

Think+inker



Multimediaontwerpproject & Interactieontwerp

31-03-2017

Max Bastiaan
Frederique Henraat
Annejet Robijn
Lisanne van Vliet
Freek van der Weij

Inhoudsopgave

| | |
|----------------------------------------------------|------------|
| Inleiding | p. 2 |
| Methode | p. 3 - 5 |
| Ontwerp | p. 6 - 9 |
| Statistisch onderzoek | p. 10 - 12 |
| Literatuurlijst | p. 13 |
| Appendix | p. 14 |
| Bijlage 1: Persona's | p. 14 - 15 |
| Bijlage 2: Job stories | p. 16 - 17 |
| Bijlage 3: User Journey | p. 18 |
| Bijlage 4: Script user tests | p. 19 - 20 |
| Bijlage 5: Resultaten user tests origineel ontwerp | p. 21 - 29 |
| Bijlage 6: Resultaten user tests nieuw ontwerp | p. 30 - 35 |
| Bijlage 7: Statistisch onderzoek | p. 34 - 35 |

Inleiding

Product vision

Tinker is bezig met het creëren van een netwerk dat reizen voor iedereen efficiënt en betaalbaar maakt. Nu doen ze dit met taxi's vanaf en naar de luchthaven. Hun uiteindelijke droom is om dit ook uit te breiden naar het vliegen zelf.

Huidige klanten van Tinker Travel zijn nu voornamelijk 45+, maar de diensten van Tinker zijn voor iedereen. Jong en oud. Als je vervoer nodig hebt naar of vanaf het vliegveld, zit je goed bij Tinker.

Met de taxi is het misschien wat duurder dan met bijvoorbeeld het openbaar vervoer, maar als je bij Tinker ver van te voren een taxi boekt, krijg je vroegboekkorting. Ook is het mogelijk om een taxi te delen met mensen die op dezelfde locatie moeten zijn. Zo kom je toch nog heel voordelig uit. Door de combinatie van mensen vroeg te laten boeken en taxi's te laten delen, kan Tinker winst maken.

Probleemanalyse

Tinker Travel heeft al een groot aantal 'vaste' klanten. Van mensen die de website een keer gebruiken, is de kans groot dat ze de website nog een keer gaan gebruiken. Ze hebben echter moeite met het werven van nieuwe klanten. Er zijn heel wat concurrenten aanwezig op de markt en met de huidige site blinkt Tinker nog niet uit. Ook is het voor veel klanten niet duidelijk dat taxi's ook van de luchthaven naar verblijfplaats geboekt kunnen worden. Dit duidt dus op een erg lage conversie. Veel klanten haken bij de laatste stap in het boekingsformulier af. Tinker heeft dit zelf ondervonden door verschillende statistieken van hun site te bekijken aan de hand van Google Analytics.

Onderzoek

Een beter boekingsproces kan eerder genoemde problemen verhelpen. Daarom is de volgende onderzoeksvraag opgesteld: "Hoe kan het boekingsproces op TinkerTravel verbeterd worden?". Door de layout van de website overzichtelijker te maken, verwachten wij het boekingsformulier intuïtiever te maken. Zo willen wij het boekingsproces op TinkerTravel verbeteren. Als het boekingsproces makkelijker wordt, zal de conversie naar verwachting verhogen.

Doel

Het doel van dit onderzoek is om meer nieuwe klanten te werven, door de conversie van het boekingsformulier te vergroten. Dit kan bereikt worden door een meer overzichtelijke indeling en logische placering van elementen van het boekingsproces en andere aanpassingen die verkregen worden uit o.a. user tests.

Methode

Persona, job stories & user journey

Het onderzoek begon met het maken van twee persona's. De eerste persona is een moeder van een groot gezin. Het boeken van een reis kost haar altijd veel tijd en zorgt voor stress.

De andere persona is een ouder koppel met weinig computerervaring. De volledige uitwerking van de persona's staat in de eerste bijlage van het appendix.

De volgende stap van het onderzoek zijn de job stories en een user journey. Deze zijn gebaseerd op de persona's en te zien in de tweede en derde bijlage van het appendix. De main job story is als volgt:

1. Als ik op vakantie ga, wil ik me geen zorgen hoeven maken over het vervoer naar het vliegveld, zodat ik alvast in de vakantiestemming kan komen.

De stories zijn opgedeeld in verschillende categorieën, zoals basiseisen, efficiëntie en kosten. Deze helpen een beeld te schetsen van wat gebruikers nodig hebben in het boekingsformulier.

De user journey laat scenario's zien waarin de gebruiker interactie heeft met Tinker. Een probleem dat uit de user journey bleek, was bijvoorbeeld dat terugkerende klanten hun persoonlijke gegevens niet kunnen opslaan.

User testing

Om meer inzicht te krijgen in de ervaring van gebruikers van Tinker worden user tests afgenomen. Voor alle tests wordt hetzelfde script gebruikt. Dit script staat in bijlage 4. De proefpersonen krijgen onder andere de opdracht om het volledige boekingsformulier van de huidige site van Tinker door te lopen. Bij het afnemen van de tests is rekening gehouden met randomization. De proefpersonen worden op straat (locatie?) benaderd, waarbij het dus ging om first time users. De vijf eerst afgenomen testen zijn volgens het volledige script. De rest van de testen is volgens het laatste deel van dat script afgenomen, waarin alleen wordt gevraagd naar het doorlopen van het boekingsformulier.

De volgende stap is het maken van een nieuw ontwerp. Als deze definitief is, zijn opnieuw user tests afgenomen. Dit gebeurt met het laatste onderdeel van het eerder gebruikte script. Vervolgens worden de verschillende soorten problemen die uit de testen zijn gekomen geanalyseerd. Aan de hand van statistische testen worden de problemen die uit eerste ontwerp zijn gebleken, vergeleken met de problemen in het nieuwe ontwerp. Volgens Jakob Nielsen (2012) mogen op gebruikerstesten pas statistische toetsen worden toegepast, als er 20 testen zijn afgenomen. Vandaar dat zowel bij de eerste als de tweede ronde 20 personen werden ondervraagd. Deze personen zijn willekeurig aangesproken op straat en hebben ook willekeurig de oude of nieuwe site bekeken.

Theorie van Cialdini

Het nieuwe ontwerp wordt mede gebaseerd op de theorie van Cialdini (2001). Deze theorie gaat ervan uit dat mensen sneller overgehaald worden bij drie principes. Deze zijn *reciprocity*, *scarcity*, *authority*, *consistency*, *liking* en *consensus*. Hieronder worden deze verschillende principes uitgelegd.

Reciprocity

De verplichting om te geven wanneer je iets hebt ontvangen. Als je bent uitgenodigd voor iemands verjaardag, voelt het verplicht om die persoon ook uit te nodigen voor jouw verjaardag. Of als een collega iets voor jou doet, doe je iets voor diegene terug. Als je iets voor iemand doet, is de ander eerder geneigd ook iets te doen voor jou. Het voelt dan als een verplichting om iets terug te doen. Je kan ook wel stellen dat als jij iets voor iemand doet mensen eerder 'ja' zullen zeggen. Zo blijkt uit onderzoek (Nielsen, J. 2012) dat je meer fooi geeft, als de serveerster je een klein cadeautje, zoals een pepermuntje, heeft gegeven. Het is dus belangrijk om als eerst een gunst te verlenen, iets persoonlijk en onverwachts.

Scarcity

Mensen willen meer van iets waar weinig van is. Het is niet alleen genoeg om mensen te vertellen over de voordelen van jouw product of service. Je moet ook vertellen wat uniek is aan jouw product en nog belangrijker, wat ze zullen verliezen en missen als ze niet ingaan op jouw voorstel.

Authority

Iemand komt sneller geloofwaardig over als diegene een vorm van autoriteit uitstraalt. Dit kunnen mensen laten zien door een diploma te laten zien, maar een pak of uniform dragen helpt ook al een eind. Het helpt niet alleen als de persoon zelf zijn of haar autoriteit toont, maar ook als iemand anders dit bevestigt. Als een assistent of secretaresse vertelt over de kennis en vaardigheden een persoon beschikt, zullen anderen tegen deze persoon opkijken.

Consistency

Mensen zijn graag consistent met de dingen die ze eerder hebben gedaan of gezegd. Door eerst iets kleins van mensen te vragen, kan je uiteindelijk voor elkaar krijgen dat ze iets groters voor je doen. Dit doen zij dan omdat ze het kleine gebaar al hebben gedaan en de stap kleiner is om het grotere gebaar uit te voeren. Het kleine gebaar is een commitment die de mensen hebben gemaakt met jou of je product. Een voorbeeld hiervan is dat mensen die al een sticker op hun raam hebben waaruit blijkt dat ze het goed vinden als er in hun buurt een lagere snelheidslimiet komt, eerder ook een poster of iets anders in hun ruit zullen hangen. Met als uiteindelijke doel dat de snelheidslimiet ook daadwerkelijk verandert.

