



designosource

Outdoorfan

www.outdoorfan.be

2013 - 2014

Project

Outdoorfan



outdoorfan

Bruno Coninckx

bruno@koninckx.be

www.outdoorfan.be

Inhoud

1. Projectplan
 - 1.1 Situatieschets en probleemstelling
 - 1.2 Aansturing
 - 1.3 Doelstelling van het project (SMART)
 - 1.4 Verwachte projectresultaten
 - 1.4.1 Business goals/ voordelen
 - 1.4.2 User goals/ voordelen voor gebruiker
 - 1.5 Doelgroep en stakeholders
 - 1.5.1 Externe stakeholders
 - 1.5.2 Interne stakeholders
 - 1.5.3 Doelgroep
 - 1.6 Veronderstellingen en randvoorwaarden
 - 1.7 Concept
 - 1.7.1 Design persona
 - 1.7.2 Site-map
 - 1.7.3 Screenshots
 - 1.8 Projectafbakening met functionaliteiten
 - 1.8.1 Scope van het project
 - 1.8.2 Functionaliteiten
 - 1.9 Ontwikkeling interface
 - 1.10 Relatie met andere projecten en/of initiatieven
 - 1.11 Projectfasering
 - 1.12 Projectbegroting, raming kosten per fase
 - 1.13 Risicoanalyse
 - 1.14 Opportuniteiten en acties
 - 1.15 Meerwaarde
2. Leerpunten
3. Bijlagen

1. Projectplan

1.1 Situatieschets en probleemstelling

De heer Bruno Coninckx is een onderzoeker die werkt bij Thomas More, Bruno was al even bezig met uitdenken van een concept omtrent een online magazine toen hij bij designosource kwam aankloppen. Dit concept valt voor Bruno onder zijn bezigheid als zelfstandige waarbij hij zijn passie voor artikels schrijven en buitensport wil combineren. Omdat Bruno een kennis is van onze collega Robby heeft Robby hem kunnen doorverwijzen naar designosource om hem te helpen bij de verdere ontwikkeling van dit magazine.

Voor deze ontwikkeling heeft Bruno aan ons gevraagd om onze kennis over usability, UI, UX, design, development, ... te gebruiken om een kwalitatief online magazine uit te bouwen. Dit magazine moet natuurlijk wel aan bepaalde eisen voldoen zoals ontwikkeling in Wordpress en tweetaligheid.

Naast het feit dat wij bezig zijn met de ontwikkeling van de website is Bruno bezig met het businessplan van de website. Toen hij bij ons kwam aankloppen had hij reeds enkele concepten bedacht die geïntegreerd moesten kunnen worden in de website. Deze elementen hebben wij voorzien voor hem en zouden dan van bij de opstart of pas later toegevoegd kunnen worden, deze elementen zijn:

- Mogelijkheid voor reclame [Banners]
- Mogelijkheid om artikels te delen [RSS - Social media]

1.2 Aansturing

Projectcoördinator	Stijn Schets
Project-groepsleden	Joeri Claes Flor Holvoet
Datum aanvang	Eerste briefing: 21 februari 2014
Datum oplevering	Offerte goedkeuring - 06 maart 2014 Design goedkeuring - 04 april 2014 Oplevering deel 1 [artikels toevoegen] - 08 mei 2014 Eindoplevering - 12 juni 2014

1.3 Doelstelling van het project (SMART)

Specifiek	<p>Een website met artikels die gedeeld kunnen worden door middel van een RSS en social media. De website moet tweetalig zijn, er moeten verschillende artikels in het Nederlands en het Frans kunnen worden toegevoegd.</p> <p>De website wordt in Wordpress ontwikkeld omdat de klant hier ervaring mee heeft en Wordpress alles aanbiedt wat in de website verwerkt moet worden.</p>
Meetbaar	<p>Voor websites zijn er algemene tools die een website meetbaar maken, zo is er Google Analytics dat zich focust op het bezoekersaantal.</p> <p>Naast Google Analytics zijn er voor Outdoorfan nog enkele specifieke manieren waarop de website meetbaar is, zo is er de sponsoring, de hoeveelheid artikels die gedeeld worden, ..., de algemene verspreiding van de content.</p> <p>Naast deze elementen is er ook nog Facebook, aangezien Outdoorfan ook aanwezig zal zijn op Facebook zullen hierdoor ook de klassieke Facebook cijfers gebruikt kunnen worden om de online aanwezigheid van Outdoorfan te meten.</p>

Acceptabel	Er zijn reeds verschillende online magazine's, maar Bruno heeft een onderzoek gedaan naar deze niche-markt. In deze markt zijn er nog geen vergelijkbare websites die dit aanbieden, het concept is dus origineel.
Realistisch	Het uitwerken van dit project is zeer realistisch in combinatie met een Wordpress thema en plug-ins. De inschatting van de opbrengsten zijn nog niet 100% realistisch, onderzoek hiernaar loopt nog en zal nog lopen tijdens het eerste levensjaar van Outdoorfan.
Tijdgebonden	De website moet voor het einde van dit academiejaar afgewerkt zijn. Door de klant is er geen vaste deadline opgelegd, de klant wil wel al sneller artikels kunnen toevoegen om geen lege website te hebben bij de lancering.

1.4 Verwachte projectresultaten

1.4.1 Business goals/ voordelen

De website moet in een eerste fase opbrengen wat er van budget werd ingestoken, deze periode is door de klant niet vastgelegd. In de tweede fase is het belangrijk om te controleren of deze website een goed concept is en waar er verbetering mogelijk is.

Zoals eerder vermeld is de website uitgerust met verschillende mogelijkheden om geld op te brengen, deze zaken kunnen ingezet worden op ieder moment.

