

2ND

CHAPTER
WEBDESIGNSTUDIO

DESIGN BRIEF

2nd Chapter redesign website

Bryan van Delft - 500731896

Peter Buis

2nd Chapter BV

26/02/19 - Versie 1

INTRODUCTIE

Deze Design Brief is een introductie van mijn afstudeerproject. Het doel van dit project is om een digitaal prototype te ontwikkelen die het probleem van mijn opdrachtgever oplost. Mijn opdrachtgever is 2nd Chapter BV. Een Webdesign studio in Katwijk die gespecialiseerd is in Websites & online marketing. Het bedrijf maakt alle websites op maat naar de wensen van de klant. Ze hebben een eigen CMS ontwikkeld en gebruiken geen systemen als Wordpress of Magento.

De huidige website van 2nd Chapter is niet meer op standaard met de websites die zij voor klanten ontwikkelen. De website is een chaos van content daarnaast zijn de technische functies niet meer in lijn met de huidige web ontwikkelingen. Aan mij de taak om een nieuwe website voor het bedrijf te ontwikkelen.

Mijn project stopt niet bij het vormgeven van de nieuwe site. Ik zal ook de site gaan bouwen in HTML, CSS, Javascript en eventueel nog andere programmeertalen. Hier zal mijn grootste uitdaging van het project plaatsvinden.



INHOUDSOPGAVE

Het probleem	1
Interview opdrachtgever	2
De Context	3
Stakeholders	4
Stakeholders analyse	5
Trends	6
Design Challenge	7
Onderzoeksvragen	8
Visie	9
Het product	10
Focus	11
Mogelijke impact	12
Planning	13 - 14
Literatuurlijst	15

HET PROBLEEM

Aanleiding

2nd Chapter Webdesign studio is een bureau waar ik tweemaal mijn stage kon volbrengen. Dit bedrijf is begonnen als een bureau voor websites en grafische opdrachten. Twee jaar na de oprichting is het bedrijf ook een online marketing tak gestart. Doordat dit onderdeel er later pas bij kwam is de bedrijfswebsite niet ontworpen en geschreven voor deze extra informatie. Hierdoor is de huidige website een chaos van informatie geworden. Ook is de website inmiddels 4 jaar oud. In deze sector is het belangrijk om met de nieuwe trends mee te gaan. Je wil aan potentiële klanten aantonen dat je in staat bent om de nieuwste technieken toe te passen. De website is dus toe aan een nieuwe look met de nieuwste technieken en bedrijfsinformatie.

Wie

Mijn opdrachtgever is 2nd Chapter Webdesignstudio in Katwijk. Ze bestaan uit 4 vaste werknemers, een designer/front-ender, backender en 2 online marketeers. Het bedrijf is opgericht in 2015. De gewenste doelgroep zijn (middel)grote bedrijven/organisaties die een website/webshop nodig hebben.

Wat

2nd Chapter heeft sinds de oprichting van het bedrijf een eigen website staan. Bezoekers kunnen hier informatie op terug vinden zoals: klanten, werknemers, referenties en specialiteiten van het bedrijf. Het probleem is dat deze website door de jaren heen verouderd is. Toen het bedrijf begon bestond er nog geen online marketing afdeling. Bij het ontwerpen en bouwen van de website is hier dus geen rekening mee gehouden. Dit heeft er toe geleid dat de volgorde en de opbouw van de site een chaos is geworden.

Waar

Het probleem doet zich volledig voor online. Voordat klanten in zee gaan met een designstudio kijken ze eerst naar de bedrijfswebsite. Ze willen hier alle gewenste informatie eenvoudig terug vinden. Het zou kunnen dat iemand op de website komt doormiddel van mond-tot-mond reclame. Deze persoon wil dan direct op de website terug zien waar de andere persoon over vertelde.

Wanneer

Het probleem doet zich voor als er potentiële klanten de website bezoeken. Het probleem wordt elk jaar groter. Elk jaar zijn er ontwikkelingen op design en website gebied. Als webdesign studio moet je er voor zorgen dat de nieuwste en interessantste technieken terug komen op je eigen website. Een bedrijfswebsite is het belangrijkste visitekaartje dat je uit kan delen. Grote klanten willen weten dat ze in goede handen zijn bij een bedrijf. Een bedrijfswebsite kan hier aan bijdragen.

