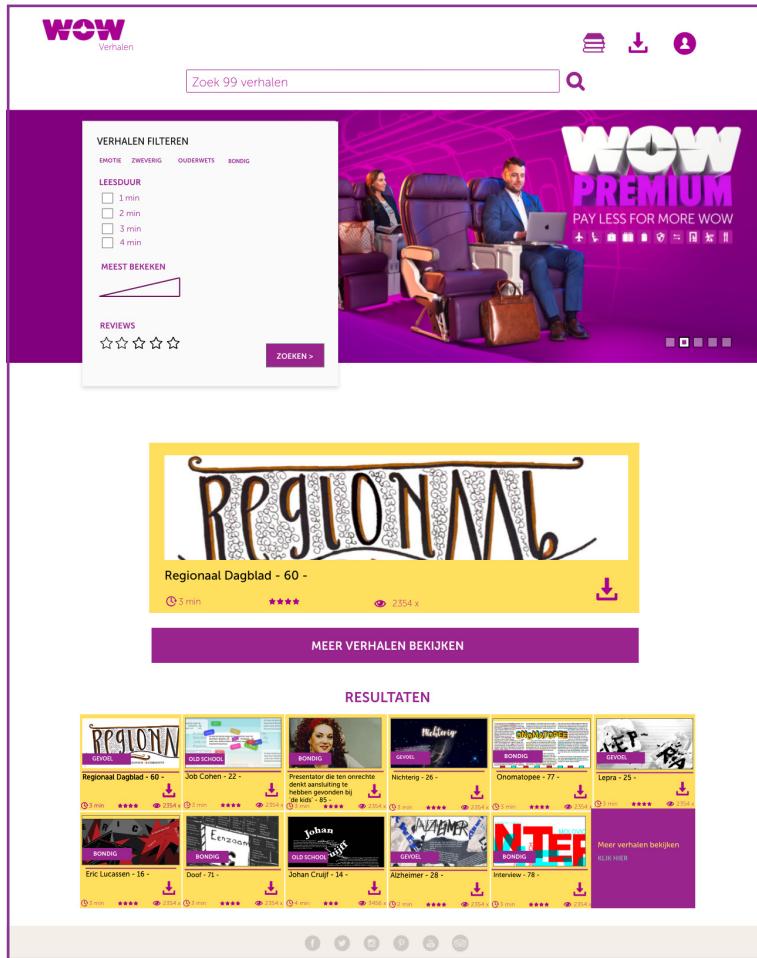
REGIONAL DAGBLAD

The image shows the front cover of a book titled "REGIONALE". The title is written in large, bold, black letters with a decorative, slightly irregular font. Below the title, the author's name "MOLOVICH" is printed in a smaller, bold, sans-serif font. At the bottom of the cover, there is a small black-and-white portrait of the author, a man with glasses and a beard, looking directly at the camera. The overall design is clean and professional.

Bladzijde 19

Simone van Zeijl | 213 | 500777769

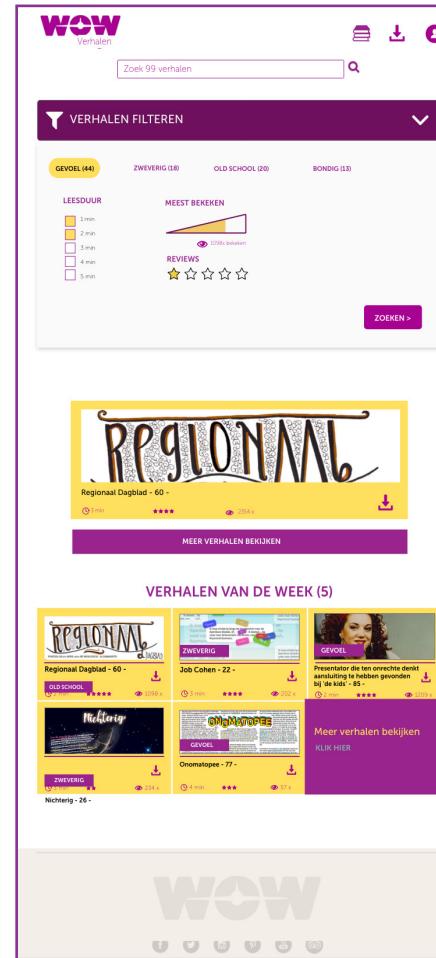
Major Breakpoints Responsive website ontwerpen



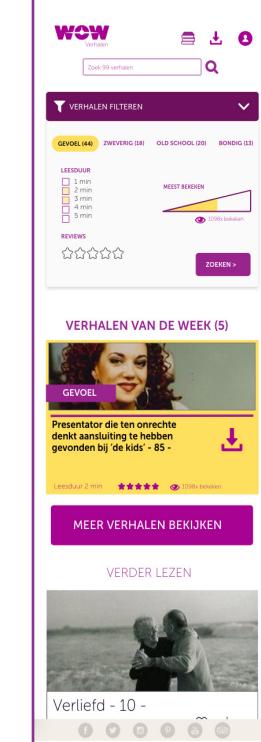
Desktop
Vanaf 60 EM
6 koloms GRID

Toelichting

Dit zijn de drie major breakpoints. Dit is gebaseerd op de font-groottes en element groottes. Er zit een maximale breedte aan de desktop verbonden. Zodra het scherm nog breder is, zal er meer witruimte ontstaan.



iPad
Tot 60 EM
3 koloms GRID



Phone
Tot 40 EM
1 koloms GRID

Minor Breakpoints Responsive website ontwerpen

The screenshot shows the mobile version of the website. At the top, there's a purple header bar with the 'WOW' logo and a search bar containing 'Zoek 99 verhalen'. Below the header is a 'VERHALEN FILTEREN' section with a dropdown menu showing 'GEVOEL (44)', 'ZWEVERIG (18)', 'OLD SCHOOL (20)', and 'BONDIG (13)'. There are also filters for 'LEESDUUR' (reading time) from 1 min to 5 min, 'MEEST BEKEKEN' (most viewed), and 'REVIEWS' (star rating). A large yellow button labeled 'ZOEKEN >' is at the bottom of this section. Below this is a section titled 'VERHALEN VAN DE WEEK (5)' featuring a thumbnail of a woman with the title 'GEVOEL'. Below the thumbnail is a snippet: 'Presentator die ten onrechte denkt aansluiting te hebben gevonden bij 'de kids' - 85 -'. It includes a download icon, a reading time of 'Leesduur 2 min', a star rating of '★★★★★', and a view count of '1098x bekijken'. A purple button labeled 'MEER VERHALEN BEKIJKEN' and a link 'VERDER LEZEN' with a thumbnail of a couple hugging are below. At the very bottom are social media sharing icons.

iPhone > Tablet

Op het scherm voor de mobiele telefoon zullen de kolommen steeds breder worden tot dat de breedte groter dan 40EM is.

Bij de tablet zullen de kolommen smaller worden tot dat de breedte kleiner als 40EM is.

The screenshot shows the website on a tablet. The layout has changed to accommodate a wider screen. The 'VERHALEN FILTEREN' section is now more prominent, with a larger dropdown menu showing 'GEVOEL (44)', 'ZWEVERIG (18)', 'OLD SCHOOL (20)', and 'BONDIG (13)'. Below it are filters for 'LEESDUUR' (reading time) from 1 min to 5 min, 'MEEST BEKEKEN' (most viewed), and 'REVIEWS' (star rating). A purple button labeled 'ZOEKEN >' is at the bottom of this section. Below this is a section titled 'VERHALEN VAN DE WEEK (5)' featuring a thumbnail of a woman with the title 'GEVOEL'. Below the thumbnail is a snippet: 'Regional Dagblad - 60 -'. It includes a download icon, a reading time of '1 min', a star rating of '★★★★★', and a view count of '1304 x'. A purple button labeled 'MEER VERHALEN BEKIJKEN' and a link 'VERDER LEZEN' with a thumbnail of a couple hugging are below. Below these are several other story cards with titles like 'Regional Dagblad - 60 -', 'Job Cohen - 22 -', 'Nichterig - 26 -', 'ZWEVERIG', 'GEVOEL', 'Onomatopoe - 77 -', and 'Meer verhalen bekijken'. At the bottom are social media sharing icons.

Tablet > Desktop

Op de tablet zullen de kolommen steeds breder worden tot dat ze de breedte van 60 EM heeft overschreden.

Bij de desktop zullen de witruimtes steeds kleiner worden tot dat de breedte minder dan 60 EM is.

User Goals Legenda Website ontwerpen

User Goals

1. De gebruiker wil een leuk verhaal kunnen vinden.
2. De gebruiker wil zijn input geven, zodat andere beter leuke verhalen kunnen vinden .
3. De gebruiker wil aanbevolen en/of verrassende resultaten aangeboden krijgen.
4. De gebruiker wil tijdens zijn reis verhalen kunnen lezen.

Business Goal

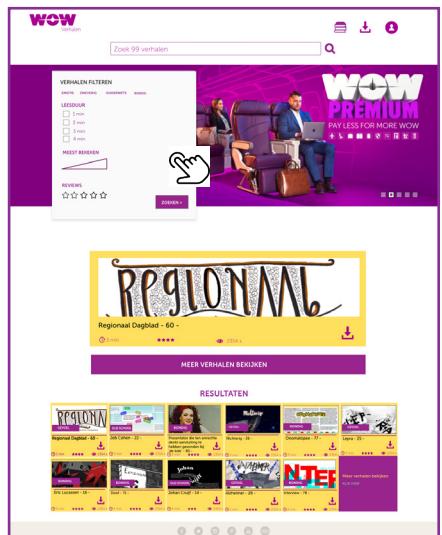
Merkbeleving van de opdrachtgever versterken in de periode voor de reis. En de beleving ook vasthouden tijdens de reis. De reisorganisatie wil niet langer als een vervoerder bekend staan, maar als een distributeur van ervaringen.

Voor de reis Screenflow Responsive website ontwerpen

Homepage



Via de link in de email komt de gebruiker op de verhalen website van WOW air. Hier is een overzicht van alle verhalen te vinden. De gebruiker kan geïnspireerd worden door de verhalen van de week.

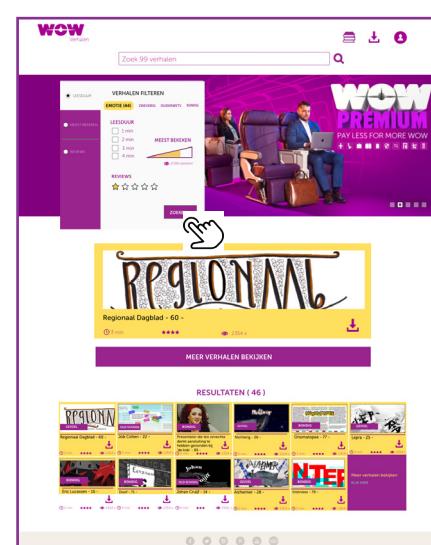


User Goal 3

Filters toepassen



De gebruiker past een aantal filters toe zodat hij gerichter verhalen kan vinden. Zodra de filters zijn toegepast, zal de zoek button paars worden.



User Goal 1

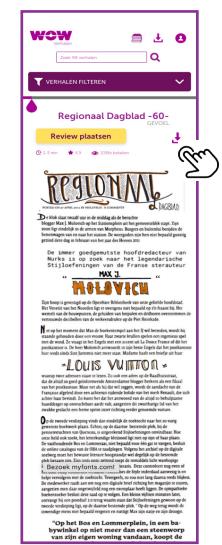
Downloaden



De gebruiker heeft een goed verhaal gevonden en besluit het verhaal te downloaden, zodat hij dit verhaal tijdens de reis kan lezen.



Simone van Zeijl | 213 | 500777769



Legenda WOW air Wireflow



Tap



Swipe



Scroll

Bladzijde 23

Voor de reis Screenflow Responsive website ontwerpen

Loading state



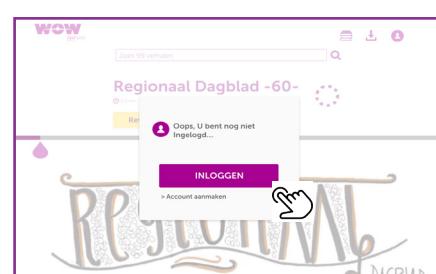
De download wordt voorbereid. Het icoon verandert van het download icoon naar een loading icoon. Dit is de loading state.



Error state



De gebruiker is nog niet ingelogd op de website, dus de verhalen kunnen nog niet gedownload worden. Er wordt een error state weergegeven.



Inloggen



De gebruiker heeft de call to action gebruikt en logt in op zijn account. Als hij nog geen account heeft, krijgt hij hier de mogelijkheid om die aan te maken.



Legenda WOW air Wireflow



Tap



Swipe



Scroll

Bladzijde 24

Simone van Zeijl | 213 | 500777769

Tijdens de reis Screenflow Responsive website ontwerpen

Resultaten

Nu de gebruiker is ingelogd wordt de download automatisch hervat en afgerekend. De gebruiker klikt op het verhaal omdat hij heel benieuwd is en alvast een stukje wilt lezen.