Bannering

De mogelijkheid om sponsors toe te voegen aan de website, zij zullen dan op verschillende manieren kunnen toegevoegd aan de banners op de website. Zo zijn er de algemene banners die zichtbaar zijn op iedere pagina. Maar er kunnen ook banners gebruikt worden binnen een artikel of enkel op een deelpagina van een bepaalde sport.

Artikels delen via RSS

De mogelijkheid om artikels te delen is zeer belangrijk, dit zorgt ervoor dat andere magazine's de artikels kunnen gebruiken. In de eerste fase zullen alle artikels zonder probleem leesbaar zijn en is er de mogelijkheid voor iedereen om de artikels binnen te halen via RSS. Deze artikels mogen echter niet zomaar gebruikt worden, voor het gebruik van de artikels moet dan betaald worden. De mogelijkheid om artikels te gebruiken van Outdoorfan wordt verkocht buiten de website en dus niet via een online-shop of dergelijke. Naar de toekomst zou Outdoorfan kunnen evolueren naar een platform waar artikels rechtstreeks online aangekocht kunnen worden in bundels. Dit zit echter niet in onze scope en is dus niet geïntegreerd.

1.4.2 User goals/ voordelen voor gebruiker

De volledige website moet gebruiksvriendelijk zijn, dit wil zeggen dat alles op ieder platform gebruiksvriendelijk moet zijn. Zowel op het vlak van leesbaarheid als structuur is dit belangrijk voor een online magazine. Gebruikers moeten bij het bezoeken van de website "gepushed" worden naar het lezen van een artikel door een makkelijke structuur. De leesbaarheid speelt vooral een rol bij lange artikels, gebruikers lezen geen lange teksten in een lettertype dat bijna niet leesbaar is.

De gebruiker moet dus een volledig assortiment aan artikels kunnen vinden dat op een duidelijke manier gestructureerd is. In deze structuur moet de gebruiker uitgenodigd worden om een artikel te lezen, om dit te bevorderen wordt er gebruik gemaakt van grote afbeeldingen en de vermelding hoelang het duurt om een bepaald artikel te lezen. Eenmaal een gebruiker in een artikel is moet de gebruiker gemotiveerd worden om het artikel te delen. Dit wordt gedaan door "inline content sharing" een manier van delen waarbij de gebruiker rechtstreeks paragrafen uit een artikel kan delen in plaats van alleen het volledige artikel.

1.5 Doelgroep en stakeholders

1.5.1 Externe stakeholders

(Potentiële) sponsors

Deze stakeholders zorgen voor een groot deel van de opbrengsten van de website. De sponsors hebben een plaats waar een specifiek doelpubliek aanwezig is. Naast dit specifiek publiek is ook het aantal belangrijk. In deze fase zijn er nog geen sponsors voor de website, er werd wel reeds contact opgenomen met bepaalde merken.

Merken met een eigen magazine dat artikels bevat omtrent buitensport

Deze stakeholder wordt aangesproken om artikels over te kopen, deze artikels kunnen dan gebruikt worden om in hun eigen magazines te plaatsen. De RSS feed maakt het voor deze stakeholders mogelijk om artikels binnen te laden in hun eigen website of om deze over te nemen in hun eigen magazine. Het is voor hun belangrijk dat de artikels van een goed niveau zijn omdat zij de kwaliteit van hun merk linken aan de kwaliteit van de artikels.

Gebruikers

Gebruikers lezen de artikels en zorgen voor het verkeer op de website, een magazine zonder lezers kan niet blijven bestaan. Bij de online magazine's is dit niet anders enkel komen er geen rechtstreekse inkomsten van lezers.

Bij de gebruikers verstaan we ook de gebruikers van de artikels in andere magazine's. Er zouden dus enkel onrechtstreekse gebruikers kunnen zijn. Deze gebruikers zorgen ervoor dat de magazine's die de artikels aankopen kunnen blijven bestaan en deze dan de artikels van Outdoorfan kunnen aankopen.

1.5.2 Interne stakeholders

Personen achter Outdoorfan

Bij Outdoorfan zijn er twee personen aan het werk, iemand aan de franstalige en iemand aan de nederlandstalige kan. Deze personen hebben het volledige magazine in handen, bij hun is het direct voelbaar of er veel, weinig of geen inkomsten zijn.

Thomas More

Voor Thomas More is Outdoorfan een project tussen verschillende afdelingen. Zulke projecten kunnen de connecties binnen Thomas More bevorderen of indien het slecht gaat verbreken. Voor de school en zijn opleidingen is een goed verloop van projecten een sterk punt om de hele school dichter bij elkaar te brengen en tot een sterk geheel te doen uitgroeien.

1.5.3 Doelgroep

Primaire doelgroep

- Sportliefhebbers
- Sponsors
- Andere magazine's met artikels over buitensport

Secundaire doelgroep

- Lezers van andere sport magazine's [waar artikels van Outdoorfan in voorkomen]

1.6 Veronderstellingen en randvoorwaarden

De klant heeft kennis van Wordpress en wil dit systeem dus ook gebruiken, ook zorgt de klant voor bepaalde zaken in het ontwikkelingsproces:

- Domeinnaam outdoorfan.be
- Hosting
- Content
- Regelmatische feedback

1.7 Concept

1.7.1 Design persona

Een design persona wordt op dezelfde manier opgesteld als een user persona, enkel wordt er nu niet over de user gesproken. Bij een design persona wordt het merk menselijk gemaakt om het merk beter te begrijpen. <http://aaronwalter.com/design-personas/>

Marc, 38 jaar en een recreatief sporter

Doet regelmatig aan verschillende sporten. Zoekt veel informatie op over sport. Leest veel artikels, zowel digitaal als analoog. Houdt van reizen en is veel onderweg. Heeft veel kennis over reizen en sporten.

