



De moderne bon

Oplevering
Design rationale

Gepubliceerd op
April 2023

Product
Memo App





Voorwoord

Mijn naam is Jeffrey van Kampen, ik ben een eindejaars CMD-student aan de Hogeschool van Amsterdam, met ervaring in UX/UI. Voor dit project heb ik het proces verdeeld in vijf fasen: onderzoek, ideeëngeneratie, conceptualiseren, validatie/evaluatie en conclusie. Tijdens deze fases gebruik ik user experience-methoden om mijn Design challenge op te lossen.

In de design rationale verwijst ik regelmatig naar het proces in de product biografie. Een verwijzing ziet er zo uit (PB).

Competenties

Tijdens dit project richt ik me op verschillende competenties, waaronder het begrijpen en kaderen van inzichten van de gebruiker en het concreet maken van het onderzoek en de belangen. Ik wil verder blijven evalueren door feedback te verzamelen en keuzes te valideren (testen).

Dit project van 20 weken heeft een relevante vraag voor zowel de gebruiker als het milieu. Het proces vat ik hier samen, en om ervoor te zorgen dat de scope van het project duidelijk en iteratief blijft gebruik ik de product biografie.

Gegevens

Naam

Jeffrey van Kampen
UX/UI Student
500779797

Begeleider

Rob Prass

Eerste en tweede lezer

Robbert Ritmeester
Rob Prass

Opleiding

Communication & Multimedia design
Hogeschool van Amsterdam
Afstudeerproject

Inhoudsopgave



Fase 1 Onderzoek

Aanleiding	Pagina 5	Desk Research	Pagina 12	Programma van eisen	Pagina 22
Managementsamenvatting	Pagina 6	Observeren	Pagina 14	Expert Interview	Pagina 23
Design challenge/deelvragen	Pagina 8	Interviews	Pagina 15	Gebruiker principes	Pagina 24
Doelgroep	Pagina 10	Enquête	Pagina 16	Hoe kun je's	Pagina 25
Stakeholders	Pagina 11	Customer Journey	Pagina 17	Job Stories	Pagina 26
		Persona's/Empathy Map	Pagina 18	MoSCoW	Pagina 27
		Benchmark	Pagina 21		



Fase 2 Ideeën genereren



Fase 3 Conceptualiseren



Fase 4 Valideren & Evalueren

Sketching	Pagina 28	Experience Map	Pagina 34	Proof of Concept 2	Pagina 43
Concept	Pagina 29	Hi-Fi Prototype	Pagina 35	Hi-Fi Prototype oplossing	Pagina 47
Wireframe	Pagina 30	Risk Analysis	Pagina 36	Aanbeveling	Pagina 48
Lo-Fi Prototype	Pagina 31	Hi-Fi Iteratie	Pagina 37	Conclusie	Pagina 49
Proof of Concept	Pagina 32	Peer Review	Pagina 39	Zelfreflectie	Pagina 50
Harris Profile	Pagina 33	Hi-Fi Iteratie 2	Pagina 41	Bronnenlijst	Pagina 51



Fase 5 Conclusie

Aanleiding

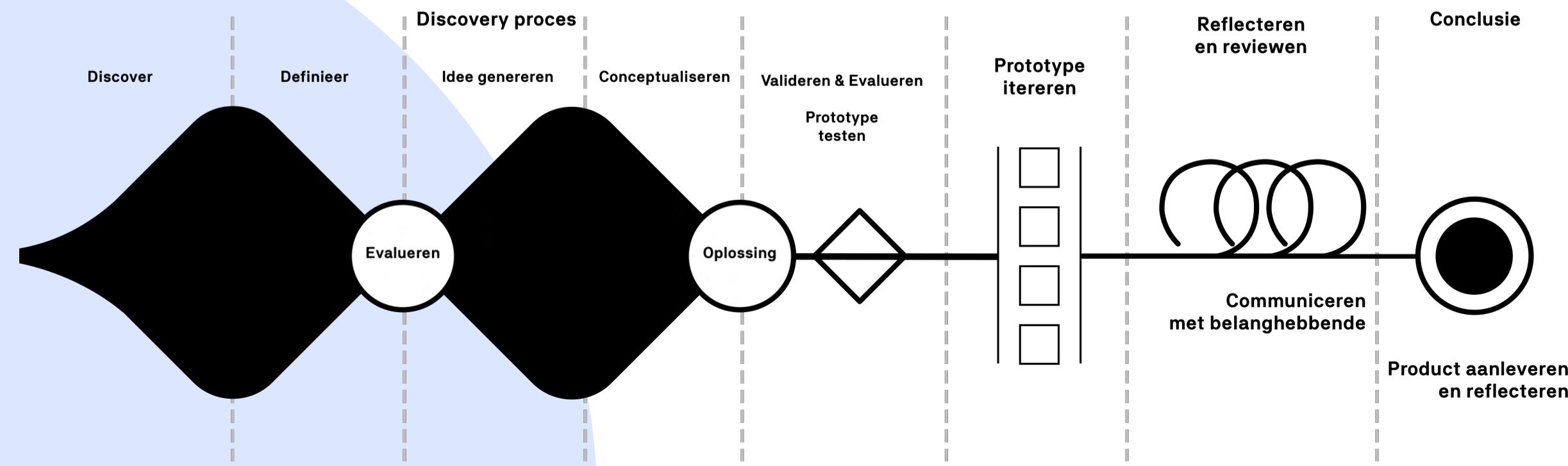
Dit project is ontstaan door mijn onderzoek naar het probleem van kassabonnen. Uit dit onderzoek en gesprekken met consumenten blijkt dat zij vaak hun kassabonnen kwijtraken, wat onhandig is. Wanneer ze de bon nodig hebben, moet je hier makkelijk bij kunnen, bij mobiel bankieren is dat mogelijk. Deze gebruikers- en milieuproblemen vormen de uitdagingen van mijn project. We zijn allemaal bekend met de huidige kassabon en de problemen die zich voordoen bij het kopen van een product.

Het programma van eisen tussen het milieu en de gebruiker veranderde tijdens het project, omdat een verbetering voor het milieu het belangrijkste is samen milieu samen met een gebruiksvriendelijke oplossing. Het milieuprobleem speelt nog steeds en uit gesprekken met de doelgroep raken zij een hoop kassabonnen kwijt en daarom ben ik van mening dat dit een waardevol idee is.

Leeswijzer

De opbouw van dit project bestaat uit 5 fases. In de eerste fase documenteer ik het onderzoek over de doelgroep en het probleem. Dit definieer ik met cmd methodes. Daarna itereer ik ideeën en convergeer ik en maak ik het concept concreet. Dit valideer en evalueer ik met de doelgroep en belang hebbende te testen. Mijn plan van aanpak (PB) is op basis van een Scrum methode en de Double Diamonds.

Plan van aanpak double diamond



Het probleem

Ontbossing

Wij gebruiken bij elkaar **2 miljard** kassabonnen per jaar in Nederland. Waarvoor meer dan 20.000 bomen worden gekapt en 30 miljoen kilo restafval wordt geproduceerd. Wereldwijd worden er naar schatting jaarlijks 300 miljard bonnetjes uitgeprint, wat een nutteloze verspilling is omdat dit digitaal kan worden bewaard. In feite eindigt 90% van alle bonnen in de prullenbak, direct na het uitprinten. Vaak worden de bonnen achtergelaten in boodschappenkarretjes of opgeborgen en uiteindelijk weggegooid. Het is een ecologisch probleem waarvoor ik een gebruiksvriendelijke oplossing voor wil bedenken.

Slechte ervaringen met kassabonnen

Consumenten hebben moeite met het bewaren van hun kassabonnen omdat ze deze kwijtraken. Dit is ongemakkelijk en het zorgt voor miljarden nutteloze bonnen. Soms hebben consumenten de bon nodig voor hun garantie. Uit gesprekken met de doelgroep blijkt dat zij behoeft te hebben aan een eenvoudigere manier om kassabonnen te bewaren en graag een steentje bij willen dragen aan het milieu.



De oplossing

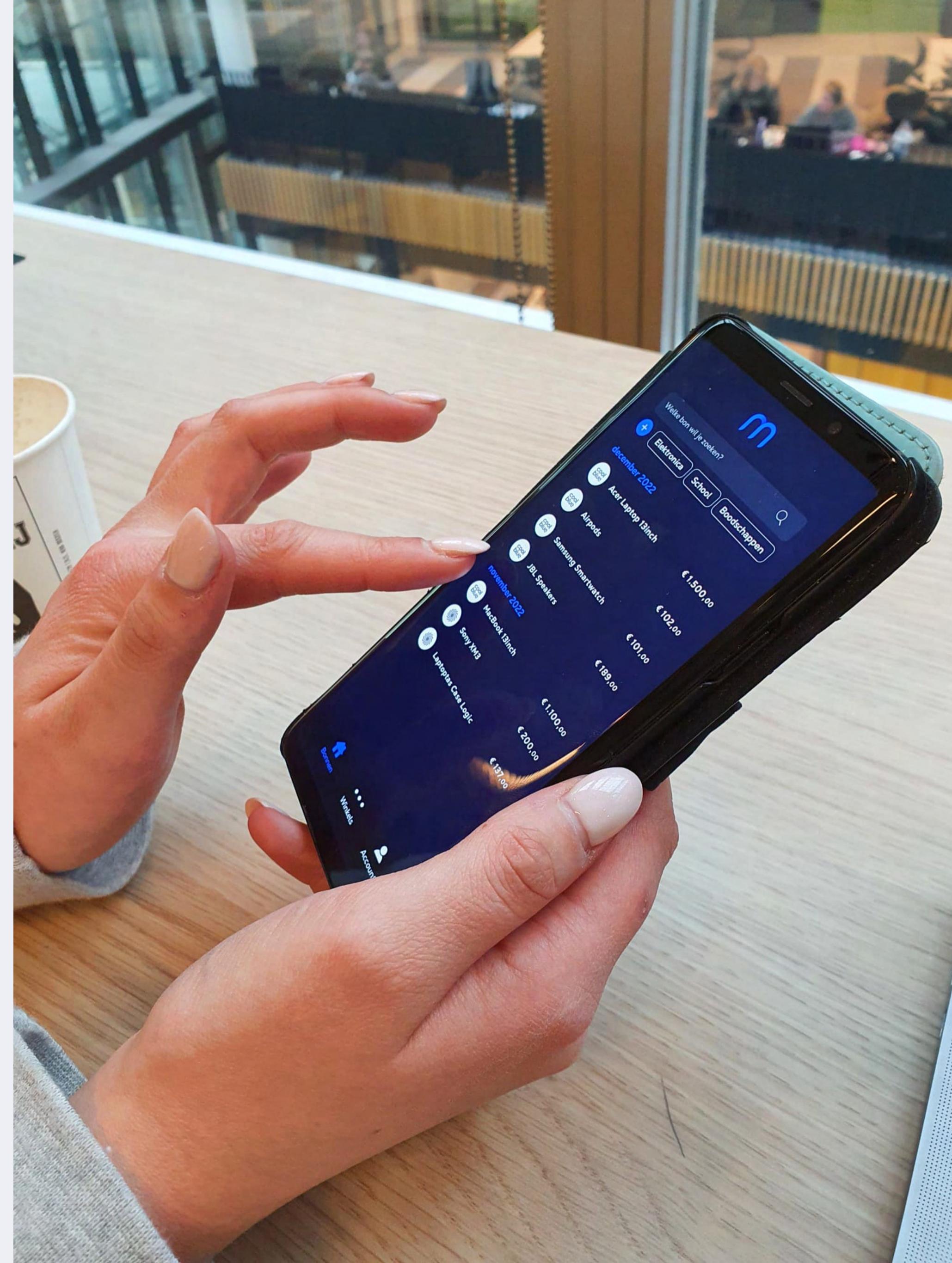
Mijn doel is om kassabonnen te verduurzamen met een interactief product door de gebruikerservaring te verbeteren.

De Memo app biedt een oplossing om kassabonnen gemakkelijker op te slaan met behulp van een bankpas en tegelijkertijd een bijdrage te leveren aan het milieu. Door onderzoek te doen naar hoe de doelgroep hun kassabonnen zou willen bewaren, kan ik het probleem aanpakken.

Waarom?

Aan de hand van mijn onderzoek is mijn oplossing waardevol omdat er nog geen gebruiksvriendelijk en milieubewust prototype bestaat voor kassabonnen. Dit product werkt automatisch en is eenvoudig voor consumenten. Het is betrouwbaar en voelt veilig aan. Als gebruiker krijg je het gevoel dat je een steentje bijdraagt aan het milieu en berg je de bon makkelijker op.

Om alle design challenge iteraties te bekijken verwiss ik naar de Design challenge en deelvragen (PB)



Design Challenge

“Hoe kan een interactief product kassabonnen duurzaam maken, door consumenten hun bonnen digitaal en gebruiksvriendelijk te laten bewaren met behulp van een bankpas?”

Verdieping: Hoe kan een interactief product consumenten helpen om op een duurzame manier kassabonnen te bewaren, door middel van een eenvoudig en digitaal systeem waarmee zij hun bonnen kunnen opslaan met behulp van een bankpas? (PB)

Deelvragen

Om meer inzicht te krijgen in het onderwerp, ben ik gestart met deskresearch. Hierbij heb ik me gericht op de deelvragen als onderdeel van de Design Challenge (PB) in de verkenningsfase. Hier doe ik onderzoek naar de doelgroep en het probleem over kassabonnen.

Om alle Deelvragen en iteraties te bekijken verwijst ik naar de Design challenge en deelvragen (PB) in mijn productbiografie

1. Wie is de doelgroep?

- 1.1 Wat doet de doelgroep?
- 1.2 Hoe bewaart de doelgroep kassabonnen?
- 1.3 Wanneer gooit de doelgroep hun kassabonnen weg en wanneer bewaren ze deze? Wanneer is de bon belangrijk volgens hun?
- 1.4 Wat is hun ervaring met kassabonnen? Staan zij open voor verbetering?

2. Wat zijn de belangen van de doelgroep?

- 2.1 Welke gebruikers hebben het meeste behoefte aan dit product?
- 2.2 Wat zijn de wensen voor dit technische product?
- 2.3 Waar kan het product voor worden gebruikt?
- 2.4 Wat zijn de redenen voor de doelgroep om dit product te gebruiken?

3. Wat zijn de pijnpunten als het gaat om het bewaren van kassabonnen?

- 3.1 Welke complicaties zijn er tijdens het bewaren van een kassabon?
- 3.2 Wat denkt de gebruiker voor en na het krijgen van een kassabon?
- 3.3 Wat doet de gebruiker met een bon als zij het in ontvangst nemen?
- 3.4 Hoe houden gebruikers bonnetjes bij?

4. Hoe ziet de interactie tussen de consument en het ontvangen van digitale kassabonnen er uit?

- 4.1 Wat voor mogelijkheden zijn er?
- 4.2 Wat is de werking van mijn product?
- 4.3 Wat zijn de risico's van het digitale product?
- 4.4 Hoe denkt de consument na over hun gegevens?
- 4.5 Hoe kan de consument gemotiveerd raken om een app te gebruiken?

5. Hoe denkt de doelgroep over dit milieuprobleem?

- 5.1 Is de consument bewust van hun verbruik met kassabonnen?
- 5.2 Ziet de consument bonnetjes als een probleem voor het milieu?
- 5.3 Kan het gebruiksgemak een ecologisch probleem verbeteren?
- 5.4 Is de doelgroep in staat om een steentje bij te dragen aan het milieu?
- 5.5 Hoe belangrijk zijn duurzame kassabonnen voor de doelgroep?
- 5.6 Hoe kan ik deze verspilling voor het milieu besparen?