Verhaal

De gebruiker wil zijn mening plaatsen over het verhaal en is ook erg benieuwd wat andere ervan vonden. Hij klikt op de button om een reactie te plaatsen en wordt hier naar toe geïnavigeerd.



Reactie

Hij schrijft zijn mening op, en kiest ervoor om het verhaal 5 sterren te geven.



Reactie

De gebruiker heeft zijn review af en klikt op de button "reageren" om de review online te zetten.



User Goal 2

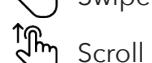
Legenda WOW air Wireflow



Tap



Swipe



Scroll

Bladzijde 25

Simone van Zeijl | 213 | 500777769

Tijdens de reis Screenflow Responsive website ontwerpen

Reactie

Zijn reactie wordt gehighlight zodat hij snel zijn eigen reactie terug kan vinden. Hij wilt nu naar het overzicht van zijn downloads, en klikt op de download button in de navigatiebalk.



User Goal 2

Downloads

Nu de gebruiker het verhaal al heeft gelezen is het onnodig om hem in de downloads te laten staan dus swiped hij naar links om meer opties beschikbaar te krijgen.



User Goal 4

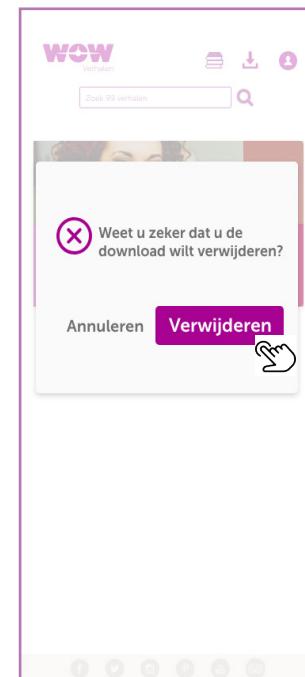
Verwijderen

Hij krijgt de mogelijkheid om het verhaal te verwijderen en klikt op het prullenbakje.



Forgiveness

De gebruiker krijgt nog een extra controle of hij zeker weet dat hij het verhaal wilt verwijderen. De gebruiker weet het zeker en klikt op de button "verwijderen".



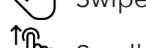
Legenda WOW air Wireflow



Tap



Swipe



Scroll

Tijdens de reis Screenflow Responsive website ontwerpen

Zero State

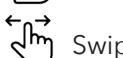
 Het verhaal is verwijderd uit de downloads. Er zijn op dit moment geen verhalen gedownload. Er is een call to action om meteen nieuwe verhalen te zoeken om te downloaden.



Legenda WOW air Wireflow



Tap



Swipe



Scroll

VORMGEVING INTERACTIE ONTWERPEN

Conclusies pattern onderzoek
Job Story 1 | Downloaden
Job Story 2 | Reactie plaatsen
Interactie verhaal

Simone van Zeijl
Klas 213
50077769

CONCLUSIE PATTERN ONDERZOEK

Job Story 1; Een verhaal downloaden > Netflix

Mijn microinteractie wordt vooral gebaseerd op het onderzoek naar netflix. Tijdens het onderzoek vond ik het bij netflix heel fijn dat ze me ook op de hoogte van de vooruitgang hielden in de navigatiebalk.

Hierdoor kon ik andere films en series zoeken tijdens het wachten.

Job Story 2; Een reactie plaatsen > Facebook / Instagram / You Tube

Bij Job Story 2 zal de mirointeractie een combinatie van alle 3 de onderzoeken zijn. Er waren bij alle 3 de bedrijven goede pluspunten te vinden die ik mee wil nemen in het design. Van You Tube vond ik het goed dat je onder aan de pagina je reactie kunt plaatsen, alleen miste de call to action. Instagram gaf een goede feedback over waar de reactie terecht was gekomen na het plaatsen, door de reactie van de gebruiker te highlighten. Facebook gaf goede feedback over het plaatsen van de reactie. Er wordt aangegeven of de reactie nog aan het plaatsen is, of hoe lang geleden de reactie online is gezet.

Screenflow Downloaden Job Story 1/2

Product pagina

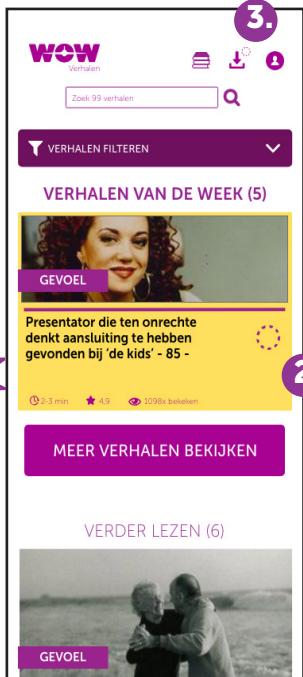


1. De gebruiker heeft een verhaal uitgekozen en klikt op de download button.

TRIGGER

De microinteractie wordt gestart zodra de gebruiker op de button klikt om te downloaden.

Loading state



2. Het icoon wordt veranderd in een laad icoon.
3. In de menubalk wordt hetzelfde icoon weergegeven.

Error State



4. De gebruiker is nog niet ingelogd, dus krijgt een foutmelding. Er is een call to action om meteen in te loggen.

Inloggen



5. De gebruiker kan gelijk inloggen, als de gebruiker nog geen account heeft kan hij die meteen aanmaken.

Downloaden



6. Zodra de gebruiker is ingelogd wordt de download hervat.
7. In de menubalk wordt hetzelfde icoon weergegeven.

Downloaden

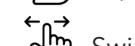


9. De gebruiker wordt op de hoogte gehouden van de vooruitgang in procenten.
10. In de menubalk worden de percentages ook bijgehouden.

Legenda WOW air Wireflow



Tap



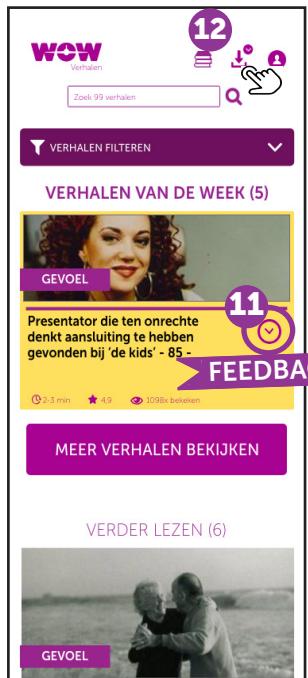
Swipe



Scroll

Screenflow Downloaden Job Story 1/2

Gedownload



- 11 Het icoon verandert in een vinkje zodra de download succesvol is afgerond.
- 12 In de menubalk wordt hetzelfde icoon weergegeven.

Overzichtspagina



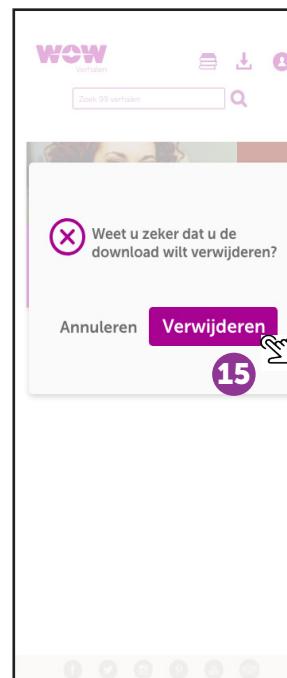
- 13 De gebruiker komt op de overzichtspagina van de downloads. Hij kan naar links swipen of klicken voor de mogelijkheid om te verwijderen.

Verwijderen



- 14 Het icoon van het vuilnisbakje komt in beeld, de gebruiker kan de download verwijderen.

Forgiveness



- 15 Er wordt forgiveness toegepast om te controleren of de gebruiker de download echt wilt verwijderen.

Zero state



- 16 De download is verwijderd. Er zijn op dit moment geen gedownloade verhalen. Er is een call to action om verhalen te zoeken.

Micro interactie



In Navigatie



Legenda WOW air Wireflow

- Tap
- Swipe
- Scroll

Screenflow Reactie plaatsen Job Story 2/2

Product pagina



- De gebruiker wil een reactie plaatsen over het verhaal wat hij heeft gelezen en klikt op de button.

Interactie



- De button wordt uitvergroot om aan te geven dat er op is geklikt.
- De button wordt verkleind naar huidige grootte. De pagina wordt naar onder gescrold voor de gebruiker zodat hij of zij een reactie kan plaatsen.

Interactie



- Door op de tekst te klikken kan de gebruiker beginnen met het typen van zijn mening. Het toetsenbord zal omhoog komen.

Reactie plaatsen



Reactie plaatsen



- De gebruiker kan het verhaal een aantal sterren geven en de reactie verzenden.
- Er wordt aangegeven dat ze bezig zijn met de reactie plaatsen.

Reactie plaatsen



TRIGGER

De microinteractie wordt gestart zodra de gebruiker op de button klikt om de reactie te plaatsen.

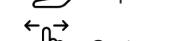
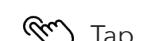
RULE

De reactie wordt geplaatst.

FEEDBACK

De gebruiker wordt op de hoogte gehouden of de reactie online staat, en waar de reactie is terug te vinden.

Legenda WOW air Wireflow



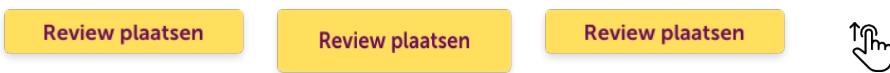
Screenflow Downloaden Job Story 2/2

Reactie plaatsen



7. Er wordt aangegeven hoe lang geleden de reactie is geplaatst. De reactie wordt gehighlight zodat de gebruiker snel zijn eigen reactie kan vinden. Door naar links te skwipen of daar te klikken komen meer opties.

Micro interactie



Verwijderen



8. De gebruiker krijgt de mogelijkheid om de reactie te verwijderen.

Forgiveness



9. Er wordt nog een extra keer gevraagd of hij dit zeker weet. Een vorm van forgiveness.

Verwijderd



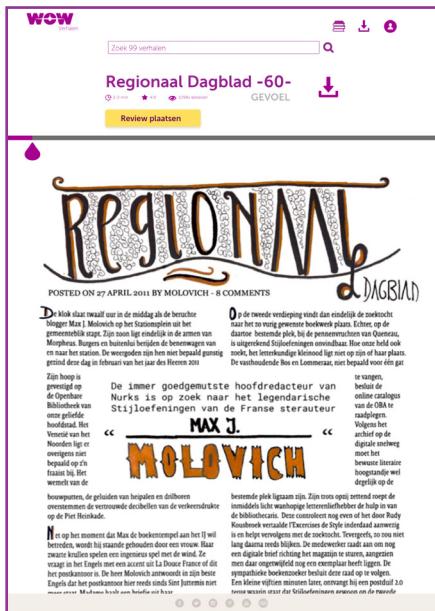
- De reactie is verwijderd.

Legenda WOW air Wireflow



Interactie Verhaal Interactie ontwerpen

Zero state



De gebruiker is bovenaan de verhaal pagina. Zodra hij begint met scrollen wordt de interactie toegepast.

Micro interactie



Scroll naar beneden



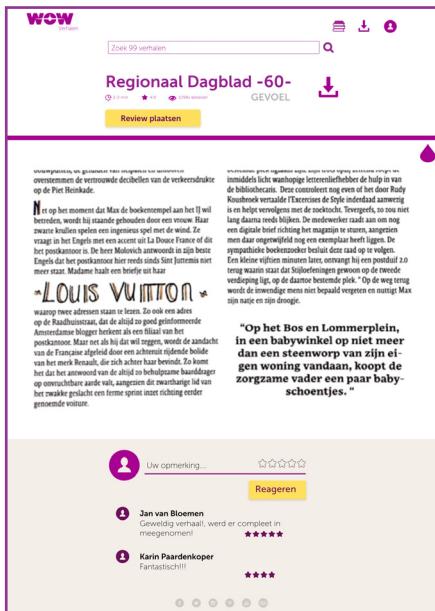
Zodra de gebruiker begint met lezen wordt er in de balk bovenaan de pagina aangegeven hoeveel hij zich in het verhaal bevindt. Als de gebruiker scrollt past de leeswijzer zich aan.

Scroll naar boven



Zodra de gebruiker terug naar boven scrollt in het verhaal, zal de leeswijzer ook teruggaan, en zich aanpassen.

Scroll naar boven



Als de gebruiker het einde van het verhaal heeft gelezen is de interactie afgelopen en is de leesbalk 100% gevuld. De gebruiker heeft nu de mogelijkheid om een reactie te plaatsen, of de mening van andere gebruikers te lezen.

