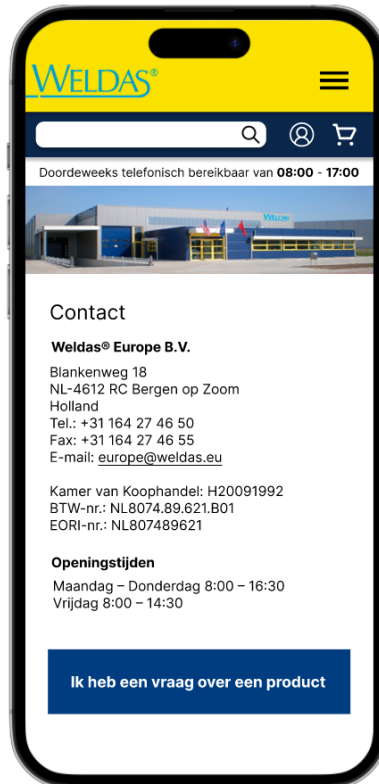


Contactpagina Weldas Europe



Studentnaam: Brent van Malsen

Studentnummer: 4852869

Klas: P-DB02

PCN: 507960

Versie: 1.0

Datum: 28-03-2023

Versiebeheer

| Versienummer | Datum | Auteur | Veranderingen |
|--------------|------------|------------------|---|
| 0.1 | 21-03-2023 | Brent van Malsen | Document opmaak gegeven, begonnen met het wireframe. |
| 0.2 | 23-03-2023 | Brent van Malsen | Contactpagina afgemaakt, feedback gevraagd, begonnen aan de documentatie. |
| 0.3 | 24-03-2023 | Brent van Malsen | Contactformulier gemaakt, begonnen aan het design. |
| 0.4 | 25-03-2023 | Brent van Malsen | Inleiding geschreven |
| 0.5 | 26-03-2023 | Brent van Malsen | Documentatie afgemaakt. |
| 1.0 | 28-03-2023 | Brent van Malsen | Reflectie geschreven, aanpassing gemaakt in de documentatie, document compleet gemaakt. |

Inhoudsopgave

| | |
|----------------------------------|----|
| Inhoudsopgave..... | 2 |
| 1. Inleiding..... | 3 |
| 2. Wireframe en het design | 4 |
| 3. Reflectie | 10 |

1. Inleiding

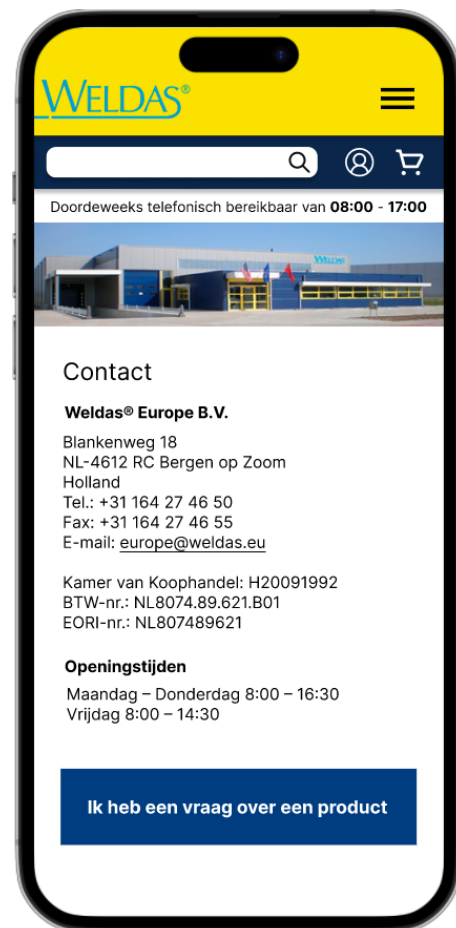
Waar gaat dit verslag over?

In dit verslag beschrijf ik wat mij geïnspireerd heeft bij het maken van de contactpagina voor de Weldas Europe website. Ik beargumenteer mijn ontwerpkeuzes en ik laat iteraties zien die gebaseerd zijn op feedback van de docenten. Ik laat afbeeldingen zien waarbij ik stapsgewijs vertel hoe ik te werk ben gegaan. Ik sluit het verslag af met een reflectie waarin ik reflecteer op mijn werkstuk. Ook vertel ik in de reflectie wat de vervolgstappen vanaf dit punt gaan zijn.