Waarom

Het probleem begon voornamelijk doordat er veel nieuwe informatie aan de pagina werd toegevoegd. Dit heeft geresulteerd in een rommelig design waar alle informatie niet makkelijk terug te vinden is. Voor de nieuwe website is het dus belangrijk dat eventuele aanvullende informatie makkelijk toegevoegd kan worden aan de pagina. Daarnaast is de website te veel verouderd. Na wat onderzoek ben ik erachter gekomen dat veel design studio's hun website veel aanpassen. Ze willen mee gaan met de tijd en blijven vernieuwen. 2nd Chapter heeft een website die nog bijna exact hetzelfde is als vier jaar geleden.

Hoe

Er zijn heel veel studio's waar ik inspiratie vandaan kan halen. Je ziet op veel van deze websites de meest unieke en lastige technieken terug komen. Elke studio wil zich onderscheiden en laten zien wat ze allemaal kunnen. Ik moet aan de hand van deze inspiratiebronnen en onderzoek naar webdesign kijken wat goed en wat niet goed werkt op het web.

INTERVIEW OPDRACHTGEVER

Om een aantal vragen die ik had betreft mijn project te laten beantwoorden heb ik een interview gehouden met mijn opdrachtgever (D. Guijt, persoonlijke communicatie, 25 februari 2019), hieronder een samenvatting van dit gesprek.

Wat is de doel van de site?

Het belangrijkste doel van de nieuwe website is om nieuwe klanten te winnen. ze willen de grote klanten aanspreken. Voorheen hebben ze veel kleine bedrijven geholpen aan een website, dit is niet meer de instelling van het bedrijf.

De portfolio is een belangrijk deel van de nieuwe website. Er moeten aparte pagina's komen voor de cases die zijn gedaan. Deze moeten gevuld worden met content zoals foto's, wireframes, designs, mock-ups enz.

Als laatste moet het online marketing een grotere positie krijgen op de site. Hier is het bedrijf later mee begonnen. Het moet duidelijk worden dat de klant een website en een online marketing abonnement kan afnemen.

Wat is de ambitie van het bedrijf?

Het bedrijf wil dus graag af van de kleinere klanten die veel tijd kosten en tegelijkertijd relatief weinig opleveren. De ambitie is om landelijk bekend te worden als webdesign bureau.

Ook wil het bedrijf graag meer webshops doen ipv. websites. Een webshop is goed te combineren met een online marketing abonnement. Zo kunnen ze dit als pakket verkopen.

Wat voor soorten functionaliteiten/elementen zou je graag terug zien op de site?

Canvas is een techniek die de opdrachtgever interessant vindt. Met deze techniek kan je de muis bijvoorbeeld veranderen of je kan tekenen in de browser. Er is veel mogelijk en dit zorgt ervoor dat de site uitstijgt boven een standaard pagina.

Daarnaast moeten er 'kleine' animaties terug komen. Buttons die kleine hover animaties hebben. Maar ook elementen die langzaam in-faden of inspringen.

Wat zijn de grootste concurrenten. Wat voor bedrijven zijn voorbeelden?

Concurrenten: Outlands, Dunepebbler, acegroup. Inspiratie: Built in Amsterdam, WebNL.

Wat mis je op de huidige website?

Ook is het een idee om meer te doen met actualiteiten zoals een blog. In deze blog kunnen tips, tricks en grappige items komen over het vakgebied en het kantoor. Daarnaast is het goed voor de vindbaarheid op Google.

Ideeën over het font/kleurgebruik/huisstijl, blijft deze hetzelfde of zijn er veranderingen?

De kleuren blijven hetzelfde, dit zijn oranje, wit en zwart. De ondertitel van het bedrijf 'webdesignstudio' is wel aan verandering toe. Het is meer dan dat aangezien er ook online marketing wordt gedaan. Dit is een onderdeel waar ik nog onderzoek naar kan doen als ik daar tijd voor zou hebben.

