

Ideaboard

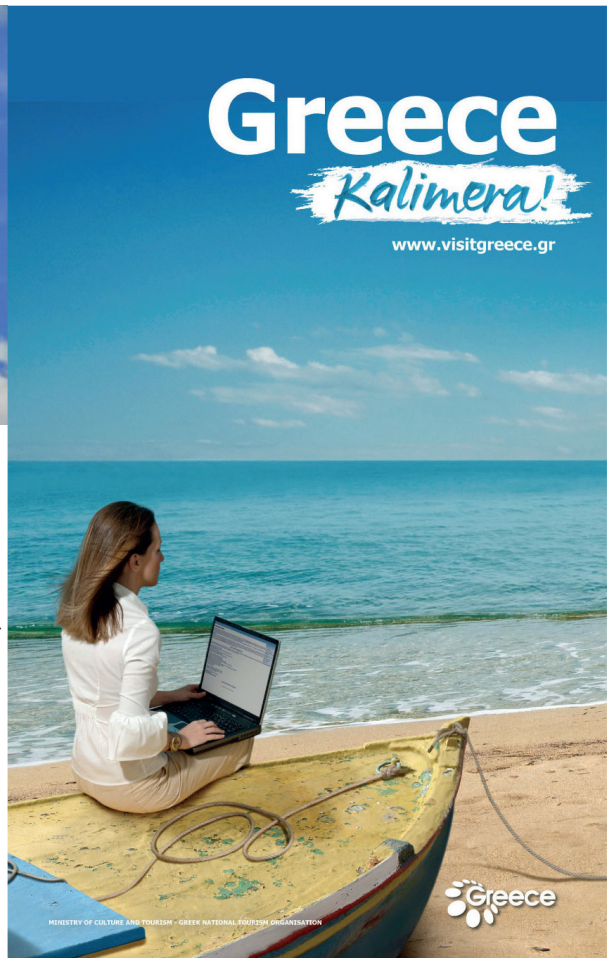
Situatie: Verhuur van luxe vakantiehuisen. Voor de eindgebruiker is alle comfort een must. Hij/zij is op zoek naar de ultieme get-away om even te ontstressen van de zware werkdruk.

Animaties:

- overgangsanimaties moeten simpel maar mooi zijn.
 - dynamische navigatie voor bestemming vakantiehuis te zoeken.
 - site moet uniek aanvoelen op vlak van look, navigatie en stijl.
- Goed voorbeeld: <http://lookbook.wedze.com/winter-2017-2018/en>

Cards/Titles:

- klant wil luxe dus kaartjes moeten er duur en goed uitzien
- een mooie foto met minimalistische tekst en weinig uitleg ziet er meestal mooi en aantrekkelijk uit.
- Een complex gephotoshopte foto kan ook goed werken.



Iconen:

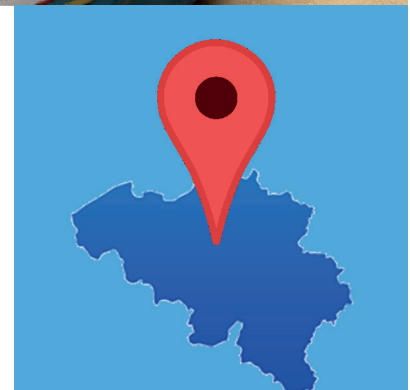
- simplistisch icoon dat duidelijk ons bedrijf toont, een icoon dat makkelijk te onthouden is zoals dat van google of facebook
- Misschien een makkelijk icoon zoals een vliegtuig. Maar kan ook complexer
- Een cut-out van de map van België met een google pin in het midden lijkt me ook iets. Ik heb snel een prototype gemaakt hiervan.

Formulieren:

- In de vorm van enquêtes kunnen we vooraleer we onze site maken onze klanten bevragen. Zo kunnen we rechtstreeks te weten wat onze algemene klanten verwachten van een site voor vakantiewoningen.

Functionaliteiten:

- Een site voor luxe vakantiehuisen moet ook een luxe site zijn. De klant moet alles kunnen met de site wat nodig is om een vakantie-woning zo vlot mogelijk te vinden. Een aantal voorbeelden van nodige functionaliteiten:



- Een zoekfunctie met filter
- Een FAQ
- Een klantenservice (chat of mail of telefoon)
- De mogelijkheid om fotos en videos te embedden.
- Een rating systeem voor de vakantiewoningen
- Een routeplanner (via Google Maps?)
- De website moet responsive zijn.
- Mogelijkheid tot delen op sociale media
- Een makkelijke URL

Lettertypen:

-Voor een Luxe look volstaan simplistische fonts, maar ook complexe fonts met veel krullen kunnen luxeus overkomen.