Doelgroep

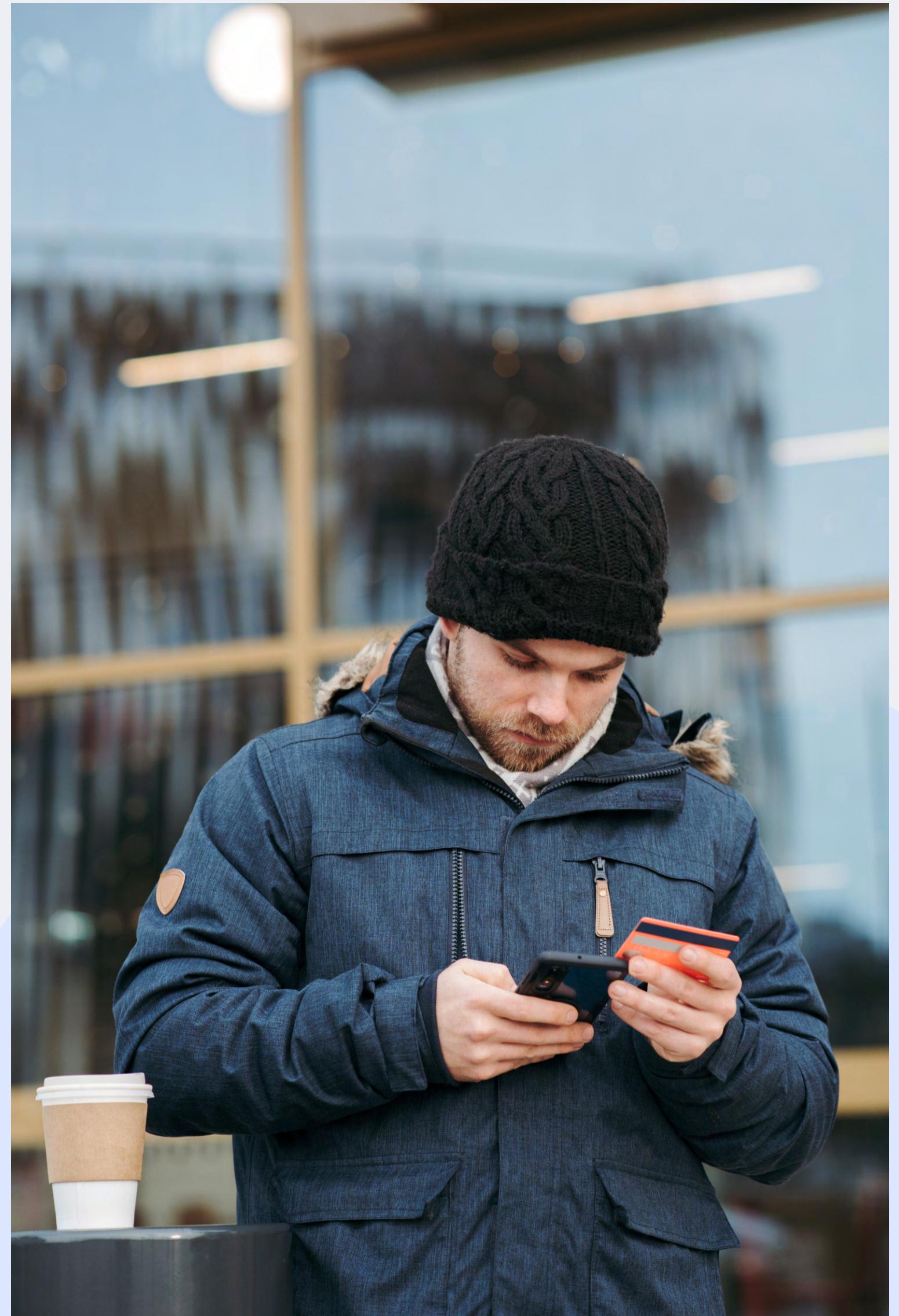
De doelgroep van dit project zijn consumenten, met name degenen die met een bankpas betalen. Ik heb ervoor gekozen om me op consumenten te richten omdat zij vaak problemen ervaren met kassabonnen en als groep een grote impact hebben op het milieu. Deze consumenten ontvangen kassabonnen en gooien het vaak weg of gebruiken dit voor hun garantie.

Waarom?

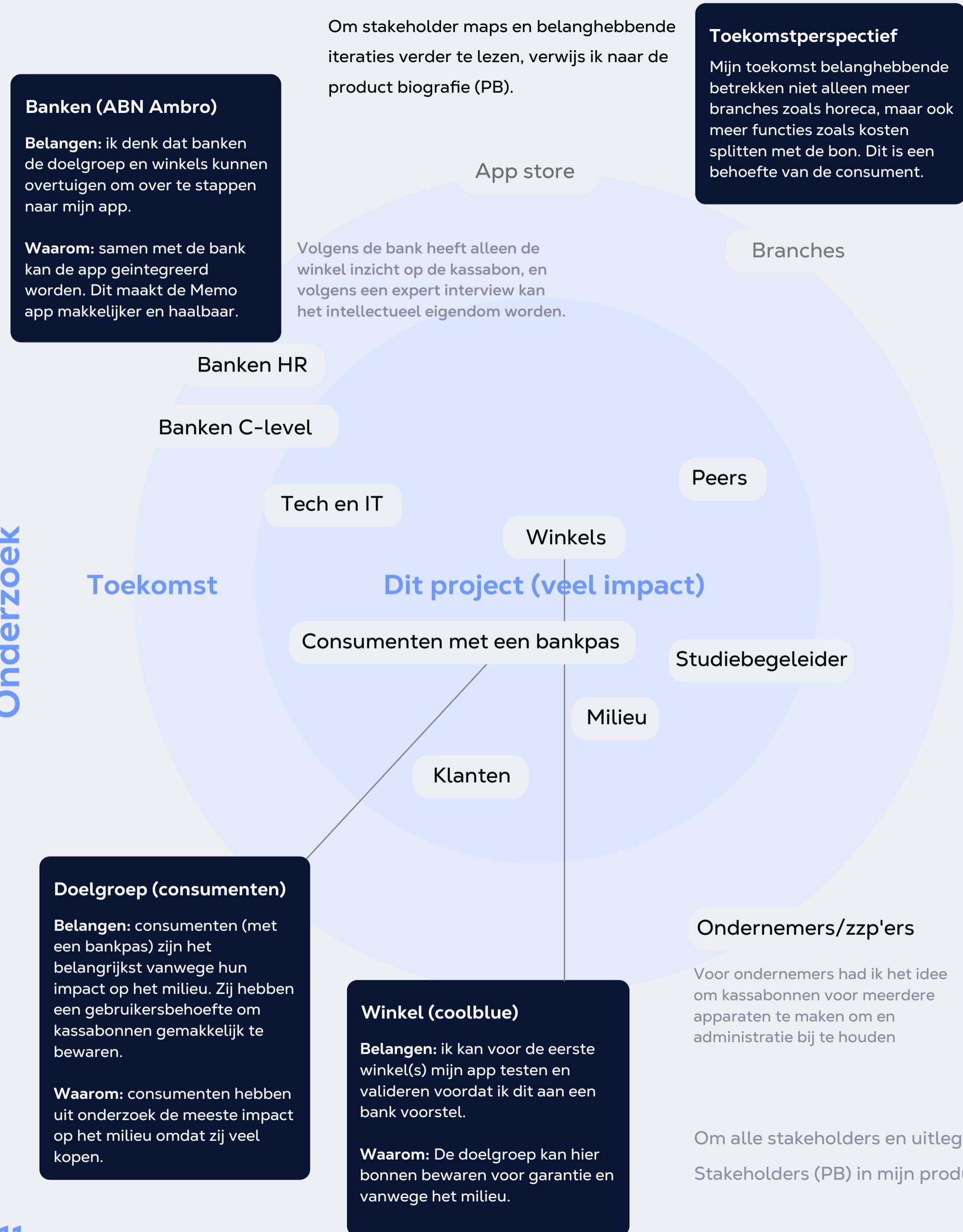
Het testen met consumenten is een geschikte keuze omdat hun zij veel impact hebben op het milieu, en hun bonnen kwijtraken. Om een bijdrage te leveren aan het milieu kunnen zij hun bonnen digitaal bewaren, en automatisch bijdragen aan het verminderen van afval en het beschermen van het milieu. Het bereik van de doelgroep omvat in principe iedereen die wel eens iets koopt.

Tijdens Benchmark onderzoek (PB) zie ik dat veel concurrenten zich op ondernemers focussen. Ik vind het belangrijk om de ontwikkeling te maken voor consumenten voor het milieu door hun gebruikservaring.

Om de volledige doelgroep te bekijken verwijst ik naar de Doelgroep en Persona (PB) in mijn productbiografie



Onderzoek



Stakeholders - Doelgroep

Mijn doelgroep zijn winkels en consumenten, klanten van de winkels ontvangen kassabonnen voor hun garantie en het aantal bonnetjes hebben impact op het milieu. Mijn app, die de kassabonnen kan digitaliseren, kan daarom belangrijk zijn voor deze winkel vanwege het milieu en het verbeteren van hun gebruikservaring. Ik maak gebruik van een Stakeholder map om alle belanghebbenden in kaart te brengen, dit zijn ook degenen die in de toekomst belang kunnen hebben na het testen zoals de bank. De doelgroep met een bankpas is belangrijk omdat zij een bankpas invoeren. Deze map laat zien welke stakeholders veel impact hebben en hoe dichtbij zij bij dit project staan.

Wie is mijn belanghebbende?

Mijn belanghebbende tijdens dit project is Coolblue, mijn contact is Koen Damen en hij is een manager bij Coolblue. Tijdens mijn afstudeerproject geeft hij inzichten over de doelgroep en krijg ik feedback over mijn ideeën. Hij is verantwoordelijk voor de klanttevredenheid. Ik test het uiteindelijke prototype in winkel van Coolblue. Ik kies hen als mijn belanghebbende omdat zij naar gebruiksvriendelijkheid en een beter milieu streven. Ze staan open voor milieuvriendelijke oplossingen. Zo hebben zij bijvoorbeeld een dashboard in hun winkels om klanten te helpen en een app. Winkels zoals Coolblue digitaliseren bonnen al maar, bonnen komen in aparte apps te staan en je bent niet anoniem. Mijn idee kan een goed voorstel zijn voor het milieu (PB).





Fase 1 Onderzoek

Desk Research

Dit zijn belangrijke bevindingen vanuit desk research die antwoorden geven op mijn deelvragen. Om inzicht te krijgen in het probleem en de pijnpunten van de doelgroep, heb ik artikelen en forums gevonden samen met statistische data (PB).

Milieu-impact

Er wordt geschat dat men elk jaar 300 miljard bonnetjes uitprint over de hele wereld. Dit vereist 25 miljoen bomen, achttien miljard liters water en 22 miljoen vaten olie. Vandaag de dag kan dit echt niet meer, het is een nutteloze verspilling ten aanzien van de digitalisering van facturatie.

Bonnen samen vormen een grote stapel aan water- en energieverbruik. Maar liefst 2 miljard bonnetjes worden er per jaar weggegooid in Nederland, wat goed is voor zo'n 30 miljoen kilo afval. De echte oplossing die digitale bonnen bieden is vooral het verminderde gebruik van bomen, water en energie."

De bon bewaren

Wie iets koopt, krijgt een kassabon mee. Consumenten vinden het vervelend om de bon te bewaren. De meeste bonnen worden achtergelaten in boodschappenkarretjes of opgeborgen in portemonnees, en uiteindelijk weggegooid. De meeste winkels printen automatisch een bon vanwege garantie en ruilen. Als de klant geen bon hoeft, gaat 'ie dus in de prullenbak.

Voor al mijn desk research met inzichten en conclusies verwijss ik naar de Desk research (PB) in mijn productbiografie

Inzichten van de gebruiker

“ Danielle

Bonnen met garantie-termijnen: die bewaren we. Bonnen van duurdere aankopen, bewaar ik (tot ik ze kwijt raak). Bonnen van goedkope prul of kleding wat ik al snel ga dragen, niet lang het ligt er aan hoe lang ze in mijn portemonee of tas blijven slingeren.

“ Renzo

Ik doe alle kassabonnen van aankopen in een doosje. En als ik iets nodig heb spit ik de doos door. Het zou er zomaar een jaar in kunnen zitten. En als ik dan bonnen tegenkom van kleding gooik ik het weg, maar als ik het weggooi krijg ik er spijt van.

Blij met de digitale bon

Overigens zijn veel andere mensen op Facebook blij met de digitale kassabon. Het voordeel is dat je zo'n bonnetje altijd kunt bewaren. "Ik vind het wel handig, aangezien ik altijd bonnen kwijt raak", zegt iemand. Maar retail deskundige Fred Rutgers waarschuwt: "Die winkelier doet het niet alleen om jou blij te maken, maar ook om zichzelf heel blij te maken met jouw gegevens.

Wat neem ik mee?

Uit de artikelen blijkt dat de digitalisering van kassabonnen een kans biedt om ontbossing tegen te gaan. In Nederland alleen al worden jaarlijks 2 miljard kassabonnen verbruikt, waardoor er een groot potentieel is om dit probleem aan te pakken. Het bewaren van papieren bonnen is ook een gebruikersprobleem dat kan worden opgelost met een digitaal product. Één op de drie gekapte bomen verwerkt tot pulp, het halffabricaat van papier.

Kans op succes

"Een ander punt is de afreken tijd. Bij papieren bonnetjes zijn er geen contactgegevens nodig, binnen een paar seconden is het bonnetje bij de klant. Zeker in drukke winkels kan dit een groot verschil maken. De meest veelbelovende oplossingen kosten minimale inspanning van de klant én de verkoper, denk maar aan contactloos betalen en automatische generatie van bonnen."

Desk Research

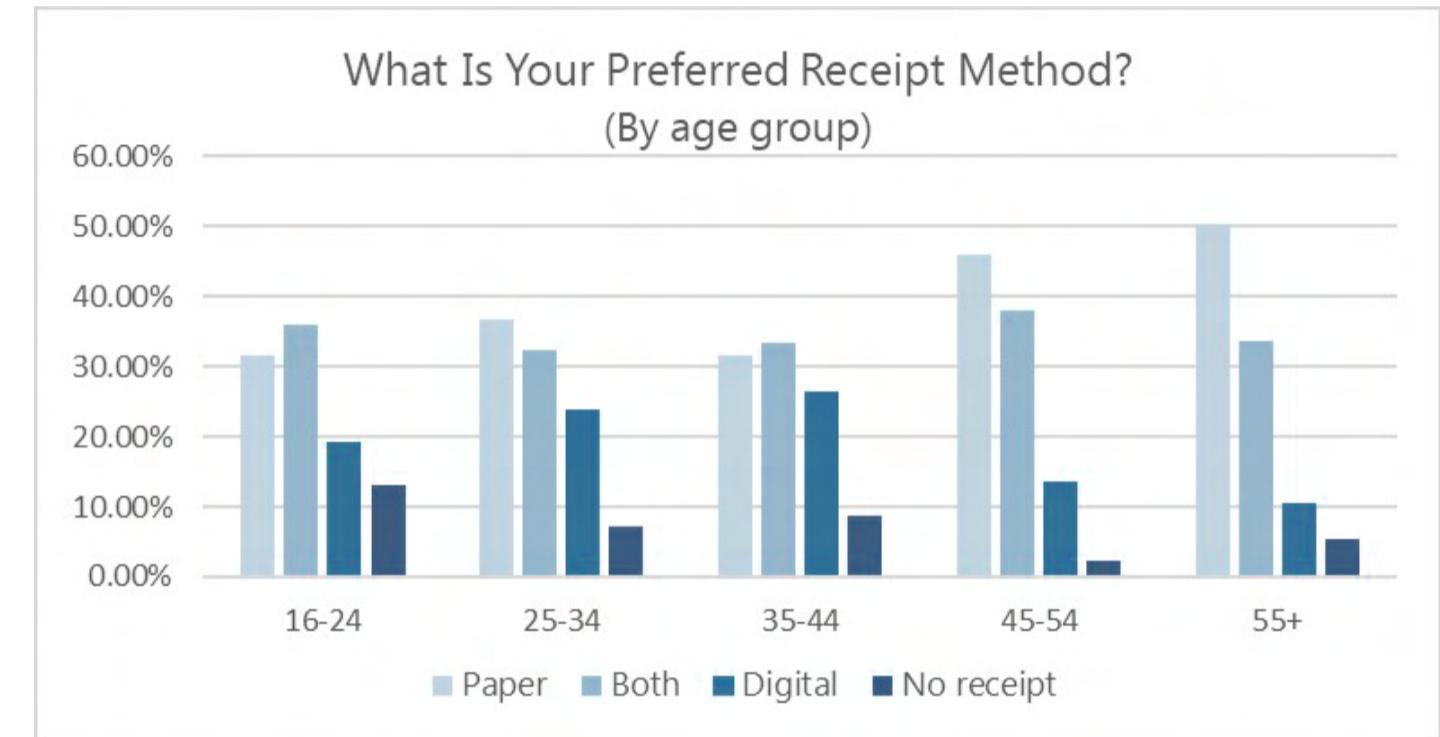
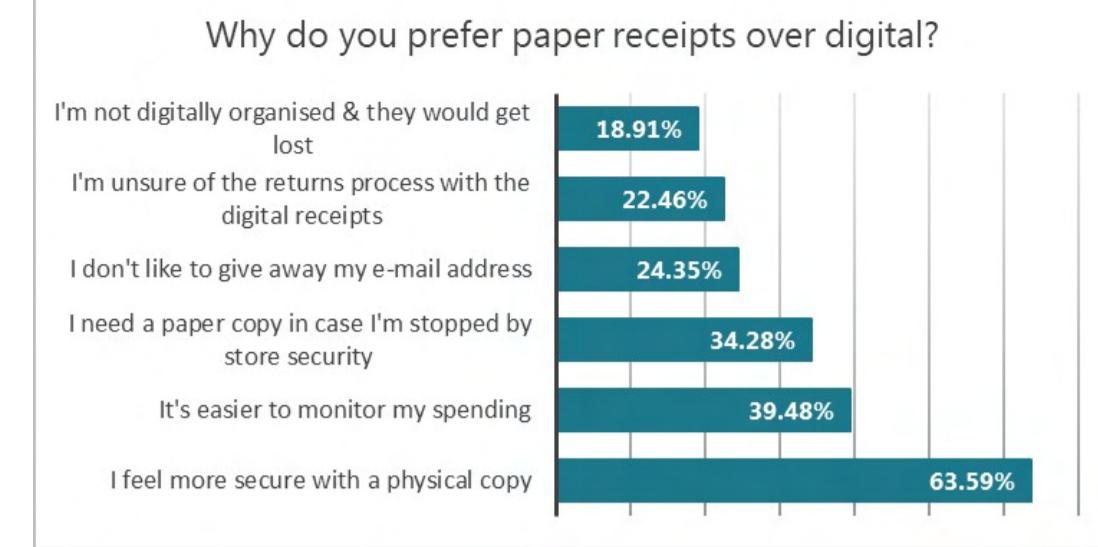
Waarom bewaren consumenten hun kassabon?