Liking

Mensen zeggen eerder ja tegen iemand die ze leuk vinden. Er zijn drie factoren die bijdragen aan het feit of we iemand mogen.

1. Wij mogen mensen die gelijk zijn aan ons.
2. Wij mogen mensen die ons complimenten geven.
3. Wij mogen mensen die goed meewerken met ons aan gemeenschappelijke doelen.

Dit kan ook online plaatsvinden door eerst een gesprek te voeren en zo achter overeenkomsten tussen elkaar te komen en elkaar complimentjes te geven en dan pas te beginnen met overleggen en andere zaken.

Consensus

Mensen kijken naar het gedrag van andere mensen om hun eigen gedrag te bepalen. Door ergens neer te zetten dat een bepaald percentage van de mensen iets doen, zullen andere mensen het ook eerder gaan doen. Dit doen zij omdat zij denken dat andere mensen het ook doen.

Ontwerp

Oriëntatie voor ontwerp

Voordat een begin werd gemaakt aan het ontwerp, is eerst onderzoek gedaan naar de functies die gebruikers anders of toegevoegd zouden willen zien. De eerste stap in dit onderzoek is het creëren van persona's. Deze staan beschreven in bijlage 1. De twee persona's waarmee zijn gewerkt, zijn de moeder van een gezin met kinderen waar reizen altijd veel stress kost en het stel van hoge leeftijd dat weinig computervaardigheden heeft en zich ook zorgen maakt over reizen. Hier zijn de volgende stappen in het oriëntatieproces op gebaseerd.

De volgende stap is het creëren van een user journey. Deze is te vinden in bijlage 3. Het idee van een user journey is dat stap voor stap beschreven wordt op wat voor manier en met welke motivatie gebruikers een systeem doorlopen. Hierdoor wordt een beeld verkregen van de pijnpunten van gebruikers en kunnen de eerste oplossingen naar voren worden gebracht. Hierdoor kan bijvoorbeeld bedacht worden dat consumenten de oriëntatiefase als minst leuk ervaren. De focus moet dus liggen op het zo overzichtelijk en simpel mogelijk maken van de eerste stap.

Als derde zijn een groot aantal job stories bedacht, ook aan de hand van de persona's. Deze hebben de algemene vorm "als ik.., wil ik.., zodat ik..". De eerste job story is de main job story. Deze luidt:

1. Als ik op vakantie ga, wil ik me geen zorgen hoeven maken over het vervoer naar het vliegveld, zodat ik alvast in de vakantiestemming kan komen.

Hierop zijn de andere job stories gebaseerd. Ze zijn onderverdeeld in verschillende categorieën, waaronder basiseisen, efficiëntie, kosten, etc. Uit de job stories zijn veel nieuwe inzichten voortgekomen.

Toen kon een begin gemaakt worden aan de volgende stap: het uitvoeren van user tests. In deze eerste fase zijn mensen aangesproken op straat om de huidige website van Tinker te bestuderen. Aan de hand van een script (bijlage 4) zijn gesprekken gevoerd en hebben mensen het boekingsproces doorlopen. Beschrijvingen van het verloop van de user tests zijn te vinden in bijlage 5. Hieruit zijn enkele grote problemen naar voren gekomen:

- De datumnotatie werd door velen als onlogisch ervaren.
- Er was verwarring over de informatie die gegeven werd bij 'classes'.
- Het was onduidelijk dat van een luchthaven naar je hotel een taxi boeken, ook een optie is.
- De knop voor verdergaan stond op een onlogische positie.
- Het gegevensoverzicht was onopvallend.
- Het adres invullen werkte niet zoals gewenst.

Deze punten vormden onder andere de basis van het redesign. Ook was het plan om enkele van de manieren van overtuiging van Cialdini, genoemd in de inleiding, in het ontwerp te verwerken. Op de volgende pagina staat hoe elk principe terug komt in het ontwerp.

1. **reciprocity**: vaste klanten, als je goede service hebt gehad kom je weer terug
Bij de service van Tinker komt dit naar voren door het ontstaan van vaste klanten. Wanneer klanten een goede service hebben ervaren kiezen zij er sneller voor om weer iets te boeken bij Tinker, zo ontstaan vaste klanten.

2. **scarcity**: als je langer wacht wordt het duurder
Bij Tinker is de prijs van een rit goedkoper naarmate je het verder van tevoren boekt. Hoe langer je wacht met het boeken van een rit, hoe duurder het wordt. Daarmee onderscheidt Tinker zich van andere transfer services waarbij er één vaste ritprijs geldt. Klanten zullen dus het voordeel van de extra goedkope ritten missen wanneer zij niet vroeg een transfer boeken, daarom zullen zij dit al vroeger doen.

3. **authority**: alleen de beste taxichauffeurs
Het bedrijf Tinker straalt Authority uit door de medewerkers nette kleding te laten dragen in de kleuren van het logo. Ook geeft Tinker aan alleen met de beste taxichauffeurs te werken.

4. **consistency**: direct een retourtje boeken als je een taxi naar de luchthaven boekt
Op de startpagina van Tinker kun je aangeven waar je wilt worden opgehaald en naar welke luchthaven je wilt of andersom. Naast de twee balkjes om deze informatie in te vullen is een knop die je kan aanklikken als je direct een retourtje wilt boeken. Omdat deze knop na het invullen van de locatie komt, zijn mensen eerder geneigd deze mogelijkheid te gebruiken. Dit komt doordat de heenreis al ingevuld is.

5. **liking**: tonen dat Tinker het beste voor heeft met zijn klanten
Door te laten blijken dat Tinker het beste voor heeft met de klant, ontstaat er een soort band tussen de klant en Tinker. Tinker laat dit op de website blijken door middel van teksten die zijn weergegeven in een blok op de startpagina.

6. **consensus**: reviews, hoeveel procent klanttevredenheid
Door op de startpagina aan te geven dat een groot percentage van de bezoekers erg tevreden was over Tinker, zullen nieuwe bezoekers eerder geneigd zijn met het boekingsproces te starten.

Tijdens het ontwerpen is uitgegaan van de mobile first techniek. Hierbij wordt eerst de mobiele versie van een website ontworpen en het ontwerp voor op de pc hierop gebaseerd. Er is voor deze techniek gekozen omdat het bij een mobiele website erg belangrijk is om te beslissen wat wel en wat niet noodzakelijk is voor op een pagina en hoe je deze elementen gaat plaatsen. De ruimte op het scherm van een mobiele telefoon is namelijk erg beperkt.

Keuzes in ontwerp

Op de homepage van de website moet gelijk duidelijk worden voor een bezoeker waar de website voor dient. Dit is op de huidige website van Tinker nog niet het geval. In het nieuwe ontwerp is dit duidelijk gemaakt door middel van een andere achtergrond en verschillende teksten ter verduidelijking van de diensten die Tinker biedt. Ook wordt in de tekst aangeduid door de tekst: “Tinker zonder stress van en naar de luchthaven”, dat Tinker het beste met zijn klanten voor heeft. Hiermee om vertrouwen op te wekken bij de bezoekers wordt op deze pagina een beoordeling van voorgaande klanten getoond. Deze keuze is gebaseerd op het consensusprincipe uit de theorie van Cialdini.

Er was bij bezoekers van de website enige verwarring over de verschillende klassen. Deze verwarring ontstond voornamelijk door de onduidelijke beschrijving. De beschrijving is in het nieuwe ontwerp dan ook verduidelijkt. Deze pagina is ook de enige pagina waarbij de pc versie verschilt van de mobiele versie. Om minder pagina's in het formulier te hebben, is ervoor gekozen om op de pc versie de klassen te laden onder de balk op de homepage waar je je locatie kan invullen. Dit is niet op de mobiele versie, omdat hier simpelweg geen ruimte voor was en de voorkeur ging naar pagina's waar niet te bij gescrold hoeft te worden.

Bij de pagina waar bezoekers verdere reisinformatie moeten invullen, hadden mensen vooral moeite met de tijdsaanduiding en het aangeven van data. De tijdsaanduiding is aangepast naar de notering die in Nederland wordt gehandhaafd. Het aangeven van data is versimpeld door een kalender te tonen als een bezoeker een datum wilt aangeven. Hierdoor is het ook direct duidelijk op welke dag een datum valt. Vervolgens kan de klant aantal personen kiezen en aangeven of er kinderen onder de 1,35 meter meereizen, i.v.m. kinderzitjes. Verder was het niet altijd duidelijk wat verschillende bagage inhield, dus is er een knopje toegevoegd die een omschrijving toont als erop wordt geklikt.

Na het invullen krijgt de bezoeker een overzicht van de gegevens die hij heeft aangegeven, een mogelijkheid om eventueel een kortingscode in te vullen en de prijs aangegeven per persoon en totaal.