Kleuren:

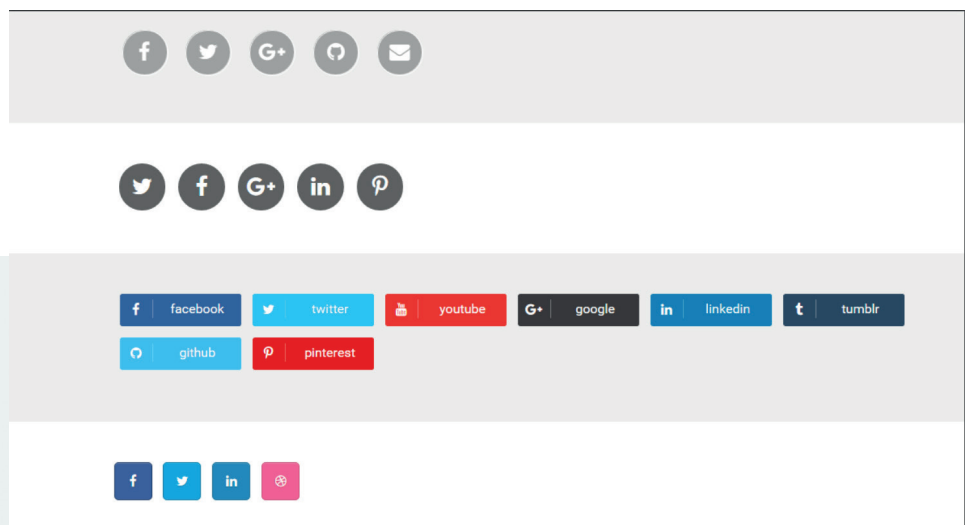
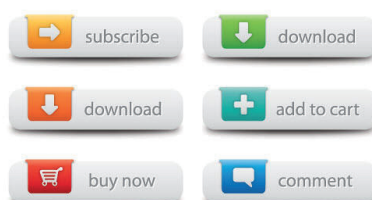
-In de psychologie worden de kleuren zwart, goud, paars en zilver vaak gelinkt met luxe.
 -Vakantiebrochures gebruiken heel vaak nachtfotos van bekende plaatsen. en doen color adjustments om het licht er vaak "goud" te laten uitzien.
 -Voor vakanties worden er niet echt andere kleuren gebruikt behalve goud. Zwart wordt in het geval van vakantie reclame vaak vervangen door een heel donker getint blauw.

Knoppen

-De simplistische look van sites de dag van vandaag is heel gebruiksvriendelijk maar straalt ook een zeker luxegevoel uit. Wie op zijn site nog knoppen gebruikt met een "3D look" zoals vroeger zal waarschijnlijk niet zo populair zijn als dezelfde site maar met een "flat" look.
 -Ik heb een paar knoppen geplaatst van slecht naar goed. (rechts is de beste)