Brand Traits

- Een algemene brede kennis
- Sportief maar niet professioneel
- Sociaal en aanspreekbaar
- Rustig maar volhardend
- Kritische lezer en schrijver
- Deelt graag zijn ervaringen en kennis

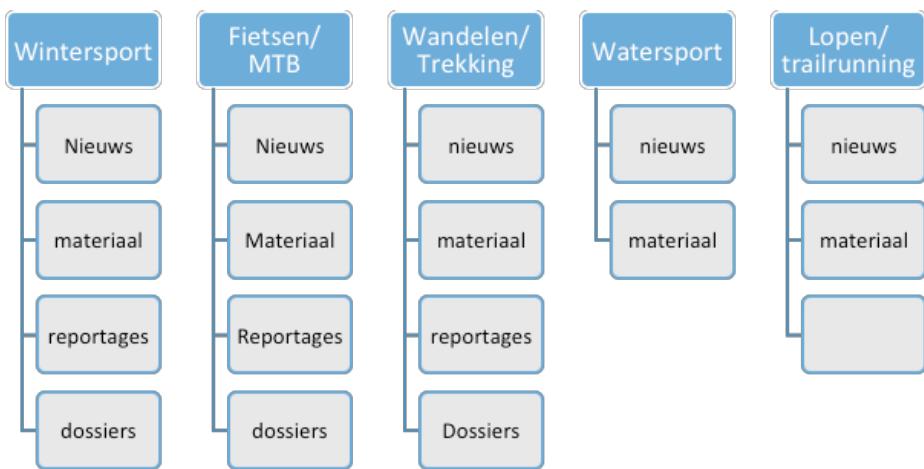


Personality map

Outdoorfan biedt een ruim aanbod van buitensport artikels aan. Deze artikels zijn geschreven door en voor liefhebbers van de buitensport. Een duidelijke structuur en recent nieuws staan centraal bij Outdoorfan.

1.7.2 Site-map

De website bestaat uit vijf verschillende categorieën, iedere categorie is dan nog eens opgedeeld in verschillende subcategorieën. Deze site-structuur was reeds opgesteld door de klant toen hij bij designosource aankwam.



Hoofdcategorieën [Wintersport, Fietsen/MTB, ...]

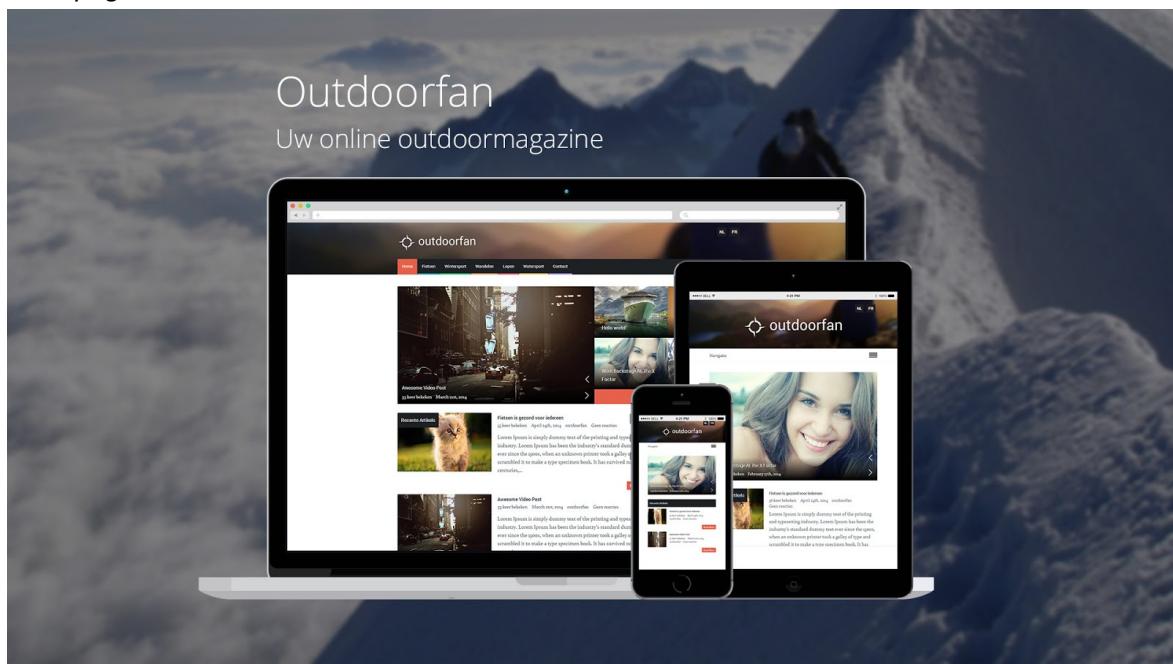
Deze zijn opgedeeld naar gelang de sport, in de toekomst kunnen bepaalde categorieën uitgebreid of ingeperkt worden met subcategorieën. Er kunnen ook sporten aan toegevoegd of verwijderd worden.

Subcategorieën [Nieuws, Materiaal, Reportages, Dossiers]

Deze onderverdeling is door de klant opgesteld om een onderscheid te maken in soorten van artikels. Aangezien de klant een grote ervaring heeft met het schrijven van artikels en het onderverdelen in bepaalde groepen hebben wij zijn ervaring gevolgd en deze structuur zo overgenomen in de website.

1.7.3 Screenshots

Homepage



Facebook

The screenshot shows the Facebook profile of 'outdoorfan'. The cover photo is a blurred image of a person in a blue jacket walking through a green, hilly landscape. The profile picture is a white square containing the outdoorfan logo. The page name is 'Outdoorfan' with '6 likes'. Below the page name are two buttons: 'Liked' and 'Following'. To the right of the page name is the text 'Uw online outdoor-magazine'. At the bottom of the profile section are three buttons: 'About - Suggest an Edit', 'Photos', and 'Likes'. The 'Likes' button has the number '6' next to it. A small thumbnail image of a person in a blue jacket is also visible.