Als de bezoeker akkoord gaat met al deze gegevens, komt hij bij het scherm om persoonlijke informatie in te vullen. Hier is de mogelijkheid om zelf gegevens in te vullen en eventueel een account aan te maken of om in te loggen. Als de bezoekers de gegevens zelf invult, kan hij aangeven of hij ook graag een Tinker-account zou willen. Er verschijnt dan een veld om een wachtwoord op te geven. Als de bezoeker wil inloggen, klikt hij op Login en verschijnt het login-scherm. Hier vult de bezoeker zijn mailadres en wachtwoord in. Eenmaal ingelogd wordt het gegevens formulier getoond. In dit formulier zijn alle gegevens al ingevuld, maar is het wel mogelijk om deze nog aan te passen. Dit wordt duidelijk gemaakt door de informatie te tonen in invulvelden.

Hierop volgt de betaling. Dit is zo simpel mogelijk gehouden. De totaalprijs wordt weergegeven, met daaronder een dropdown-menu met hierin de betaalmogelijkheden. Er is gekozen voor een dropdown-menu, omdat het zo duidelijk is welke mogelijkheid er is geselecteerd, want dat is de enige die dan wordt weergegeven.

Tot slot, als de bezoeker klaar is met betalen, krijgt hij een overzicht te zien. Hierin staat alle nodige informatie om de bezoeker gerust te stellen dat alles goed is gegaan en wat hij kan verwachten nu hij ervoor heeft gekozen om met Tinker te reizen.

Verder is in het hele ontwerp uitgegaan van een horizontale lay-out in plaats van de verticale lay-out die Tinker nu hanteert. Hiervoor is gekozen, omdat mensen horizontaal lezen. De kleuren zijn wel behouden omdat die bij het imago van Tinker horen. Ook wordt alles nog weergegeven in een vak, zo blijft het overzicht van informatie duidelijk.

Als laatst is er een progressiebalk toegevoegd. Deze geeft weer hoe ver de bezoeker is met het invullen van het formulier. Dit is een erg belangrijke vorm van feedback. Zo weten bezoekers van de website waar ze aan toe zijn en wat ze kunnen verwachten. In de mobiele versie staat de balk bovenaan, met stipjes als weergave van stappen. Bij de pc versie staat de balk onderaan, met bij elke stap een korte beschrijving van de inhoud.

De mobiele versie is te bekijken via onderstaande link. Het is een klikbaar prototype.

<https://xd.adobe.com/view/6e82e4e4-abe0-4608-b4e3-89cbbd8e0abf/>

De pc versie is te bekijken via onderstaande link. Dit is wederom een klikbaar prototype.

<https://xd.adobe.com/view/2013cc3a-fcab-4830-9d25-fd18d6fd44ef>

Statistisch onderzoek

Soorten problemen

Uit de user tests bij het originele ontwerp zijn verschillende problemen naar voren gekomen. Deze zijn ingedeeld in zes verschillende soorten, te zien in onderstaande afbeelding. Dit is gebaseerd op een wetenschappelijk artikel van Andre et. al (2000). Door alle problemen in te delen kunnen deze straks met een statistische test met elkaar worden vergeleken. De meeste problemen behoren tot de cognitieve problemen vóór het uitvoeren van de opdracht. Cognitieve problemen tijdens het uitvoeren van de opdracht komen niet voor. Tijdens de opdracht kwamen alle gebruikers samen 10 problemen tegen. Na het uitvoeren van de opdracht waren er 11 en 8 problemen in totaal omtrent feedback en onverwachte uitkomsten. De proefpersonen uit de gebruikerstesten met het nieuwe ontwerp kwamen ook problemen tegen. Deze zijn wederom ingedeeld in de verschillende klassen.

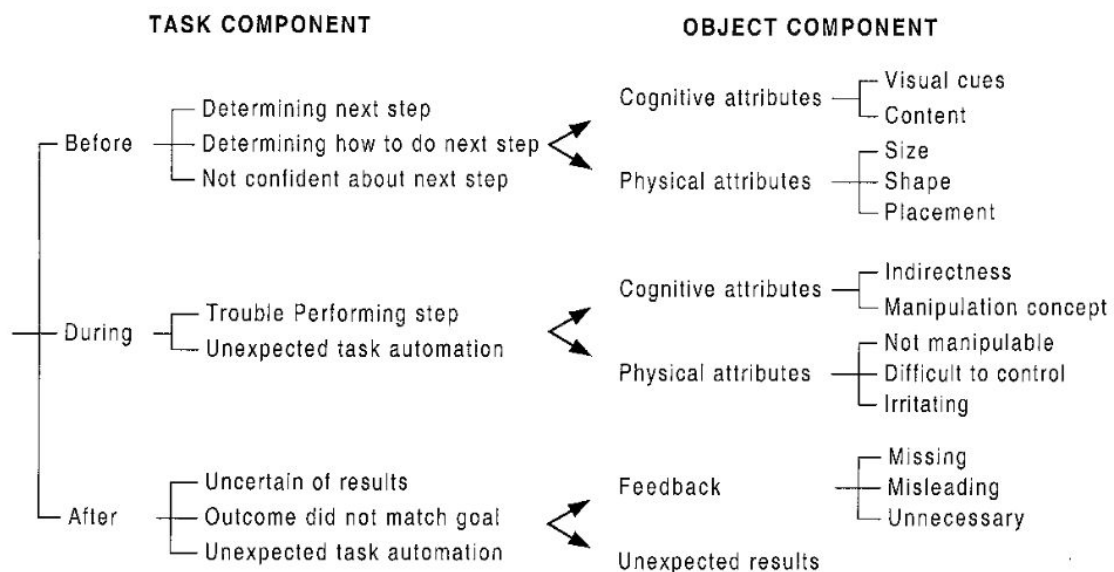


Figure 1. Third version of the Usability Problem Classifier with before, during, and after decision node.

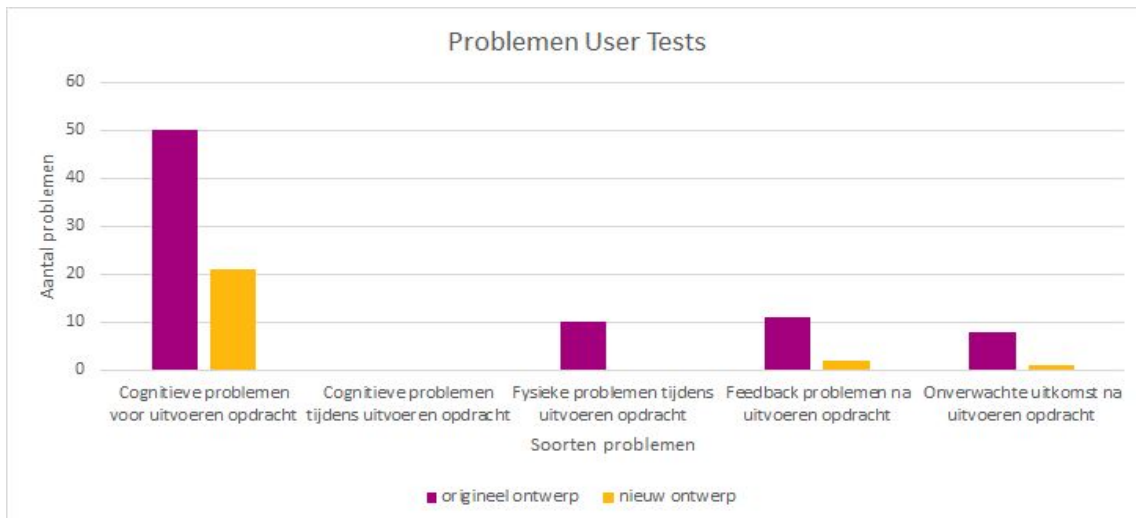
Bron: *Testing a framework for reliable classification of usability problems, 2000.*

Resultaten

De 52 opmerkingen over cognitieve problemen zijn onder te verdelen in 15 verschillende situaties. Er is vergeleken hoe deze 15 soorten problemen op de huidige website zich verhouden tot de problemen in het nieuwe ontwerp. Op de herontworpen website zijn 8 van deze problemen opgelost, 4 problemen worden minder vaak als storend gezien.