DESIGN PATTERNS WEBSITE ONTWERPEN

Onderzoek 99 verhalen
IA overzichtspagina

Simone van Zeijl
Klas 213
50077769

Onderzoek verhalen Design Patterns

Categorieën

Gevoel (44)

Zweverig (18)

Bondig (13)

Old School (20)

Leesduur

- 1 min
- 2 min
- 3 min
- 4 min
- 5 min

Langste titel

85. Presentator die ten onrechte denkt aansluiting te hebben gevonden bij 'de kids'

Verhalen	Categorie	Leesduur
1. Notitie	Bondig	1 min
2. Essentie	Bondig	1 min
3. Droom	Zweverig	2 min
4. Verrast	Gevoel	2 min
5. Verhalend	Old School	3 min
6. Hardboiled	Gevoel	3 min
7. Woordenrally	Old School	2 min
8. Twitter	Gevoel	1 min
9. Hyperbool	Zweverig	4 min
10. Verliefd	Gevoel	2 min
11. Regenboog	Zweverig	2 min
12. Schoorsteen	Zweverig	2 min
13. Ongeluk	Gevoel	4 min
14. Johan Cruijff	Zweverig	4 min
15. Kamervragen van Richard de Mos	Old School	5 min
16. Eric Lucassen	Gevoel	3 min
17. Geert Wilders	Gevoel	4 min
18. Enigzins aan de omslachtige kant	Zweverig	5 min
19. Vrije versvorm	Zweverig	2 min

Verhalen	Categorie	Leesduur	Verhalen	Categorie	Leesduur
20. Littérature définitionnelle	Old School	3 min	41. Acrostichon (1)	Old School	1 min
21. Sonnet	Bondig	1 min	42. Acrostichon (2)	Old school	1 min
22. Job Cohen	Zweverig	3 min	43. Heroisch vers	Gevoel	2 min
23. Anima	Gevoel	5 min	44. Nederlands Toneel	Old School	4 min
24. Kinderliedje	Old School	3 min	45. Hongerwinter	Old School	3 min
25. Lepra	Gevoel	3 min	46. Song (Je vind nooit wat je zoekt)	Gevoel	3 min
26. Nichterig	Zweverig	3 min	47. Haiku	Bondig	1 min
27. Charlie Sheen	Zweverig	3 min	48. Tanka	Bondig	1 min
28. Alzheimer	Gevoel	2 min	49. Ollebolleke	Bondig	1 min
29. Maxime Verhagen	Gevoel	4 min	50. Gefrustreerd	Gevoel	4 min
30. Harry Mulisch	Zweverig	3 min	51. Jeroen Krabbe	Gevoel	5 min
31. Kater	Gevoel	1 min	52. Six words story	Bondig	1 min
32. Mop	Gevoel	1 min	53. Proces Verbaal	Old School	5 min
33. Jezus	Old School	3 min	54. Managerstaal	Old School	3 min
34. iPhone	Gevoel	2 min	55. Van vader tot zoon	Gevoel	5 min
35. Flaptekst	Old School	3 min	56. Ruud Lubbers	Gevoel	3 min
36. Alliteratie	Gevoel	3 min	57. Paranoia	Gevoel	5 min
37. Letterlijk	Gevoel	2 min	58. De passie van Max	Gevoel	4 min
38. Moe	Gevoel	4 min	59. Terugspoelen	Zweverig	3 min
39. Poepen	Gevoel	3 min	60. Regionaal Dagblad	Old School	4 min
40. Ongeboren	Gevoel	4 min	61. Sportcommentaar	Bondig	4 min

Verhalen	Categorie	Leesduur	Verhalen	Categorie	Leesduur
62. Voetbalanalisten (1)	Bondig	3 min	83. De Cock en het raadsel van het verdwenen boek	Old School	2 min
63. Voetbalanalisten (2)	Bondig	3 min	84. De verwarde man	Zweverig	4 min
64. Leon de Winter	Zweverig	4 min	85. Presentator die ten onrechte denkt aansluiting te hebben gevonden bij 'de kids'	Gevoel	3 min
65. Recept	Bondig	2 min	86. Alwetende verteller	Old School	5 min
66. Analoog	Gevoel	4 min	86. Boers	Old School	4 min
67. Jules Deelder	Gevoel	4 min	87. Code	Old School	5 min
68. Neerslachtig	Gevoel	4 min	88. Klumperbeven	Gevoel	2 min
69. Lange Frans	Bondig	3 min	89. Zombie	Zweverig	5 min
70. Oud Testament	Ouderwets	3 min	90. Telegrafisch	Bondig	1 min
71. Vrijdag de 13e	Droevig	4 min	91. Zoon	Gevoel	5 min
72. Western	Old School	3 min	92. Vergezocht	Zweverig	5 min
73. Stoned	Zweverig	4 min	93. Nico Dijkshoorn die Mart Smeets imiteert	Gevoel	5 min
74. Bejaard	Old School	5 min	94. Het gebrek	Old School	2 min
75. Kinderboek	Gevoel	4 min	95. Martin Bril	Gevoel	2 min
76. Gesponsord	Zweverig	3 min	96. Steenkolenfrans	Old School	3 min
77. Onomatopee	Gevoel	4 min	97. Freudiaans	Gevoel	3 min
78. Interview	Gevoel	3 min	98. Beroemd	Gevoel	5 min
79. Doof	Gevoel	4 min	99. Verassing	Gevoel	2 min
80. Blind	Gevoel	5 min			
81. Rondo's	Old School	2 min			
82. Toeristische route	Gevoel	5 min			

Informatie Architectuur WOW air

User goals

De gebruiker wil een leuk verhaal kunnen vinden

6. 15. 16.

De gebruiker heeft de mogelijkheid om verhalen te filteren om op zijn gepersonaliseerde beste resultaat te komen. Hij kan filteren op Categorie, Meest bekeken, Leesduur en beste review.

De gebruiker wil zijn input geven zodat anderen beter leuke verhalen kunnen vinden.

18. 19.

Onderaan de productpagina van ieder verhaal krijgt de gebruiker de mogelijkheid een reactie en review te geven. Bovenaan de productpagina staat een call to action button die de gebruiker naar deze plaats in de website navigeert.

De gebruiker wil aanbevolen en/of verrassende resultaten aangeboden krijgen.

2. 7. 13.

Zodra de gebruiker de website opent, en nog geen filters heeft toegepast, worden de verhalen van de week aangeboden. Deze worden weergegeven in een slide die om de 5 seconde van verhaal wisselt.

De gebruiker wil tijdens de reis verhalen kunnen lezen.

3. 11.

De gebruiker krijgt de mogelijkheid om verhalen te downloaden zodat hij ze later offline kan bekijken. Deze worden opgeslagen op de telefoon.

Organisatie schema

Chronologisch/tijd

6. 15. 16.

De verhalen kunnen worden gesorteerd op kort naar lang, meest populair en meest bekeken. Hier heeft de gebruiker zelf de keuze in.

Onderwerp

6. 15. 16.

Er is onderzoek gedaan naar de verhalen (hieronder te vinden) waardoor de verhalen makkelijker te vinden zijn.

Willekeurig

2. 7. 13.

Elke week worden er 5 verhalen gekozen als "verhalen van de week" zodat de gebruiker inspiratie heeft.

Straatnaambordjes & wegwijzers

Structual navigation

1. 2. 3. 4.

De navigatie bovenaan de pagina met "Verhalen van de week", "Downloads" en "Mijn profiel" zijn op iedere pagina terug te vinden en is de consistente navigatie door de website.

Filter, sort & search

5. 6. 15. 16.

De filter, sorteert en zoekopties zijn makkelijk te vinden voor de gebruiker. Zodra de gebruiker op de zoekfunctie klikt, klapt hij uit. Dit is hetzelfde geval bij de filteroptie.

Vindstrategie

Exploring

De gebruiker kan nieuwe verhalen ontdekken door de "verhalen van de week", beste reviews, meest bekeken en door zelf de verhalen te filteren.

2. 6. 7. 15. 16.

Refining and narrowing

Door de zoek- en filteroptie kan de gebruiker door de verhalen browsen door te filteren, sorteren en zoeken op naam.

2. 6. 7. 15. 16.

Re-finding

De gebruiker kan zijn opgeslagen verhalen terugvinden bij downloads. Dit is dus ook mogelijk wanneer de gebruiker offline is.

2. 7. 14.

Getting a broad idea

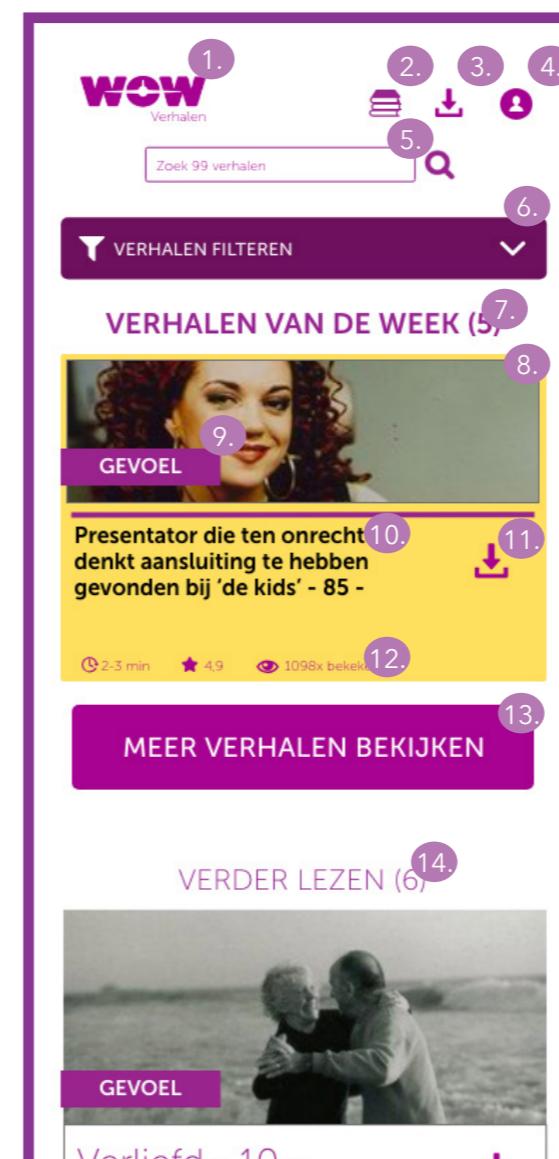
De gebruiker krijgt een beeld van het verhaal door de titel, genre en afbeelding. Als dit de gebruiker interesseert kan hij erop klikken en verder kijken. Als het verhaal hem niet aantrekt kan hij rustig verder kijken.

8. 9. 10. 12.

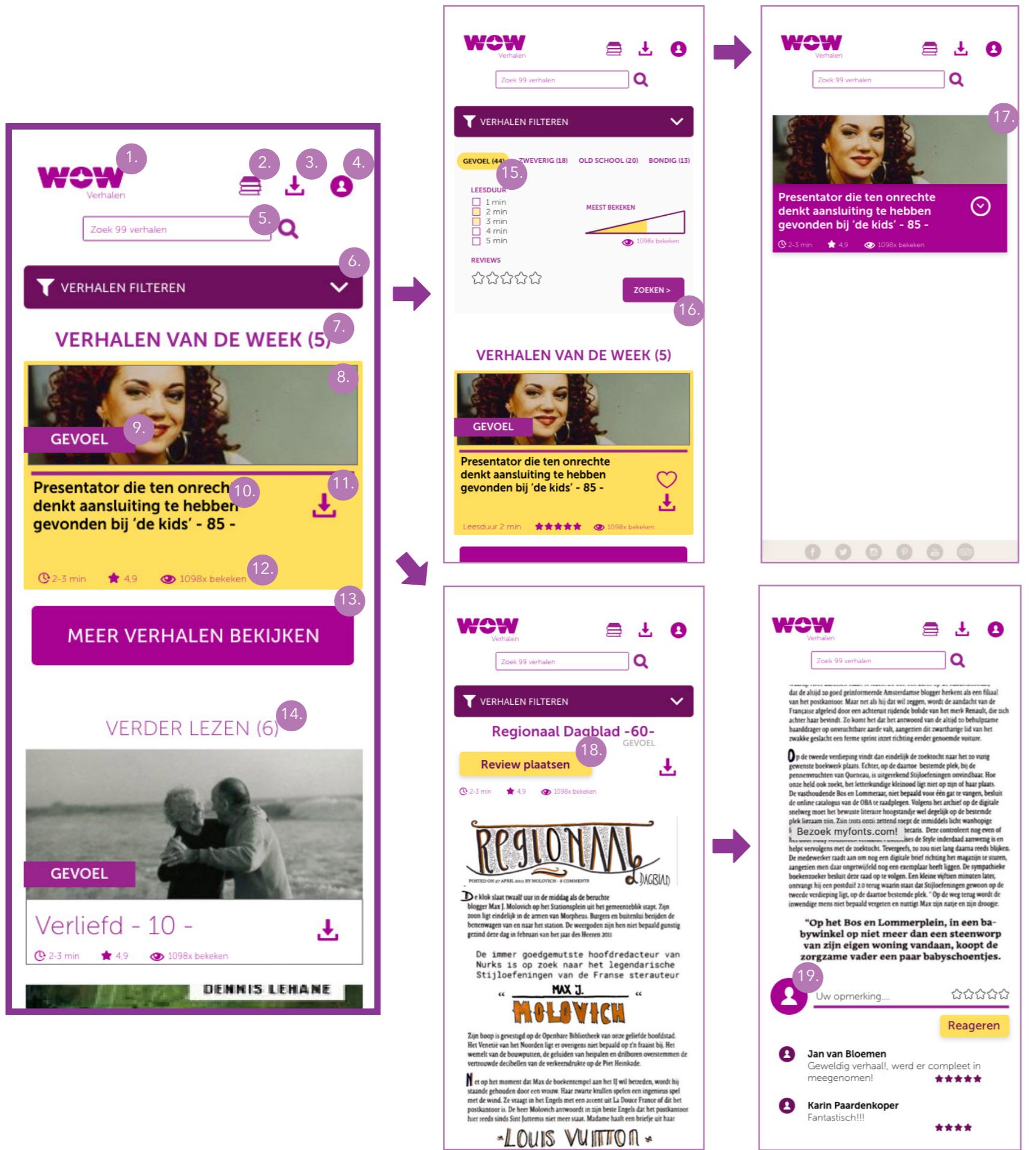
Keeping up to date

Gebruikers zien in de verhalen van de week welke verhalen deze week het meest worden bekeken en de beste reviews krijgen. Ook is er de mogelijkheid om hierop te filteren.