Mailchimp

The screenshot shows a Mailchimp newsletter from 'outdoorfan'. The subject line is 'Accuifietsend de Kitzbüheler Alpen op'. The main image is a photo of several people riding bicycles on a path through a green field with mountains in the background. To the right of the image is a block of text: 'Dankzij de elektrische fiets gaat er voor velen een nieuwe fietswereld open. Met een E-Bike kijk je niet meer tegen een berg op. Genietend van het uitzicht draai je moeiteloos de pedalen rond. Afhankelijk van je eigen kracht laat je je in meer of mindere mate helpen door je geruisloze "vriend" onder het zadel. Zo [...]'. Below this text is a red button labeled 'Lees meer >'. Below the main section is another section titled 'Wandelen in de voerstreek' with a photo of two people walking on a path.

1.8 Projectafbakening met functionaliteiten

1.8.1 Scope van het project

Een online magazine met vijf verschillende categoriën [Wintersport - Fietsen/MTB - Wandelen/Trekking - Watersport - Lopen/Trailrunning] ieder categorie heeft nog de verschillende subcategorieën [Nieuws - Materiaal - Reportages - Dossiers]

1.8.2 Functionaliteiten

Het project omvat volgende functionaliteiten

- Een geschikt Wordpress-thema kiezen
- Structuur van website ontwikkelen
- Verschillende sjablonen ontwikkelen voor artikels
- Facebook account met design
- Google analytics account aanmaken
- Artikels deelbaar maken via rss, twitter, facebook
- Nieuwsbrief template ontwikkelen

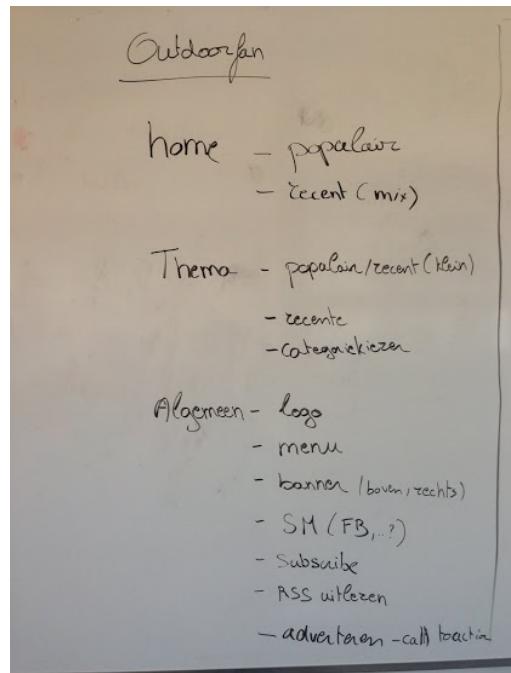
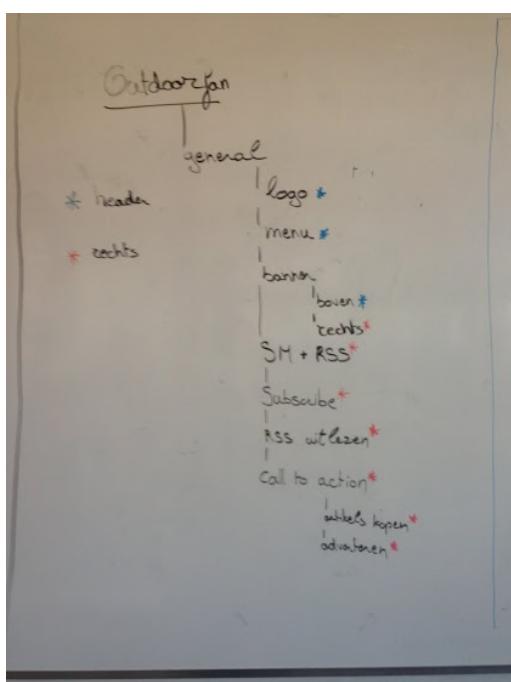
Het project omvat volgende functionaliteiten niet

- Het schrijven van artikels
- Content plaatsen op social media
- Social media strategy
- Opvolgen van Google analytics