Aan de andere kant bracht het nieuwe ontwerp ook drie nieuwe problemen met zich mee, maar deze werden niet door veel mensen als problematisch beschouwd (3, 1 en 2 keer om precies te zijn). De volledige resultaten zijn te vinden in bijlage 7. Daar is duidelijk welke opmerkingen bij elk probleem voorkomen.

| Probleem | Aantal opmerkingen origineel ontwerp | Aantal opmerkingen nieuw ontwerp |
|------------------------------------------------------------|--------------------------------------|----------------------------------|
| Cognitieve problemen voor het uitvoeren van de opdracht | 52 | 21 |
| Cognitieve problemen tijdens het uitvoeren van de opdracht | 0 | 0 |
| Fysieke problemen tijdens het uitvoeren van de opdracht | 10 | 0 |
| Feedback na het uitvoeren van de opdracht | 11 | 2 |
| Onverwachte uitkomst na het uitvoeren van de opdracht | 8 | 1 |



Gezien de beperkte mogelijkheid om functies van de Tinker site aan te passen, lag de focus niet op het beperken van de fysieke problemen. Dat er weinig fysieke problemen werden ervaren door testpersonen, is te danken aan het feit dat er slechts een klikbaar prototype van het ontwerp is gemaakt. Hier was het niet mogelijk technische mankementen van de huidige site in te verwerken. Waar daarentegen wel de focus lag, was bij de cognitieve problemen van de huidige site. Hier waren er nogal een aantal van, maar dit getal is behoorlijk gereduceerd tijdens de user tests achteraf: het aantal cognitieve problemen voor het uitvoeren van een opdracht die zijn ondervonden, is van 52 naar 21 gegaan. Dit is een significant verschil, waarbij $p < 0,01$, zoals berekend aan de hand van de Poisson distributie.

| | |
|----------------------------------|---------------------------------------------------|
| Poisson random variable (x) | <input type="text" value="21"/> |
| Average rate of success | <input type="text" value="52"/> |
| Poisson Probability: $P(X = 21)$ | <input type="text" value="5.55153709069027E-07"/> |

Literatuurlijst

Andre, T. S., Belz, S. M., McCreary, F. A., Hartson, H. R., 2000. Testing a framework for reliable classification of usability problems. Sage Journals.

Cialdini, R. B., 2001. Harnessing the Science of Persuasion. Harvard Business Review, Oct, 2001, Vol.79(9), p.72(7)

Nielsen, J., 2012. How Many Test Users in a Usability Study? Op internet:
<https://www.nngroup.com/articles/how-many-test-users/>, geraadpleegd op 20 maart.

Bronvermelding wireframes

pijltjes:

<https://cdnjs.cloudflare.com/ajax/libs/ionicons/2.0.1/png/512/arrow-swap.png>

kalender:

<https://cdn3.iconfinder.com/data/icons/linecons-free-vector-icons-pack/32/calendar-128.png>

scroll kalender:

<https://media.licdn.com/mpr/mpr/AAEAAQAAAAAAAAAAmAAAAAJDYwMDE2NjViLTU5MjktNDZlZS1iZWQzLTIxOGUwMGZkOTIhYg.png>

scroll tijd:

<http://www.iphonefaq.org/images/archives/faq-alarm-silent.jpg>

uitroepteken:

https://rlv.zcache.nl/uitroepteken_zwart_blaauw_rood_ronde_stickers-r4fb9ec3c2ae34671bba80f84579c8a48_v9waf_8byvr_324.jpg

vliegtuig icon:

https://image.freepik.com/iconen-gratis/vliegende-vliegtuig_318-1385.jpg

Appendix

BIJLAGE 1: Persona's

Thea Kramer



- *Geniet van het leven, Geniet van je gezin.*

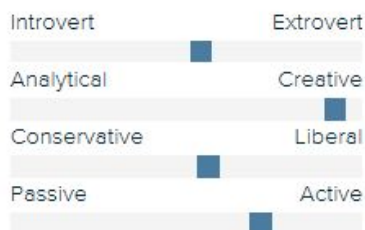
Leeftijd: 48

Werk: Huisvrouw

Locatie: Amsterdam

Karakter: Zorgzaam

Persoonlijkheid



Doelstellingen

- Van tevoren dingen regelen.
- Haar gezin tevreden houden.
- Zonder stress op vakantie kunnen.

Frustraties

- Slecht in plannen.
- Komt vaak te laat voor afspraken.
- Veel dingen aan haar hoofd, dus vergeet zo nu en dan wat.
- Veel stress als huisvrouw om alles op tijd te kunnen regelen.

Bio

- Thea is een gezellige vrouw met een man en drie kinderen. Ze heeft geen baan, maar is huisvrouw voor haar gezin. Ze heeft veel aan haar hoofd en heeft daarom ook een beetje stress af en toe. Ze probeert alles op tijd te regelen voor haar gezin, maar ze is niet erg sterk in plannen.

Theo Janssen



- *Live life instead of survive*

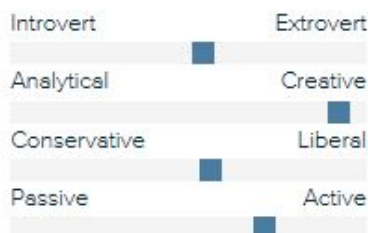
Leeftijd: 74

Werk: Gepensioneerd

Locatie: Amsterdam

Karakter: Onvermoeibaar

Persoonlijkheid



Doelstellingen

- Genieten van leven
- Zo goed mogelijk voor mijn vrouw zorgen.
- Zonder stress op vakantie kunnen.

Frustraties

- Slechthziend
- Slecht op de been door zijn leeftijd.
- Wil het liefst alles zelf doen, maar door zijn leeftijd is dat niet meer mogelijk.

Bio

- Theo is geen gezellige man die wel houdt van een borreltje. Samen met zijn vrouw Bea gaat hij elk jaar graag op reis met het vliegtuig. Ondanks zijn leeftijd is Theo echt een buitenmens.

BIJLAGE 2: Job stories

Main story

1. Als ik op vakantie ga, wil ik me geen zorgen hoeven maken over het vervoer naar het vliegveld, zodat ik alvast in de vakantiestemming kan komen.

Basiseisen

2. Als ik een taxi boek, wil ik kunnen kiezen naar welk vliegveld ik gebracht wil worden, zodat ik op het juiste vliegveld kom.
3. Als ik een taxi naar het vliegveld boek, wil ik kunnen aangeven waar ik opgehaald wil worden, zodat ik weet waar ik op de taxi moet wachten.
4. Als ik een taxi naar het vliegveld boek, wil ik kunnen aangeven hoe laat ik opgehaald wil worden of hoe laat ik op het vliegveld wil zijn, zodat ik optijd ben voor mijn vlucht.

Efficiëntie

5. Als ik een taxi naar het vliegveld boek, wil ik dit snel en makkelijk doen, zodat ik mij meer kan richten op de vakantie zelf.
6. Als ik een taxi naar het vliegveld boek, wil ik makkelijk mijn gegevens in kunnen vullen, zodat ik niet te veel hoeft na te denken.
7. Als ik een taxi naar het vliegveld boek, wil ik direct ook een taxi vanaf het vliegveld naar mijn hotel kunnen boeken zonder alle stappen nog een keer te doen, zodat ik niet twee keer het formulier hoeft in te vullen.
8. Als ik een taxi naar het vliegveld boek, wil ik meerdere taxiriten kunnen boeken, zodat ik niet alle taxi's apart moet boeken. (nieuw)
9. Als ik een taxi naar het vliegveld boek, wil ik dit in zo min mogelijk stappen doen, zodat ik niet veel tijd hier aan hoeft te besteden.
10. Als ik een taxi naar het vliegveld boek, wil ik als ik op het laatste moment tijdens de betaling nog iets wil aanpassen terug naar mijn ingevulde formulier, zodat ik niet al mijn gegevens opnieuw in moet te vullen. (nieuw)

Kosten

11. Als ik een taxi naar het vliegveld boek, wil ik de prijs van de rit kunnen vergelijken met andere taxidiensten, zodat ik het voordeligst uit kan zijn.
12. Als ik een taxi naar het vliegveld boek, wil ik direct weten hoeveel het kost, zodat ik kan letten op mijn uitgaven.
13. Als ik een taxi naar het vliegveld boek, wil ik kunnen aangeven met welke klasse (economy, economy+, business) ik wil reizen, zodat ik kan kiezen tussen comfortabel en goedkoop.

Betreffende soort auto

14. Als ik een taxi naar het vliegveld boek, wil ik kunnen aangeven hoeveel bagage ik meeneem, zodat Tinker hier rekening mee kan houden en ik weet dat het in de taxi past.
15. Als ik een taxi naar het vliegveld boek, wil ik kunnen aangeven met hoeveel mensen ik reis, zodat ik zeker weet dat de auto groot genoeg is.
16. Als ik een taxi naar het vliegveld boek, wil ik kunnen aangeven of ik met jonge kinderen reis, zodat ik weet dat de taxi hierop is ingericht. (nieuw)
17. Als ik een taxi naar het vliegveld boek, wil ik kunnen aangeven of er mensen met een fysieke handicap in het gezelschap zijn zodat ik weet dat de taxi hierop is ingericht. (nieuw)

Extra's

18. Als ik een taxi naar het vliegveld boek, wil ik weten hoe lang ik onderweg ben naar het vliegveld, zodat ik hier niet onnodig over hoeft te stressen.
19. Als ik een taxi naar het vliegveld boek, wil ik de route zien die de taxi gaat rijden, zodat ik zeker weet dat hij niet omrijdt.
20. Als ik een taxi naar het vliegveld boek, wil ik een bewijs van betalen of reserveren, zodat ik aan de chauffeur kan aantonen dat de taxi voor mij is bestemd.
21. Als ik een taxi naar het vliegveld boek, wil ik extra wensen en/of opmerkingen kunnen aangeven, zodat ik mijn reis optimaal kan maken. (nieuw)

BIJLAGE 3: User Journey



Wanneer deze afbeelding niet goed leesbaar is, kan deze uitvergroot gevonden worden op:

<https://freekvdweij.github.io/Interactieontwerp/WhatsApp%20Image%202017-03-31%20at%2017.51.07.jpeg>

BIJLAGE 4: Script user tests

Introductie

Hey, ik ben ... en ik studeer momenteel informatiekunde aan de Universiteit van Amsterdam. Met een groepje doe ik nu een project. Hiervoor moeten wij een onderzoek doen naar de gebruiksvriendelijkheid van een website. Om dit te onderzoeken hebben wij mensen nodig die de website willen testen met ons. De website wordt dus getest en niet jij.