2. Wireframe en het design

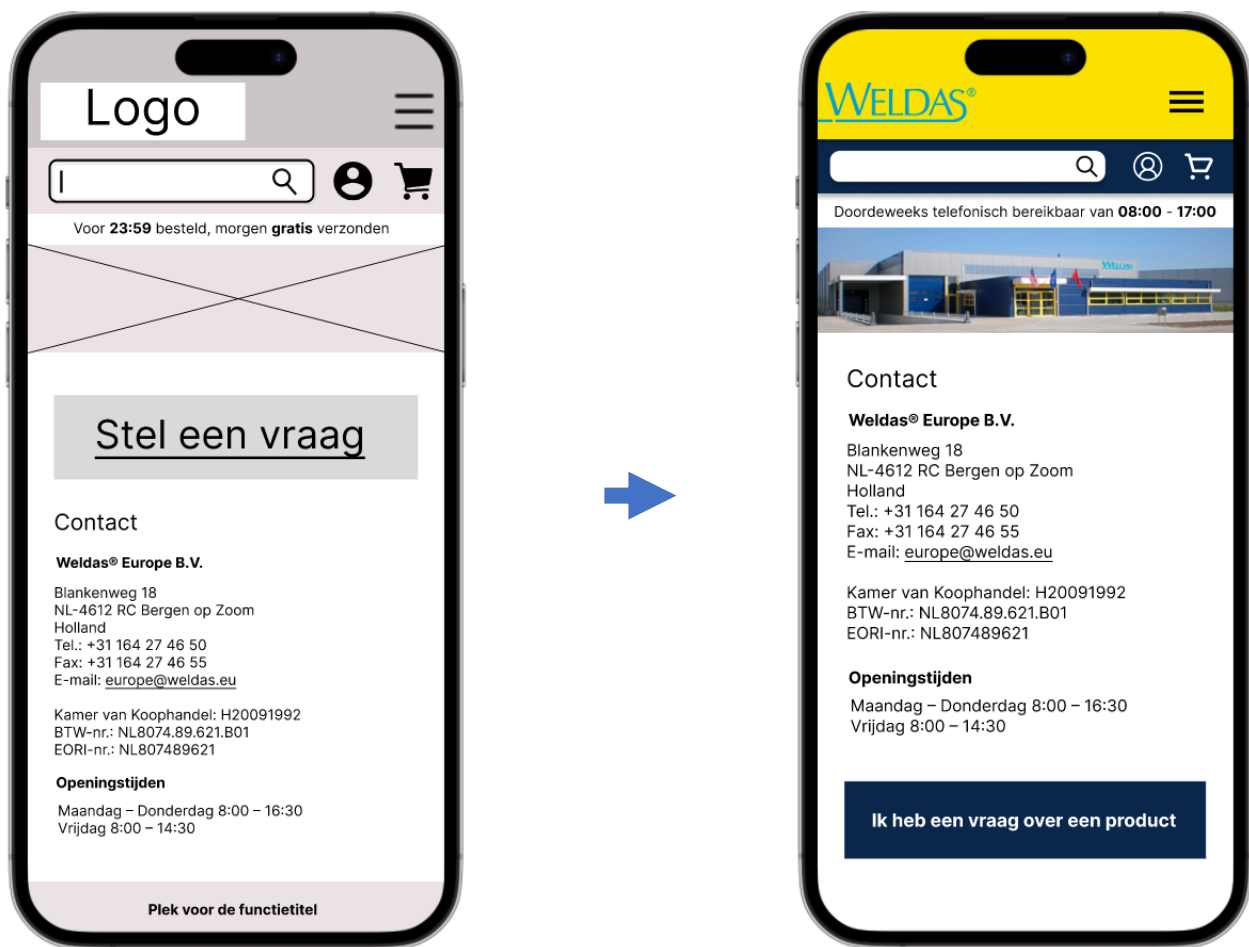
Inspiratie van Coolblue

Voordat ik begon met het maken van een wireframe heb ik inspiratie opgedaan door te gaan kijken bij een contactpagina van een andere website. Ik heb aan de docent gevraagd welke website een goed voorbeeld is waarop ik Coolblue als antwoord kreeg. Coolblue is een webshop die enorm snel aan het groeien is door onder andere de unieke stijl die verwerkt zit in de marketing, denk hierbij bijvoorbeeld aan de reclames die overal voorbij komen. In mijn wireframe zul je dus een aantal overeenkomsten terug zien komen die lijken op de contactpagina van Coolblue. Deze