1.9 Ontwikkeling interface

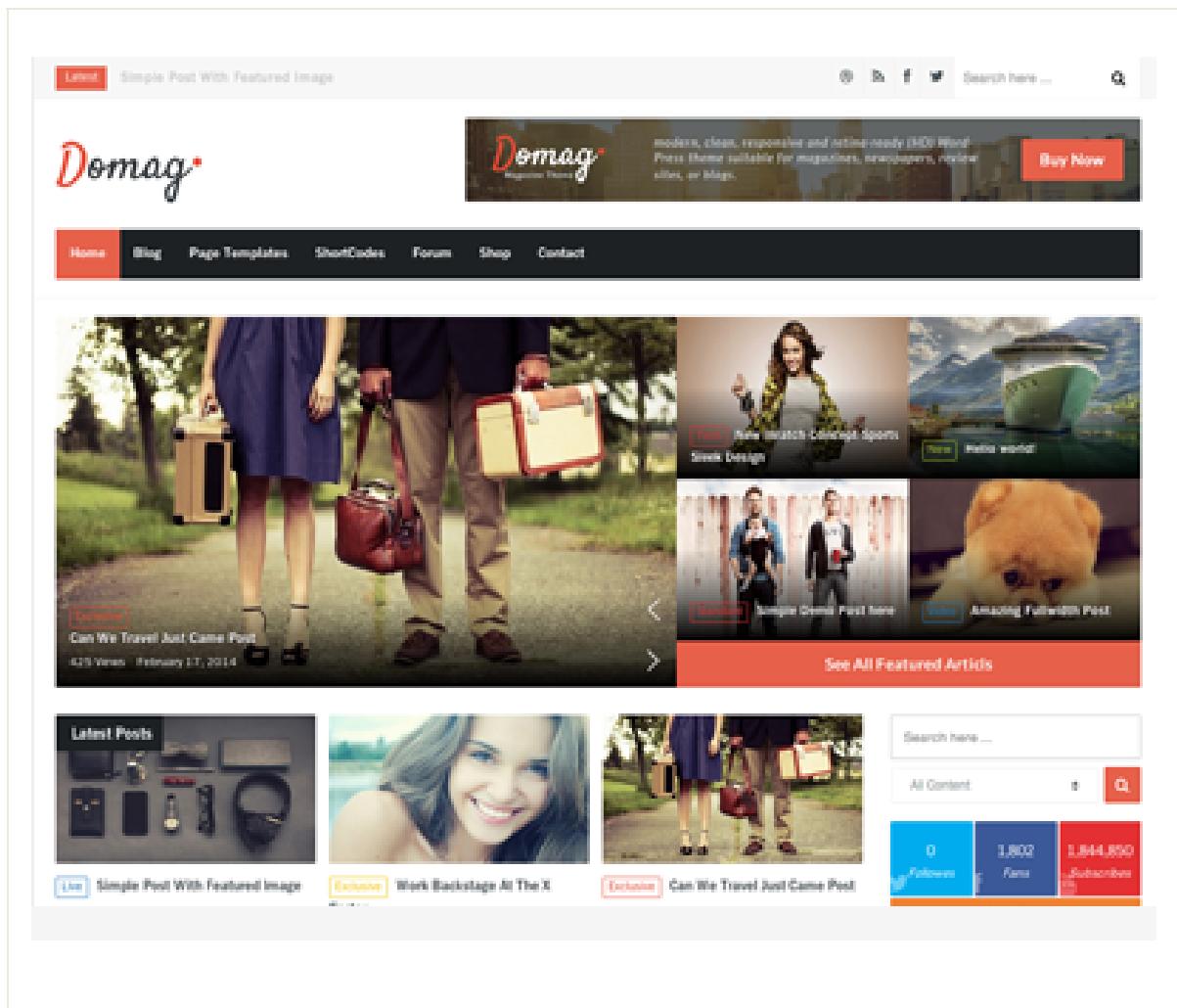
Structuur

Deze structuur hebben we gekozen om de pagina's op te bouwen. Hiervoor hebben we rekening gehouden met alle vereisten van de klant. Belangrijk hierbij was dat de elementen naar keuze moeten kunnen toegevoegd of verwijderd worden. Hiervoor hebben we gekozen om te werken met vaste blokken die allemaal beschikken over variabele elementen.



Interface

Voor de interface hebben we gekozen, op vraag van de klant, voor een thema. Dit thema bevat reeds veel elementen die aanwezig moeten zijn in de website. Het thema biedt een goede basis-structuur waarop we kunnen voortbouwen, de aparte elementen zoals artikels, artikeloverzichten en dergelijke worden helemaal opnieuw opgemaakt. Dit omdat het thema geen rekening houdt met leesbaarheid en verhoudingen van lettertypes. Eveneens zullen bepaalde structuren aangepast worden om beter binnen het totaal concept te passen.



1.10 Relatie met andere projecten en/of initiatieven

Domag, een thema dat beschikbaar is voor Wordpress, aangekocht door de klant.

http://themeforest.net/item/domag-i-flat-responsive-retina-wordpress-magazine/full_screen_review/6893226

1.11 Projectfasering

	Activiteit:	Van	Tot	Resultaat
Fase 1	Branding	13 maart	1 april	Goedkeuring 4 april
Fase 2	Design & IA	27 maart	12 juni	Goedkeuring 8 mei (deel1) 12 juni (deel2)
Fase 3	Development	4 april	12 juni	Goedkeuring 12 juni
Fase 4	Extra features	22 mei	12 juni	Goedkeuring 12 juni

1.12 Projectbegroting, raming kosten per fase

AANTAL UREN/MAN	BESCHRIJVING	EENHEIDSPRIJS	BEDRAG
BRANDING			
2	Logo	€ 60	120,00 €
8	Huisstijl	€ 60	480,00 €
VOORBEREIDING DEVELOPMENT			
8	Informatiearchitectuur	€ 60	480,00 €
6	Wireframes + mock ups	€ 60	360,00 €
DEVELOPMENT			
8	Development	€ 60	480,00 €
10	CMS implementatie	€ 60	600,00 €
2	RSS Feed	€ 60	120,00 €
6	Content delen	€ 60	360,00 €
4	Tweetalig maken	€ 60	240,00 €
EXTRA			
6	Nieuwsbrief integratie	€ 60	360,00 €
4	Social media opstart + integratie	€ 60	240,00 €
			TOTAAL (excl. BTW)
			3.840,00 €
			+ 21% BTW
			806,40 €
			TOTAAL
			4646,40 €

Na de offerte die een algemeen overzicht geeft van het verloop van het project heeft het team dat op het project werkt een specifieke onderverdeling gemaakt. Deze onderverdeling geeft exact weer waar welke uren worden geïnvesteerd. Zo valt social media zowel onder design als onder extra features, waar we bij de algemene offerte hier geen onderscheid hebben in gemaakt.