Van de respondenten die de voorkeur geven aan digitale kassabonnen, zegt 70 procent dat dit is omdat het beter is voor het milieu en makkelijker is om op te slaan. Wat betreft de respondenten die de voorkeur geven aan papieren bonnen, zegt 64 procent dat het is omdat ze zich veiliger voelen met een fysieke kassabon, en 39 procent zegt dat papieren bonnen het voor hen gemakkelijker maken om hun uitgaven bij te houden.

Wat neem ik mee?

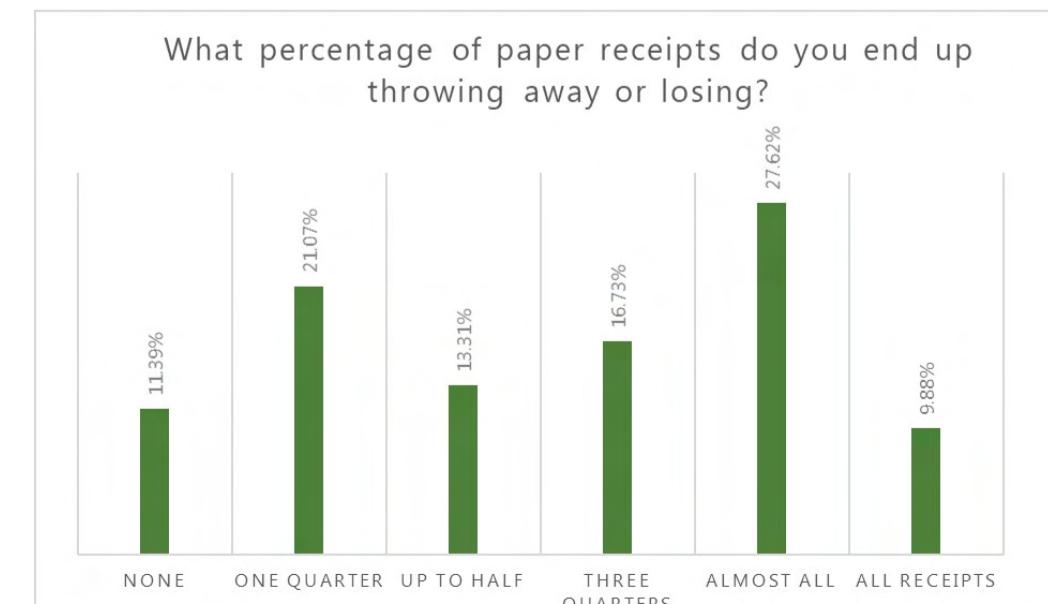
- Uit onderzoek blijkt dat 42% van de consumenten de voorkeur geeft aan papieren bonnen, 34% aan zowel papieren als digitale bonnen, 17% aan digitale bonnen en 7% aan helemaal geen bon.
- Per leeftijdsgroep is de voorkeur voor digitale bonnen onder 44 jaar het hoogst. De voorkeur voor geen bon is het hoogst onder de leeftijdsgroep van 16-24 jaar.
- Mensen die papieren bonnetjes ontvangen, verliezen hun kassabonnen gemiddeld 5 keer per maand. De meeste consumenten schatten dat ze meer dan de helft van de papieren bonnetjes die ze ontvangen weggooien of kwijtraken, waarbij 28 procent zegt dat ze bijna alle papieren bonnetjes die ze ontvangen weggooien of kwijtraken. Bijna de helft van de respondenten zei dat ze zich "schuldig voelen" bij het weggooien van papieren bonnetjes.
- Consumenten die ervoor kiezen om kassabonnen digitaal te bewaren, geven aan dit te doen omdat het milieuvriendelijker en makkelijker is. Van alle respondenten, zou 89% willen dat winkeliers digitale bonnen als optie aanbieden, de meerderheid zegt dat het zeker een optie zou moeten zijn.

Voor al mijn desk research met inzichten en conclusies verwijss ik naar de Desk research (PB) in mijn productbiografie



Aanvullende bevindingen

Meer dan een derde gooien vaak papieren bonnetjes weg zonder erbij na te denken. Ook wil een derde dat bedrijven meer doen om het aantal papieren bonnetjes te verminderen. Meer dan een kwart van de respondenten maakte zich zorgen dat er jaarlijks 256.300 ton thermisch papier voor bonnetjes verbruikt. En 20 procent van de respondenten weet niet waarom we nog steeds papieren bonnetjes gebruiken.



Observeren

Na mijn Expert Interview met een UX designer bij ABN Amro, had ik besloten me te concentreren op de winkels en consumenten. Om meer inzicht te krijgen, heb ik hun gedrag bestudeerd. Dit zijn belangrijke bevindingen over wat consumenten met kassabonnen doen. Ik heb dit op drie verschillende locaties geobserveerd, elk gedurende een half uur. Vervolgens heb ik op straat interviews afgelegd.

Wat neem ik mee?

- In supermarkten gooien consumenten hun bonnen weg omdat ze deze als onbelangrijk vinden of omdat ze deze niet nodig hebben voor garantieclaims of terugbetalingen.
- Consumenten gooien bonnen in supermarkten vaak weg zonder erbij na te denken
- Ik ben van mening dat mijn oplossing voor supermarkten de nadruk op milieuvriendelijkheid moet liggen, terwijl bij garantieclaims het gebruiksgemak voorop moet staan.

Het gedrag

- In de supermarkt werd 75% van de kassabonnen direct weggegooid
- Op plekken waar garantie belangrijk is werd maar 20% van de bonnen weggegooid
- Consumenten op straat geven aan dat zij onbelangrijke bonnen vaak direct weggooien

Voor al mijn observaties en inzichten verwijjs ik naar de Observaties (PB) in mijn productbiografie

Hoe bewaren consumenten kassabonnen?

25%



30%



30%



Tijdens mijn observaties zag ik dat de overige 15% van de doelgroep gebruik maakte van de Coolblue app voor hun kassabonnen. Toen ik vroeg waarom sommige consumenten nog steeds een fysieke bon wilden hebben, gaven ze aan dat dit sneller was en om anoniem te blijven en digitaal omdat zij dit makkelijker vinden.

Wanneer gooien consumenten hun bonnen weg?

75%



20%



Interviews

Voor al mijn interviews en inzichten verwijst ik naar de Interviews (PB) in mijn productbiografie

Ik wil de doelen en pijnpunten van mijn doelgroep begrijpen. Om dit te bereiken, maak ik gebruik van onderzoeksvragen die ik heb gevonden op "uxplanet" (PB). Ik ben begonnen met het stellen van interviewvragen aan studenten (UX-ontwerpers) en daarna willekeurige mensen op straat in het centrum, consumenten gingen in op het probleem, en met CMD studenten raakte ik meer in gesprek over de oplossing.



Lawrence Prins CMD UX student

Over kassabonnen: Zekerheid, verspilling in het milieu



Stijn Ramp CMD student

Over kassabonnen: Onhandig, het heeft verbetering nodig

Uit de verzamelde interview antwoorden bewaren mensen kassabonnen voornamelijk voor garantie en als bewijs van aankoop. Vaak raken mensen hun kassabonnen snel kwijt, vergeten ze deze of gooien ze het weg. Niet veel mensen geven de voorkeur aan het bewaren van digitale bonnen maar erkennen het gemak en de duurzaamheid ervan als het snel zou werken. Zij zouden een app gebruiken dat vertrouwen uitstraalt en een goede reputatie heeft om digitale bonnen te bewaren. Sommige geven aan dat zij hun gegevens niet willen delen, dit zou hun kunnen weerhouden.

Mensen geven aan dat het bewaren van kassabonnen ongemakkelijk is, omdat ze deze vaak kwijtraken of vergeten waar ze dit hebben opgeborgen. Zij staan open om voor een digitale oplossing, zolang zij geen persoonlijke gegevens gebruiken. Het merendeel van de consumenten vindt kassabonnen onnodig, onhandig, slecht voor het milieu en zijn het eens met dat dit moet worden verbeterd. De meeste geven aan dat ze de optie waarderen om dit ook digitaal te kunnen ontvangen in de winkel.

Wat neem ik mee?

- Een groot deel van de doelgroep vind dat kassa bonnen moeten worden verbeterd en staan open voor een digitale oplossing, alleen moet het voldoen aan de eisen, snel en makkelijk, veilig
- De doelgroep erkent dat digitale bonnen beter zijn voor het milieu
- De doelgroep vindt het gemak voor hun garantie belangrijk, en anders dat het automatisch naar de app wordt gestuurd voor het milieu



Enquête

Het is belangrijk voor mij om te begrijpen hoe consumenten denken over het gebruiksgemak en de milieueffecten van kassabonnen. Mijn enquête richt zich op hoe consumenten hun bonnen bewaren, hun gedrag ten opzichte van het milieu, en hoe ik het gebruiksgemak kan verbeteren.

Ik heb de enquête openbaar gedeeld op social media om meer mensen te bereiken. Ik heb 18 antwoorden ontvangen op de enquête. Een groot deel van de respondenten is jong volwassen maar hebben allemaal met hetzelfde probleem te maken. Hierbij heb ik ook suggesties van (verre) concurrerende apps gekregen om te bekijken tijdens mijn benchmark onderzoek. Uit de antwoorden kan ik zien wanneer het gebruiksgemak en duurzaamheid belangrijk zijn.

Antwoorden

Consumenten geven aan dat ze hun kassabon vaak snel opbergen en thuis bewaren, afhankelijk van de prijs en dat garantie vaker voorkomen bij dure producten en dat zij bijna altijd bonnen weggooien van kleine uitgaven. Dit komt overeen met de antwoorden van de interviews. Bij supermarkten lijkt het weggooien van bonnen meer onbewust en automatisch te gebeuren, terwijl bij elektronica het bewaren van bonnen vaak bewust en geordend is. Om alle antwoorden te bekijken lees de (PB).



Jeffrey van Kampen • U
UX/UI Developer and Designer
6 mnd • Bewerkt •

Wist je dat er in Nederland **2.000.000.000** bonnen per jaar opgaan?

Naast dat het een ecologisch probleem is raken wij bonnen kwijt wat het niet gemakkelijk maakt.

Daarom ben ik bezig met een onderzoek om te kijken hoe wij dit kunnen verbeteren <https://lnkd.in/e6G24p3P>

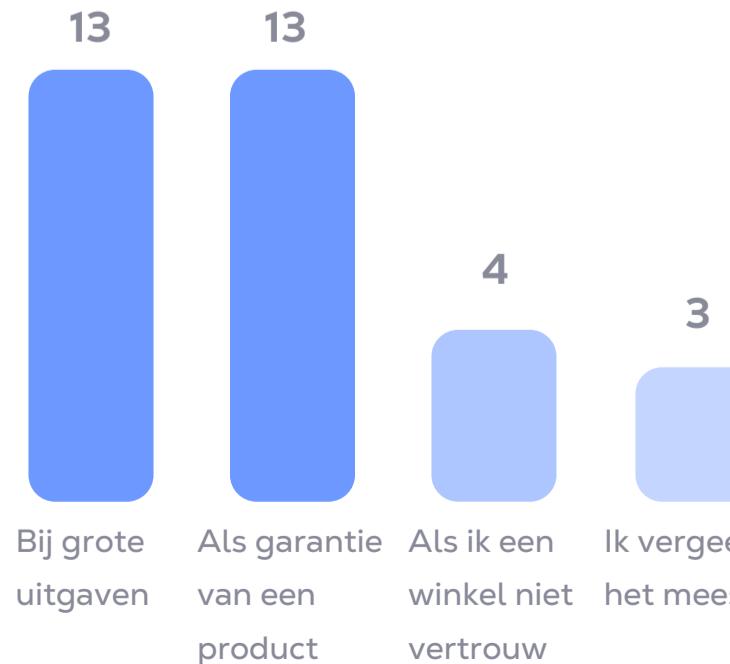
#sustainability #banking #receipts #digitalizingreceipts

Wat neem ik mee?

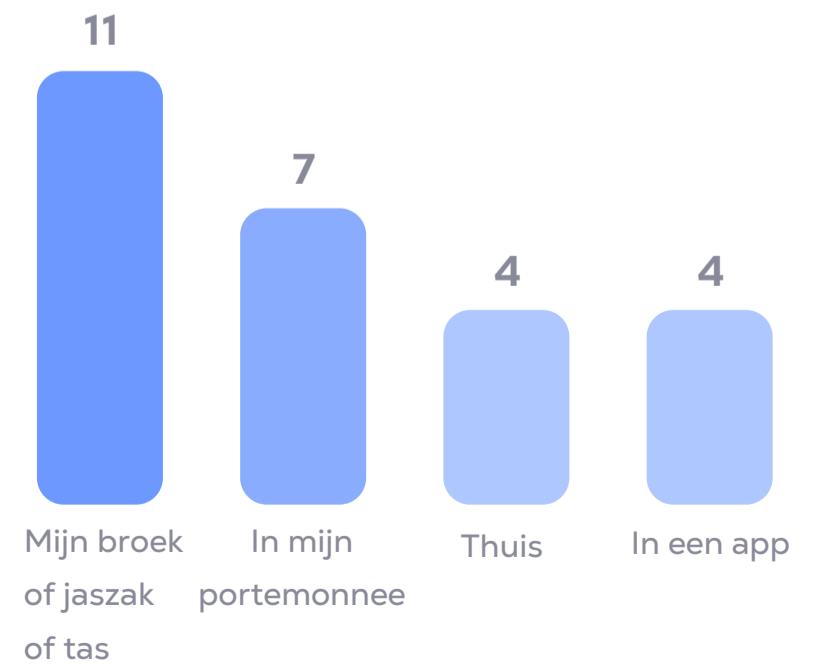
In de enquête heb ik inzichten gekregen over het gedrag van de consumenten. Mijn inzicht is dat de motivatie van consumenten verandert wanneer hun behoeften groter worden. Bijvoorbeeld, als iets erg duur is, zijn ze bereid om te ordenen, terwijl ze, wanneer de prijs en moeite lager zijn, hun bonnen verspillen. Als ze hun bonnen nodig hebben, of een steentje bij willen dragen aan het milieu zijn ze geneigd om de app te gebruiken. Wanneer hun reden belangrijk is, neemt de kans op succes van mijn product toe.

Voor al mijn antwoorden en inzichten uit de survey verwijst ik naar de Survey (PB) in mijn productbiografie

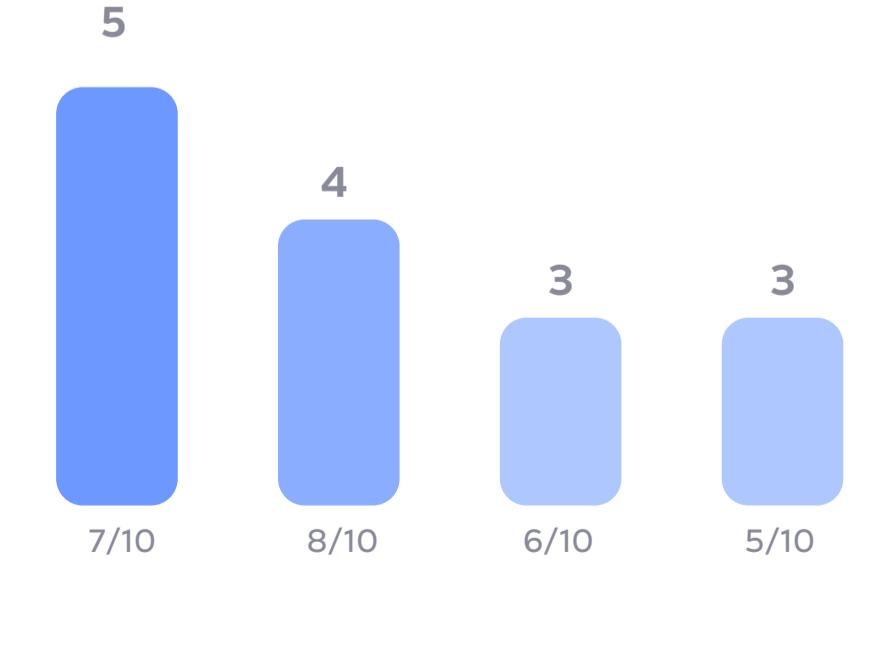
Wanneer bewaar jij een kassabon?



Wat gebruikt u om kassabonnen te bewaren?



Vind je dat je geordend met kassabonnen bent?



Ben je bewust van jouw bonnen gebruik?