Alles wat je te zeggen hebt, is bruikbaar voor ons onderzoek. Wees dus vooral niet bang om mijn gevoelens te kwetsen en al je gedachten over de website uit te spreken. We doen dit onderzoek om beter te worden. Meer feedback is alleen maar goed.

Tijdens het onderzoek ga ik je af en toe vragen om tijdens het doen van opdrachten hardop te denken. Jouw gedachtegang kan ons enorm helpen bij het verbeteren van het activiteiten proces op de website.

Als je vragen hebt tussendoor moet je die vooral stellen. Misschien heb ik niet direct een antwoord. In dat geval zal ik dit voor je onderzoeken.

Achtergrondvragen

Voordat we aan het onderzoek beginnen zou ik je graag wat andere dingen willen vragen. Wat doe je nu zoal in je dagelijks leven en wat voor werk heb je?

Hoeveel uur spendeer jij normaliter op het internet? Dit inclusief email en whatsapp.

Welke websites of apps gebruik je het meest?

Koop je ook ooit iets op het internet? Als dit niet het geval is; Waarom niet?

Oke, top. laten we beginnen met het onderzoek!

Testen

Je bent een vakantie voor jou en je gezin aan het boeken. Je besluit om naar een ver land te gaan en boekt vliegtickets. Nu moet je alleen nog op de luchthaven zien te komen. Je neemt behoorlijk wat bagage mee, dus gaat liever niet met het openbaar vervoer.

The Google Task

Zoek op Google 3 taxicentrales om je van huis naar de luchthaven te brengen en leg uit waarom je deze kiest.

Kan je uit deze selectie je favoriete website kiezen die jij zou gebruiken om een taxi te boeken?

Zou je nu het gehele formulier van je favoriete website in willen vullen en hierbij hardop kunnen denken?

De luchthaven waarvan je vertrekt is Schiphol. Denk er hierbij aan dat je met jouw hele gezin op vakantie gaat.

The Revised Task

We gaan nu kijken naar de website van Tinker Travel.

Zou je nu op deze website een taxi kunnen boeken en hierbij weer hardop kunnen nadenken?

The Competitor Task

Welke website vind je fijner in gebruik?

Einde

Heel erg bedankt voor je deelname aan dit onderzoek! Je hebt ons erg geholpen met je feedback.

BIJLAGE 5: User tests resultaten originele website

User test 1: Abel Sandmann

Achtergrondvragen

Voordat we aan het onderzoek beginnen zou ik je graag wat andere dingen willen vragen. Wat doe je nu zoal in je dagelijks leven en wat voor werk heb je?

- Ik ben geneeskunde student en werk als bijbaan in het ziekenhuis.

Hoeveel uur spendeer jij normaliter op het internet? Dit inclusief email en whatsapp.

- 4 uur ongeveer per dag

Welke websites of apps gebruik je het meest?

- WhatsApp en Facebook

Koop je ook ooit iets op het internet? Als dit niet het geval is; Waarom niet?

- Ja soms doe ik dit wel.

Oke, top. laten we beginnen met het onderzoek!

Testen

Je bent een vakantie voor jou en je gezin aan het boeken. Je besluit om naar een ver land te gaan en boekt vliegtickets. Nu moet je alleen nog op de luchthaven zien te komen. Je neemt behoorlijk wat bagage mee, dus gaat liever niet met het openbaar vervoer.

The Google Task

Zoek op Google 3 taxicentrales om je van huis naar de luchthaven te brengen, kies je favoriete site en leg uit waarom je deze kiest.

- Typt in 'taxi schiphol'. Kiest drie sites die bij advertenties staan, waaronder Taxischiphol.com, wat hij er goed vindt uitzien. Schiphol.nl is nog aantrekkelijker door autoriteit. Daar klikt hij op en vult het meteen in.

Zou je nu het gehele formulier in willen vullen en hierbij hardop kunnen denken?

De luchthaven waarvan je vertrekt is Schiphol. Denk er hierbij aan dat je met jouw hele gezin op vakantie gaat.

- Eigen adres intypen, beginnend bij straatnaam, naar Schiphol. Klikt op enkele reis, datum, klikt tijd aan. Vijf volwassenen met vijf bagage. Verder niks, snel doorheen, prive optie, deze is het goedkoopste, maar zou deze ook doen als het tot twintig euro duurder zou zijn. Daarna vult hij zijn gegevens in. Van het nummer dat ingevuld moet worden, denkt hij dat het van Schiphol account is. Annuleringsverzekering wordt aangeklikt.

The Revised Task

We gaan nu kijken naar de website van Tinker Travel.

Zou je nu op deze website een taxi kunnen boeken en hierbij weer hardop kunnen nadenken?

- Slogan linksboven vindt testpersoon niet gepast. Toestemming tot locatie gebruiken is vervelend. Vult adres in, eerst straat en moet dan huisnummer ertussen zetten. Is erg goedkoop is eerste reactie. Vult passagiers in en arriveer tijd. Economy plus, liever niet met andere mensen, geen zin om mee te praten. Geeft bagage aan. Heeft er nog zin in, vindt het formulier niet te lang. Er is duidelijke informatie naast invulformulier persoonlijke gegevens. De prijs is plotseling hoger door extra check-in bagage, dat was niet meteen duidelijk. Bij het vijfde stuk bagage komt er een euro p.p. bij. Als laatste cancelt hij de betaling, het irriteert hem dat de ingevulde gegevens weg zijn.

The Competitor Task

Welke website vind je fijner in gebruik?

- Shiphol.nl heeft een rare sitenaam bij boeken. Het niet complementaire design van de betaalpagina van Tinker was niet vervelend bij betalen, omdat hij dit bij betalingspagina's zo gewend is.

Einde

Heel erg bedankt voor je deelname aan dit onderzoek! Je hebt ons erg geholpen met je feedback.

User test 2: Mariëtte de Vries

The Google Task

Zoek op Google 3 taxicentrales om je van huis naar de luchthaven te brengen, kies je favoriete site en leg uit waarom je deze kiest.

- Tinker kwam bovenin de resultaten, dus daar klikte ze op

The Revised Task

We gaan nu kijken naar de website van Tinker Travel.

Zou je nu op deze website een taxi kunnen boeken en hierbij weer hardop kunnen nadenken?

- Website vraagt om locatie te geven, dat wil ze niet
- Huisnummer invullen onhandig
- Naar/van de luchthaven was pas gezien bij de tweede stap
- Bij stap 2 moest ze naar beneden scrollen om alles te zien, ze zou liever alles op 1 scherm zien.
- Al die tekst bij de keuze tussen economy/economy+/business is onnodig/ te groot in beeld
- Retour staat beneden in het scherm, valt dus niet erg op.
- Akkoord met algemene voorwaarden niet goed leesbaar

- Als je niet akkoord gaat kan je niet op verder klikken en krijg je geen melding dat je iets verkeerd doet, dus ze wist niet wat er verkeerd was
- Ze durfde niet op akkoord te klikken, omdat ze haar gegevens al had ingevuld en dacht dat ze dan meteen zou boeken en moest betalen
- Geen melding bij ongeldig telefoonnummer vond ze raar
- Rechter vlak met de boeking gegevens valt niet echt op

Einde

Heel erg bedankt voor je deelname aan dit onderzoek! Je hebt ons erg geholpen met je feedback.

User test 3: Auke Pals

The Google Task

Zoek op Google 3 taxicentrales om je van huis naar de luchthaven te brengen en leg uit waarom je deze kiest.

- typt haarlem schiphol taxi in
- klikt op link omdat er prijs bij staat
- kiest Taxi Haarlem Service, maar wil hier niet boeken, want staat niet meteen een formulier.
- volgende kiest hij niet, want is duurder dan vorige optie
- Taxi13000 kiest hij, omdat het formulier op homepagina staat en de prijs is vermeld in de link op google

Kan je uit deze selectie je favoriete website kiezen die jij zou gebruiken om een taxi te boeken?

- Taxi13000

Zou je nu het gehele formulier in willen vullen en hierbij hardop kunnen denken?

De luchthaven waarvan je vertrekt is Schiphol. Denk er hierbij aan dat je met jouw hele gezin op vakantie gaat.