Fase 1	Branding	Euro
	Logo	120 euro
	Typografie	120 euro
	Kleuren	60 euro
	Design persona	120 euro
	Stijltegel	180 euro
	Totale kosten fase 1:	
		600 euro

Fase 2	Design & IA	Euro
	Informatie-architectuur	480 euro
	Mock-ups	120 euro
	Wireframes	240 euro
	Design Facebook-pagina	120 euro
	Totale kosten fase 2:	
		960 euro

Fase 3	Development	Euro
	CMS thema opzetten	240 euro
	Architectuur integreren	120 euro
	Thema front-end bijwerken	240 euro
	Thema back-end bijwerken	480 euro
	Tweetalig maken	240 euro
	RSS feed integreren	120 euro
	Social media sharing integreren	360 euro
	Totale kosten fase 3:	
		1800 euro

Fase 4	Extra features	Euro
	Nieuwsbrief integreren	360 euro
	Google analytics account aanmaken	60 euro
	Social media opzetten	60 euro
	Totale kosten fase 4:	480 euro

1.13 Risicoanalyse

Bij dit project is het grote risico het gebrek aan kennis van het thema, enkele risico's waar we rekening mee moeten houden zijn:

- Slechte / oude code -> Code is niet met SASS geschreven
- Responsive kan op een andere manier worden uitgewerkt dan gekend
- Geen tot weinig commentaar bij de code
- Combinatie van aanpasbaarheid in thema en in code kan ingewikkeld zijn

Deze risico's hebben we deels kunnen incalculeren in de offerte, hierbij hebben we onze uren zo verdeeld om extra tijd te kunnen steken in het developpen waar het zou kunnen mislopen bij zaken die we niet kennen.

Eveneens het mislopen van een installatie van een plugin zou hieronder kunnen vallen.

1.14 Opportuniteten en acties

Dit project heeft verschillende opportuniteten, bij deze opportuniteten denken we in de eerste plaats aan het implementeren van nieuwe trends. We hebben veel research gedaan naar online magazines, voornamelijk online typografie, en hebben hieruit enkele opvallende trends ontdekt die we gaan implementeren:

- Grote font-size (min 16px, langere teksten groter of meer met blokken werken)
- Inline content sharing
- Grote afbeeldingen
- Content first -> content moet duidelijk en goed gepresenteerd worden
- Naar mobiel moeten teksten nog altijd goed leesbaar zijn

Deze nieuwste design en development trends hebben we nog niet kunnen implementeren in een ander project en we vonden het dus zeer belangrijk om ze hier te gebruiken.
Het implementeren van deze trends is niet enkel voordelig voor de klant, maar ook voor ons. De extra toegevoegde waarde voor de klant bestaat er uit dat we een magazine maken dat aangenaam is om te lezen en handig in gebruik op ieder toestel.
“ De gebruiker komt naar de website voor de content en leest meerdere artikels omdat het magazine aangenaam leest.”

Opportuniteiten voor designsource liggen voornamelijk in het verzamelen van kennis, we zijn steeds op zoek naar de nieuwste trends op alle vlakken in de online wereld. Als we deze trends dan kunnen toepassen op een project kunnen we hier veel uit leren. In totale werkuren van dit project zal dit extra tijd kosten maar deze kosten zullen terugverdiend worden door de additionele kennis.

Raming totale kosten

Van de totale projectkosten wordt uit eigen middelen gefinancierd	$4.646,40 / 3 = 1.548,8$ [Klant betaald] $4.646,40 - 1.548,8 =$ 3.097,6 euro
Van de totale projectkosten wordt uit de subsidie gefinancierd	0 euro

1.15 Meerwaarde

De meerwaarde van het project kunnen we voornamelijk halen uit de opportuniteiten die we hebben gecreëerd bij het project.
We hebben de vrijheid gekregen om gebruik te maken van nieuwe technieken en deze op een verantwoorde manier te integreren. De meerwaarde wordt dan ook met de prijs van extra uren betaald, maar deze extra uren zullen ons veel bijleren.

2. Leerpunten

Stijn Schets

Outdoorfan is voor mij het eerste (en ook enige) project waarbij ik projectleider was, een hele ervaring. Voor dit project heb ik dan ook extra inspanningen gedaan om het tot een goed einde te brengen. Hierbij heb ik vooral geleerd om projectmanagement te combineren met het uitwerken van het project. Op het eerste zicht is dit een zeer moeilijke taak om zowel te coördineren als mede te werken aan het project en dit is in praktijk dan ook tot uiting gekomen, mede door de omvang en moeilijkheidsgraad van het project. Omdat er verschillende taken zijn als projectmanager, zoals inschatten, plannen, ... is er minder tijd om zelf het project mee uit te werken.

Ik heb hierbij ook geleerd dat projectmanagement een aangename bezigheid is, maar om werkelijk een volwaardig en goed projectmanager te zijn moet een maximum van de beschikbare tijd naar het managen van een project gaan.

Een persoonlijke meerwaarde van dit project was zeker het implementeren van nieuwe trends in de website, trends die ik zeker nog zal gebruiken in komende projecten.

Outdoorfan was voor mij een project waarbij we in team gewerkt hebben om zoveel mogelijk ervaring op te doen op alle vlakken. Ik kan wel zeggen dat alles wat we konden leren we er ook uit hebben gehaald.

Joeri Claes

Binnen dit project ben ik aanraking gekomen met alle aspecten van een online nieuwsmagazine. Vooral op technisch vlak heb ik dankzij dit project enorm veel kunnen bijleren. Outdoorfan werd opgestart in de loop van het tweede semester. Dit had als voordeel dat we onze ervaring van de afgelopen maanden konden gebruiken voor dit project. Tijdens het eerste semester moesten we aftasten wat werkte, en wat niet. Deze expertise konden we dan gebruiken om Outdoorfan tot een goed einde te volbrengen.

Outdoorfan was ook het eerste project waarmee ik aanraking kwam met meertaligheid. Samen met Flor heb ik onderzocht hoe we dit het beste konden implementeren binnen Wordpress. In andere projecten hadden we nog niet echt met versiebeheer gewerkt. Rede te meer dus om dit wel te gebruiken voor Outdoorfan. Vroeg of laat zou je hier toch mee in aanraking komen. Onze mening was dat we hier beter mee konden starten tijdens onze opleiding dan in het bedrijfsleven

Ik heb al mijn expertise van de afgelopen drie jaar kunnen gebruiken binnen dit project. Buiten het realiseren van de website kwam ik ook in contact met Mailchimp (nieuwsbrief) en het opzetten van een Facebook pagina.