2. 7. 13.



Informatie Architectuur WOW air



Annotaties

- Het logo van WOW-verhalen. Hiermee kan de gebruiker navigeren naar de homepage.
 - De button voor verhalen van de week. Op de home page zijn de verhalen van de week te vinden, maar als hij hier nog een keer naar wilt kijken is dat in de navigatie mogelijk.
 - De button van downloads, via deze button kan de gebruiker navigeren naar de overzichtspagina van downloads. (16.)
 - Zodra de gebruiker iets wilt downloaden moet hij inloggen of een account aanmaken, dit account is hier in de navigatie te vinden. Zodra de gebruiker een foto instelt zal deze hier weergegeven worden.
 - De gebruiker kan naar verhalen zoeken. De zoekfunctie geeft voorbeelden van zoekresultaten tijdens het typen. De categorie van het gevonden verhaal wordt erbij vermeld. Zodra de gebruiker op enter klikt, of op de button met het icon van zoeken zullen de resultaten worden weergegeven.
- Reg

Regenboog
- Emotie > Vrolijk > Regenboog
- Als de gebruiker op deze button klikt zal het filter menu worden uitgeklapt. (14. - 15.)
 - De verhalen van de week op de homepagina, in de titel wordt aangegeven hoeveel verhalen dit zijn.
 - Afbeelding van het verhaal, is altijd dezelfde grootte.
 - In dit vlak wordt de categorie van het verhaal aangegeven.
 - Dit is de langste titel van alle verhalen, er worden 3-6 woorden per regel weergegeven. De letters hebben een grootte van 16 pixels, wat gelijk staat aan 1EM.
 - De download button
 - Hier worden de eigenschappen van het verhaal weergegeven. Het is mogelijk om hierop te filteren.
 - Deze button linkt naar de pagina met de verhalen van de week.
 - Deze verhalen is de gebruiker aan begonnen, maar heeft hij nog niet afgelezen. In de titel wordt aangegeven hoeveel verhalen dit zijn.
 - Zodra de gebruiker filters heeft geselecteerd, worden deze met geel gehighlight.
 - Zodra er filters zijn geselecteerd zal de zoekbutton van grijs naar paars veranderen.
 - Op de overzichtspagina van de downloads is de layout van de verhalen veranderd. Zo is het voor de gebruiker duidelijk dat hij op een andere pagina is aangekomen.
 - Zodra de gebruiker op deze button klikt, wordt hij genavigeerd naar de plaats waar hij een reactie kan plaatsen. (19.)
 - Hier heeft de gebruiker de mogelijkheid om een reactie te plaatsen. De tekst kan maximaal 20 tokens bevatten. Hij kan ook een aantal sterren selecteren om het verhaal een rating te geven.

DESIGN PATTERNS RESPONSIVE WEBSITE ONTWERPEN

Custumer Journey mapping

User scenario

3 C's Framework

Screenflow

Simone van Zeijl
Klas 213
50077769

Legenda User goals

INLEIDING

Door middel van de Customer Journey Mapping krijg je een goed beeld welk doel de gebruiker voor ogen heeft tijdens het gebruik van jouw website. Het wordt duidelijk op bijvoorbeeld welk device hij de website bezoekt voor, tijdens en na de reis. Met deze ontdekkingen kun je de website verbeteren.

In de Customer Journey Map komen alle User Goals naar voren.

USER GOALS

1. De gebruiker wil een leuk verhaal kunnen vinden.
2. De gebruiker wil zijn input geven, zodat andere beter leuke verhalen kunnen vinden.
3. De gebruiker wil aanbevolen en/of verrassende resultaten aangeboden krijgen.
4. De gebruiker wil tijdens zijn reis verhalen kunnen lezen.

Customer Journey Mapping WOW air

	Reis zoeken	Reis boeken	Online inchecken
Devices			
Motivatie	Een laptop is overzichtelijk door het grote scherm	Een laptop is overzichtelijk door het grote scherm	Eerst een telefoon proberen in te checken, daarna op de laptop als het op de telefoon niet werkt
Emotie	Vrolijk, nieuwsgierig, gefocust	Gefocust	Gefocust, enthousiast
Locatie	Thuis	Thuis	Onderweg/thuis
Omgevingsfactoren	Niet erg afgeleid, rustige omgeving.	Niet erg afgeleid, rustige omgeving.	Thuis; niet veel afleiding Onderweg; Veel prikkels, afleiding.
User goal			
Contact WOW Verhalen			Mogelijkheid tot contact met WOW Verhalen. 

VOOR DE REIS

TIJDENS DE REIS

NA DE REIS

Naar het vliegveld

Koffers inchecken

Wachten om te boarden

Boarden

Vliegen

Koffers ophalen

(Taxi) naar eindbestemming



Niet bezig met de telefoon want je praat gezellig met de mensen die je wegbrengen/ waarmee je op reis gaat

Op de telefoon staan de incheck gegevens

Telefoon heb je bij de hand

Op de telefoon staan de incheck gegevens

Telefoon heb je bij de hand

Niet bezig met de telefoon want je bent de koffers aan het ophalen van de bagageband

Telefoon heb je bij de hand

Gefocust, gehaast, vrolijk, gestresst

Zenuwachtig

Relaxed, enthousiast, blij

Relaxed, enthousiast, blij

Enthousiast, verveeld, slaperig, blij

Vermoeid, blij

Vermoeid, blij, verveeld, enthousiast,

In de bus/trein/taxi/Uber/auto

Vliegveld

Wachtruimte, gate

Gate

In de lucht (zonder WiFi)

Vliegveld bestemming

In de transfer, trein, taxi

Veel prikkels en afleiding.

Veel prikkels en afleiding.

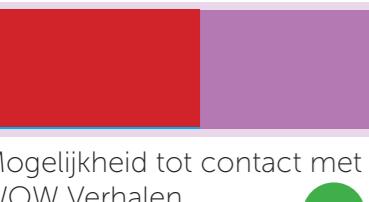
Veel afleiding maar wel rustige afleiding mogelijkheid tot ontspannen.

Druk, veel afleiding

Rust, mogelijkheid om te focussen.

Veel drukte en afleiding.

Rust, mogelijkheid om te focussen.



User scenarios WOW air

Voor Online inchecken

Na het inchecken krijgt de gebruiker het volgende mailtje op zijn telefoon. "Bedankt voor het inchecken! Hier uw boardingpas. Bekijk hier onze WOW verhalen om uw vlucht nog aangenamer te maken!". Ze gaat naar de verhalen website en ziet dat dit een goede tijdsbesteding is voor in het vliegtuig. Ze scrollt door de verhalen die worden aangeboden en wilt er alvast een aantal downloaden. Voordat ze de verhalen kan downloaden moet ze eerst een account aanmaken.

Naar het vliegveld

Ze gaat met de trein naar het vliegveld toe. Ze zoekt op de website van WOW Verhalen nog een aantal leuke verhalen uit zodat ze deze kan lezen in het vliegtuig. De gebruiker zal gebruik maken van haar telefoon.

Boarden

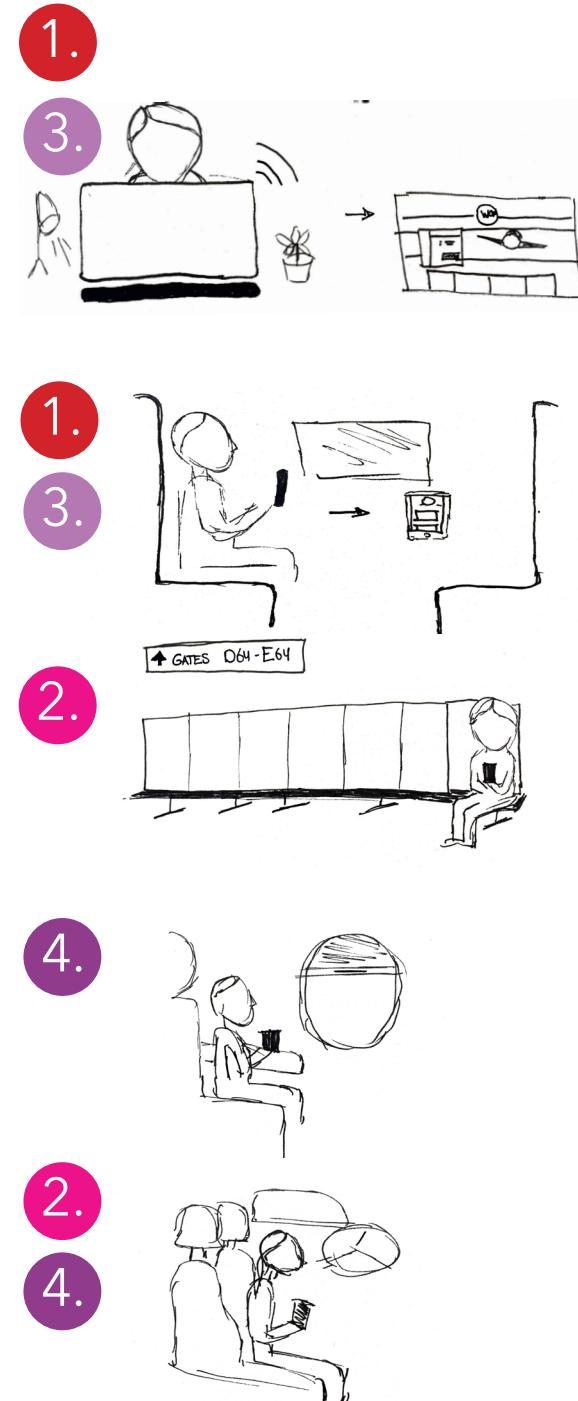
Tijdens het boarden besluit ze haar opgeslagen verhalen erbij te pakken op haar telefoon. Ze besluit om de verhalen te downloaden zodat ze in het vliegtuig kan kijken. Ze heeft natuurlijk geen internet dus zullen de verhalen worden opgeslagen op haar telefoon. Ze moet nog een half uur wachten dus besluit alvast een verhaal te lezen. Onder het verhaal is de mogelijkheid om een reactie te plaatsen zodat andere gebruikers een goed beeld van het verhaal krijgen.

Tijdens Vliegen

In het vliegtuig kan ze offline al haar gedownloade verhalen lezen. Als ze een reactie wilt plaatsen kan ze hem alvast schrijven en verzenden. Het moment dat de telefoon weer is verbonden met internet zal het bericht worden verstuurd.

Na (TAXI) naar eindbestemming

De gebruiker is weer verbonden met het internet dus haar opmerkingen kunnen worden verzonden. In de taxi naar haar eindbestemming heeft ze nog tijd om verhalen te lezen.



User Goals Legenda Website ontwerpen

User Goals

1. De gebruiker wil een leuk verhaal kunnen vinden.
2. De gebruiker wil zijn input geven, zodat andere beter leuke verhalen kunnen vinden .
3. De gebruiker wil aanbevolen en/of verrassende resultaten aangeboden krijgen.
4. De gebruiker wil tijdens zijn reis verhalen kunnen lezen.

Business Goal

Merkbeleving van de opdrachtgever versterken in de periode voor de reis. En de beleving ook vasthouden tijdens de reis. De reisorganisatie wil niet langer als een vervoerder bekend staan, maar als een distributeur van ervaringen.

3C's Framework

Consistent Design

Op alle verschillende apparaten is het design hetzelfde. Hieronder heb ik de desktop en mobile versie uitgewerkt. De website is responsive, dus er is ook een tablet versie. Deze versie komt in dit design niet naar voren omdat uit mijn onderzoek bleek dat in deze doelgroep weinig mensen de tablet zullen gebruiken. Veel content is op alle 3 de devices hetzelfde weergegeven. Bijvoorbeeld het contentblok van het verhaal. De formaten zullen verschillen, maar de vormgeving is consistent.

Continuous Design

Zodra de gebruiker op zijn laptop een account heeft aangemaakt en is ingelogd, zullen de handelingen worden opgeslagen. Zodra hij later op zijn mobiel verder gaat kan hij zien welke verhalen hij nog verder moet lezen, of al heeft gedownload.