The Revised Task

We gaan nu kijken naar de website van Tinker Travel.

Zou je nu op deze website een taxi kunnen boeken en hierbij weer hardop kunnen nadenken?

- Website vraagt om locatie te geven, dat wil hij niet
- Wat is een luxe auto?
- Vluchtnummer weet je niet uit je hoofd
- Hij zou rechtsonder de knop verwachten, je wil altijd nog formulier rechts checken voordat je verder gaat
- De grijze tekst middenin het formulier lees je niet bij gegevens invullen, ook weer omdat die knop linksonder staat, dus je leest de tekst rechts daarvan niet.

User test 4: Bastiaan Kroese

Achtergrond vragen

Voordat we aan het onderzoek beginnen zou ik je graag wat andere dingen willen vragen.

Wat doe je nu zoal in je dagelijks leven en wat voor werk heb je?

- Ik werk als juridisch analist bij de Deutsche Bank.

Hoeveel uur spendeer jij normaliter op het internet? Dit inclusief email en whatsapp.

- Ongeveer 10 uur per dag

Welke websites of apps gebruik je het meest?

- Google, IRS, OECD, WhatsApp

Koop je ook ooit iets op het internet? Als dit niet het geval is; Waarom niet?

- Zelden, dit wordt meestal voor mij gedaan

Oke, top. laten we beginnen met het onderzoek!

Testen

Je bent een vakantie voor jou en je gezin aan het boeken. Je besluit om naar een ver land te gaan en boekt vliegtickets. Nu moet je alleen nog op de luchthaven zien te komen. Je neemt behoorlijk wat bagage mee, dus gaat liever niet met het openbaar vervoer.

The Google Task

Zoek op Google 3 taxicentrales om je van huis naar de luchthaven te brengen en leg uit waarom je deze kiest.

- Bastiaan typt bij google in 'vervoer naar schiphol'. Nu komen er websites naar voren. Het valt Bastiaan op dat het allemaal advertenties zijn en gaat hier voorbij om bij de andere sites te komen (Tinker stond in dit geval bovenaan, maar hier koos Bastiaan dus niet voor). Uiteindelijk klikt Bastiaan op de site: Goedkoopnaarschiphol.nl, omdat hij denkt dat deze site wellicht verschillende soorten taxi's aanbiedt. De tweede website die hij kiest is: taxi.connexxtion.nl, omdat die naam voor hem bekend voorkomt, wat een gevoel van vertrouwen geeft. Met de derde keuze heeft Bastiaan moeite omdat hij verder alleen maar verschillende websites ziet van 'Schiphol taxi's', op basis van betrouwbaarheid en prijs zou hij hier geen keuze tussen kunnen maken.

Kan je uit deze selectie je favoriete website kiezen die jij zou gebruiken om een taxi te boeken?

- Dat is wel zijn verwachting.

Zou je nu het gehele formulier van je favoriete website in willen vullen en hierbij hardop kunnen denken?

De luchthaven waarvan je vertrekt is Schiphol. Denk er hierbij aan dat je met jouw hele gezin op vakantie gaat.

- Bastiaan gaat naar taxi.connexxion.nl. Als eerste wordt er aangegeven dat het tarief vooraf bekend is, Bastiaan geeft aan dit een prettig idee te vinden. Als hij zou willen boeken wordt hij doorverwezen naar de website van Schiphol Travel Taxi, dit heeft dus niks meer met Connexxion te maken. Als hij op de link klikt wordt hij doorverwezen naar schipholtaxitravel.nl. Het valt hem op dat deze site ook tussen de Google resultaten stond. Het boekingsformulier vult hij makkelijk in, alleen bij de optie 'aantal stuks (extra) bagage' raakt Bastiaan in de war, maar hierbij staat een vraagteken knop die verdere uitleg geeft over dit onderdeel. Hij heeft nog als opmerking dat de site niet aangeeft hoeveel tijd van tevoren hij zo'n taxi zou moeten boeken.

The Revised Task

We gaan nu kijken naar de website van Tinker Travel.

Zou je nu op deze website een taxi kunnen boeken en hierbij weer hardop kunnen nadenken?

- Bastiaan kiest voor de optie 'Naar de luchthaven'. Bij het intypen verschijnt de straatnaam automatisch al. Nu komt er een foutmelding dat er een geldig huisnummer moet worden opgegeven. Bastiaan probeert dit nog achter de voorgeselecteerde straat van google te typen, maar dit werkt niet en er kan niet op de knop van 'bereken prijs' worden geklikt. Bastiaan past de straatnaam aan.
- Geeft het aantal passagiers aan. Het valt hem op dat de prijzen die eerst waren aangegeven naar beneden gaan.
- Nu geeft Bastiaan aan hoe laat hij op de luchthaven wilt arriveren. Het valt hem op dat ze een Amerikaanse tijds en -datum-bepaling aanhouden. Dit is voor hem onhandig, omdat hij het niet gewend is. Hij vindt dat moet worden aangegeven wat jaar, maand en dag is als voor deze aanduiding wordt gekozen. Hij verbaast hem ook dat het automatisch 18 mei 2017 aangeeft, hij vraagt zich af waarom. Hij vindt het wel prettig dat een kalender verschijnt wanneer je op de datum klikt. Maar deze functie zou beter kunnen worden aangegeven door een dropdown tekentje erbij te doen, dit staat wel bij de tijdsaanduiding. Het stoort hem dat het niet duidelijk is in de kalender welke dag het is vandaag.
- Het verbaast hem en hij moet uit de kalender concluderen dat hij niet voor vandaag en morgen kan boeken, dit kan pas twee dagen later. Moet hij hieruit opmaken dat hij minimaal 48 uur van te voren iets moet boeken? Dit is nergens vooral zichtbaar, dat stoort hem.
- Hoezo staat bij Economy niet 'deur tot deur'?
- Het valt hem op dat hij nog geen bagage aan kan geven, terwijl er al wel prijzen zijn weergegeven. Zit dit er al bij inbegrepen of niet? Verschillen de prijzen van de verschillende klassen daarom?
- Hij kiest voor Economy+ omdat deze niet gedeeld is.
- Door de prijs die op het volgende scherm verschijnt, denkt Bastiaan dat de bagage €7,99 pp kost, terwijl dit ritkosten zijn. Als hij het aantal bagagestukken selecteert valt het hem op dat de prijs niet verandert. Dat dit geen extra kosten oplevert, zou van tevoren moeten worden aangegeven.
- Als Bastiaan een hoog aantal bagage stukken invoert, verschijnt er een debug
- Er staat dus niet aangegeven hoeveel bagagestukken er maximaal meekunnen, dit is raar.

The Competitor Task

Welke website vind je fijner in gebruik?

Die van Schiphol Taxi Travel, door de betere datumaanduiding. Verder komt het redelijk overeen.

Einde

Heel erg bedankt voor je deelname aan dit onderzoek! Je hebt ons erg geholpen met je feedback.

User Test 5: Irena van Meer

Zou je nu het gehele formulier van je favoriete website in willen vullen en hierbij hardop kunnen denken?

De luchthaven waarvan je vertrekt is Schiphol. Denk er hierbij aan dat je met jouw hele gezin op vakantie gaat.

The Revised Task

We gaan nu kijken naar de website van Tinker Travel.

Zou je nu op deze website een taxi kunnen boeken en hierbij weer hardop kunnen nadenken?

- Ik kan niet direct mijn huisnummer invullen.
- Het is niet direct duidelijk wat het verschil is tussen economy en economy+.
- Als ik mijn adres gegevens heb ingevuld komt er een stukje tekst met uitleg over de verschillende soorten bagage.
- De woorden Tinker- die worden gebruikt om normale dingen aan te duiden, komen onprofessioneel over en een beetje kinderachtig.
- Ik zie nu niet direct waar ik door moet gaan met de boeking.
- Al mijn wensen aangeven gaat wel makkelijk.

The Competitor Task

Welke website vind je fijner in gebruik?

Einde

Heel erg bedankt voor je deelname aan dit onderzoek! Je hebt ons erg geholpen met je feedback.

User test 6: Chantal van der Heiden

We gaan nu kijken naar de website van Tinker Travel.

Zou je nu op deze website een taxi kunnen boeken en hierbij weer hardop kunnen nadenken?

- Adres invullen werkt niet
- Chantal selecteert 5 personen, maar dan kan ze niet meer een klasse selecteren. Ze moet de tijd nog invullen, maar krijgt er dus geen foutmelding van, waardoor ze niet weet wat er mis is.
- Wat is een luxe auto?
- De knop voor de volgende stap staat op onlogische plek

User test 7: Tobias Schaap

We gaan nu kijken naar de website van Tinker Travel.

Zou je nu op deze website een taxi kunnen boeken en hierbij weer hardop kunnen nadenken?

- Wat is een luxe auto?
- Er kan geen adres worden aangeven.
- Tobias heeft een verkeerde kortingscode ingevuld maar hij krijgt pas een foutmelding wanneer hij wilt betalen.