overeenkomsten zitten voornamelijk in de bovenkant van de pagina. Behalve alleen het gebruiken van Coolblue als inspiratie heb ik ook ontwerpkeuzes gemaakt die gebaseerd zijn op een onderzoek waarbij ik de heuristische evaluatie methode gebruikt heb. Meer informatie over deze heuristische evaluatie is te vinden in het werkstuk: "Advies website Weldas Europe". Op de onderstaande afbeelding is te zien hoe de contactpagina van Coolblue eruit ziet, wanneer je naar de rechtse afbeelding kijkt merk je de overeenkomsten in de positionering van de afbeelding en de tekst erboven.



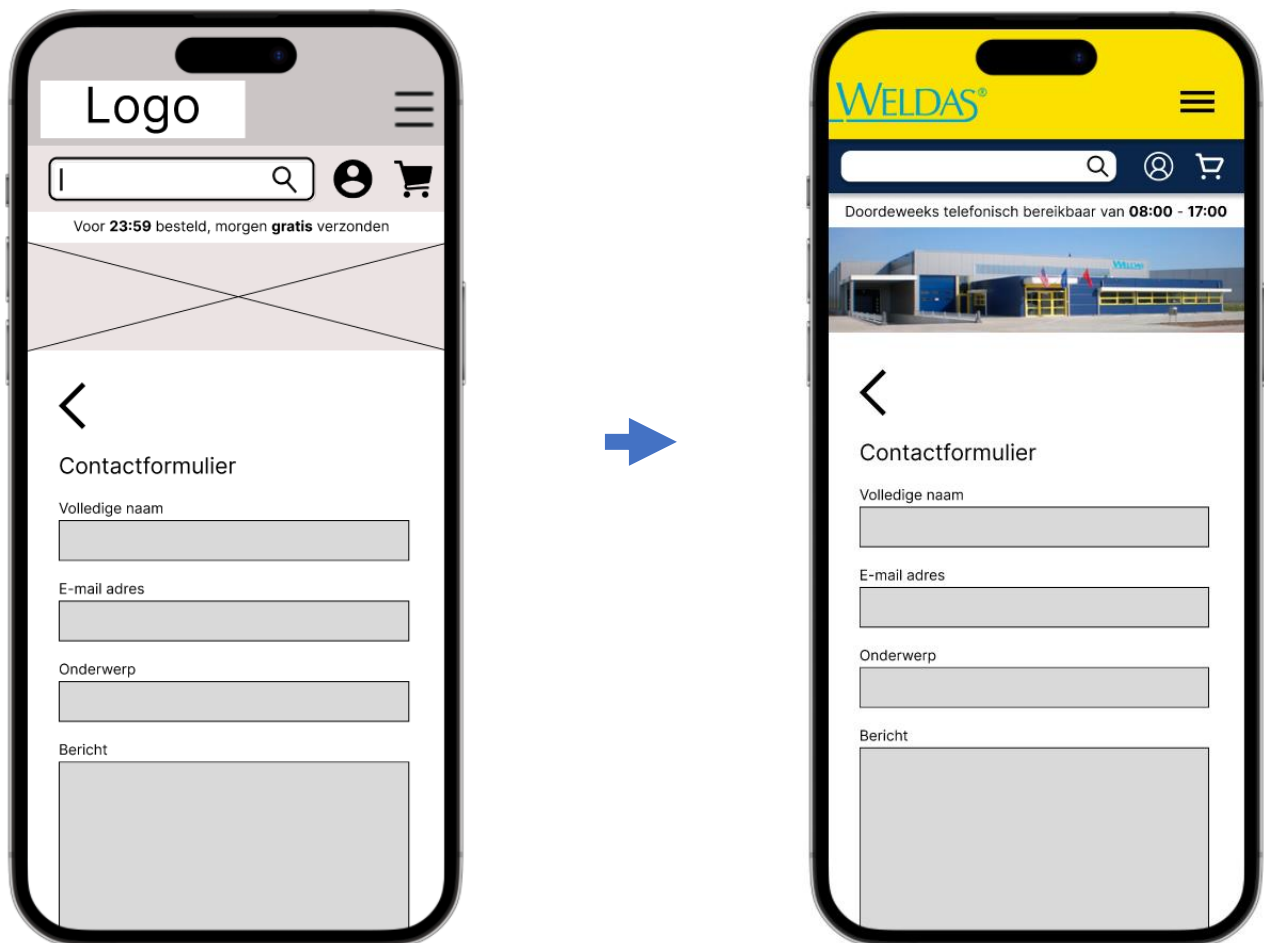
Ontwerpproces van het wireframe en design