Customer Journey

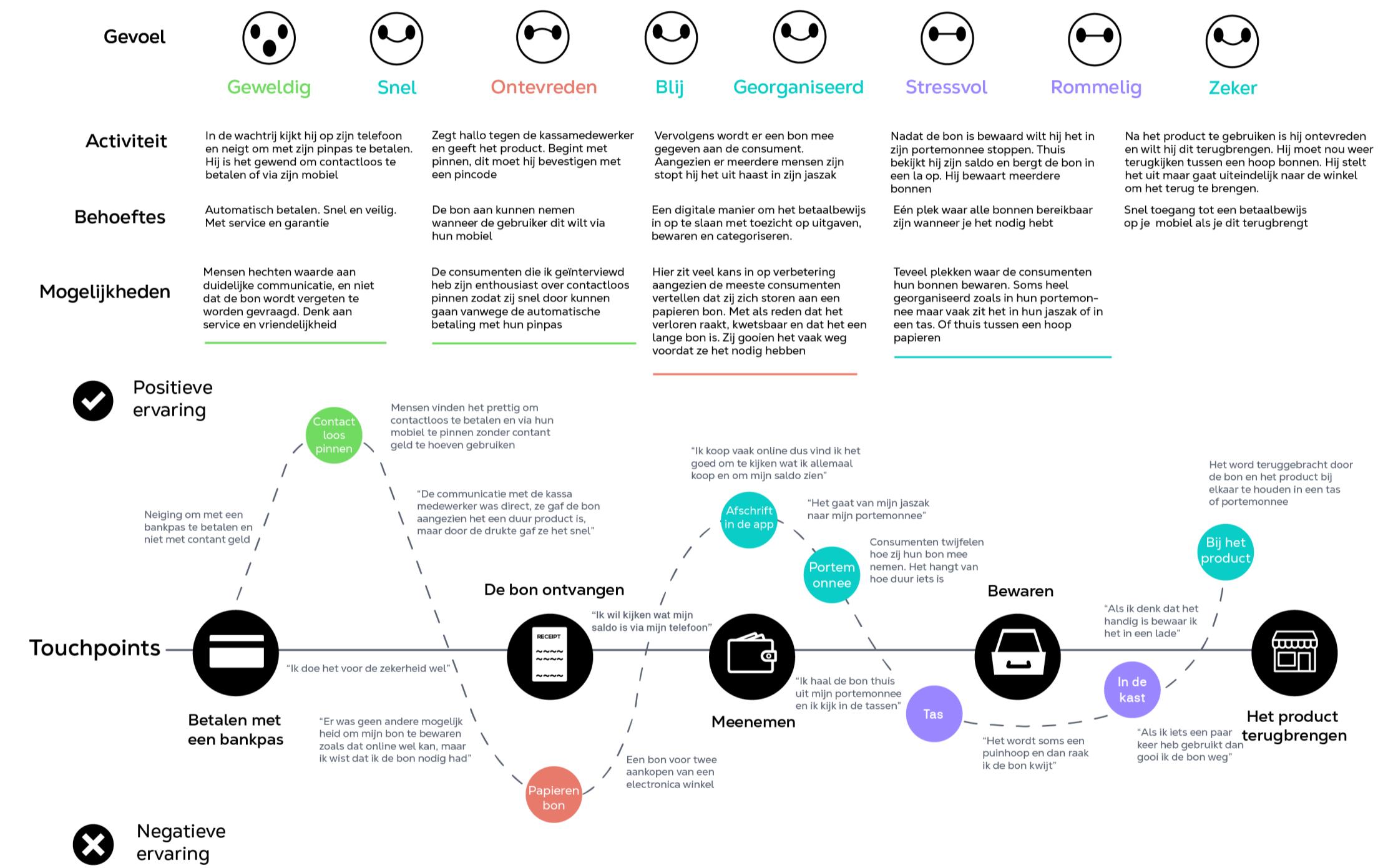
Voor het definiëren van al mijn onderzoek in de tweede fase maak ik gebruik van een customer journey. Hierin beschrijf ik alle touchpoints van de doelgroep waarvan ik denk dat deze invloed moeten hebben op mijn concept. De customer journey werkt samen met het persona en meer informatie hierover is te vinden in de definieringsfase (PB). De customer journey beschrijft zowel de pijnpunten als de kansen op succes van de doelgroep.

Wat neem ik mee?

- Een waardevol inzicht is dat de doelgroep positief reageert op hoe zij contactloos betalen en daarom kan ik misschien iets soortgelijks bedenken voor mijn prototype
- De doelgroep ervaart papieren bonnen als hinder en weet niet goed wat ze ermee moeten. Daarom denk ik dat automatisch bewaren, en een optie om de bon gebruiken wanneer zij dat willen handig kan zijn
- Aangezien de doelgroep bonnen op meerdere plaatsen moet zoeken, is het handig om één app te hebben waarin ze alle bonnen kunnen vinden dit moet snel en toegankelijk zijn.
- De doelgroep gooit de bon onbewust weg en de app kan de nadruk leggen om een steentje bij te dragen aan het milieu

Voor al mijn inzichten uit de Customer Journey verwijst ik naar Customer Journey (PB) in mijn productbiografie

Afbeelding van mijn customer journey uit de product biografie (PB)



In de twee persona's die ik heb gemaakt licht ik de pains & gains verder toe. Deze customer journey is gericht op de huidige situatie van een consument tijdens het observeren en interviewen. In de persona's ga ik in op antwoorden uit het interview en gebruik ik dit voor hun pains & gains.

Persona Kevin de Vries

Kevin is een student in het centrum van Amsterdam, hij zou meer geld willen besparen brengt soms producten terug na het winkelen. Hij koopt meerdere dingen tegelijkertijd zoals elektronica. Hij vindt zijn garantie belangrijk en als het kan draagt hij een steentje bij aan het milieu. Kevin is gewend aan mobiel bankieren. Hij is niet erg georganiseerd en vergeet waar hij zijn kassabonnen bewaart. Hij wilt hier geen tijd aan besteden. Zijn belangrijkste prioriteit is garantie, en zijn gegevens veilig houden.

Activiteiten

Ik koop soms elektronica. Ik raak mijn kassabonnen soms kwijt. Na het kopen heb ik de bon nodig als ik iets wil terug brengen of als ik garantie wil voor dure spullen. Ik zou graag de bon bij de hand willen hebben wanneer ik het nodig heb.

Gains

- Kassabonnen veilig willen opbergen
- Garantie hebben voor dure producten
- Snel en eenvoudig zijn bonnen opbergen
- Bereid om een steentje bij te dragen aan het milieu als de app nuttig is

Pains

- Hij raakt zijn kassabonnen kwijt
- Hij moet soms zijn persoonlijke gegevens invoeren
- Hij is tijd kwijt om de bon op te bergen
- Hij vindt kassabonnen onhandig

Favoriete merken



MediaMarkt



GREENPEACE

Leeftijd

25 jaar

Beroep

IT

Voor al mijn inzichten en iteraties van de Persona's verwijst ik naar de Persona (PB) in mijn productbiografie

Wensen en behoeften

- Een gemakkelijke manier om kassabonnen te organiseren
- Op een veilige manier omgaan een app
- Moeiteloos/automatisch kassabonnen in de app opslaan



Persona Lisa Jansen

Melissa werkt als ontwerper in het centrum van Amsterdam en gaat graag winkelen. Ze koopt veel boodschappen en geeft geld uit aan dure kleding, waardoor ze veel bonnen heeft waarvan ze niet zeker weet of ze deze moet bewaren. Om haar steentje bij te dragen aan het milieu wil ze liever digitale bonnen. Zij vind het belangrijk om haar spullen op een plek te houden. Ze wilt de app soms gebruiken als zij de kassabon nodig heeft maar doet dit graag voor het milieu.

Activiteiten

Ik ben dol op winkelen en koop vaak kleding en boodschappen, ik heb een hoop kassabonnen die ik niet gebruik maar ik breng weleens iets terug. Het vinden van mijn bonnen na het winkelen kan soms heel chaotisch zijn, omdat ik veel spullen in mijn tas heb. Ik denk dat ik dit digitaal zou willen om het milieu te helpen.

Gains

- Het milieu helpen door kassabonnen door te sturen naar een app
- Bonnen binnen een app bij elkaar houden
- Gemak
- Hoeft geen bonnen te zoeken

Pains

- Al haar kassabonnen liggen chaotisch in haar tas
- Zij koopt veel en haar bonnetjes hebben impact op het milieu
- Twijfelt of ze de kassabon nodig heeft

Favoriete merken



Leeftijd

23 jaar

Beroep

Ontwerpster

Voor al mijn inzichten en iteraties van de

Persona's verwijst ik naar de Persona (PB) in
mijn productbiografie

Wensen en behoeften

- Terugkijken tussen haar kassabonnen in de app
- Automatisch een bon ontvangen
- Digitale bonnen voor het milieu
- Een gebruiksvriendelijke app voor al haar aankopen

Afbeelding van de Persona Lisa, zij wilt het liefst haar kassabonnen digitaal bewaren vanwege het milieu



Onderzoek

Empathy Map

Het doel van mijn empathy map is om tot het probleem van kassabonnen te komen en een dieper inzicht te krijgen in de gedachten, emoties, behoeften en frustraties van de consument/persona. Dit doe ik aan de hand van observaties en interviews.

Wat neem ik mee?

- De doelgroep denkt mee aan het milieu uit goede wil of hun gemak
- Consumenten zijn niet georganiseerd met hun kassabonnen

Voor al mijn iteraties van de Empathy map verwijst ik naar de Empathy Map (PB) in mijn productbiografie

Denkt & voelt

Lastig	Waar moet ik het bewaren	Ik gooi het wel weg	Heb ik de bon wel nodig?
Snel maar later onhandig	Deze bon is erg vervelend	Ik ben benieuwd wat de impact is op het milieu	Ik krijg de bon automatisch ookal heb ik hem niet nodig
Kan ik dit digitaal bewaren?	Frustratie	Bezorgd	

Zien

De bon heeft veel informatie	Ik zie dat ik de bon automatisch krijg	Ik zie dat de bon heel lang is en ruimte in mijn tas inneemt	Ik zie dat de bon heel lang is en ruimte in mijn portemonnee inneemt	Ik zie dat er garantie is
Ik zie dat de kassière de bon in de tas stopt	Ik ben bezig met naar het product kijken	Ik let op mijn betaalpas	Ik zie een lange rij	Ik zie een volle bak met kassa bonnen



Zegt & doet

Bewaart zijn/haar waardevolle spullen	Vergeet zijn/haar bonnen	Is bewust van wat hij/zij koopt	Vind de bon onhandig of onbelangrijk
Brengt soms producten terug	Ik ben heel ongeduldig	Houd van fysiek winkelen	Vertrouwd de winkel niet met persoonlijke gegevens

Gains

- Zijn kassabonnen organiseren
- Keuze om bonnen te bewaren
- Minder tijd verliezen
- Zekerheid over zijn producten (garantie)
- Een steentje bijdragen aan het milieu
- Een betere ervaring met een interactief prototype en digitale kassabonnen

Horen

Dat is zonde	Wilt u de bon mee of tas? - Kassa	Gerommel tussen spullen	Ik gebruik geen contant meer - Vrienden
Let goed op je spullen	Denk om je geld! - Ouders	Betaalt u contant of met pin? - Kassa	

Benchmark onderzoek

Voor mijn benchmark onderzoek heb ik gekeken naar de functies van andere apps (PB), met name hoe gebruikers kassabonnen opslaan. De apps die ik heb gevonden, kun je bonnen en facturen in opmaken. Je kunt deze terugvinden en sorteren. Dit kun je samen met je uitgaven bekijken. Twee van de drie apps waren gericht op ondernemers en boekhouding. Aangezien consumenten een grote impact hebben op het milieu, wil ik een app ontwikkelen dat specifiek op hen gericht is waar zij automatisch hun kassabonnen bewaren. Een oplossing om het milieu te verbeteren voor consumenten.

Elke kassabon app is handmatig, uit gesprekken met de doelgroep blijkt dat zij hier geen behoefte aan hebben. Zij willen de bon snel bewaren. Het doel van dit onderzoek was om kansen op succes te ontdekken en inspiratie op te doen voor een gebruiksvriendelijke oplossing dat de impact op het milieu te verbeterd. Uit de conclusies blijkt dat er nog veel ruimte is voor verbetering op het gebruiksgemak.

Kans op succes

- Een aantal kassabon apps focussen op ondernemers terwijl ik consumenten als mijn doelgroep kies
- De apps voor kassabonnen zijn nog handmatig, je moet foto's en scans van je bon maken, uit gesprekken met de doelgroep is dit nogsteeds geen verbetering
- **Een belangrijke behoefte van de gebruiker = een ecologische oplossing**

Waar kan ik inspiratie uit halen?

- Door je IBAN in Tikkie te gebruiken worden transacties direct verstuurd, dit kan ook werken voor kassabonnen
- De onboarding van Tikkie is heel vriendelijk en vertrouwd
- De manier van zoeken in andere apps zoals Klippa zijn uitgebreid, je kan zoeken, tags en mapjes gebruiken.

Dat werkt handig

Ook kijk ik naar de onboarding van de apps. Uit gesprekken met de doelgroep willen zij een veilige en snelle login, waar het doel van de app gelijk duidelijk is. Dit is de eerste indruk van de app en dat is voor de werking van mijn prototype belangrijk.

The image displays three screenshots of mobile applications:

- Klippa:** A receipt management app. The top screenshot shows a receipt from Albert Heijn with a blue circle highlighting the receipt image. The middle screenshot shows a receipt with a green circle highlighting the text "Scan en herken". The bottom screenshot shows a receipt with a green circle highlighting the text "BOEKHOUDKOPPELING".
- Tellow:** An invoice management app. The top screenshot shows a receipt with a green circle highlighting the text "Scan en herken". The middle screenshot shows a receipt with a green circle highlighting the text "BOEKHOUDKOPPELING". The bottom screenshot shows a receipt with a green circle highlighting the text "Ontdek het nieuwe boekhouden".
- Tikkie:** A payment app. The screenshot shows a screen asking "Op welke IBAN wil je terugbetaald worden?" with a blue circle highlighting the question.



Fase 2 Ideeën genereren

Programma van Eisen

Na het concreet maken van mijn onderzoek, weet ik wat de belangen zijn van alle stakeholders. Om deze belangen helder te krijgen, heb ik een programma van eisen gemaakt met daarin de wensen en verwachtingen van alle belanghebbenden. Door het onderzoek heb ik waardevolle inzichten gekregen. Dit schema dient als referentie voor mijn concept en waar het aan moet voldoen. In de productbiografie (PB) staan een paar iteraties.

Ik verwerk deze eisen in mijn concept en test het product vervolgens met de doelgroep om te kijken of het voldoet aan hun wensen en die van andere belanghebbende. Het schema helpt mij om het prototype te valideren.

Voor alle inzichten en interaties verwijst ik naar het Programma van Eisen (PB) in mijn productbiografie.

Eisen van het product

- Het product kan automatisch werken
- Het product is moeiteloos
- Het product is milieuvriendelijk
- Het product is interactief
- Het product is een app (prototype)
- Het product is gebruiksvriendelijk en voldoet aan hun behoeften.
- Het product is makkelijk om te begrijpen
- Het product is veilig en betrouwbaar

Eisen van de gebruiker

- Het moet milieuvriendelijk zijn
- Het moet moeiteloos en automatisch zijn
- Het moet handig zijn
- Het product heeft een overzichtelijke weergave met kassabonnen
- Het heeft gemakkelijke zoekfuncties
- Het moet veilig zijn
- Het liefst een groot winkel aanbod

Visuele wensen van het product

- De visuele stijl versterkt de werking van het prototype
- Het prototype ziet er betrouwbaar uit
- De visuele stijl is zakelijk en vriendelijk
- Duidelijke en intuïtieve navigatie om gebruikers snel op weg te helpen
- Het interface is functioneel in de context in een winkel of een snelle gebruiker

Eisen van de winkel

- Het product versnelt wachtrijen
- Het product is milieuvriendelijk
- Het product biedt een goede service
- Het product is makkelijk om te verbinden met hun kassasysteem

Technische eisen van het product

- Het product maakt gebruik van een API om verbinding te maken met zowel de winkel als de gebruiker
- Het product wordt verbonden met behulp van een bankpas van de gebruiker
- Het product werkt automatisch
- Het product is veilig en werkt betrouwbaar
- Het product is interactief
- Het product werkt snel

Eisen voor de bank in de toekomst

- Het product is getest
- Het product kan geïntegreerd worden

Expert Interview

Door in gesprek te gaan met een manager van coolblue, en een expert op het gebied van UX bij ABN Amro die zich inzet voor duurzaamheid, heb ik meer inzicht gekregen in de doelgroep en de mogelijkheden voor een bank. Zo heb ik ontdekt dat banken op zoek zijn naar duurzame oplossingen. En dat de winkel zich inzet voor gebruiksvriendelijkheid. Tijdens deze twee interviews heb ik me voornamelijk gericht op hoe ik het gebruiksgemak in relatie tot het verbeteren van het milieu.

Conclusie

Koen is de manager bij Coolblue. Hij gaf aan dat de Coolblue-winkel openstaat voor nieuwe ideeën, vooral als deze kunnen bijdragen aan tevreden klanten en het milieu. Tijdens de discussie werden ook de technische mogelijkheden besproken om een API te gebruiken voor het kassasysteem. Koen is het ermee eens dat het gebruik van papieren kassabonnen vervuilend en onhandig is. In het gesprek stelde ik de uitdaging voor “Hoe kan ik het gebruiksgemak en het milieu verbeteren?”, hij denkt dat snelheid, en het automatisch bewaren van kassabonnen hun motivatie kan verhogen. Hij gaf aan om na te denken over de werking met het kassasysteem.