User test 8: Mick Fruytier

- Op de paginas van de klassen zijn drie laad-icoontjes weergegeven wat verwarrend is, het zou er maar één moeten zijn omdat je maar één optie uitkiest.
- Waarom staat 'van deur tot deur' niet bij economy?
- Waarom is er een lagere totaalprijs bij meer personen?
- Kiest voor economy plus want daar is de taxi van deur tot deur.
- Weet op het laatst pas wat tinkerbelles zijn.
- De taxi wordt opeens duurder met bagage, was dat niet gratis?
- Terug knop is niet duidelijk genoeg.
- De gegevens staan niet helemaal rechts wat storend is.

User test 9: Sam Groothuizen

- Namen hetzelfde als vliegtuig classes maar daar gaat t niet om.
- Totaalbedrag verandert niet bij meer personen, ook als ze niet een auto passen.
- Wat is een luxe auto kan je daar op klikken
- De naam Tinker is niet mooi.
- De knop van akkoord met voorwaarden is niet mooi.
- Veel velden zijn niet duidelijk als invoerveld, dit lijkt vaak op een knop.
- De logo's van de banken in het betaalscherm zijn niet mooi.

User test 10: Jeroen Abbenhuis

- Het invullen van mijn adres werkt niet.
- Waarom staat er geen 'van deur tot deur' bij economy?
- Wat voor auto krijg je bij de klasse 'Business'?
- Het is goed dat er wordt aangegeven wat de per persoon prijs is.
- Er zou van tevoren moeten worden gezegd dat de bagage niet bij de prijs is inbegrepen.
- Het aangeven van een datum is ingewikkeld.
- Het is niet duidelijk dat je van een vliegveld naar hotel kan.
- Het is vervelend dat er wordt gevraagd of je je locatie wilt delen.

User test 11: Tijmen Visser

- Het vragen naar locatie is vervelend op de telefoon.
- Het is raar dat je kunt kiezen voor een gedeelde taxi als je met vijf personen bent
- Dat economy niet van 'deur tot deur' is, is raar.
- De datumnotatie is verwarrend omdat het in Nederland eigenlijk andersom is.
- Dat het overzicht rechts staat is niet storend.

- De prijs schiet plotseling omhoog, dit zou niet moeten.
- Als je niet privé gaat maakt bagage het toch duurder.
- Het is Tijmen niet bekend dat je ook van luchthaven naar een hotel kan.
- Is 'van de luchthaven' niet van luchthaven naar huis?

User test 12: Mélanie Trustfull

- Adres voorselecteren gaat eerst verkeerd.
- Gaat gelijk naar de prijsklassen door en vergeet de datum.
- Weet niet waar je moet klikken om verder te gaan in het proces.
- Er staat volgens Melanie teveel informatie op een pagina.
- Geeft aan dat ze wilt zien wat de volgende stappen zijn.
- Weet niet hoe je een datum en tijd moet selecteren.
- Denkt dat je per se een vluchtnummer in moet vullen, terwijl ze dat niet weet.

User test 13: Marion Bron

- Huisnummer invullen werkt niet, het wordt niet herkend.
- Ziet niet dat vluchtnummer optioneel is, maar zij denkt dat dit verplicht is.
- Vergeet tijd in te vullen maar krijgt daar geen melding van.
- De klassen zijn volgens Marion duidelijk.
- Lees eerst de tekst op de bagage pagina en komt er dan pas achter je wat in moet vullen.

User test 14: Susan Tevreden

- Huisnummer invullen werkt niet.
- Dat de datum andersom is, is volgens Susan vervelend en verwarrend.
- Susan denkt dat knop bij retour een schuifknop is, vindt de gele kleur van de knop niet duidelijk als actieve kleur (zij heeft liever de opties ja en nee).
- Zij vindt dat er meer uitleg moet bij hoe een gedeelde taxi werkt.
- Wat is een luxe auto?
- Tijdsindicatie naar vliegveld mist (duurt ongeveer ... min).
- Zit de bijzondere bagage inbegrepen bij de prijs?
- Het aantal bagagestukken links staat vervelend, zou naast de plus en min knop moeten staan.
- Het ziet er goedkoop uit, lijkt op een escortservice

User test 15: Chris Langeveld

- Het adres kan niet in 1 keer worden ingetypt, dit is erg vervelend.
- Chris moest even nadenken bij de datum omdat dit andersom staat.
- De bagagepagina is onoverzichtelijk.
- Chris snapt eigenlijk niks van alles rondom bagage.

User test 16: Perry Krop

- Huisnummer invullen is niet goed geregeld.
- Omschrijving klassen zijn volgens Perry onduidelijk.

- Indeling van de pagina's is niet handig, het zou handiger zijn als alles centraler wordt geplaatst.
- Perry geeft aan heel veel bagage te hebben, hierdoor verschijnt er opeens een bug op de pagina.
- Het design is volgens Perry over het algemeen niet erg mooi.

User test 17: Rens van het Hart

- Dat het adres met google moet worden aangegeven is storend.
- Het is vaak onduidelijk waar je op moet klikken.
- Het is niet duidelijk hoe het met extra bagage werkt.
- De omschrijvingen van de klassen is vaag.
- Het is volgens Rens vervelend dat alle gegevens rechts staan in het overzicht.

User test 18: Thelma Boas

- Het invullen van het adres werkt niet goed.
- Het is niet duidelijk wat het verschil is tussen de klassen.
- Het is ook niet duidelijk waarom een taxi voor twee personen in totaal duurder is dan voor 1 persoon
- Het is onduidelijk hoe het werkt met extra bagage, gaat de prijs dan omhoog?
- Het overzicht van gegevens wordt door Thelma over het hoofd gezien omdat de aandacht direct naar het invulformulier gaat
- Volgens Thelma is het taalgebruik erg kinderlijk, niet gepast voor volwassen boekers.
- De vorm van feedback is volgens Thelma niet erg klantvriendelijk.

User test 19: Lucas de Boer

- Het invullen van zijn adres lukt niet.
- Het is niet duidelijk waar je moet klikken om op de volgende pagina te komen.
- Wat voor autos heeft Tinker?
- De datum is onhandig weergegeven.
- De layout is onhandig.

User test 20: Dennis Bos

- Het invullen van zijn adres werkt niet goed
- Het is niet duidelijk wat het verschil is tussen de klassen
- Dennis vindt het niet duidelijk waarom een taxi voor twee personen in totaal duurder is dan voor 1 persoon.
- Het is volgens Dennis niet duidelijk waarom je je vluchtnummer zou opgeven.
- Het is niet direct duidelijk waarom een retour niet direct te boeken is (tijd was niet aangegeven).
- Dennis vind de uitleg bij de bagagestukken onnodig.
- TinkerTicket en TinkerTransfer erg kinderlijk en komt niet professioneel over, dus minder vertrouwen in de legitimiteit van de site.

BIJLAGE 6: User tests resultaten nieuwe website

User test 1: Herbert van Dijk

- Herbert vraagt zich af wat invloed heeft op de prijs bij reisdetails
- Waar is de prijs in de balk bij reisdetails?
- Je weet wanneer je aankomt, maar je weet niet wanneer je wordt opgehaald. Dit is dan ook onduidelijk bij de bevestiging
- Prijs per persoon ook bij klasse zou het wat duidelijker maken.
- Zijn de prijzen inclusief btw? (eigenlijk alleen van toepassing op zakelijke reizen).
- Je zou je eigen adres ook moeten kunnen invullen bij profiel, ophaal locatie kan anders zijn dan thuisadres.
- Is annuleren gratis?

User test 2: Denise Visser

- Adres invullen is onhandig, ophalen en afzetten zou het moeten vervangen, omdat de teksten erboven te lang zijn.
- De slogan is onduidelijk.

User test 3: Eva Jansen

- Wat is een luxe auto?

User test 4: Thomas Ravensberg

- Wat is een luxe auto?

User test 5: Michelle Swart

- Het design is gestolen
- Gegevens check duidelijk
- Gegevens invullen werkt goed
- Spatie moet weg op de laatste pagina
- Het klopt niet dat de bagage gratis is
- Klassen zijn duidelijk
- De datum is duidelijk door het icoontje van de agenda.

User test 6: Jos van der Voort

- Gegevens op de beginpagina op de achtergrond zijn raar.
- Invullen gegevens gaat goed.
- Vinkjes zijn nu nog verschillend dit moet hetzelfde worden.
- De klassen zijn duidelijk.

User test 7: Pieter de Jong

- Zonder deur tot deur zou logischer zijn.
- Naast agenda klikken haalt het icoontje weg.
- Wat gebeurt er als je op tijd klikt?
- Progress bar is handig.
- Wegklikken vinkje klant worden.
- Wisselpijltje eerste scherm niet duidelijk.