Complementary Design

Dit principe is nog niet naar voren gekomen in mijn ontwerp. Zodra ik meer tijd heb en sommige punten verder kan uitdenken zal dit principe gebruikt worden.

Voor de reis Screenflow Responsive website ontwerpen

Homepage



Homepage



Resultaten



Downloaden



Via de link in de email komt de gebruiker op de verhalen website van WOW air. Hier is een overzicht van alle verhalen te vinden. De gebruiker kan geïnspireerd worden door de verhalen van de week.

De gebruiker past een aantal filters toe zodat hij gerichter verhalen kan vinden. Zodra de filters zijn toegepast, zal de zoek button paars worden.

De gebruiker heeft de verschillende filters toegepast. De beste resultaten worden nu weergegeven.

De gebruiker heeft een goed verhaal gevonden en besluit het verhaal te downloaden, zodat hij dit verhaal tijdens de reis kan lezen.

Legenda WOW air Wireflow

- Tap
- Swipe
- Scroll

Voor de reis Screenflow Responsive website ontwerpen



Downloaden



De download wordt voorbereid. Het icoon veranderd van het download icoon naar een loading icoon. Dit is de loading state.



Inloggen



De gebruiker is nog niet ingelogd op de website, dus de verhalen kunnen nog niet gedownload worden. Er wordt een error state weergegeven.



Inloggen

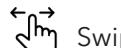


De gebruiker heeft de call to action gebruikt en logt in op zijn account. Als hij nog geen account heeft, krijgt hij hier de mogelijkheid om die aan te maken.

Legenda WOW air Wireflow



Tap



Swipe



Scroll

Bladzijde 47

Simone van Zeijl | 213 | 500777769

Tijdens de reis Responsive website ontwerpen

Reactie plaatsen

The screenshot shows a mobile responsive website for 'WOW Verhalen'. The top navigation bar includes a search bar ('Zoek 99 verhalen') and download icons. Below is a dropdown menu labeled 'VERHALEN FILTEREN'. The main content area displays a story titled 'Regionaal Dagblad - 60- GEVOEL' with a 'Review plaatsen' button. At the bottom, there's a footer with a logo for 'MAX J. MOLOVICH' and some text about the author.

Nu de gebruiker is ingelogd wordt de download automatisch hervat en afgerond. Hij wil zijn mening over het verhaal delen, en is er benieuwd wat andere ervan vinden. Hij wordt naar deze locatie genageerd.

Reactie plaatsen

The screenshot shows the same mobile responsive website. The user's review is now highlighted with a yellow background and a star rating of 5 stars. Other users' comments are visible below it, each with their own profile picture and a 'Reageren' (React) button.

Hij schrijft zijn mening op, en kiest ervoor om het verhaal 5 sterren te geven.

Reactie plaatsen

The screenshot shows the same mobile responsive website. The user's review is highlighted with a yellow background and a star rating of 5 stars. Other users' comments are visible below it, each with their own profile picture and a 'Reageren' (React) button.

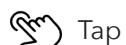
De gebruiker heeft zijn review af en klikt op de button "reageren" om de review online te zetten.

Reactie plaatsen

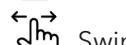
The screenshot shows the same mobile responsive website. The user's review is highlighted with a yellow background and a star rating of 5 stars. Other users' comments are visible below it, each with their own profile picture and a 'Reageren' (React) button.

Zijn reactie wordt gehighlighted zodat hij snel zijn eigen reactie terug kan vinden. Hij wilt nu naar het overzicht van zijn downloads, en klikt op de download button in de navigatiebalk.

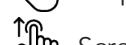
Legenda WOW air Wireflow



Tap



Swipe



Scroll

Tijdens de reis Responsive website ontwerpen

Overzichtspagina



Nu de gebruiker het verhaal al heeft gelezen is het onnodig om hem in de downloads te laten staan dus swiped hij naar links om meer opties beschikbaar te krijgen.

Verwijderen



Hij krijgt de mogelijkheid om het verhaal te verwijderen en klikt op het prullenbakje.

Verwijderen



De gebruiker krijgt nog een extra controle of hij zeker weet dat hij het verhaal wilt verwijderen. De gebruiker weet het zeker en klikt op de button "verwijderen".

Overzichtspagina -blank state



Het verhaal is verwijderd uit de downloads. Er zijn op dit moment geen verhalen gedownload. Er is een call to action om meteen nieuwe verhalen te zoeken om te downloaden.

Legenda WOW air Wireflow



Tap



Swipe

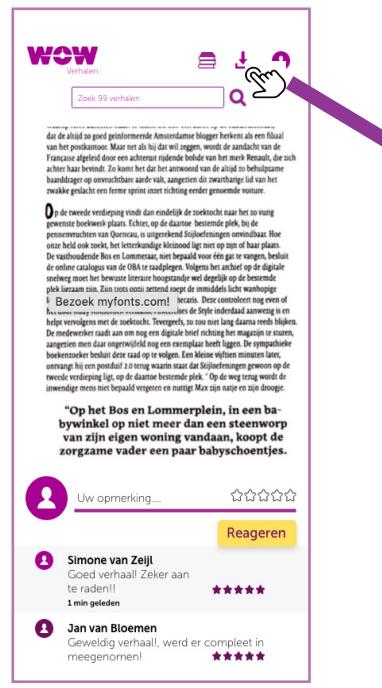


Scroll

Tijdens de reis Screenflow Responsive website ontwerpen

Reactie

Zijn reactie wordt gehighlight zodat hij snel zijn eigen reactie terug kan vinden. Hij wilt nu naar het overzicht van zijn downloads, en klikt op de download button in de navigatiebalk.



User Goal 2

Downloads

Nu de gebruiker het verhaal al heeft gelezen is het onnodig om hem in de downloads te laten staan dus swiped hij naar links om meer opties beschikbaar te krijgen.



User Goal 4

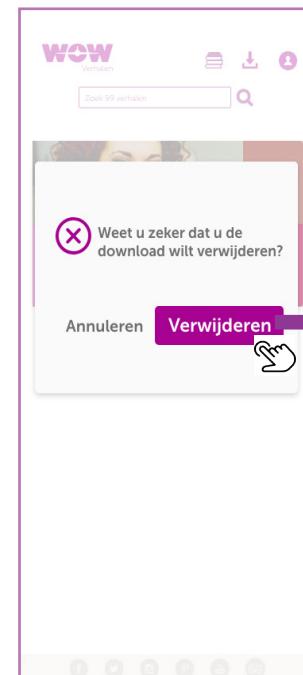
Verwijderen

Hij krijgt de mogelijkheid om het verhaal te verwijderen en klikt op het prullenbakje.



Forgiveness

De gebruiker krijgt nog een extra controle of hij zeker weet dat hij het verhaal wilt verwijderen. De gebruiker weet het zeker en klikt op de button "verwijderen".



Verwijderen

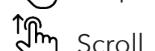
Legenda WOW air Wireflow



Tap



Swipe



Scroll

Bladzijde 50

Simone van Zeijl | 213 | 500777769

Tijdens de reis Screenflow Responsive website ontwerpen

Zero State

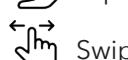
 Het verhaal is verwijderd uit de downloads. Er zijn op dit moment geen verhalen gedownload. Er is een call to action om meteen nieuwe verhalen te zoeken om te downloaden.



Legenda WOW air Wireflow



Tap



Swipe



Scroll

DESIGN PATTERNS INTERACTIE ONTWERPEN

Custumer Journey mapping

User scenario

3 C's Framework

Screenflow

Simone van Zeijl
Klas 213
500777769

Job Stories Interacties Ontwerpen

Functionaliteiten

1. Downloaden
2. Filteren
3. Verhaal verder lezen
4. Aanbevolen verhalen lezen.
5. Verhaal opslaan
6. Zien welke verhalen ik al had gelezen
7. Reactie plaatsen

User Goals

1. De gebruiker wil een leuk verhaal kunnen vinden.
2. De gebruiker wil zijn input geven, zodat andere beter leuke verhalen kunnen vinden .
3. De gebruiker wil aanbevolen en/of verrassende resultaten aangeboden krijgen.
4. De gebruiker wil tijdens zijn reis verhalen kunnen lezen.

Patterns Onderzoek Interacties Ontwerpen

Downloading, Job Story 1

When ... Wanneer ik tijdens het reizen wil relaxen, en maar een hand beschikbaar om te lezen, **I want to ...** wil ik dat er een offline versie van het verhaal beschikbaar is. **So, i can ...** Zodat ik zonder internetverbinding verder kan lezen.

Probleem; In het vliegtuig is er geen internetverbinding. Veel van de gebruikers zullen de verhalen willen lezen tijdens het vliegen in een ontspannen omgeving. Zodra de gebruiker niet is verbonden met het internet moet hij alsnog de mogelijkheid krijgen om de verhalen te hervatten.

User Goal 4. De gebruiker wil tijdens zijn reis verhalen kunnen lezen.

Gebruik; Het gebruik zal voor het grootste deel plaats vinden op de telefoon, misschien een klein aantal gebruikers op de laptop of tablet. Veel mensen nemen hun tablet of laptop niet mee op vakantie.

Oplossing; Er moet een mogelijkheid zijn dat de verhalen kunnen worden gedownload. Deze verhalen moeten offline kunnen worden bekeken. Ook moeten de verhalen zonder internet kunnen worden geladen.

Rationale; Hierdoor kan de gebruiker de verhalen alsnog lezen zonder internet verbinding, en zich amuseren en ontspannen tijdens het vliegen.

Reactie plaatsen, Job Story 2

When ... Wanneer ik een verhaal heb gelezen **I want to ...** wil ik op een makkelijke manier mijn mening bij het verhaal kunnen plaatsen **So, i can ...** zodat ik andere mensen kan helpen bij het vinden van een goed verhaal.

Probleem; De gebruiker heeft een verhaal gelezen, en wil zijn mening hierover kunnen delen met andere gebruikers.

User Goal 2. De gebruiker wil zijn input geven, zodat andere beter leuke verhalen kunnen vinden.

Gebruik; Het gebruik zal voor het grootste deel plaats vinden op de telefoon, misschien een klein aantal gebruikers op de laptop of tablet. Veel mensen nemen hun tablet of laptop niet mee op vakantie.

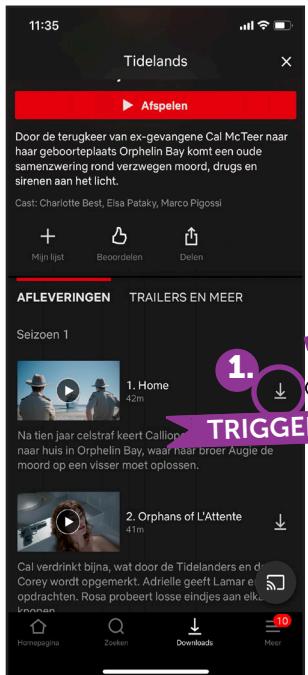
Oplossing; Bij ieder verhaal moet de mogelijkheid worden gegeven om een review te plaatsen.

Rationale; Hierdoor kunnen de gebruikers van de website zien wat andere van het verhaal vonden, en hierdoor makkelijker een goed verhaal vinden om te lezen.

Onderzoek Downloading 1/3 Job Story 1



Homepagina



- De gebruiker heeft een verhaal uitgekozen en klikt op de download button.

TRIGGER

De microinteractie wordt gestart zodra de gebruiker op de button klikt om te downloaden.

RULE

De film of serie downloaden zodat de gebruiker ook zonder internetverbinding kan kijken.

FEEDBACK

De gebruiker wordt op de hoogte gehouden van de vooruitgang in het laden. Het icoon veranderd zodra de download voltooid is.

Downloaden



- Het icoon wordt veranderd in een laad icoon. (Loading state)

Donwloaden



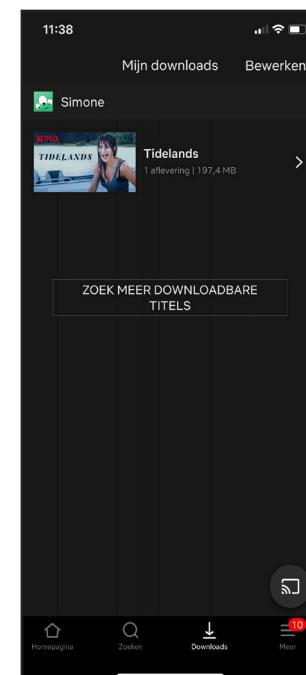
- De gebruiker wordt op de hoogte gehouden van de vooruitgang.
- In de menubalk verschijnt een vinkje, deze blijft staan tot de gebruiker op de pagina is geweest. (Ideal State)

Gedownload



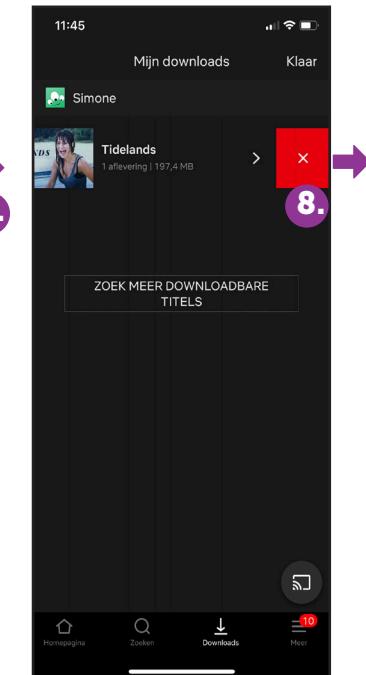
- De download is voltooid.
- In de menubalk verschijnt een vinkje, deze blijft staan tot de gebruiker op de pagina is geweest. (Ideal State)

Bewerken



- Alle films die zijn gedownload komen hier te staan.