Het was ook een uitdaging omdat Outdoorfan niet een huis-tuin-keuken website is, neen het is een online platform. Dit zorgde voor extra druk op de teamleden, we kwamen voor uitdagingen te staan die we eerder nog niet hadden tegengekomen.

Flor Holvoet

Dit project was voor mij de eerste echte hands-on ervaring met Wordpress. Ik heb al met verschillende content management systemen gewerkt en ik heb ook al de SaaS ‘Software-as-a-Service’ van Wordpress.com gebruikt, maar dit was de eerste keer dat ik echt werkte met een custom installatie van Wordpress.

Mijn kennis van webserverbeheer kwam goed van pas want ik heb een test omgeving opgezet, een deel van mijn persoonlijke server eigenlijk, om de outdoorfan Wordpress installatie live te zien draaien op het internet. Ik leerde ook nieuwe zaken: samen met Joeri heb ik een workflow opgezet om automatisch de git repository te deployen naar onze test omgeving. We hebben ons moeten verdiepen in git hooks naar php scripts om dit werkend te krijgen. Nu we weten hoe dit werkt kunnen we deze workflow ook blijven gebruiken in de toekomst.

Ik onderzocht ook de verschillende mogelijkheden om een Wordpress installatie meertalig te maken. Er zijn verschillende manieren om dit te doen en met oog op de beste oplossing te vinden voor de klant heb ik dit grondig onderzocht. Uiteindelijk bleek de meest geschikte plugin hiervoor Polylang. Maar ik onderzocht ook de alternatieven en ik leerde ondertussen bij over de verschillende features en uitbreidmogelijkheden van Wordpress.

Al bij al leerde ik uit dit project veel algemene zaken over Wordpress, maar ook specifieker over workflows tijdens de ontwikkeling en plugins van het cms.

3. Bijlagen

Bijlage 1 - Voortgangsrapportering: Werkelijk gepresteerde uren per fase

Bijlage 2 - E-mailcorrespondentie

Bijlage 1 [datum toevoeging - 5 juni 2014]

Task	Subtask	Estimated worktime	Actual worktime
Branding		10	14.5
	Logo	2	3.5
	Typography	2	5
	Colors	1	1
	Design persona	2	1
	Stijltegel	3	4
Design en IA		16	16
	Design facebook pagina	2	2
	Wireframes	4	4
	Mock-ups	2	4
	Informatiearchitectuur	8	6
Development		30	28.5
	CMS thema opzetten	4	5
	Thema bijwerken	4	12
	Architectuur integreren	2	3
	Development aan CMS	8	
	RSS Feed - delen artikels	2	0.5
	Content sharing (SM, ...)	6	3
	Tweetalig maken	4	5
Extra		8	5
	Nieuwsbrief integratie	6	3
	Social media integratie	1	1
	Social media opstart pagina	1	1
Totaal		64	64

Bijlage 2

Hey Bruno,

Ik wil

alvast even meegeven dat verdere email-communicatie altijd via mij zal gaan, dus als er vragen of opmerkingen zijn kan je ons altijd kan contacteren via dit email adres.

In verband met de briefing van vorige week wou ik nog vragen of het mogelijk is om de briefing-documenten digitaal door te sturen.

Alvast bedankt.

Stijn

In bijlage de nota. Ik hoop dat je hiermee verder kan?

Hebben jullie al enig idee wanneer jullie er aan zouden kunnen beginnen werken?

Stijn

Ik ben er snel doorgegaan, en het lijkt me grotendeels wel te beantwoorden aan wat ik verwacht. Voor jullie concreet van start gaan, is het wellicht het beste om nog eens samen te zitten met mijn partner erbij.

Ik zou graag ook eerst de offerte hebben natuurlijk

Omdat ik hier minstens de eerste twee jaar niet veel geld uit ga halen, maar er wel veel tijd (en dus geld) zal in moeten investeren, wil ik de ontwikkelkost wel zo laag mogelijk houden. Ik weet niet of het voor jullie een optie is, maar voor mij is het bijvoorbeeld zeker goed dat jullie een bestaand Wordpress theme nemen en dat eventueel verder kneden tot wat ik nodig heb. Dan kunnen jullie misschien meer tijd steken in andere zaken zoals design, integratiemogelijkheden, enz.

Ik heb even op Google naar ‘wordpress theme for online magazine’ gezocht en dan krijg je toch wel een aantal interessante en mooie themes, tegen een redelijke prijs. Er zijn er bij met een speciale prijs voor ontwikkelaars, zodat er makkelijk aan verder gewerkt kan worden. De volgende leek mij bijv. al niet slecht: <http://www.cssigniter.com/demo2/?theme=neuton> Maar er zullen er zeker nog zijn. Wat denk je daarvan?

Volgende week ben ik met vakantie, maar kan ik mijn mail’s avonds wel bekijken. De week erna zou ik vanaf woensdag wel eens kunnen samenzitten als dat nodig is. De week daarna ben ik weer een week weg.

Hey Bruno,

Hierbij stuur ik u de aangepaste offerte door voor Outdoorfan, de exacte planning is nog niet volledig afgewerkt maar aangezien onze werkweken bij designsource kort zijn (8uur) schatten wij dat "project Outdoorfan" 2 tot 3 maand zal duren. Een verdere planning met concrete deadlines zal ik u volgende week nog doorsturen.

Stijn

Bedankt voor de offerte.

Zoals daarstraks gezegd: in de veronderstelling dat de prijs niet enorm stijgt (liever daalt natuurlijk!), heb je hierbij al mijn akkoord. Indien mogelijk zou ik het toch al graag binnen twee maanden grotendeels online hebben, zodat ik voor het zomerseizoen al wat inhoud kan beginnen toevoegen. Bepaalde zaken, zoals integratie met nieuwsbriefmodule, FB pagina e.d. kunnen gerust nog iets later, maar het zou mooi zijn mocht het cms al eerder klaar zijn zodat ik daar al zaken kan inbrengen.