Er mag wel geëxperimenteerd worden met kleurgebruik. Een trend is nu gradiënts, dit mag ook zeker terugkomen. Bij de cases pagina is het ook interessant om de huisstijl van de klant te laten zien.

Wat zijn elementen op de huidige pagina die je goed vind en die je graag wil behouden?

De chat functie is een onderdeel die veel gebruikt wordt door de bezoekers van de site. Ook zijn de reviews belangrijk om terug te laten komen.

Het fotogrid die nu gebruikt wordt om de klanten te laten zien moet ook op een bepaalde manier terug komen op de nieuwe site.

DE CONTEXT

DE CONTEXT

STAKEHOLDERS

Opdrachtgevers/partners

2nd Chapter BV
Drukkers
Videograaf
Fotograven
Hostingpartijen
Werknemers van 2nd Chapter

Gebruikers

ZZP'ers
Startende bedrijven
Starters
Werkzoekende
Ondernemers
Fysieke winkels
Webshops
Bedrijven
Concurrenten
Klanten

Concurrenten

Webdesigners
Webdesign bureaus
Online marketing bureaus
Wix / Wordpress
ZZP'ers
Vormgevers

Maatschappij

Overheid
Gemeente Katwijk
Bedrijven
Bezoekers
Gebruikers
Opleidingen/scholen

DE CONTEXT STAKEHOLDERS ANALYSE

Opdrachtgevers / partners

Stakeholder	Behoeftes die ze zeker hebben	Behoeftes die ze waarschijnlijk hebben
2nd Chapter BV: De opdrachtgever zelf	Ze willen meer klanten. Ze willen een website die werkt als portfolio/visitekaartje voor het bedrijf. Een unieke website met de nieuwste technologische mogelijkheden.	Meer bezoekers op de pagina. Meer naamsbekendheid door het hele land. Af van de kleinere klanten.

Gebruikers

Stakeholder	Behoeftes die ze zeker hebben	Behoeftes die ze waarschijnlijk hebben
Bedrijven: vaak startende bedrijven, die hun bedrijf ook op internet in de markt willen zetten.	Snel de juiste content kunnen vinden op de site. Ze hebben over het algemeen weinig tijd. Ze willen een prijs en eerder werk zien. Snel contact op kunnen nemen.	Chatten met het bedrijf voor korte vragen. Makkelijk offerte aanvragen. Een mooie en unieke website.

Concurrenten

Stakeholder	Behoeftes die ze zeker hebben	Behoeftes die ze waarschijnlijk hebben
ZZP'ers: Deze zzp'ers willen kijken of ze iets kunnen betekenen voor 2nd Chapter	Kijken wat 2nd Chapter aan het doen is. Kunnen ze ergens aan bijdragen of verbeteren?	Contact opnemen. Blijven volgen wat het bedrijf doet. Blog lezen.

Maatschappij

Stakeholder	Behoeftes die ze zeker hebben	Behoeftes die ze waarschijnlijk hebben
Scholen / opleidingen: 2nd Chapter is een bedrijf waar studenten stage kunnen lopen. Dit is interessant voor scholen en opleidingen.	Ze willen weten wat voor bedrijf het is en wat ze doen. Zijn ze in staat om een stage aan te bieden. Hebben ze de papieren en capaciteiten voor een stagiair?	Hebben er al meerdere stagiaires gelopen?

Webdesign trends

Animaties op het web

“Beweging wordt steeds subtieler: een blokje valt niet – baf – op je scherm, maar strijkt zachtjes neer. Een knopje golft. Data stuiptert binnen. UI-animaties zijn heel fijn voor de gebruiker, zijn acties krijgen antwoord.” (Désirée Battjes, Beau van Essen, 10-12-2018)

Animaties zie je tegenwoordig op bijna elke website terug. Dit kunnen kleine animaties zijn zoals een product die vliegt naar een winkelmand of een button die van vorm en kleur verandert. Ook zie je steeds meer grotere animaties terug komen op het web. Dit is fijn voor de gebruiker omdat hij feedback krijgt als hij een actie uitvoert op de site. Een ander voordeel is dat de pagina wat dynamischer wordt tijdens het bezoek.