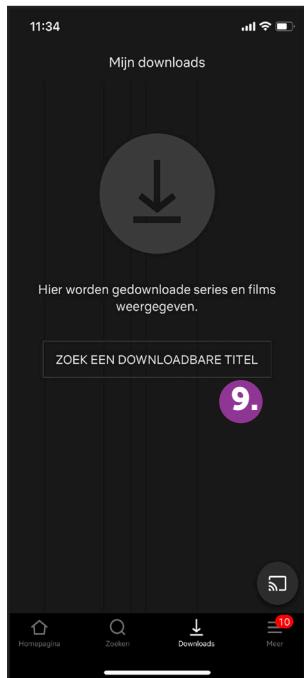
Verwijderen



- Zodra de gebruiker op bewerken klikt krijgt hij de mogelijkheid om een verhaal te verwijderen.

Onderzoek Downloading 1/3 Job Story 1

Overzichtspagina



Probleem

De gebruiker wilt een film of serie kijken zonder hier zijn mobiele data voor te hoeven gebruiken.

Gebruik

De gebruiker zal dit willen toepassen op zijn telefoon, om op momenten dat hij buiten de deur is, en geen internetverbinding heeft, om zijn film te kunnen hervatten.

Oplossing

Een button waarmee de gebruiker zijn favorieten films en series kan downloaden, zodat hij deze zonder internet kan bekijken.

Rationale

Zodra de gebruiker de film of serie heeft gedownload kan hij overal verder kijken zonder dat de internetbundel op gaat.

9. Op dit moment zijn er geen verhalen gedownload. Er is een call to action om films te zoeken. (Zero State)

2. + punten

De gebruiker krijgt veel feedback over de voortgang van de gebruiker. Op het moment dat hij iets anders doet in de app wordt hij nog steeds op de hoogte gehouden van de voortgang, doordat deze ook te vinden is in de navigatie.

7. - punten

In de overzichtspagina van de downloads is geen groot verschil qua vormgeving. Dit zou voor de gebruiker voor verduidelijking kunnen zorgen.

Onderzoek Downloading 2/3 Job Story 1



Product pagina



1.

De gebruiker heeft een verhaal uitgekozen en klikt op de download button.

TRIGGER

De microinteractie wordt gestart zodra de gebruiker op de button klikt om te downloaden.

RULE

De film of serie downloaden zodat de gebruiker ook zonder internetverbinding kan kijken.

FEEDBACK

De gebruiker wordt op de hoogte gehouden van de vooruitgang in het laden.

Downloaden



2. De download start meteen en er wordt aangegeven wat de vooruitgang is. (Loading State)

Gedownload



3. Zodra de download compleet is wordt hij meteen naar deze pagina genavigeerd.

3. 4.

Overzichtspagina



Probleem

De gebruiker wilt een film of serie kijken zonder hier zijn mobiele data voor te hoeven gebruiken.

Gebruik

De gebruiker zal dit willen toepassen op zijn telefoon, om op momenten dat hij buiten de deur is, en geen internetverbinding heeft, om zijn film te kunnen hervatten.

Oplossing

Een button waarmee de gebruiker zijn favorieten films en series kan downloaden, zodat hij deze zonder internet kan bekijken.

Rationale

Zodra de gebruiker de film of serie heeft gedownload kan hij overal verder kijken zonder dat de internetbundel op gaat.

+ punten

Door de percentages is het voor de gebruiker duidelijk waar hij aan toe is, en kan hij voor zichzelf een schatting maken hoe lang het nog zal duren.

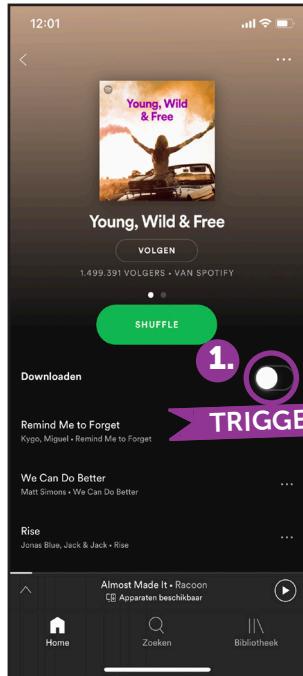
- punten

Er wordt maar op een locatie de voortgang van de download weergegeven. Het is handiger voor de gebruiker om dit bijvoorbeeld ook in de navigatie weer te geven.

Onderzoek Downloading 3/3 Job Story 1



Product pagina



1. Door op de button te klikken zal de download geactiveerd worden.

TRIGGER

De microinteractie wordt gestart zodra de gebruiker op de button klikt om te downloaden.

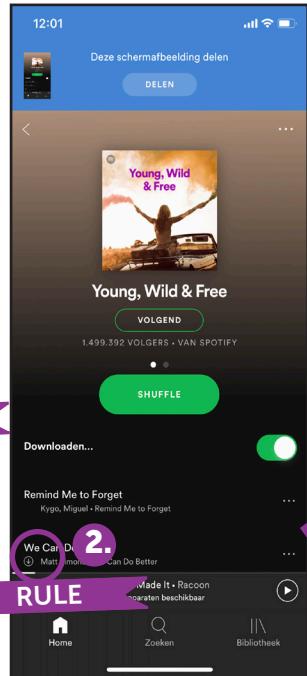
RULE

De muziek wordt gedownload zodat de gebruiker offline kan luisteren.

FEEDBACK

Het icoon van de download verandert zodra de download afgerond is.

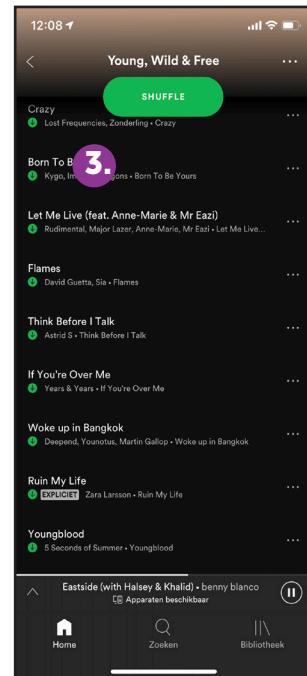
Downloaden



2. De nummers worden een voor een gedownload. (Loading State)

3. Er wordt aangegeven zodra het nummer succesvol gedownload is.

Gedownload



- 3.

Probleem

De gebruiker wilt zijn muziek kunnen downloaden, zodat hij dit kan luisteren zonder hier mb's aan te verspillen.

Gebruik

De gebruiker zal dit willen toepassen op zijn telefoon, om op momenten dat hij buiten de deur is, en geen internetverbinding heeft, om zijn muziek te kunnen beluisteren.

Oplossing

Een button waarmee de gebruiker zijn favorieten muziek kan downloaden, zodat hij deze zonder internet kan bekijken.

Rationale

Zodra de gebruiker de muziek heeft gedownload kan hij overal verder kijken zonder dat de internetbundel op gaat.

+ punten

Er is een mogelijkheid om alles tegelijk te downloaden. In de context van Spotify is dit zeker een pluspunt.

- punten

Er wordt geen voortgang van de download weergegeven waardoor de gebruiker niet weet waar hij of zij aan toe is, hoe lang hij nog moet wachten of dergelijke.

Onderzoek Reactie plaatsen 1/3 Job Story 2



Product pagina



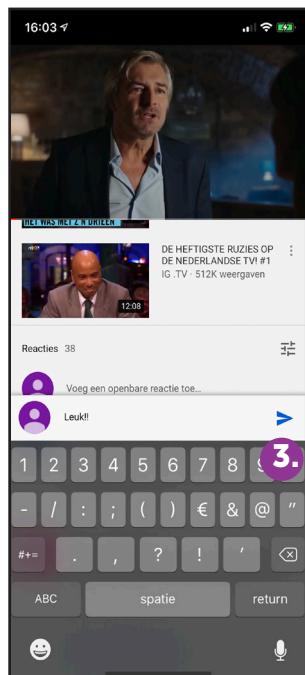
1. De gebruiker krijgt de optie om een reactie onder de video te plaatsen.

Reactie plaatsen



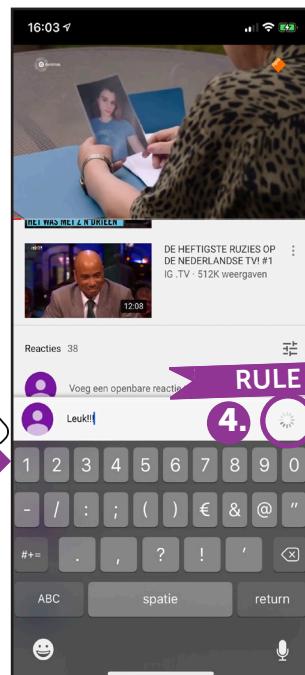
2. De gebruiker heeft de mogelijkheid zijn reactie te typen.

Reactie plaatsen



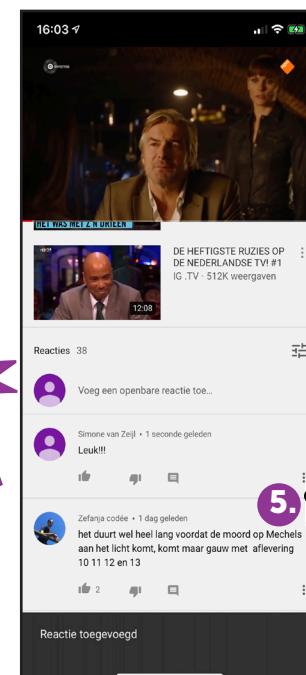
3. De gebruiker kan zijn reactie versturen door op het icoon van verzenden te klikken.

Reactie plaatsen



4. Het icoon voor versturen veranderd in een loading icoon.

Verwijderen



5. Er wordt feedback gegeven dat de reactie succesvol is geplaatst. Zodra de reactie is geplaatst kan de gebruiker voor meer opties kiezen.

Verwijderen



6. De gebruiker krijgt de mogelijkheid om de reactie te verwijderen.

TRIGGER

De microinteractie wordt gestart zodra de gebruiker op de button klikt om een reactie te plaatsen.

RULE

De reactie wordt voorbereid, en vervolgens geplaatst.

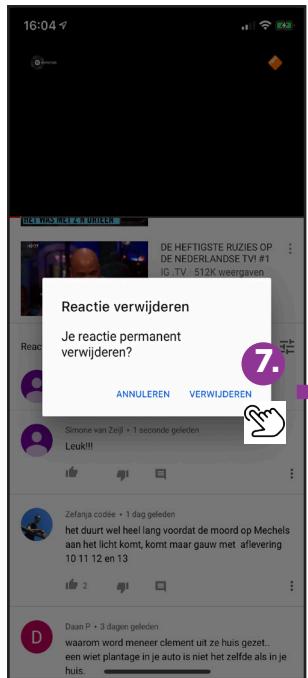
FEEDBACK

De gebruiker krijgt een melding dat de reactie is geplaatst.

5.

Onderzoek Reactie plaatsen 1/3 Job Story 2

Verwijderen



Productpagina



7. Er komt een vorm van forgiveness, een extra button om zeker te weten dat de gebruiker de reactie wilt verwijderen.

8. De gebruiker krijgt een melding dat de reactie is verwijderd.

Probleem

De gebruiker wilt zijn mening kunnen delen over het filmpje dat hij net heeft bekeken.

Gebruik

De gebruiker zal zijn mening willen delen om andere gebruikers te kunnen helpen met de keuze van welke video ze willen bekijken. Dit zal worden toegepast op desktop, tablet of mobiel.

Oplossing

De mogelijkheid om een reactie te plaatsen.

Rationale

De gebruiker heeft zijn mening kunnen delen, nu kunnen andere gebruikers beter de goede keuze maken doordat ze zien wat andere gebruikers van de video vonden.

1. + punten

Het duidelijk en overzichtelijk weergegeven. De mogelijkheid om een reactie te plaatsen is onderaan de pagina, wat de meest logische plek is voor de gebruiker. Hij vormt een mening na het lezen van het verhaal, en zal op dat moment de behoefte hebben om een reactie te plaatsen. Er wordt forgiveness toegepast na het verwijderen van de reactie.

1. - punten

Er mist een call to action bovenaan de pagina voor de gebruikers die opzoek zijn naar de mogelijkheid om een reactie te plaatsen.