Koen Damen, belanghebbende manager en contactpersoon bij Coolblue

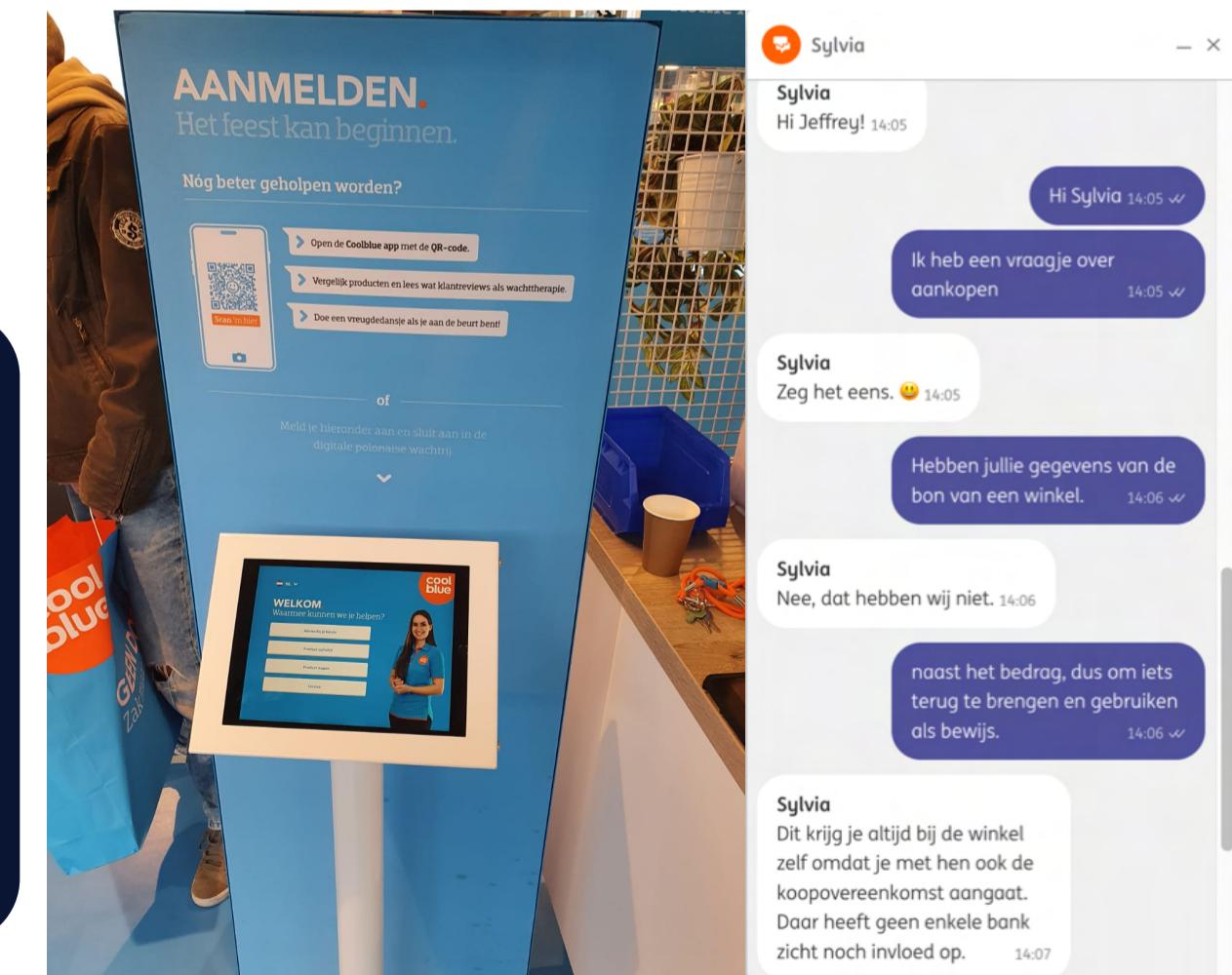
Iris van der Looij, expert interview UX Designer Informaat/ABN Ambro



Ik kan gebruikmaken van een dashboard in de winkel om consumenten bewust te maken van digitale bonnen te bewaren in de app, tijdens dit project focus ik mij alleen op het prototype.

Wat neem ik mee?

- De winkel heeft al een Coolblue app om bonnen te bewaren, maar dit is niet overkoepelend en je bent niet anoniem
- Er zijn nog steeds een hoop klanten die snel een kassabon willen of anoniem willen blijven, dit kan ik gebruiken voor mijn concept
- Hun winkels hebben een dashboard, zijn klantvriendelijk en staan open voor milieubewuste oplossingen

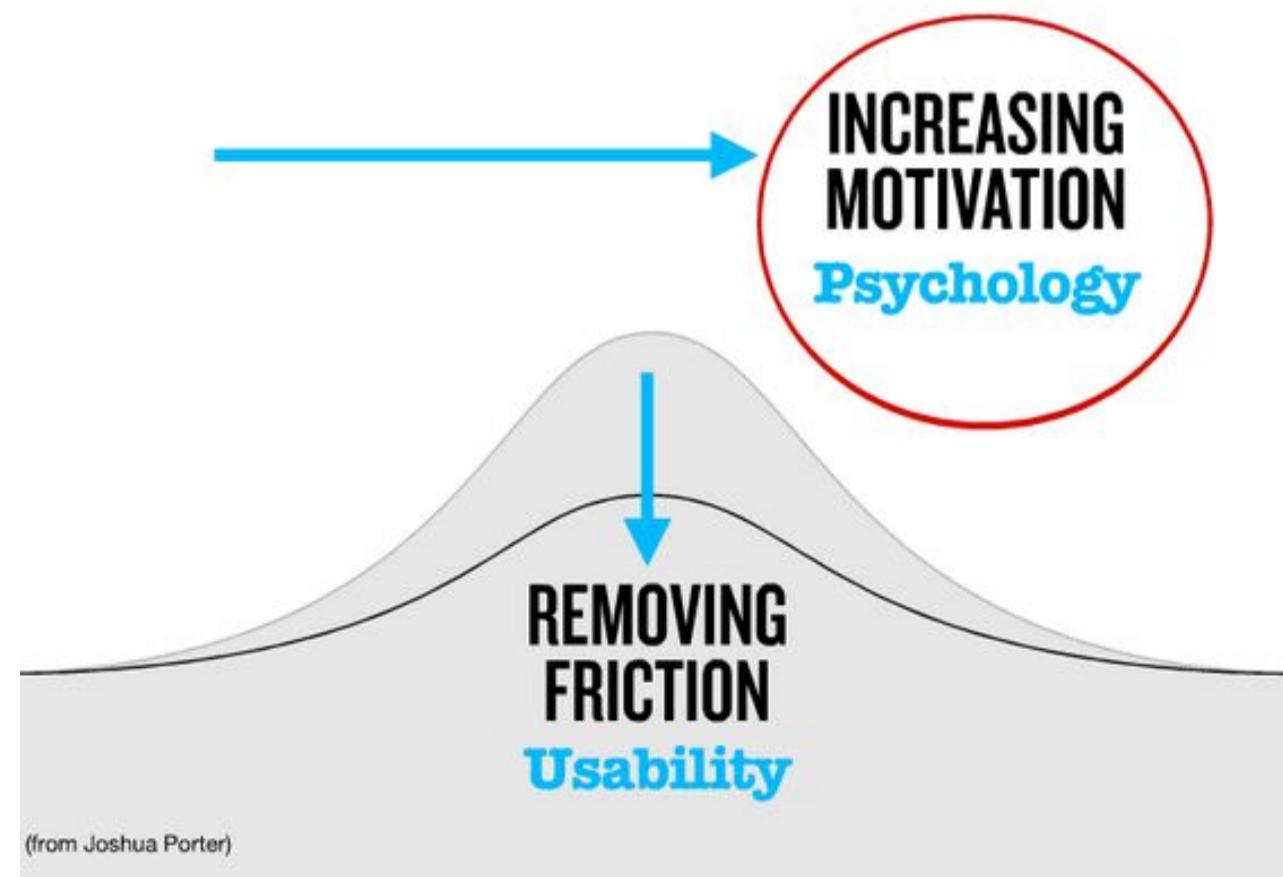


Voor alle interviews en inzichten verwijst ik naar de Expert Interviews (PB) in mijn productbiografie.

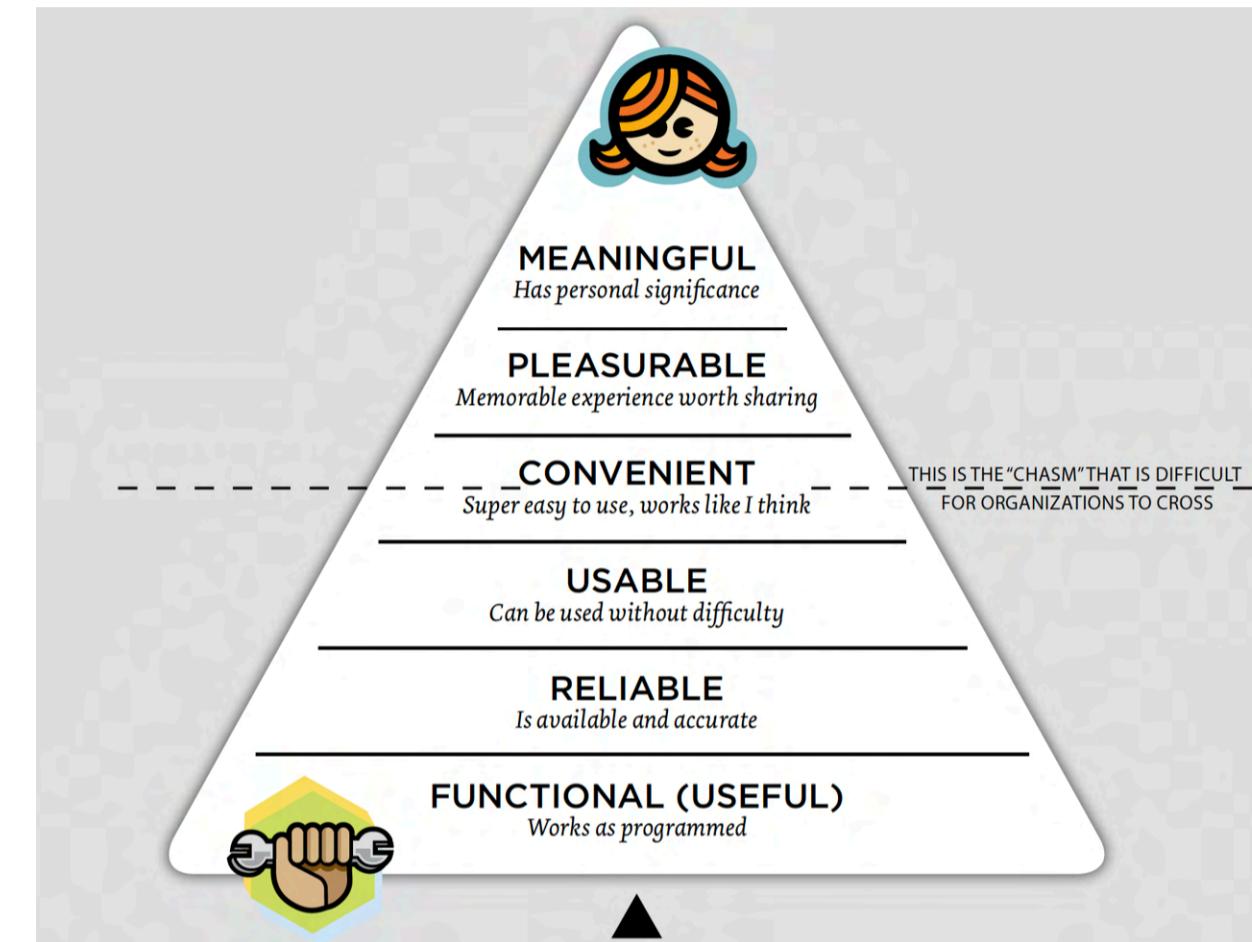
Gebruikers principes

Omdat mijn focus ligt op het verbeteren van de gebruikerservaring en het milieu, moet ik nadenken over hoe ik de motivatie van mijn doelgroep kan vergroten. Dit doe ik door gebruiks principes te gebruiken. Ik moet de doelgroep ervan overtuigen dat hun behoeften om de bon te bewaren makkelijk wordt gemaakt en bijdragen aan een beter milieu. Daarom is een moeiteloze app belangrijk.

Volgens het principe van Joshua Porter wordt de motivatie om iets te doen verhoogd als er minder frictie is. Stephen Anderson zegt, net als bij mijn idee, dat de functionaliteit het belangrijkste is. De werking moet op de eerste plaats staan, gevolgd door de andere lagen. Als ik kassabonnen wil verduurzamen, moet het product voor de gebruiker functioneel en betrouwbaar zijn.



Voor alle informaties en hoe ik de principes wil gebruiken verwijst ik naar de Gebruikers principes (PB) in mijn productbiografie.



Wat neem ik mee?

- Ik moet op zoek naar manieren om frictie te verminderen en de gebruikerservaring te verbeteren, zoals het automatisch opslaan van de kassabon met behulp van een bankpas.
- Naast gebruiksgemak moet ik laten zien waarom de gebruiker dit zou willen gebruiken en hun motivatie nog verder verhogen. Ik moet duidelijk maken dat ze door deze functie te gebruiken, een bijdrage leveren aan het milieu.

Ideeën genereren

Hoe Kun Je's

HKJ

Kassabonnen
automatisch
bewaren in de app

HKJ

De gebruiker
bonnen laten
aanmelden met
een bankpas.

HKJ

Consumenten
duurzaam hun
bonnen laten
bewaren

HKJ

De werking van de
app duidelijk maken

Wat heb ik gedaan?

Ik gebruik de "How might we" methode om ideeën te genereren voor de uitdaging van mijn project. Op basis van inzichten uit het onderzoek, groepeer ik deze behoeften in "Hoe kun je's" om oplossingen te bedenken voor het milieu en het gebruiksgemak. Tijdens het brainstormen ben ik op deze ideeën gekomen voor mijn concept. Ik combineer deze methode met Job Stories om de behoeften en taken van de doelgroep concreet te maken. De blauwe notes zijn mijn gekozen "Hoe kun je's".

HKJ

De winkel, app en
consument met
elkaar laten
interacteren

HKJ

Een consument
zekerheid geven
met hun bonnen

HKJ

De consument
motiveren om een
steentje bij te laten
dragen met hun
kassabonnen

HKJ

Bonnen ordenen
in de app

Voor alle iteraties verwijst ik naar de Hoe kun je's (PB) in
mijn productbiografie.

HKJ

Een winkel koppelen
met de app om
bonnen te bewaren

HKJ

Bonnen in de app
bewaren en niet
vergeten

HKJ

De gegevens
van de gebruiker
veilig houden

HKJ

Bonnen weergeven op
een plek

HKJ

Zonder moeite
bonnen bewaren
in de app

HKJ

De bon in de app
gebruiken voor in
de winkel

HKJ

Bonnen vereen
voudigen in de app

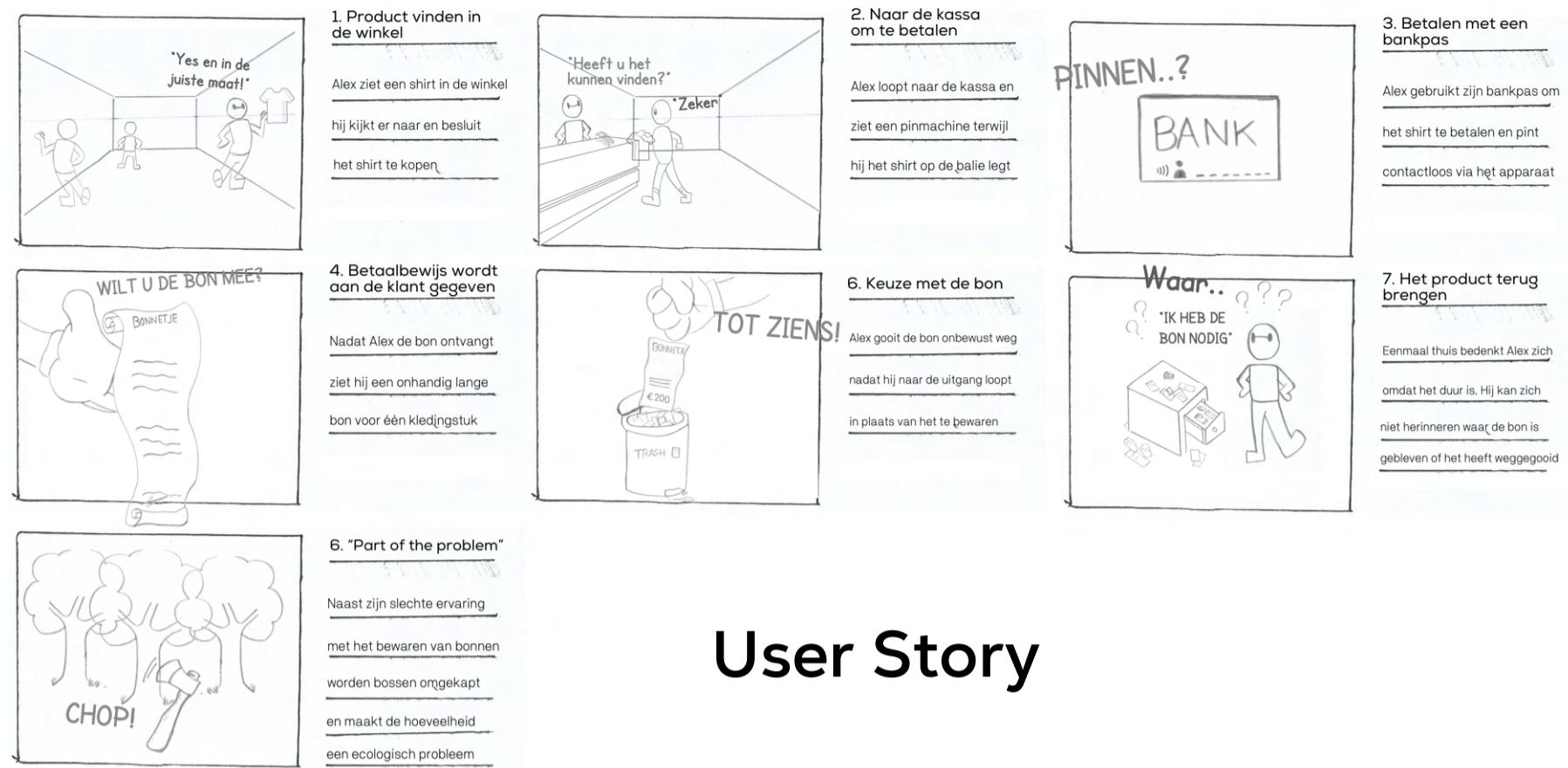
HKJ

De consument snel
hun bon laten
terugvinden

Job Stories

Wat heb ik gedaan?