Hang on
Setting up your account.



Foutmelding van Google

Oh no!
Something went wrong...



Foutmelding van Google

Figuur 1. Animatie van Google. Overgenomen uit 10 webdesigntrends voor 2019 van Désirée Battjes, Beau van Essen, 2018 (www.frankwatching.com/archive/2018/12/10/10-webdesigntrends-voor-2019/) ©Google.

Bewegend beeld

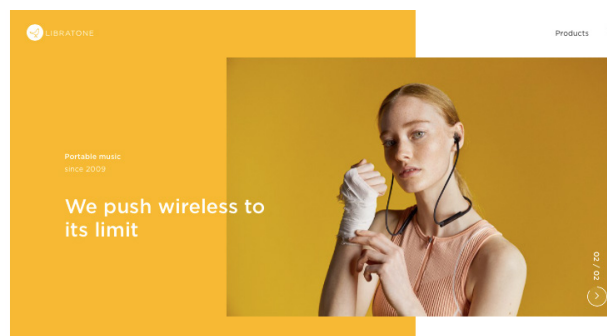
“Bewegend beeld is sexy. Video op een home- of landingpage laat geen enkele gebruiker onberoerd. Maar let op. Een promofilm integraal neerkwakken, leidt enorm af. Beeld – ook video-beeld – moet bij binnenkomst ondersteunend zijn. Als plakje leven. Korte shots, sfeerbeelden, liefst zonder geluid en eventueel met blur of filter. Goed uitgevoerd is video als illustratie onweerstaanbaar.” (Désirée Battjes, Beau van Essen, 10-12-2018)

Beeld wordt steeds belangrijker op het web. Goede videos kunnen veel toevoegen aan een pagina. Zoals Désirée en Beau al vermelden moeten de shots kort zijn en vooral niet afleiden. Laat dus het geluid achterwegen en blur eventueel zelfs de beelden.

Minimalism

“Perhaps one of the most classic and timeless web design trends, minimalism is often the go-to aesthetic of choice. The fewer elements and content on a website, the less your audience will have to think. If a website is designed in the right way, it will show the user exactly what she is looking for.” (Lennart de Ridder, z.d.)

Je wilt een bezoeker niet overspoelen met informatie en content. Een minimalistische site past goed bij 2nd Chapter. Niet veel content op de site, de content die er is moet voor zichzelf spreken. Dit gebeurt door de design die erachter zit.



Figuur 2. Minimalistische site van Libratone. Overgenomen uit 10 innovative web design trends for 2019 van Lennart de Ridder, z.d. (www.99designs.nl/blog/trends/web-design-trends-2019/) ©Libratone.

Transitions

“Even simple transitions can serve to elevate your design.

Designers are exploring a variety of section-based transitions that can be vertical or horizontal. Plus, with advanced parallax effects, it's becoming easier for designers to make specific elements or copy stand out on the page.” (Alexandra Mercier, 29-11-2018)

Pagina overgangen zie je steeds meer terugkomen op het web. Ze moeten wel subtiel zijn, de content blijft het belangrijkste. Een goede overgang zorgt ervoor dat je de bezoeker triggert om meer te ontdekken op de site.

DESIGN CHALLENGE

Hoe kan een website die gebruik maakt van vernieuwende UX & web technologieën, 2nd Chapter helpen om meer grotere (potentiële) klanten te bereiken.

ONDERZOEKSVRAGEN

Gebruiker:

- **Wat zijn de frustraties van de bezoekers/potentiële klanten?**
 - Context mapping (Wat is hun ervaring met het product)
 - Participant observation (Waar klikken ze, wat zoeken ze)
- **Wat is de doelgroep van de site en wat vinden zij belangrijk op zo'n website?**
 - Personas (Wat is de ideale persoon die de website bezoekt?)
 - Card sorting (Welke kaart plaatsen hun bovenaan? Dat vinden ze belangrijk)
- **Hoeveel tijd willen bezoekers gemiddeld spenderen op een pagina?**
 - Literature studies (Hier is onderzoek naar gedaan)
 - Fly on the wall (Waar klikken ze, wat zoeken ze, hoeveel tijd spenderen ze?)
- **Wat zijn manieren om de gebruiker te beïnvloeden in het nemen van actie zoals contact opnemen of inschrijven?**
 - Literature studies (Hier is onderzoek naar gedaan)
 - Interview