User test 8: Virgil Waal

- Van en naar luchthaven kan alleen naar huis betekenen, dit is verwarrend.
- Agenda is handig.
- Progress bar handig, goed dat het onderaan staat.
- Goed dat je kan inloggen.
- Betalen op site zelf handig.

User test 9: Nancy Johnson

- Waarom staat er adres of plaats, je kan toch niet random ergens in een plaats worden opgehaald.
- Vindt de balk bovenaan handig als herinnering.
- Het is wel een beetje paars.
- Dat van gedeelde taxi moet duidelijker worden, mensen kijken eerder naar de prijs.
- Knopje naast selecteer bagage valt niet uit (als tip een vraagteken).
- Fijn dat je weet wat er te wachten staat door balk beneden.

User test 10: Taylor Grayson

- Vind het minder duidelijk waar de klassen voor staat.
- Optie voor kinderen is vreemd, omdat het misschien duurder wordt als je je kind onder de volwassenen moet schaar.
- Informatieknop is niet duidelijk bij selecteer bagage.
- Is tinker aangesloten bij anvr?? Moet duidelijker naar voren komen of ze betrouwbaar zijn.

User test 11: Anja Duijn

- Frisse uitstraling in tegenstelling tot de vorige versie.
- Beoordeling op de beginpagina is handig.
- Staat het retourknopje aan of uit? (Liever ja of nee).
- Wat is een luxe auto? Je moet op het woord kunnen klikken en dat er dan een pop-up komt met meer info, is de chauffeur in uniform?
- Is een kinderstoeltje in een taxi nodig?
- Bij de infoknop van bagage info over wat de bagagestukken inhouden + een maximum.
- Per persoon mist bij vanafprijs in het beginscherm.
- Per persoon staat op een gekke plek bij het overzicht.
- Telefoonnummer voor contactpersoon bij het laatste scherm voor als er iets mis gaat.
- Balk bovenaan is handig.
- Binnen hoeveel tijd ontvang je een e-mail?

User test 12: Jacqueline Klooster

- Voordelen moeten duidelijker naar voren komen op homepagina
- Retourknop is niet duidelijk (liever ja en nee).
- Er is meer uitleg bij de klassen nodig.
- Bij het voorbeeld van de datum, pak de datum van die dag als het live is
- En zeg op het beginscherm hoeveel je maximaal van tevoren kunt boeken
- Statusbalk moet duidelijker zijn.
- Uitroeptekens moeten veranderd worden in een i of ?
- Computerservice staat niet in retour bij totaal scherm, bedrag klopt niet
- Waar moet het wachtwoord aan voldoen?
- Spaties teveel bij eind scherm en een taalfout (vertek).
- Komt er ook een tinkerbel op Schiphol als ik naar het buitenland ga? Dat staat wel op de laatste pagina. Misschien benadrukken dat het alleen vanaf het vliegveld naar hotel geldt.

User test 13: Gijs Kind

- De bagage is nu duidelijk uitgelegd, voorkomt verwarring.
- Kleurgebruik zorgt voor een mooi design.
- Goed dat de voortgang getoond wordt.
- Handige balk onderin verdeeld in stappen.

User test 14: David Rijsser

- Design is overzichtelijker en goed ingericht.
- Verschillende klassen zijn duidelijk uitgelegd.
- Over het algemeen is het design erg mooi.
- Balk onderin beeld geeft een soort van zekerheid.
- Voortgangsbalk is erg handig gedaan.

User test 15: Franciska van der Torre

- Info op de hoofdpagina maakt het erg duidelijk wat het concept van Tinker is.
- Vinkjes moeten hetzelfde zijn.
- Balk onderaan is erg handig.
- De bagagepagina is erg overzichtelijk.

User test 16: Daniel Schoon

- Er is een beetje te veel gebruik gemaakt van de kleur paars.
- Bij bagage is die informatieknoop verwarrend.
- Balk onderaan zorgt voor goede feedback.
- Deur tot deur is niet goed uitgelegd.
- Het liefst zou Daniel op dezelfde site betalen.

User test 17: Yeter Demir

- De retourknop valt niet meteen op.
- Tekst onderin over bedrijf wordt over het hoofd gezien.
- Benaming van economy en economy + is niet erg duidelijk → anders bijv. shared of privat.
- Er zouden meer opties moeten zijn voor kinder passagiers (enkel beperken tot personen en dan een optie om aan te geven of er kinderen bij zitten en dan aangeven van welke leeftijd).
- Er moet worden aangegeven met sterretjes dat een veld verplicht is (eventueel ook waarom).
- De procesbalk is Yeter niet opgevallen.
- De benaming van eerste en tweede stap is niet erg van toepassing, Yeter zou het eerder reisdoel noemen oid, locatie is niet helemaal van toepassing.
- De stappen in de procesbalk moeten overeenkomen met de stappen in het formulier, nu zijn klasse en reisdetails verspreid.
- De hulp optie mist nog! knopje dat je op een vraagteken kan klikken als je het even niet meer snapt.

User test 18: Julian van Amsterdam

- optie tot overige bagage die je zelf kan invullen
- bij het gegevens invullen direct aangeven dat de bevestiging wordt verzonden naar het emailadres, mocht het een ander email adres zijn dit kunnen aangeven en dan een mogelijkheid om een ander email adres in te vullen
- de stappen in de procesbalk moeten overeenkomen met de stappen in het formulier, nu zijn klasse en reisdetails verspreid
- geen knop voor wachtwoord vergeten als je wilt inloggen

User test 19: Jesse Kramer

- Tekst onderin over bedrijf wordt over het hoofd gezien.
- Benaming economy en economy + is niet erg duidelijk.
- Handige balk onderin verdeeld in stappen, die van de mobiele versie vindt hij niet duidelijk.
- Data handig aan te geven met kalender en tijd.

User test 20: Monique Veldtman

- Design mooi, leuk gebruik van kleur.
- Er is meer uitleg nodig bij de klassen.
- Informatieknop is niet duidelijk bij selecteer bagage.
- Misschien een hulp chat functie aanbieden, want ik vind het altijd lastig online zo'n formulier invullen.

BIJLAGE 7: Statistisch onderzoek
Voor het uitvoeren van een opdracht:

| Cognitieve problemen | Aantal keer in origineel ontwerp: | Aantal keer in nieuw ontwerp: |
|-------------------------------------------------------------|------------------------------------------|--------------------------------------|
| Onoverzichtelijke interface | 10 | 5 |
| Klassen zijn onduidelijk | 15 | 6 |
| Retourknop valt niet op | 2 | 3 |
| Vak met boekingsgegevens valt niet op | 3 | 0 |
| Informatie over bagage onduidelijk | 5 | 0 |
| Datumaanduiding is verwarrend door volgorde | 5 | 0 |
| Niet duidelijk hoever je van tevoren moet boeken | 1 | 0 |
| Het wordt pas laat duidelijk wat tinkerbelles zijn | 1 | 0 |
| Informatieknop naast bagage gegevens is onduidelijk | 0 | 3 |
| Scrollen om alles te zien, niet op 1 scherm alles zichtbaar | 1 | 0 |
| Van of naar de luchthaven niet meteen opmerikbaar | 3 | 1 |
| Knop voor verdergaan onhandig gepositioneerd | 3 | 0 |
| In kalender niet duidelijk welke dag er bij de datum hoort | 1 | 0 |
| Niet dezelfde stappen bij formulier en voortgangsbalk | 0 | 1 |
| Onduidelijkheid bij kinderen toevoegen aan passagiers | 0 | 2 |
| Totaal aantal problemen: | 15 | 7 → 3 nieuw |

Tijdens het uitvoeren van de opdracht:

Cognitieve problemen

geen

| Fysieke problemen | Aantal keer in origineel ontwerp: | Aantal keer in nieuw ontwerp: |
|---------------------------|-----------------------------------|-------------------------------|
| Adres invullen werkt niet | 10 | 0 |
| Totaal aantal problemen: | 1 | 0 |

Na het uitvoeren van de opdracht:

| Feedback | Aantal keer in origineel ontwerp: | Aantal keer in nieuw ontwerp: |
|---------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------|
| Geen melding bij een ongeldig telefoonnummer | 1 | 0 |
| Tijdsindicatie naar vliegveld mist/onduidelijk wanneer je wordt opgehaald | 2 | 2 |
| Om locatie vragen niet fijn | 6 | 0 |
| Geen melding als je niet akkoord gaat met voorwaarden | 1 | 0 |
| Geen melding bij verkeerde kortingscode | 1 | 0 |
| Totaal aantal problemen: | 5 | 1 |

| Onverwachte uitkomst | Aantal keer in origineel ontwerp: | Aantal keer in nieuw ontwerp: |
|---------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------|
| Niet duidelijk waarom prijs verandert na aangeven bagage, aantal personen, etc. | 6 | 1 |
| Bij een hoog aantal bagagestukken geeft de site een debug/foutmelding | 1 | 0 |
| Gegevens verdwijnen als je betaling annuleert | 1 | 0 |
| Totaal aantal problemen: | 3 | 1 |