Tijdens de Feedback Frenzy kreeg ik feedback om taken te bedenken die de doelgroep moet uitvoeren. Dit doe ik met Job Stories waar ik de situatie, motivatie en de gewenste uitkomst beschrijf. Met de job stories wil begrijpen wat de gebruiker wil bereiken en waarom dit voor hen belangrijk is. Dit zijn korte taken die een gebruiker probeert uit te voeren en waarom. Hiermee kan ik de behoeften van de gebruiker begrijpen.



User Story

Situatie

Motivatie

Verwachte uitkomst

Als
Consument

Wil ik
mijn kassabonnen automatisch/gemakkelijk in een app bewaren

Zodat
ik mijn kassabonnen beter kan bewaren als ik het nodig heb en een steentje bij dragen aan het milieu

- Jobs to be done**
- Kassabonnen digitaal bewaren en gemakkelijk terug te kunnen vinden en organiseren.
 - Doelgroep motiveren om digitale bonnen te gebruiken met een goede gebruikservaring
 - De gebruikservaring verbeteren door de app snel en zonder moeite te laten werken, en door handige functies toe te voegen zoals zoekopties
 - Kassabonnen duurzaam maken, zonder dat gebruikers moeite moeten doen om ze te scannen of te uploaden.
 - Feedback en uitleg aan gebruikers geven voor meer retentie om het milieu te helpen

Als
Consument

Wil ik
digitale kassabonnen gebruiken om een steentje bij te dragen aan het milieu

Zodat
ik niet onnodig kassabonnen hoeft te verbruiken en ik het voor de zekerheid kan bewaren.

Als
Winkelier

Wil ik
mijn winkel aanmelden in de app voor de klanten

Zodat
de winkel bijdraagt aan het milieu en om klanten een service te bieden.

- Wat neem ik mee?**
- De consument wil zijn kassabonnen digitaal en automatisch kunnen bewaren in een app.
 - Hun doel is om de bonnen altijd bij de hand te hebben te wanneer nodig.
 - In de meeste situaties draagt de doelgroep een steentje bij aan het milieu door een goede ervaring.

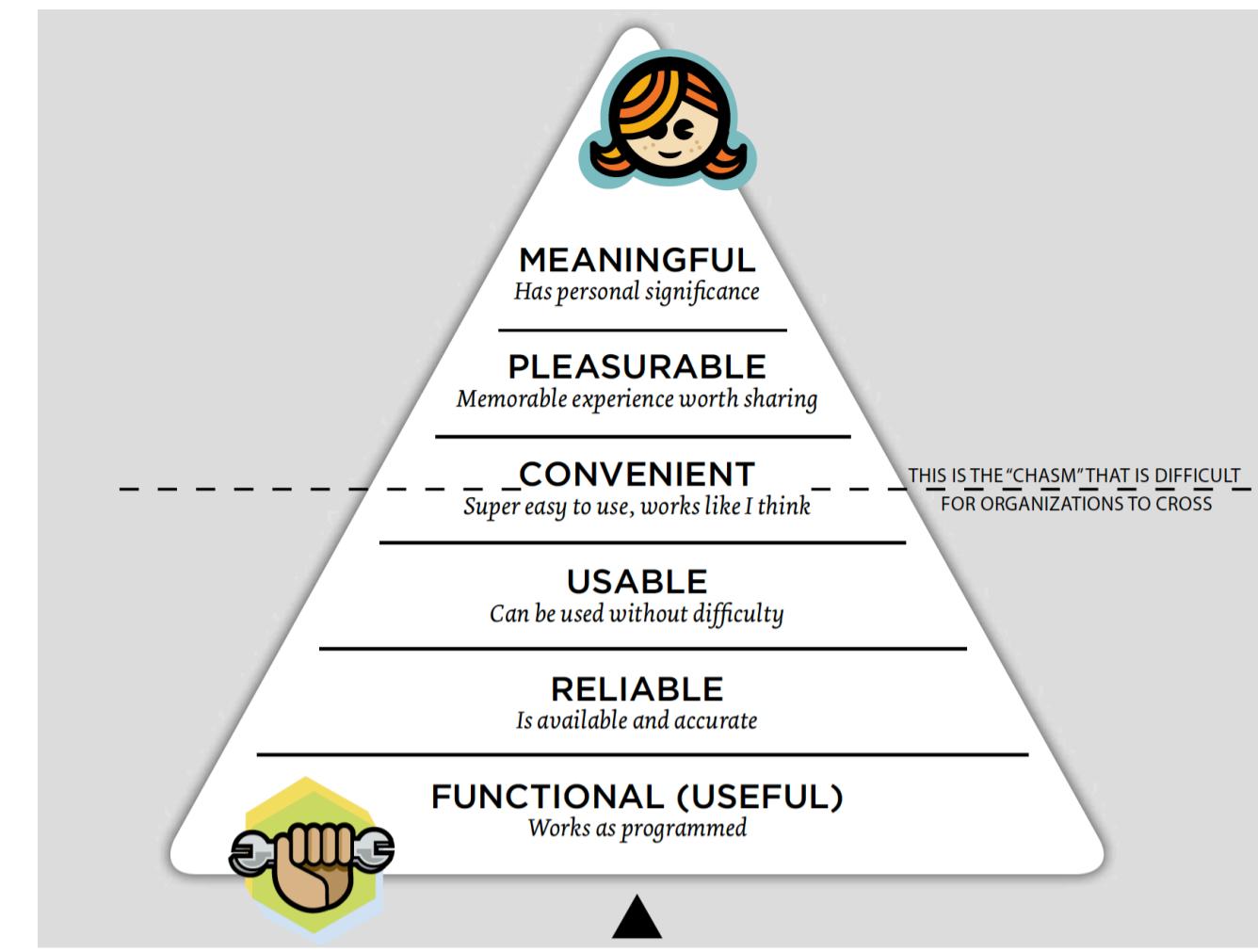
Voor alle Job Stories, Jobs to be done en User Story verwijst ik naar mijn productbiografie (PB)

MoSCoW

Wat heb ik gedaan?

Ik ben begonnen met het identificeren van de belangrijkste doelen van de app. In dit geval zijn de doelen om kassabonnen gemakkelijk digitaal te bewaren en om een bijdrage te leveren aan het milieu. Een paar behoeften daarvan zijn snel, automatisch en duurzaam opslaan.

Ik maak een lijst van alle mogelijke functies en vereisten voor de app. Dit groepeer ik in categorieën, zoals 'must-have', 'should-have', 'could-have', en 'won't-have'. Tijdens deze methode heb ik het model van Stephen Anderson gebruikt.



Must



Should



Could



Won't



Wat neem ik mee?

- Must have: De werking om kassabonnen automatisch te bewaren
- Door de app intuïtief en milieuvriendelijk te maken wil de gebruiker de app gebruiken voor zijn digitale bonnen
- Ik kan nadenken over verschillende mogelijkheden voor het prototype in de toekomst, zoals dat gebruikers de app kunnen gebruiken voor eerlijk kosten delen met hun kassabon, of een integratie voor veilig mobiel bankieren.

Voor alle inzichten en iteraties verwijss ik naar de MoSCoW (PB) in mijn productbiografie



Fase 3 Conceptualiseren

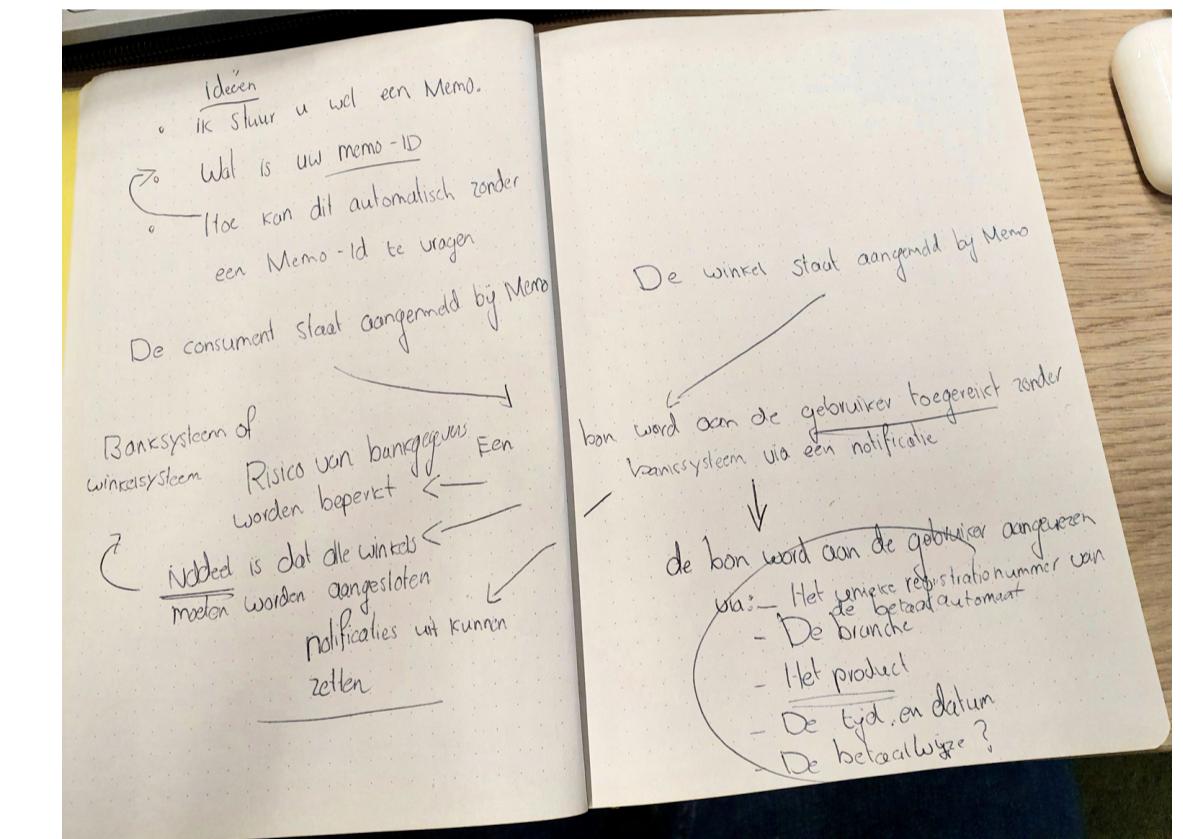
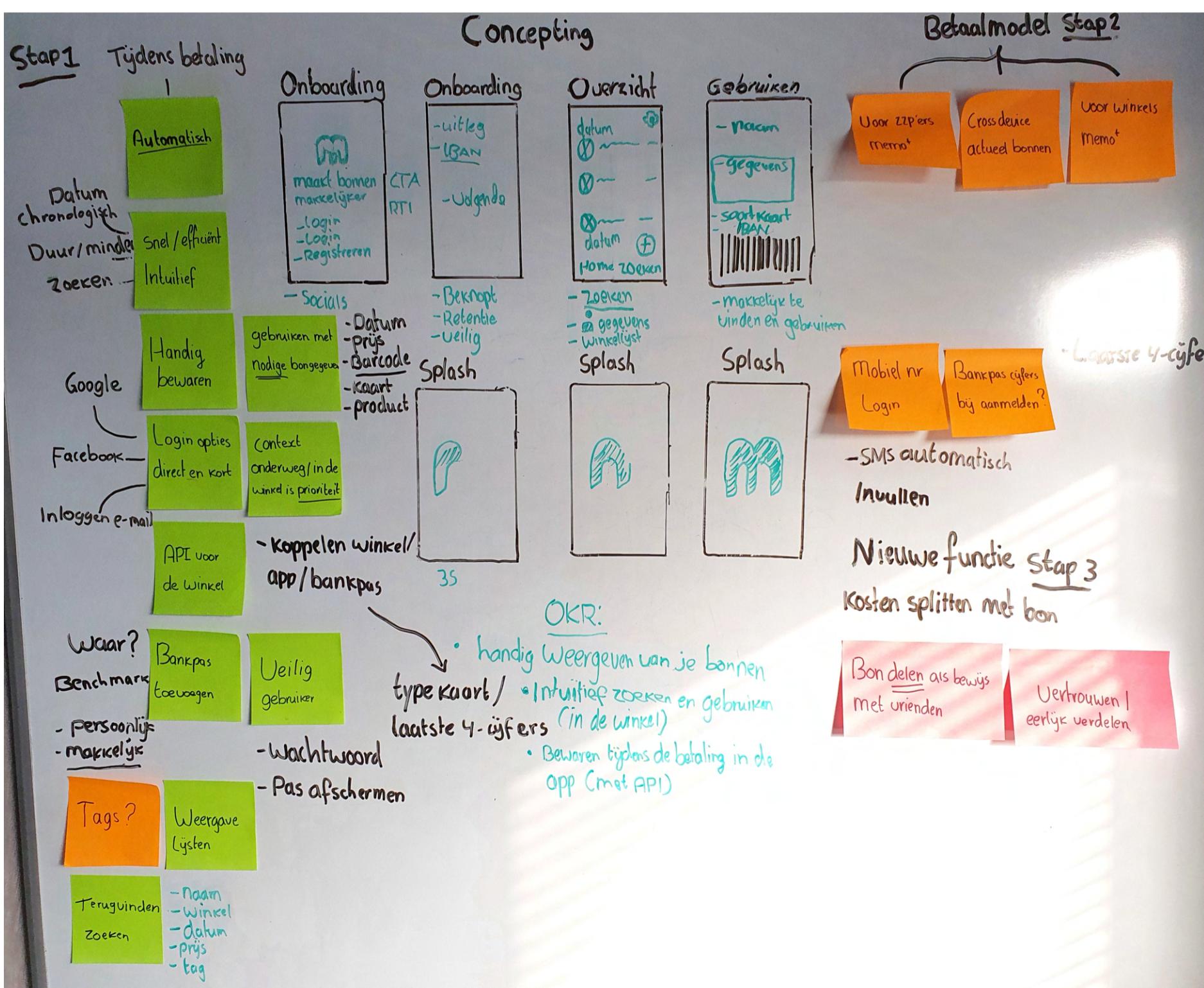
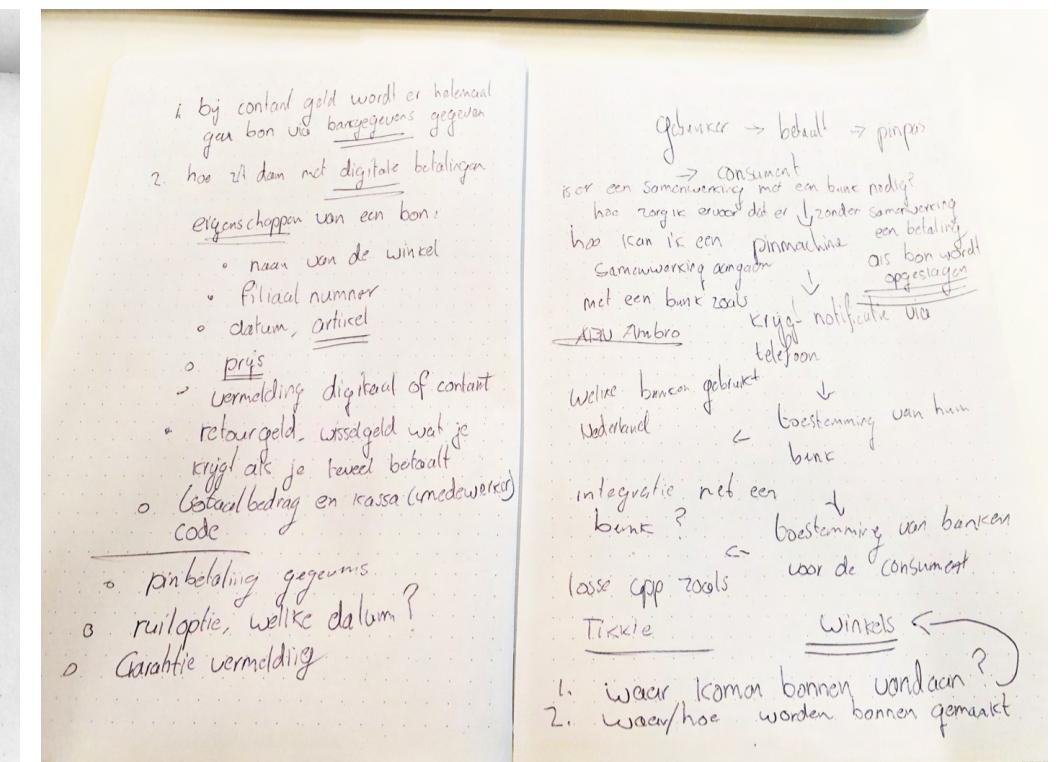
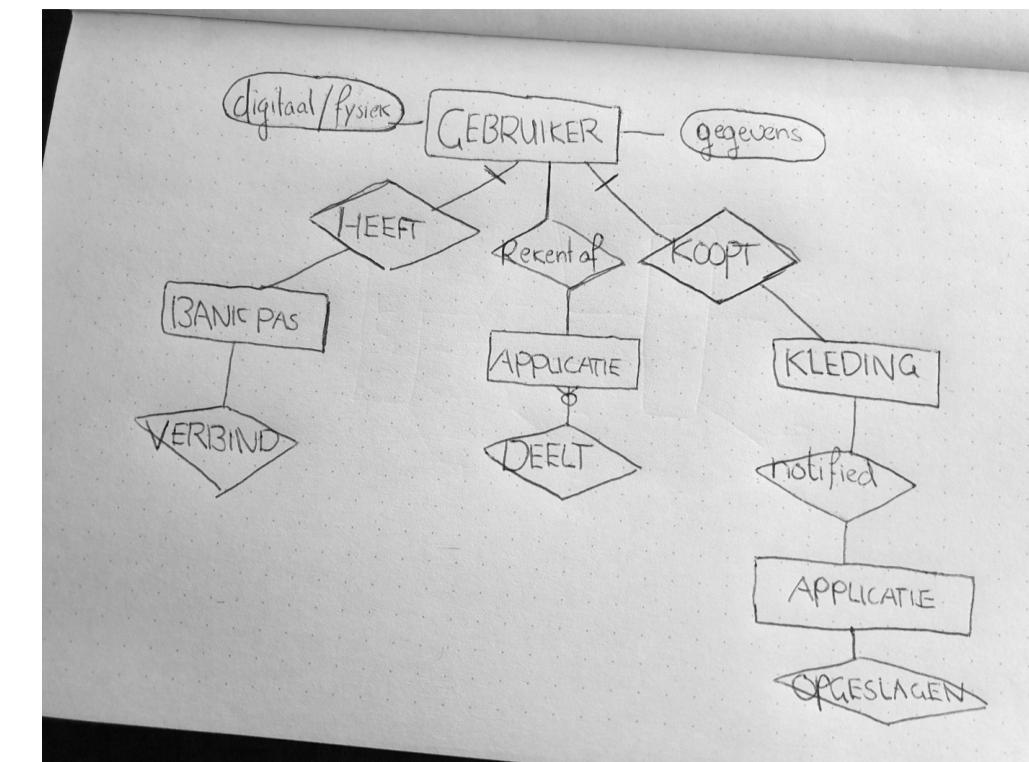
Brainstormen