Technologieën

- **Welke functies wil ik op de website hebben? (Denk aan: meertalig, nieuwsbrief, SEO, Zoekfunctie)**
 - Interview (met de opdrachtgever)
 - Trend analysis (Wat is nu de trend? Wat komt er aan? Denk ook aan andere branches)
- **Welke elementen kunnen de site versterken in zijn doel? (Denk aan: animatie, video, infographic, custom icons, fotografie)**
 - Literature studies (Hier is onderzoek naar gedaan)
 - Design patterns search (Wat werkt het best?)
- **Hoe gaan de bezoekers/potentiële klanten de website vinden?**
 - Expert interview (met online marketeer)
 - Customer journey (wat voor pad leggen de gebruikers af?)
- **Wat zijn de 'regels van het web'? Welke moet ik gebruiken welke kan ik mee experimenteren?**
 - Literature studies (Hier is onderzoek naar gedaan)
 - Requirements list (wat heb ik allemaal nodig, checklist)

Context

- **Wat is de doelstelling van de opdrachtgever, wat willen ze bereiken wat is de boodschap?**
 - Interview (met de opdrachtgever)
- **Wat doet de concurrentie online, wat voor elementen kan ik gebruiken?**
 - Benchmark creation (Wat is er al, wat doet de concurrentie?)
 - Best, good and bad practices (Wat doen andere bureaus goed en slecht?)

VISIE

VISIE HET PRODUCT

Wat zou een goede oplossing zijn als je kijkt naar de behoefte van alle stakeholders?

Een website waar de bezoekers snel in contact kunnen komen met het bedrijf. Voordat ze contact opnemen moeten ze dat wel eerst willen met het bedrijf. Hier kan de nieuwe website aan bijdragen. De nieuwe website zal de nieuwste trends en ontwikkelingen volgen op het gebied van (web)design. Technieken zoals CSS-animaties en CANVAS zullen gebruikt worden om de bezoeker een unieke ervaring te geven. Daarnaast moet de website zo opgezet worden dat hij goed te vinden is in Google. Hier zal ik dan ook goed onderzoek naar moeten doen.

Welke beperkingen gelden er voor je oplossing?

Het is een website, wat er gelijk voor zorgt dat de oplossing te simpel kan zijn. Daarnaast zijn er tegenwoordig websites in alle soorten en maten, het is lastig om er nog bovenuit te springen.

Een website verouderd tegenwoordig snel omdat het web, snel vernieuwd, met nieuwe technieken en trends. Ik moet de website zo bouwen en vormgeven dat hij nog een tijd mee kan.

Welke kansen moeten onderdeel zijn van je oplossing?

De nieuwe technieken op het gebied van webdesign. Er is tegenwoordig veel mogelijk met video, animaties, interactie en micro-transacties. Dit mag allemaal terug komen op het eindproduct. Daarnaast moet de website vooral gebruiksvriendelijk zijn. Er zijn veel studies naar gedaan om een website zo gebruiksvriendelijk mogelijk op te stellen, deze wil ik gebruiken waar mogelijk. Ook zijn er bepaalde richtlijnen bepaald voor web, hier wil ik onderzoek naar doen en vervolgens toepassen.

Welke doelen wil je bereiken?

De bezoeker een unieke en gebruiksvriendelijke ervaring bezorgen. Ze moeten de gewenste informatie kunnen vinden. Het is ook belangrijk dat ze makkelijk en snel contact op kunnen nemen met het bedrijf.

De nieuwe 2nd Chapter website moet een website worden die zich kan meten met de websites van de grootste en beste (web)design studio's van de wereld.