Ik ben begonnen met het maken van een wireframe voor de gehele contactpagina inclusief contactformulier voor de mobiele versie van de website. Nadat ik de wireframes had afgerond ging ik over naar het invullen en ontwerpen van de pagina's. In dit ontwerpproces laat ik de verschillende iteraties zien tijdens het maken van de pagina's. Je zult merken dat er een aantal verschillen terug te vinden zijn tussen de wireframes en het design. Ik heb er bewust voor gekozen om de eerste versies van de wireframes te laten zien met daarnaast de definitieve versies van het ontwerp zodat je kunt zien waar ik uiteindelijk nog aanpassingen heb gemaakt. In de onderstaande afbeelding is de bovenkant van de contactpagina te zien, dit is het eerste wat klanten te zien krijgen wanneer zij op de call to action voor contact klikken.

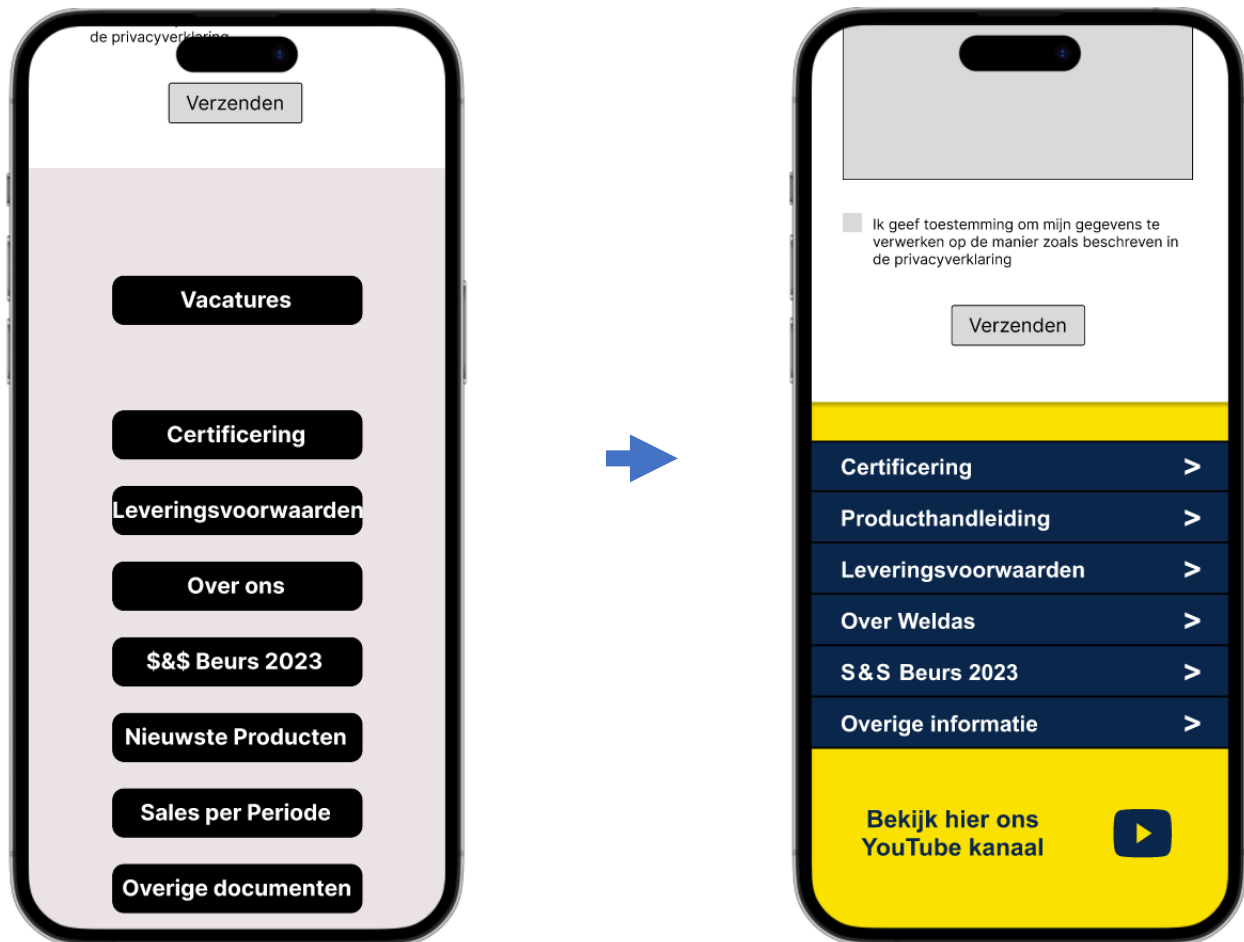


Zoals je kunt zien heb ik ervoor gekozen om de contactgegevens direct bovenaan te zetten. Klanten willen immers graag bellen naar Weldas Europe. Op de huidige website van Weldas Europe is ook een knop te vinden waarmee het mogelijk is om een vraag te stellen over een product. Deze knop is te vinden op de pagina van het product zelf, dit is goed. Het is echter wel minder handig dat deze knop niet te vinden is wanneer je klikt op "Contact". Het is voor een klant die nieuw is op de website een stuk logischer om zijn of haar vraag te stellen op de contactpagina van de website. Hiervoor heb ik ervoor gekozen om deze knop op de contactpagina te positioneren. Tegelijkertijd blijft de knop ook nog