Stijn

Robby vertelde me dat jullie al goed aan het opschieten zijn. Is er al iets dat je me kan/wil laten zien?

Dag Bruno,

We zijn inderdaad goed aan het opschieten, begin volgende week zullen we de eerste zaken kunnen tonen. Samen met deze zaken zouden we graag ook de aankoop van het Wordpress thema bespreken zodat we zo snel mogelijk aan het development kunnen beginnen. Hierbij willen we eveneens zo snel mogelijk de mogelijkheid bieden aan u om artikels toe te voegen.

Aangezien de stage loopt ben ik de komende 2 weken niet aanwezig in Mechelen, voor dit te bespreken zal ik u dus alles doorsturen met de nodige informatie. Voor eventuele vragen zouden we dit via telefoon / mail kunnen bespreken.

Stijn

ik ben de komende twee weken ook bijna niet thuis, maar kan normaal wel af en toe op internet.

Als je een Wordpress theme wilt kopen, laat je het maar weten: ofwel koop ik het zelf en stuur ik het door, ofwel kopen jullie het en reken je dat door. Heb je er een gevonden, of voldoet datgene dat ik had gezien? Ik heb toen wel heel vlugvlug gezocht, dus ik weet niet of het voldoet - maar dat kan jij beter beoordelen.

Hey Bruno,

<http://stijnschets.be/outdoorfan/docroot/>

Met deze link wil ik je al een inzicht bieden in de ontwikkeling van de branding. De zaken die hierbij te zien zijn zijn echter nog geen volledig afgewerkte ontwerpen, het is meer de rode draad die steeds in ontwikkeling is voor het team.

Een volledig afgewerkt design zal nog even moeten wachten omdat we deze week met enkele developers samenzitten om het design te mixen met thema om zo tot een totaal beeld te komen. Het is natuurlijk wel altijd mogelijk om opmerkingen of vragen te stellen omtrent deze "rode draad".

Korte uitleg bij de link

- Als eerst is er het design persona, hierbij wordt het merk als persoon voorgesteld, dit maakt het gemakkelijker voor het hele team om rond het merk te werken.
- Na het design persona is er de site map
- Na de sitemap zijn er de kleuren, lettertypes, ... en de eerste aanzet naar een logo

Waar zijn we nu specifiek aan aan het werken

- De positionering van alle elementen binnen een pagina.
- Waar wordt de social media geplaatst, de banners, ...
- Theme afstemmen op branding

Waar gaan we deze week nog aan werken

- Opstarten Wordpress
- Concrete datum vanaf wanneer er artikels gepost kunnen worden
- Verschillende pagina's sitemap aanmaken en opmaken

Eind deze week begin volgende week laat ik alvast meer weten hoe het snelt met de opbouw van de website.

Hey Bruno,

We werken deze week de website op de backend af om artikels toe te voegen zowel in het Nederlands als in het Frans.

Voor de rest zijn we ook nog bezig met het maken van aanpassingen in de lay-out.

Eind deze week zal ik alle info geven hoe we dit verder zullen regelen zodat u al artikels kan toevoegen vanaf volgende week.

Stijn

Ok, ben benieuwd. Als je nog iets hebt dat we al kunnen bekijken van de lay-out, zie ik dat graag.

Momenteel heb ik alleen de url geparkeerd, zonder webruimte. Activeer ik dan al best webruimte? De URI staat nu bij OVH geparkeerd, maar ik heb enkele domeinen bij [One.com](#) en ben daar op zich tevreden over. Heb je daar ervaring mee voor sites die (hopelijk) iets meer bezoekers trekken, of hebben jullie een andere goede hosting aanbieder?

Stijn

Zou je me de url van waar de site nu staat eens kunnen doormailen?

Ik zou graag de achterkant ook eens zien als dat kan. Zou je me daar ook een login van kunnen bezorgen?

Hey Bruno,

<http://outdoorfan.xqx.be/wordpress/nl/>

login: outdoorfan

wachtwoord: zwargat,

Indien u artikels wenst toe te voegen zou dit mogelijk zijn, maar buiten deze functie moeten wij u vriendelijk vragen om geen wijzigingen door te voeren.

Stijn

Bedankt.

Wat is de url om in te loggen?

Ik zal er nog niets aan doen, ook geen artikels toevoegen – het is gewoon om eens te kijken.

Ik heb vandaag plots wat werk bij gekregen voor deze week, dus het lukt me de eerste dagen niet meteen om materiaal bij elkaar te zoeken. Wanneer heb je dat best?

Hey Bruno,

Indien er tegen volgende week donderdag al enkele artikels zouden zijn in beide talen zou dit zeer handig zijn voor ons.

url om in te loggen: <http://outdoorfan.xqx.be/wordpress/wp-admin>

Hey Bruno,

We zijn vandaag verder bezig aan Outdoorfan, we hebben afgelopen week nog de SEO en social media integratie afgewerkt.

Hierbij hadden wij nog enkele vragen om de website over te zetten naar uw domein.

- Is [one.com](#) al opgezet?
- Kunnen wij alle gegevens hiervan krijgen zodat wij hieraan kunnen werken.

Voor Facebook hadden wij nog de vraag of u met 1 pagina of met 2 verschillende pagina's wilt werken (NL-FR). Meestal wordt één pagina gebruikt voor beide talen.

Stijn

het domein staat bij [One.com](#)

login is : bruno@koninckx.be

pw: Outdoorfan.1

zo kom je in het configuratiemenu voor al mijn domeinen, waar je voor Outdoorfan kan kiezen.

wat FB betreft: 1 pagina is idd voldoende.