VISIE FOCUS

Ik was op zoek naar een afstudeerproject waar ik het hele proces van idee naar volledig werkend prototype kon volbrengen. Ik specialiseer me niet op alleen UX of Coderen maar juist op het hele proces. Dit heb ik tijdens mijn stages ook gedaan, daarom wilde ik dit in mijn afstuderen doorzetten.

Mijn project is het hele proces van idee naar volledig werkend prototype. Deel een van mijn project zal bestaan uit een uitgebreid onderzoek naar de doelgroep, web technieken, opdrachtgever, gebruiker, trends enz. Dit onderzoek zal 7 weken in beslag nemen, dit vormt de basis van mijn project. Ik zal gebruik maken van interviews, studies, benchmarking, costumer journeys enz.

Na mijn onderzoek ga ik mij 4 weken full-time richten op het vormgeven van de website. Waarom zet ik bepaalde elementen op een bepaalde plek, hier zal mijn onderzoek van pas komen. De designs zullen bestaan uit een paar versies paper-prototypes. Als deze voldoende getest zijn dan ga ik ze digitaliseren in Photoshop. Ik vul de designs alvast in met zoveel mogelijk juiste tekst en fotografie, zodat de designs pixel precies over kan nemen van Photoshop naar HTML/CSS.

Nadat ik de digitale prototypes heb gemaakt ga ik aan de slag met programmeren. Hier ligt de grootste uitdaging voor mij. Ik ben goed in HTML & CSS en ik heb basis Javascript kennis. Daarnaast moet ik goed onderzoek doen naar technieken als CSS animaties, CANVAS en page transitions. Voor het coderen van de pagina heb ik 6 weken ingepland.

VISIE MOGELIJKE IMPACT

AVG wetgeving

Sinds 25 mei is de algemene AVG van toepassing op websites. De oude persoonsgegevens wet is toen vervallen. Dit betekend dat de privacy regels op het internet een stuk strenger zijn geworden. Eigenlijk alle websites die alleen al een formulier op hun website hebben die zijn beïnvloed hierdoor. Dit betekend dat je website goed duidelijk moet maken wat zij met de bezoeker zijn gegevens doen. Uit een artikel op Vaneldijk (van Eldijk, 2018) heb ik een aantal punten verzameld die belangrijk zijn om je website AVG-proof te maken.

Zorg voor een duidelijke privacyverklaring, waar precies in staat wat er met de gegevens wordt gedaan en waarom ze ingevuld moeten worden. Daarnaast is het belangrijk te laten weten hoe lang de gegevens bewaard worden. Punt twee is dat de gegevens op een juiste plek opgeslagen moeten worden, hou de gegevens bij elkaar op een locatie. Het laatste punt is dat je de gebruikers moet vertellen over de cookies en ze hier akkoord mee moet laten gaan.

Content

Het internet wordt bezocht door alle leeftijden. Het is dus belangrijk om hier over na te denken bij het maken van een website. De content moet toegankelijk zijn voor alle leeftijden, als dit niet het geval is dan zou er een leeftijds check moeten komen. Daarnaast is het met fotografie belangrijk dat je niet zo maar foto's plaatst van mensen zonder hun toestemming. Hier komt het deel AVG weer naar voren. Maar je hebt ook te maken met fotografie waar copyright op zit. Deze zou je dan moeten aankopen of rechtenvrije fotografie moeten gebruiken.