Waar ben ik mee begonnen?

Na de feedback frenzy ben ik begonnen met brainstormen op een bord om alle belangrijke functies overzichtelijk te maken. Hierdoor kreeg ik een beeld van het programma van eisen samen met de wensen van de doelgroep. Vervolgens heb ik dit met een wireframe en concept uitgewerkt om te bedenken hoe de werking eruit ziet.

Als dit goed werkt, kan ik nadenken over het Hifi prototype. De ideeën die ik bedacht heb, valideer ik met de doelgroep in het Proof of concept.

Voor de brainstormsessie en inzichten verwijst ik naar
Sketching (PB) in mijn productbiografie



Wat neem ik mee?

Ik wil de functionaliteit van mijn product testen voordat ik dit itereer. Om er zeker van te zijn dat de interactie tussen de consument en de app logisch is werk ik dit uit in een paper prototype. Na het onderzoek van de product- en bankgegevens op de kassabon, heb ik ontdekt dat bonnen een gedeelte van jouw IBAN en het kaarttype bevatten.

Ik denk dat ik dit deel kan gebruiken om automatisch kassabonnen te bewaren. Veel consumenten betalen tegenwoordig met een bankpas. Mijn doel is dat de gebruiker verbinding maakt met behulp van hun pas in de app. De bon die zij hiervoor maken worden komen vervolgens digitaal in de app via de winkel als de gebruiker zich aanmeld.

Concept en ontwerpkeuzes

Interactieve app

Memo is een interactieve app om kassabonnen digitaal op te slaan, met als doel de bonnen duurzamer te maken. Het gebruiksvriendelijke product kan het milieu verbeteren. Met een betrouwbaar werkend wil ik de doelgroep motiveren om hun bonnen digitaal te bewaren. De nadruk ligt op het bieden van een betere ervaring voor de gebruikers. De branding heeft impact op het product en het is belangrijk dat het een professionele en betrouwbare uitstraling heeft. Memo betekent memory of een korte notitie. Het is een tool om de gebruiker hun bonnen te bewaren. Om de gebruiker bewust te maken van de app deel ik de slogan "Get the Memo".

Wat doet het?

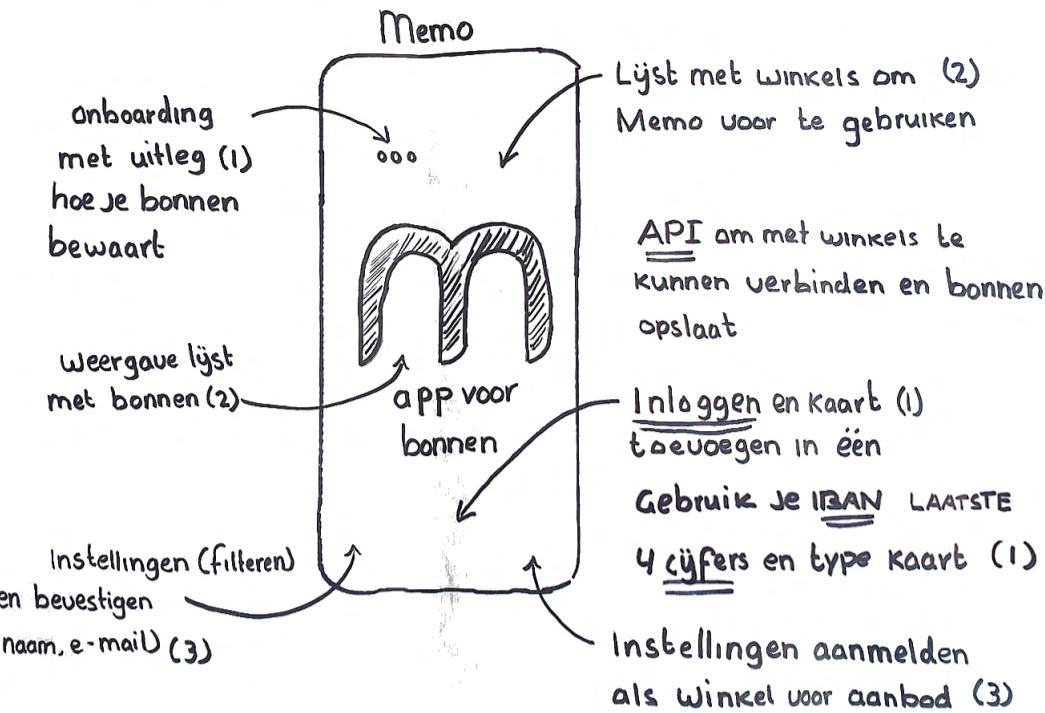
Met Memo bewaar je bonnen automatisch in de app met behulp van een bankpas. In de app kun je een bon gebruiken voor je aankopen of om een steentje bij te dragen aan het milieu. Met de handigheid van de app ontvang je moeiteloos en digitaal van de winkel waar je iets koopt. Ten slotte is het veel beter voor het milieu (PB).

Werking

De gebruiker kan zich aanmelden met hun bankpas. Wanneer zij iets betalen, ontvangen zij een digitale kassabonnen die de winkel genereert. Door de laatste vier cijfers van de bankpas in de app te gebruiken kan de gebruiker zich snel en veilig aanmelden. Mijn schetsen geven een beeld van hoe dit werkt. Samengevat, de gebruiker en de winkel worden verbonden met de API en komen samen in de app.

In mijn product biografie Concept (PB) licht ik het concept verder toe en beschrijf ik de werking van het prototype.

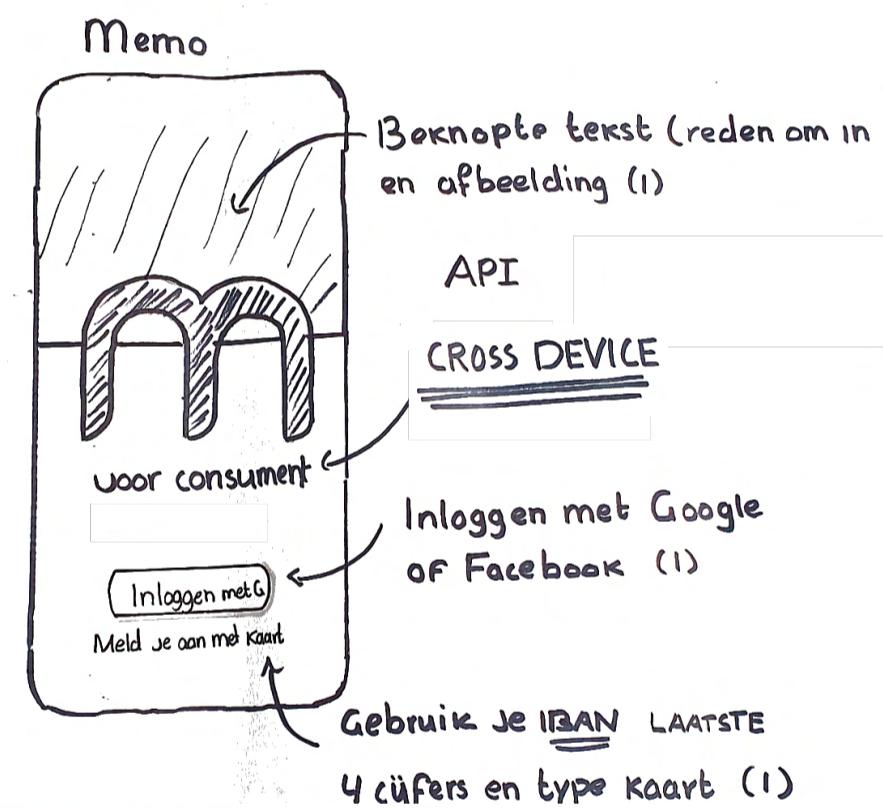
CONCEPT 1



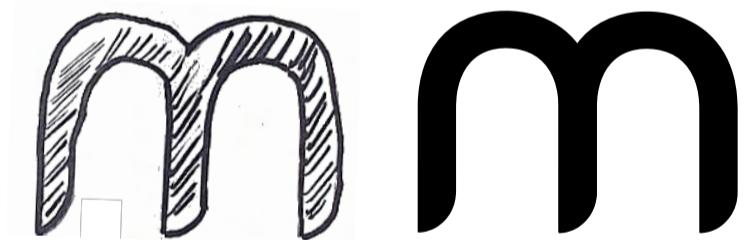
Concept

Na de feedback frenzy heb ik het concept om bonnen automatisch te bewaren bedacht. Tijdens de onboarding krijgt de gebruiker een beknopte uitleg over de app en kan zich vervolgens aanmelden met hun social media-account of bankpas door op een knop te drukken.

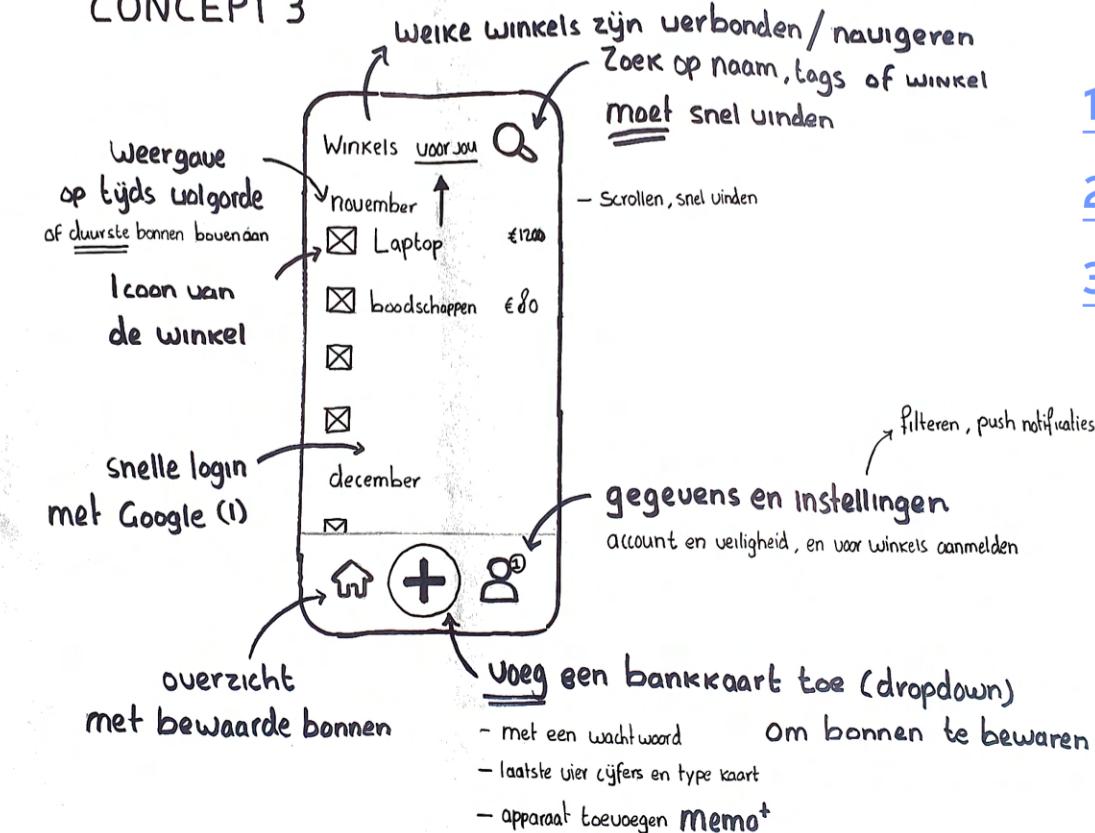
CONCEPT 2



Mijn derde idee was om de digitale kassabonnen in de app te laten zien op basis van de weergave van de datum. Hier worden digitale bonnen automatisch ontvangen en weergegeven. Met snelle zoekmogelijkheden om de app makkelijk te maken. De gebruiker wilt hun bonnen eenvoudig opslaan en snel kunnen zoeken.



CONCEPT 3



- [1. Convenient](#)
- [2. Innovation](#)
- [3. Sustainability](#)

Wireframe

Nadat ik ideeën had gegenereerd over de interactie van mijn app, besloot ik deze uit te werken in wireframes. Om de flow en de werking van mijn app te bepalen, maak ik gebruik van het paper prototype en test ik dit met een proof of concept. Om meer feedback van gebruikers te verzamelen en hen in staat te stellen het prototype beter te begrijpen, wil ik het ontwerp concreter maken.

Onboarding (1/2)

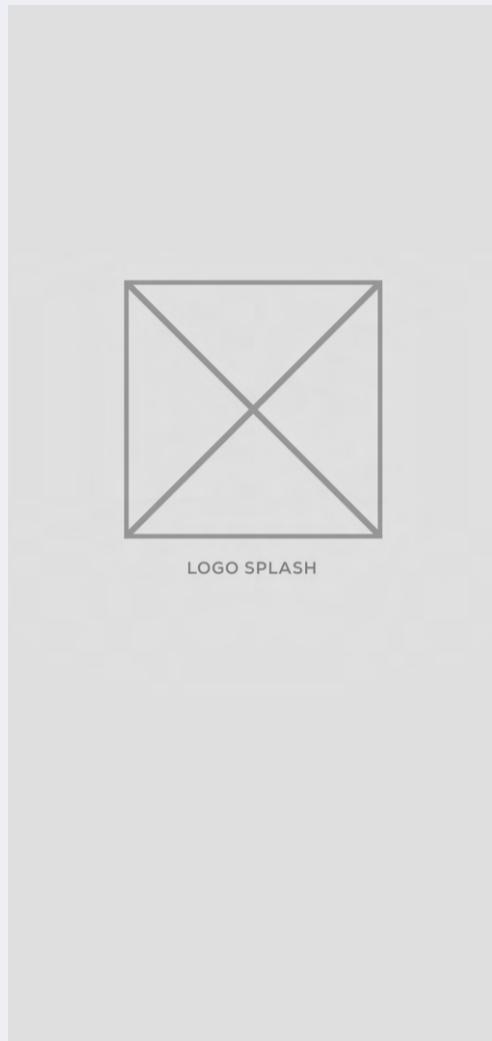
Bij het maken van de eerste wireframes heb ik nagedacht over de onboarding. Ik wil de gebruiker de app laten begrijpen en gebruiken met behulp van een duidelijke en visuele onboarding. Hierbij begin ik met een splash logo en met een korte beschrijving wat de app doet, gevolgd door een "call to action". Om hun aan te melden vertel ik meer over hoe je automatisch kassabonnen bewaart met behulp van een bankpas. Ik heb hiervoor gekozen, omdat zo het meeste werk voor de gebruiker alvast gedaan is en zij later hun pas niet meer hoeven toe te voegen.