Onderzoek Reactie plaatsen 2/3 Job Story 2



Product pagina



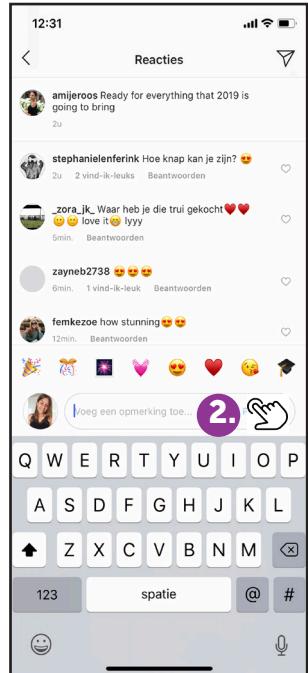
1.

TRIGGER

Vinden dit leuk
2019 is going to bring

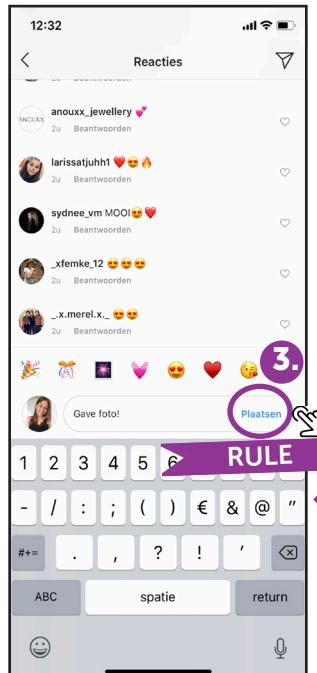
- Door op het reactie icoontje te klikken kan de gebruiker een reactie plaatsen.

Reactie plaatsen



- De gebruiker wordt naar de volgende pagina geleid en krijgt de mogelijkheid de reactie te typen.

Reactie plaatsen



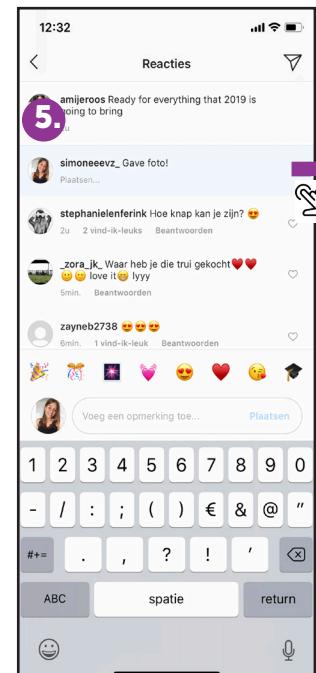
- Zodra er iets is getypt wordt de button om de reactie te plaatsen beschikbaar.

Feedback



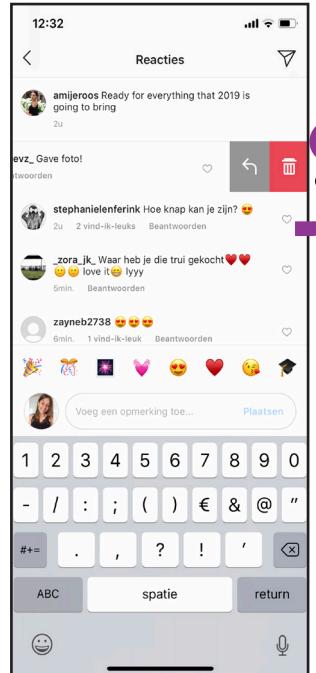
- De gebruiker wordt terug genavigeerd naar de vorige pagina. De reactie is beschrijfbaar.

Feedback



- Zodra de gebruiker op de reactie klikt wordt hij in de reacties gehighlight weergegeven. Als de gebruiker rechts op de reactie klikt krijgt hij de mogelijkheid de reactie verwijderd.

Verwijderen



- Als de gebruiker op het rode prullenbakje klikt wordt de reactie verwijderd.

► TRIGGER

De microinteractie wordt gestart zodra de gebruiker op de button klikt om een reactie te plaatsen.

► RULE

De reactie wordt geplaatst.

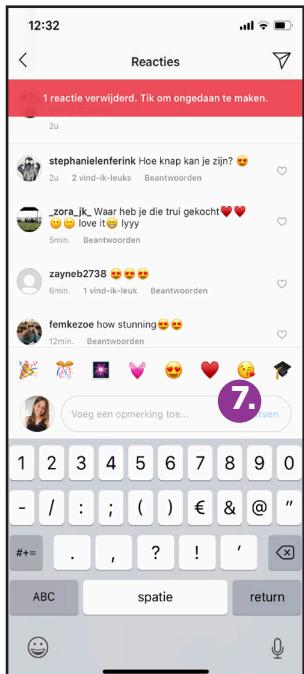
► FEEDBACK

Er wordt aangegeven waar de reactie van de gebruiker is gegeven zodra hij is geplaatst.

4. 5.

Onderzoek Reactie plaatsen 2/3 Job Story 2

Overzichtspagina



Probleem

De gebruiker wilt zijn mening kunnen delen over de foto.

Gebruik

De gebruiker zal zijn mening willen delen om aan degene die de foto heeft gepost te laten weten wat hij ervan vind. Dit zal worden toegepast op desktop, tablet of mobiel.

Oplossing

De mogelijkheid om een reactie te plaatsen.

Rationale

De gebruiker heeft zijn mening kunnen delen, nu kunnen andere gebruikers, en degene die de foto heeft gepost zien wat hij ervan vindt.

7. Er wordt feedback gegeven dat de reactie is verwijderd.

1.

+ punten

Het is duidelijk wat er gebeurd tijdens het plaatsen van de reactie. De trigger valt heel erg op en het is duidelijk hoe het werkt. Zodra de reactie is geplaatst wordt deze gehighlight tussen de andere reacties zodat de gebruiker snel zijn eigen bericht kan terug vinden.

6.

- punten

De feedback kan nog iets uitgebreider om het nog duidelijker en opvallender te maken voor de gebruiker. Er kan forgiveness in het verwijderen worden toegepast door nog een keer te vragen of de reactie echt moet worden verwijderd. (Forgiveness)

Onderzoek Reactie plaatsen 3/3 Job Story 2

facebook

Product pagina



1. Door op het reactie icoontje te klikken kan de gebruiker een reactie plaatsen.

TRIGGER

De microinteractie wordt gestart zodra de gebruiker op de button klikt om een reactie te plaatsen.

RULE

De reactie wordt geplaatst.

FEEDBACK

De gebruiker ziet dat de reactie is geplaatst. Er wordt ook aangegeven hoe lang geleden de reactie is geplaatst.

Reactie plaatsen



2. De gebruiker wordt naar de volgende pagina geleid en krijgt de mogelijkheid de reactie te typen en te plaatsen.

TRIGGER

De microinteractie wordt gestart zodra de gebruiker op de button klikt om een reactie te plaatsen.

RULE

De reactie wordt geplaatst.

FEEDBACK

De gebruiker ziet dat de reactie is geplaatst. Er wordt ook aangegeven hoe lang geleden de reactie is geplaatst.

Reactie plaatsen



3. Zodra de verzend button is geselecteerd wordt gebruiker op de hoogte gehouden. (Loading state)

4.

Feedback



4. Er wordt aangegeven dat de reactie is geplaatst, en hoe lang geleden. (Ideal State)

Probleem

De gebruiker wilt zijn mening kunnen delen over de foto.

Gebruik

De gebruiker zal zijn mening willen delen om aan degene die de foto heeft gepost te laten weten wat hij ervan vind. Dit zal worden toegepast op desktop, tablet of mobiel.

Oplossing

De mogelijkheid om een reactie te plaatsen.

Rationale

De gebruiker heeft zijn mening kunnen delen, nu kunnen andere gebruikers, en degene die de foto heeft gepost zien wat hij ervan vind.

1. + punten

Het is erg makkelijk om een reactie te plaatsen. De trigger zit op de meest logische plaats. Er wordt duidelijk aangegeven na het plaatsen van de reactie of ze hier nog mee bezig zijn, of dat de reactie online staat. Verder wordt erbij aangegeven hoe lang dit geleden is.

- punten

De feedback is niet erg bondig en valt niet op in het design. Veel gebruikers zullen dit over het hoofd zien.

Conclusie Pattern Onderzoek

Job Story 1; Een verhaal downloaden > Netflix

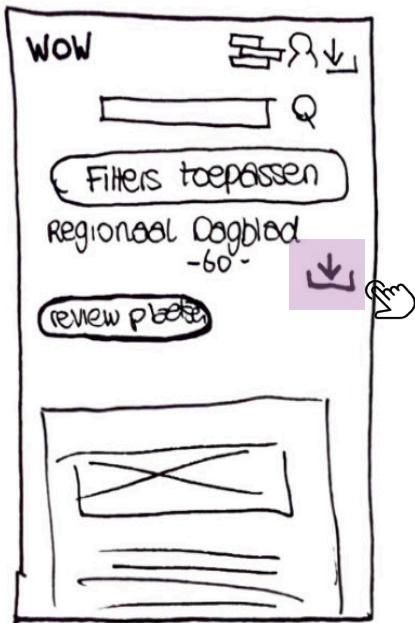
Mijn microinteractie wordt vooral gebaseerd op het onderzoek naar Netflix. Tijdens het onderzoek vond ik het bij Netflix heel fijn dat ze me ook op de hoogte van de vooruitgang hielden in de navigatiebalk. Hierdoor kon ik andere films en series zoeken tijdens het wachten.

Job Story 2; Een reactie plaatsen > Facebook / Instagram / You Tube

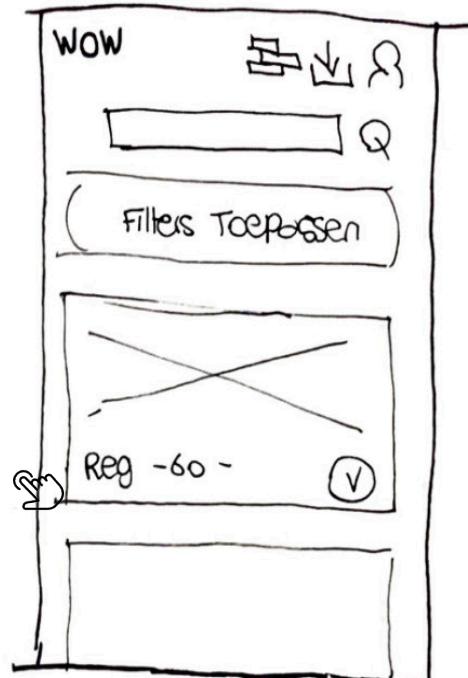
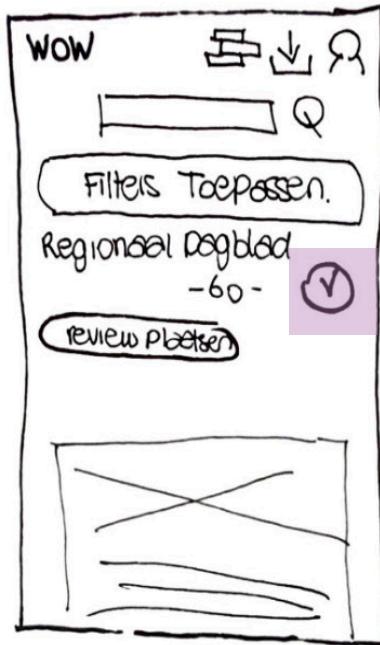
Bij Job Story 2 zal de mirointeractie een combinatie van alle 3 de onderzoeken zijn. Er waren bij alle 3 de bedrijven goede pluspunten te vinden die ik mee wil nemen in het design. Van You Tube vond ik het goed dat je onder aan de pagina je reactie kunt plaatsen, alleen miste de call to action. Instagram gaf een goede feedback over waar de reactie terecht was gekomen na het plaatsen, door de reactie van de gebruiker te highlighten. Facebook gaf goede feedback over het plaatsen van de reactie. Er wordt aangegeven of de reactie nog aan het plaatsen is, of hoe lang geleden de reactie online is gezet.

Schetsen Job Story 1 Micro interactie Downloading

Trigger



Feedback



Keuze

In mijn ontwerp kies ik voor een combinatie van de mogelijkheden. Ik vind het belangrijk dat er wordt aangegeven dat de download wordt voorbereid. Verder is het belangrijk dat de gebruiker op de hoogte wordt gehouden van de vooruitgang, en de meest overzichtelijke manier is met percentages.