PLANNING

Eigen deadlines		Deadlines school / mijlpalen
Deskresearch, vooronderzoek	WEEK 01	Projectvoorstel
Deskresearch, vooronderzoek, inspiratie, Brainstorm	WEEK 02	
Design Challenge, onderzoeksvragen + methodes, interview opdrachtgever	WEEK 03	Design Brief. Eerste versie van de design brief
Deskresearch, vooronderzoek, inspiratie, Interview online marketing expert	WEEK 04	
Paper prototype	WEEK 05	Feedback Frenzy + paper prototype (v1). Tijdens feedback de prototypes testen
Paper prototype v2, testen bij stakeholders	WEEK 06	
Nieuwe versie paperprototype omzetten naar wireframes. Testen bij stakeholders	WEEK 07	V2 prototypes testen bij verschillende stakeholders
Starten met digitale schetsen.	WEEK 08	
Digitale schetsen v1 afmaken & testen bij stakeholders	WEEK 09	Digitale schetsen (v1) afmaken + testen bij stakeholders
Digitale schetsen v2 maken & testen bij stakeholders	WEEK 10	
Digitale schetsen af. Hele website ontworpen, klaar voor coderen	WEEK 11	Digitale schetsen afgerond
Beginnen met coderen. Aan de slag in HTML/CSS	WEEK 12	
Eerste pagina's af in HTML/CSS & testen bij stakeholders	WEEK 13	Eerste pagina's gecodeerd.
Presentatie voorbereiden. Verder met coderen	WEEK 14	Groenlicht presentatie
Alle pagina's af in HTML/CSS. Beginnen met de animaties, overgangen (JS, Canvas)	WEEK 15	
Vervolg van week 15	WEEK 16	Alle pagina's gecodeerd + uitgebreid getest
Laatste puntjes JS, canvas, enz. Einddocumentatie in orde maken.	WEEK 17	
Presentatie voorbereiden	WEEK 18	Eindoplevering
Video maken	WEEK 19	Presentatie
	WEEK 20	Video promo

Onderzoek & paper prototypes

Digitale designs

Coderen

Oplevering

PLANNING

Afstuderen ☆ Persoonlijk Privé BD Uitnodigen

- Vooronderzoek (Week -2 t/m 3)**
 - Desk research
 - Inspiratie ☒ 0/1
 - Requirement list
 - + Nog een kaart toevoegen
- Design Brief (Week 3)**
 - Het probleem
 - De context ☒ 0/3
 - Design Challenge + onderzoeksvragen
 - Visie ☒ 0/3
 - Planning
 - + Nog een kaart toevoegen
- Onderzoek (Week 1 t/m 7)**
 - Design specifications
 - Feedback Frenzy
 - Vooronderzoek
 - Concurrentie analyse
 - Technologie onderzoek
 - Expert interviews
 - Persona's
 - Inspiration Wall/Moodboard
 - Costumer Journeys
 - Literature studies
 - Design patterns search
 - Card sorting
 - Benchmark creation
 - Best, good and bad practices
 - + Nog een kaart toevoegen
- Conceptfase (Week 5 t/m 7)**
 - Paper prototype ☒ 0/4
 - + Nog een kaart toevoegen

Digitaliseren (Week 8 t/m 11) ...

- Digitale schetsen ☒ 0/4
- + Nog een kaart toevoegen

Coderen (Week 12 t/m 17) ...

- HTML ☒ 0/3
- Javascript
- CSS ☒ 0/2
- Responsive
- Groenlicht presentatie
- + Nog een kaart toevoegen

Oplevering (Week 18 t/m 20) ...

- Eindoplevering
- Video
- Presentatie
- + Nog een kaart toevoegen

+ Voeg een andere lijst toe

In Trello houd ik mijn planning bij. Ik maak per onderdeel een checklist aan wat ik moet doen voor die opdracht. In de titels van de blokken staat het aantal weken dat ik ervoor heb. Dit document gaat dagelijks veranderen.

Link: <https://bit.ly/2GNjZjh>

LITERATUURLIJST

Battjes, D. van Essen, B. (2018, 10 december). 10 webdesigntrends voor 2019. Geraadpleegd van <https://www.frankwatching.com/archive/2018/12/10/10-webdesigntrends-voor-2019/>

de Ridder, L. (z.d.). 10 innovative web design trends for 2019. Geraadpleegd van <https://99designs.nl/blog/trends/web-design-trends-2019/>

Mercier, A. (2018, 29 november). 2019 Website Design Trends [Expert Predictions & Stunning Examples]. Geraadpleegd van <https://www.pagecloud.com/blog/website-design-trends-2019>

van Eldijk, T. (2018, 31 mei). Hoe zit het nu met de AVG? En wat betekent dit voor jouw website?. Geraadpleegd van <https://www.vaneldijk.nl/artikelen/hoe-zit-het-nu-met-de-avg-en-wat-betekent-dit-voor-jouw-website>