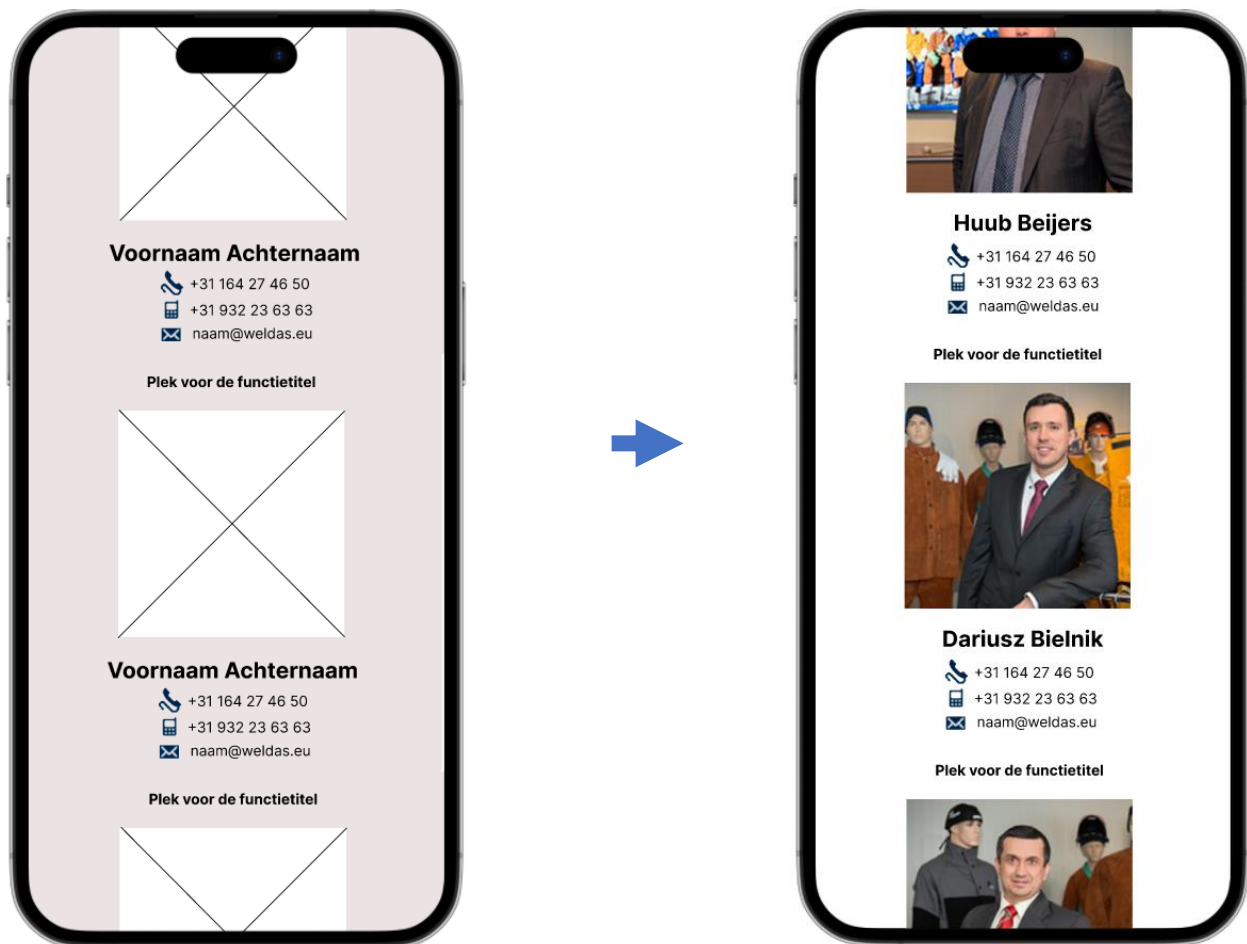
beschikbaar op de pagina van het product. In het wireframe is deze knop (call to action) te zien met daarin de tekst: “Stel een vraag”. Nadat ik Paul had gevraagd om feedback op mijn wireframe kwam ik erachter dat de volgorde waarin ik de knop en de contactgegevens had geplaatst niet helemaal logisch was. Met de knop in het wireframe zouden de klanten snel twijfelen over of ze een vraag moeten stellen of moeten bellen. Naast dit is het ook met deze tekst niet duidelijk dat de vraag over een product dient te gaan. In de rechter afbeelding heb ik dit verbeterd door de knop boven de contactgegevens te positioneren. Verder heb ik daarin ook de tekst veranderd naar: “Ik heb een vraag over een product”. Op deze manier weet de klant waar hij moet zijn voor het krijgen van contact en in welke vorm hij dit kan doen. Door te klikken op deze knop kom je terecht op het contactformulier. Op de onderstaande afbeelding is te zien hoe deze pagina eruit ziet:



Zoals je kunt zien kan de klant zijn of haar naam, e-mail, onderwerp en bericht achterlaten. Dit contactformulier is een functie die ook terug te vinden is op de huidige website. Ondersaan dit formulier is nog een checkbox te vinden waarmee de klant toestemming kan geven voor het verwerken van zijn of haar gegevens zoals dit beschreven staat in de privacyverklaring. Hieronder is de footer van de pagina te vinden. De footer ziet er natuurlijk exact hetzelfde uit als op de contactpagina zelf. In deze footer kun je navigeren naar andere delen van de website. In de onderstaande afbeeldingen is te zien hoe deze footer eruit ziet:



In de rechter afbeelding is te zien dat ik de footer nog had aangepast voordat ik over ging naar het designen ervan. Ik heb feedback aan een docent gevraagd die ons 1 dag (27 maart) ondersteuning en tips aanbood of vragen beantwoordde over design keuzes. Ik weet zijn naam niet omdat het geen docent van onze eigen klas was. Deze docent vertelde mij dat het ten eerste niet fijn voor het oog was dat de tekst gecentreerd stond. Buiten dit om heb ik van Anke nog feedback gekregen over de namen in de knoppen. Zo was bijvoorbeeld “Overige documenten” niet uitnodigend genoeg voor een klant om op te klikken, tegelijkertijd is dit een redelijk cryprische term als ik ga kijken naar de doelgroep van de website. Over het design aan de rechterkant had ik positieve feedback van dezelfde docent gekregen, hij vertelde me dat de footer een goede indistruële look had. Ten slot heb ik onderaan de footer nog een uitnodigende tekst geplaatst met daarbij het een knop naar het YouTube profiel van Weldas Europe. Ik heb het idee van de YouTube knop overgenomen van de huidige website. Nu ik het contactformulier heb laten zien ga ik verder met waar ik was gebleven op de contactpagina. Onder de knop “Ik heb een vraag over een product” is een overzicht te vinden van alle werknemers van Weldas Europe. In dit overzicht zijn afbeeldingen te zien met de bijbehorende contactgegevens van de werknemers. Ik heb ervoor gekozen om de werknemers zoals op de huidige website ook terug te laten komen op de contactpagina die ik zelf ontworpen heb. Ik heb dit gedaan omdat het voor bedrijven ook handig kan zijn om te weten met wie hij of zij heeft gebeld of graag zou willen bellen. Op de onderstaande afbeelding is te zien hoe ik de werknemers gepositioneerd heb:



Na het voorbij scrollen van de werknemers kom je aan de onderkant van de pagina terecht. Direct onder de werknemers vind je een embedded Google Maps toepassing waarmee klanten kunnen inzien waar Weldas Europe gevestigd is. Door middel van deze toepassing kunnen klanten de kaart aantikken om vervolgens een route naar het adres te berekenen. Ik heb ervoor gekozen om deze kaart toe te voegen omdat ik dit op veel moderne websites ook terug zie komen. Een voorbeeld hiervan is te zien op de contactpagina van de volgende website: <https://www.link-it.nl/> (hier werk ik). Onder deze kaart is weer dezelfde footer te zien die ook te zien was aan de onderkant van het contactformulier. In de onderstaande afbeeldingen is te zien hoe dit eruit ziet:



Ik heb ervoor gekozen om de achtergrond wit te houden zodat de inhoud niet te druk oogt. Ik heb hiervoor gekozen om de gehele pagina overzichtelijker te houden. De header van de pagina is geel terwijl de footer voornamelijk blauw is. Dit heb ik overgenomen van de huidige website. Verder zie je in zowel de header als de footer ook de secundaire kleur terugkomen. Boven de footer zie je een kleine schaduw op de gele achtergrond om net wat meer diepte te geven aan de website. Tussen de knoppen in de footer zitten kleine zwarte balkjes om een indicatie te geven dat het mogelijk is om op deze knoppen te klikken. Na meerdere keren feedback te hebben gevraagd is dit het resultaat van de contactpagina. Nu ik klaar ben met het maken van de contactpagina ga ik verder met de rest van de website. Ik ga samen met mijn groep nog bespreken welke pagina's ik ga ontwerpen. Vóór dat ik dit doe ga ik eerst nog een onderzoek bedenken en uitvoeren die bij kan dragen aan eventuele aandachtspunten voor andere pagina's van de website.

3. Reflectie

Wat heb ik geleerd?

Ik heb geleerd dat er veel komt kijken bij het maken van een deel van een website waarvan de bedoeling is dat de website marktwaardig is. Er zitten veel gedachtegangen achter de keuzes die ik maak en het is bij alles nodig om na te denken waarom en waar een klant iets te zien zou moeten krijgen. Op het gebied van design heb ik geleerd dat een afbeelding boven op een andere afbeelding meestal niet mooi is. Ook heb ik geleerd wat een call to action is en heb ik voorbeelden hiervan opgezocht, denk hierbij bijvoorbeeld aan de “Aan de slag” knop op de homepagina van Netflix. De eerste sprint van 2 weken zit erop waarbij ik onderzoeken heb gedaan en een wireframe met design heb gemaakt voor de contactpagina. Nu de tweede sprint net begonnen is ga ik opnieuw een plan uitstippelen met daarin de volgorde van onderzoek doen, ontwerpen en ten slotte testen.