Legenda

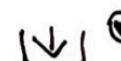
In het verhaal



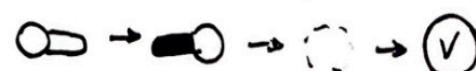
In de menubalk



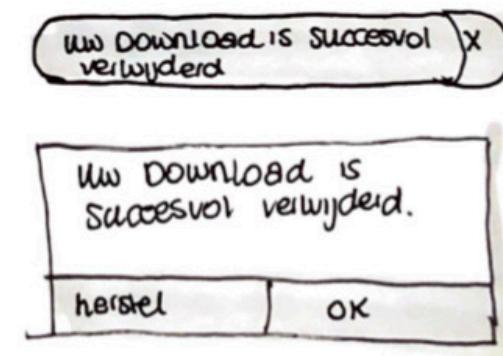
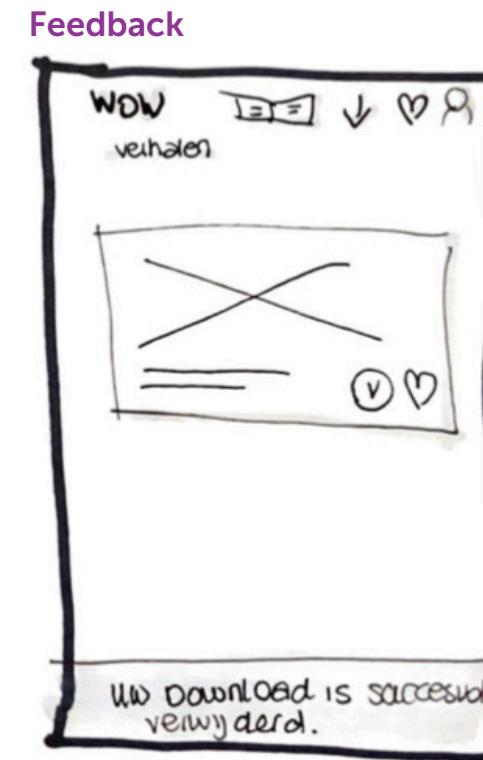
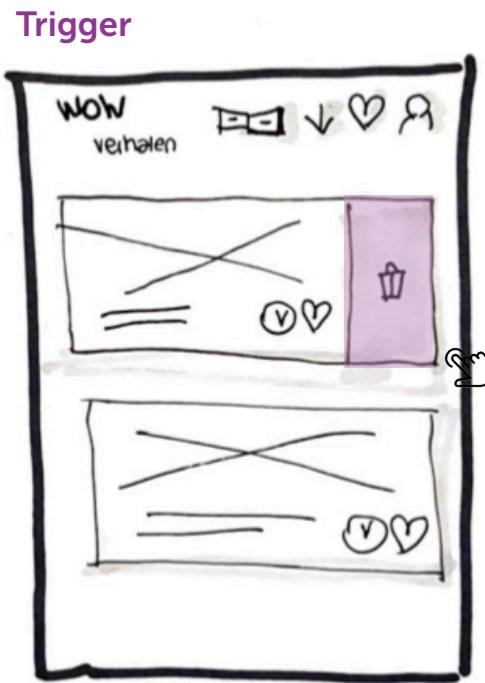
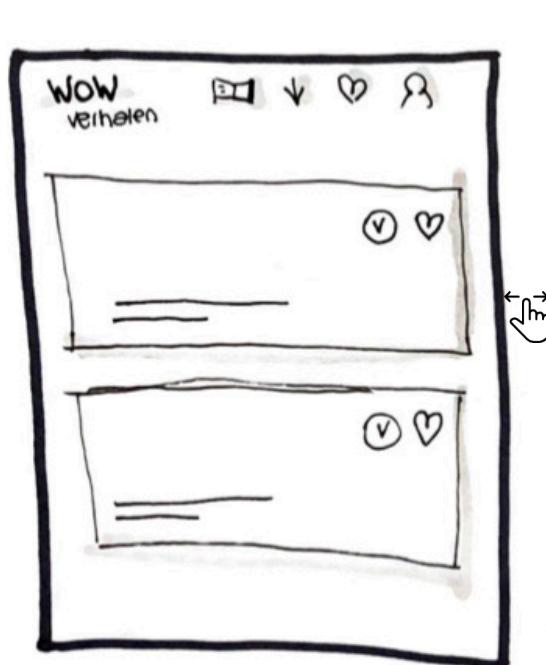
In de menubalk worden dezelfde iconen weer gegeven zodat het voor de gebruiker duidelijk is hoe ver de download is. De gebruiker kan in de tussentijd naar andere verhalen zoeken.



Variaties



Schetsen Job Story 1 Micro interactie Downloading



Keuze

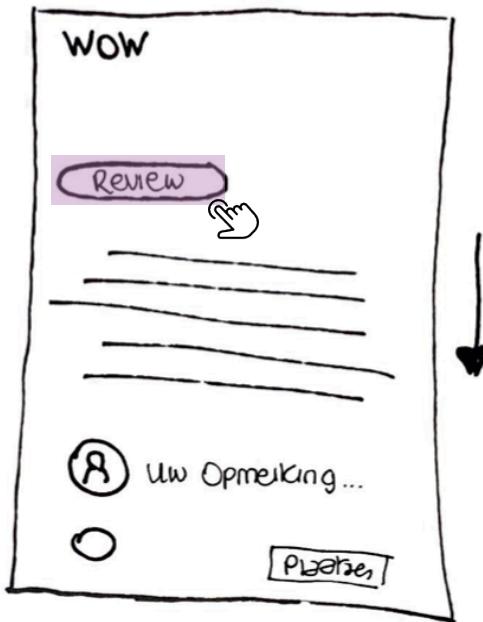
De gebruiker kan een verhaal verwijderen door naar links te swipen, vervolgens krijgt hij de optie om het verhaal te verwijderen. Zodra er op het vuilnisbakje is geklikt, krijgt hij een vorm van forgiveness. Hier wordt gevraagd of hij of zij het zeker weet om het verhaal te verwijderen.

Schetsen Job Story 2 Micro interactie Reactie plaatsen

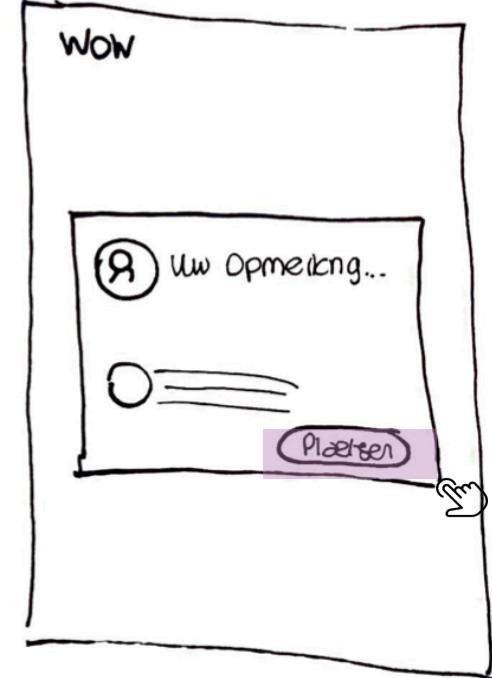
Trigger



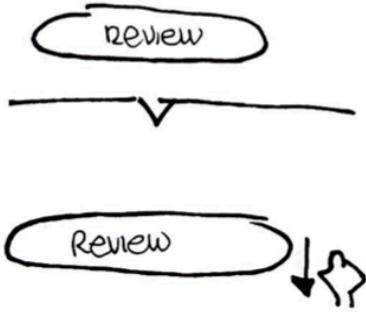
Trigger



Trigger



De review button zal een klein stukje groter worden op het moment van klikken, hierna vind de microinteractie plaats.



Keuze

In mijn ontwerp is de beste optie de call to action button scrollt die navigeert naar de locatie waar je een reactie kunt plaatsen. Dit is voor de gebruikers die op zoek zijn. Maar in de meeste gevallen zal de gebruiker eerst het verhaal lezen en daarna een reactie willen plaatsen. Vandaar dat deze mogelijkheid onderaan de pagina wordt gegeven.

Screenflow Downloaden Job Story 1/2

Product pagina

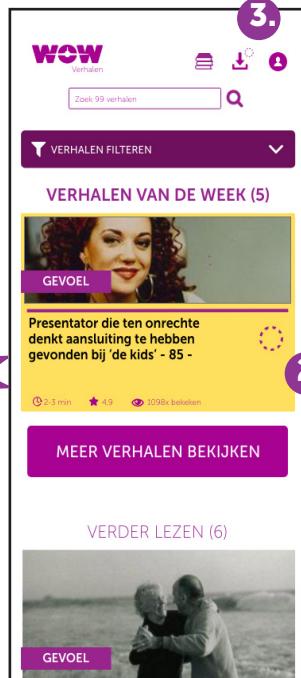


1. De gebruiker heeft een verhaal uitgekozen en klikt op de download button.

TRIGGER

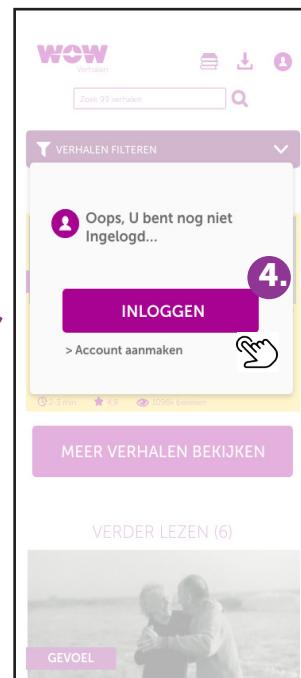
De microinteractie wordt gestart zodra de gebruiker op de button klikt om te downloaden.

Loading state



2. Het icoon wordt veranderd in een laad icoon.
3. In de menubalk wordt hetzelfde icoon weergegeven.

Error State



4. De gebruiker is nog niet ingelogd, dus krijgt een foutmelding. Er is een call to action om meteen in te loggen.

Error State -Inloggen



5. De gebruiker kan gelijk inloggen, als de gebruiker nog geen account heeft kan hij die meteen aanmaken.

Loading State



6. Zodra de gebruiker is ingelogd wordt de download hervat.
7. In de menubalk wordt hetzelfde icoon weergegeven.

Loading State



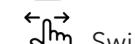
9. De gebruiker wordt op de hoogte gehouden van de vooruitgang in procenten.
10. In de menubalk worden de percentages ook bijgehouden.

11 12

Legenda WOW air Wireflow



Tap



Swipe



Scroll

Screenflow Downloaden Job Story 1/2

Ideal State



- 11 Het icoon verandert in een vinkje zodra de download succesvol is afgerond.
12 In de menubalk wordt hetzelfde icoon weergegeven.

Ideal State



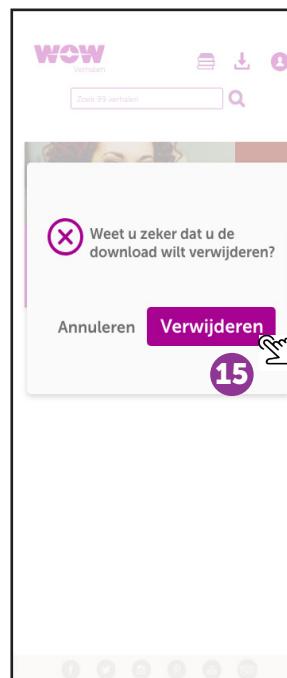
- 13 De gebruiker komt op de overzichtspagina van de downloads. Hij kan naar links swipen of klicken voor de mogelijkheid om te verwijderen.

Ideal State



- 14 Het icoon van het vuilnisbakje komt in beeld, de gebruiker kan de download verwijderen.

Forgiveness



- 15 Er wordt forgiveness toegepast om te controleren of de gebruiker de download echt wilt verwijderen.

Blank State



- 16 De download is verwijderd. Er zijn op dit moment geen gedownloade verhalen. Er is een call to action om verhalen te zoeken.

Micro interactie



In Navigatie



Legenda WOW air Wireflow



Screenflow Reactie plaatsen Job Story 2/2

Product pagina



- De gebruiker wil een reactie plaatsen over het verhaal wat hij heeft gelezen en klikt op de button.

Interactie



- De button wordt uitvergroot om aan te geven dat er op is geklikt.

Interactie



- De button wordt verkleind naar huidige grootte. De pagina wordt naar onder gescrolt voor de gebruiker zodat hij of zij een reactie kan plaatsen.

Reactie plaatsen



- Door op de tekst te klikken kan de gebruiker beginnen met het typen van zijn mening. Het toetsenbord zal omhoog komen.

Reactie plaatsen



- De gebruiker kan het verhaal een aantal sterren geven en de reactie verzenden.

Reactie plaatsen



- Er wordt aangegeven dat ze bezig zijn met de reactie plaatsen.

> TRIGGER

De microinteractie wordt gestart zodra de gebruiker op de button klikt om de reactie te plaatsen.

1. 4.

> RULE

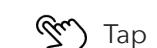
De reactie wordt geplaatst.

> FEEDBACK

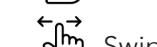
De gebruiker wordt op de hoogte gehouden of de reactie online staat, en waar de reactie is terug te vinden.

7.

Legenda WOW air Wireflow



Tap



Swipe



Scroll

Screenflow Downloaden Job Story 2/2

Reactie plaatsen



- Er wordt aangegeven hoe lang geleden de reactie is geplaatst. De reactie wordt gehighlight zodat de gebruiker snel zijn eigen reactie kan vinden. Door naar links te skwipen of daar te klikken komen meer opties.

Micro interactie



Verwijderen



- De gebruiker krijgt de mogelijkheid om de reactie te verwijderen.

Forgiveness



- Er wordt nog een extra keer gevraagd of hij dit zeker weet. Een vorm van forgiveness.

Verwijderd



De reactie is verwijderd.

Legenda WOW air Wireflow