RALPH LAUREN
Black Label



Texturen

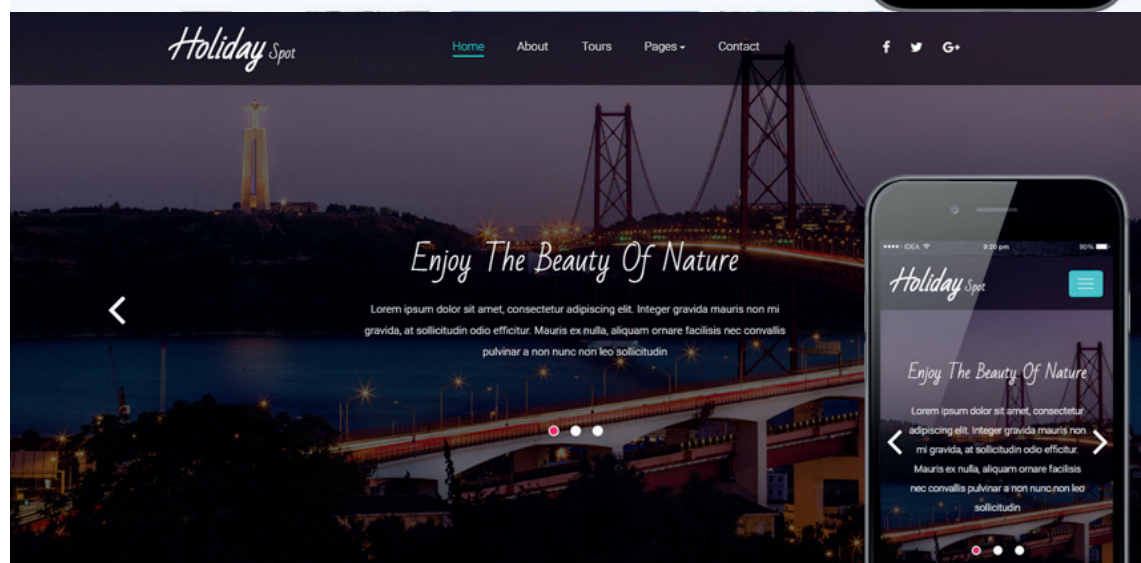
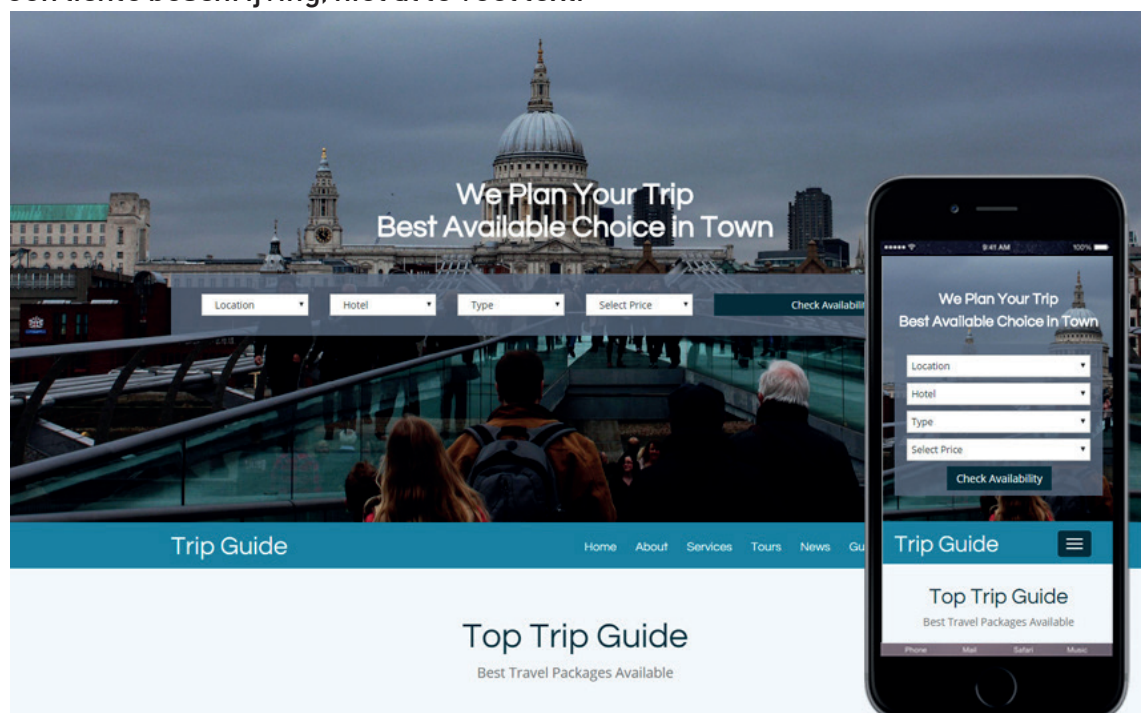
-texturen voor verschillende onderdelen blijven best simpel en flat, gewone kleuren zijn goed. Als voor achtergronden van elementen van onze website, fotos van vakantiewoningen zouden heel goed zijn. Maar simpele texturen zouden ook kunnen.

Beeld/Tekst schikking:

-De layout moet heel vlot zijn. De gebruiker moet op een paar seconden de voorpagina kunnen doorscrollen en alles meehebben wat er op staat. Wanneer hij zoekt voor een vakantiehuis moet hij op een minuut of enkele minuten een pagina moeten kunnen bekeken hebben met alle zoekertjes. Het moet vlot leesbaar zijn en simpel blijven. "Show, don't tell". Laat fotos zijn met een lichte beschrijving, niet al te veel text.



www.shutterstock.com · 106600745



Temporibus autem quibusdam

Voluptas assumenda est, omnis dolor repellendus. Temporibus autem quibusdam et aut officiis debitis aut rerum necessitatibus saepe. Nam libero tempore, cum soluta nobis est eligendi optio cumque nihil impedit quo minus id quod maxime placeat facere possimus, omnis voluptas assumenda est, omnis dolor repellendus.