Werking (3/4)

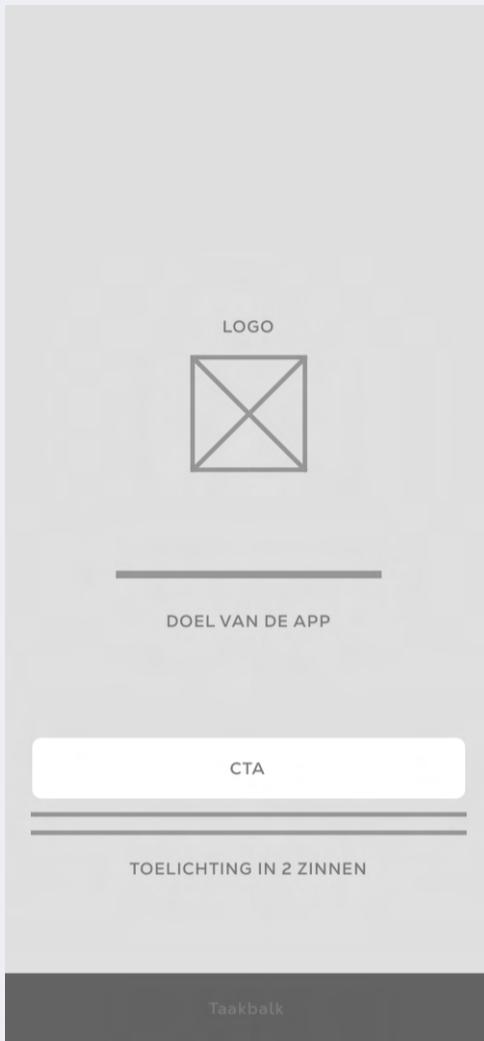
De gebruiker kan zich vervolgens aanmelden met hun bankpas. Wanneer er met de bankpas een product wordt betaald, genereert de winkel een digitale kassabon. Door de laatste vier cijfers van de bankpas in de app te gebruiken, kan de bon automatisch worden ontvangen. Mijn schetsen geven aan hoe dit werkt. Nadat de IBAN is ingevuld, wordt dit de omgeving waar de bonnen naartoe worden gestuurd. Uit gesprekken met de doelgroep bleek dat zij dit idee makkelijk vonden en liever een deel van hun IBAN in zouden voeren. Dit is veiliger en sneller.

Voor toelichting verwijst ik naar het Wireframe (PB) in mijn productbiografie

Splash



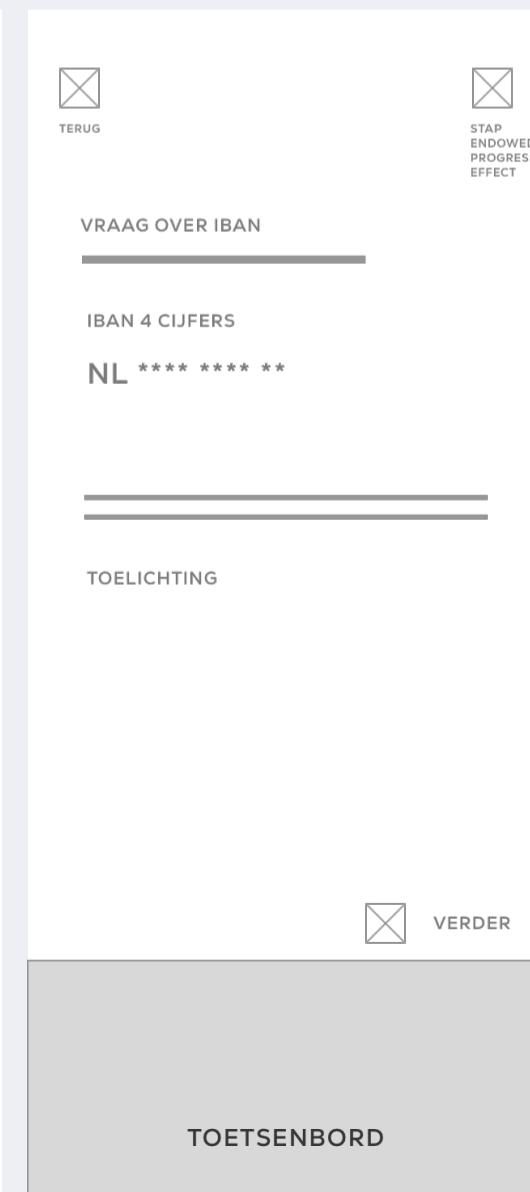
Onboarding



Aanmelden



Aanmelden



In de app (5/6)

Uit gesprekken is gebleken dat gebruikers niet altijd de app willen openen, dus het is belangrijk om de app klein/functioneel te houden. Wanneer gebruikers de app gebruiken om een bon te zoeken, verwachten ze dat dit snel en veilig werkt. Het 'overzichtsscherm' bevat een lijst met digitale bonnen op basis van datum met de belangrijkste gegevens. Gebruikers kunnen zoeken met een zoekknop en tags toevoegen, wat als een leuke toevoeging werd gezien. In het 'detailscherm' kan de bon met alle gegevens worden geopend, dat eruitziet als een echte bon. Uit feedback kreeg ik mee dat het belangrijk is om andere functies weg te laten. Dit zal ik verwerken in het Hi-Fi prototype, samen met meer aandacht voor milieuvriendelijkheid.

Overzicht

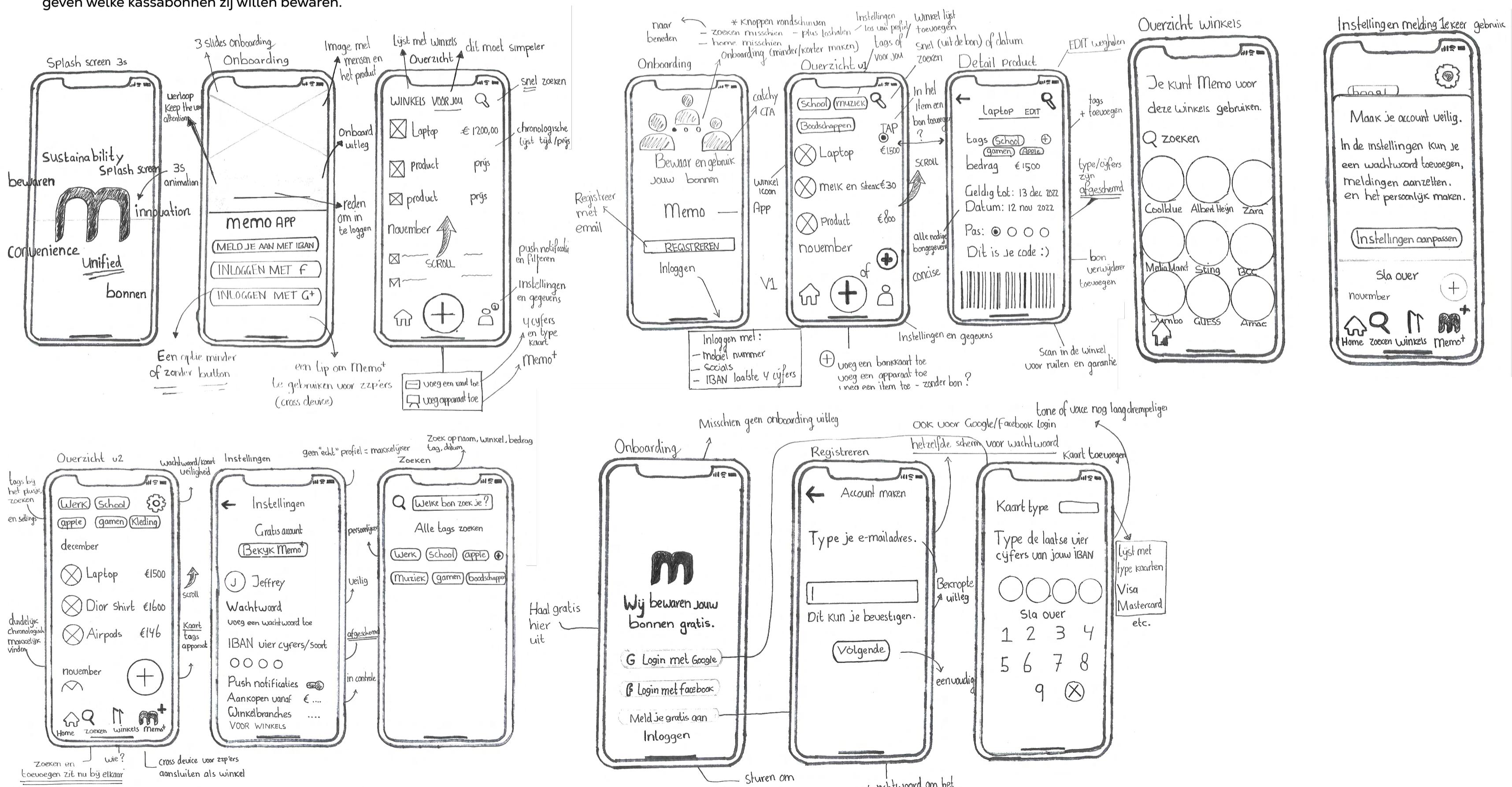
Logo	TERUG	MacBook 15inch van Coolblue	Totaal 1800,00 Alle producten bekijken
			Geldig tot Datum
			Automatisch verwijderen Verwijderen als de bon niet geldig is
			Betaalpas Maestro
			IBAN
			Omschrijving Naam, soort, merk, tags
			Gebruik de code als je het product wilt herzien :)
			Stap over
			Je hebt een gratis account. Stap over op Memo+ voor bonnen op meerdere apparaten en meer.

Conceptualiseren

Lo-Fi Prototype

Welke verbetering heeft de app gemaakt?

Tijdens het ontwikkelen van het prototype heb ik meerdere versies gemaakt voor verschillende schermen. Het doel van dit prototype is om het te testen met de doelgroep. Daarom heb ik een selectie gemaakt van enkele schermen en gebruikt om mee te testen. Om de app te testen vraag ik de gebruiker om zich aan te melden met behulp van een bankpas en vervolgens laat ik hen een kassabon zoeken. Ik wil gaag hun belangen en wensen te weten komen. Ik neem feedback mee om het prototype laagdrempelig te houden. Ook is het handig om de gebruiker meer controle te geven over de instellingen, zoals de mogelijkheid om meldingen in te stellen en aan te geven welke kassabonnen zij willen bewaren.



Proof of Concept 1

Wat heb ik gedaan?

Voor mijn eerste proof of concept heb ik een paar mensen gevraagd om mijn Lo-Fi prototype te testen. Omdat het prototype nog in de begin fase zit, wil ik de gebruiker goed analyseren voordat ik het uitwerk. Ik geef hun soms specifieke taken om op te focussen (PB). Zoals 'meld je aan en kom erachter hoe je digitale kassabonnen ontvangt'. Ik vind het belangrijk om het concept/functionaliteit eerst te valideren. Ik test het Hi-Fi prototype in een drukke omgeving om te kijken of het in de echte wereld past.

Test 1 met Liam

Tijdens de test heb ik eerst mijn concept toegelicht. De onboarding van de gebruiker ging met complicaties. De gebruiker gaf aan dat er veel opties waren en dat hij niet begreep waarom hij een bankpas moest gebruiken zonder uitleg. Het invoeren van de 4 IBAN cijfers verliep echter snel. "Dit vind ik wel makkelijk om mee aan te melden, ik denk dat het veilig is," zei hij.

Op het overzichtsscherm zag de gebruiker een aantal digitale bonnen als default state. Dit werkt dus goed. Hij dacht dat dit zijn kassabonnen van de winkel zijn. Als hij iets moet vinden, gebruikte hij de zoekknop. Hij zou zoeken op product, prijs, winkel, datum. Hij had verwacht dat hij zijn instellingen kon aanpassen door op het gebruikersicoon te klikken. Hij zou hier graag de bedragen aanpassen voor zijn kassabonnen, omdat hij niet veel bonnen wilt ontvangen. De app vind hij een goed idee voor het milieu.

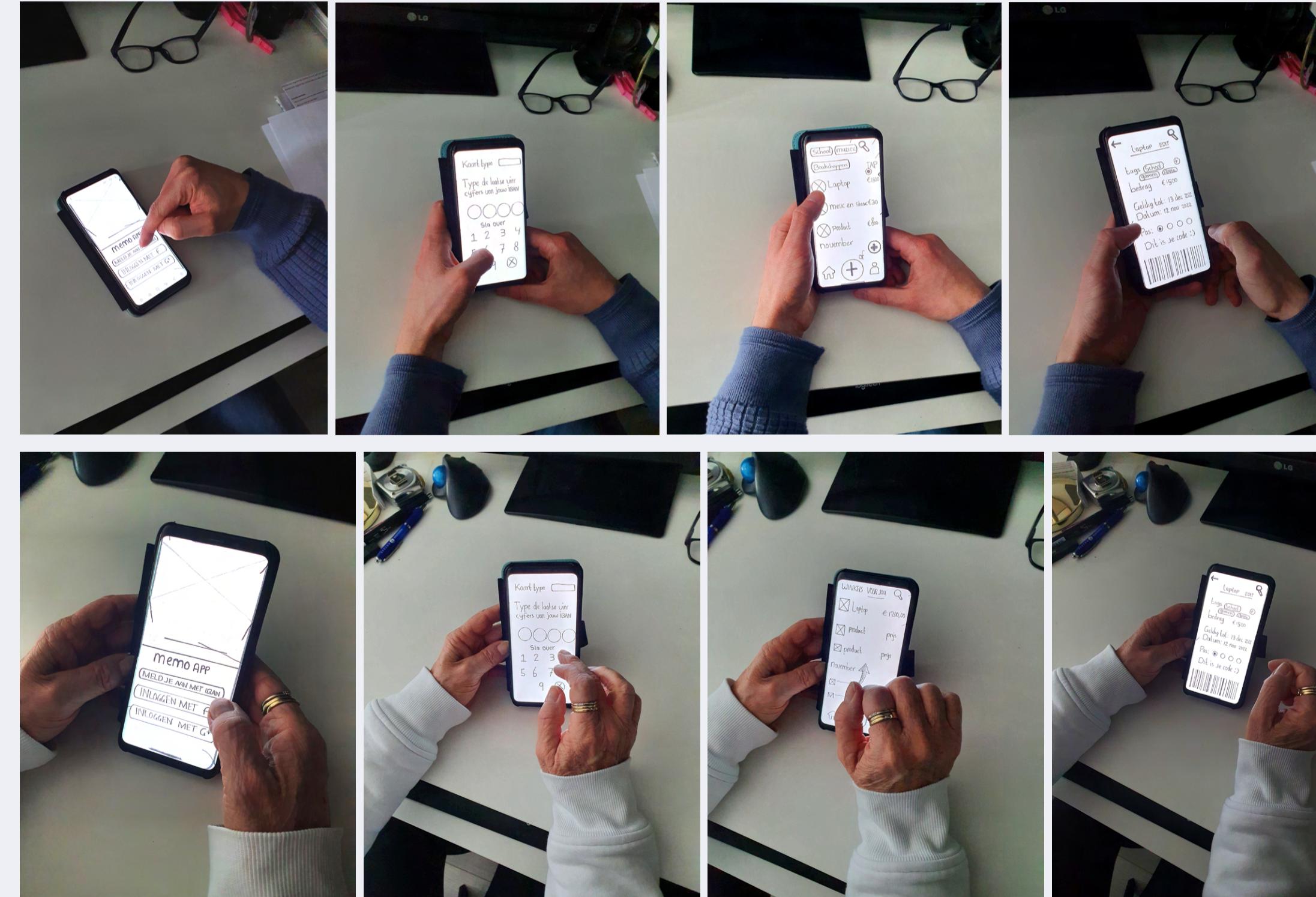
Test 2 met Jolande

De resultaten uit de tweede test waren vergelijkbaar: er was behoefte aan meer uitleg in de app. De gebruiker vond het idee belangrijk als consument en om het milieu te helpen. Tijdens de test kwamen inzichten naar voren over het aanpassen van instellingen en het aangeven waarvoor ze kassabonnen kan bewaren. Tijdens de test heeft de gebruiker geprobeerd om in te loggen via social media en om later een bankpas toe te voegen. Uit de testresultaten, en gesprekken met de doelgroep en medestudenten bleek dat dit ingewikkeld was omdat het beter zou zijn om de optie om alleen via een bankpas in te loggen aan te bieden. Mijn keuze is om dit kort te houden zodat de functie van de app duidelijker wordt en ik meer uitleg kan geven in de app.

Wat neem ik mee?

- Het concept werd door de gebruikers positief ontvangen,
- Het zoeken van een bon ging makkelijk, ook als zij de bon niet nodig hebben, willen zij een steentje bijdragen aan het milieu
- Uit testen en gesprekken kwam naar voren om de app kort te houden en te focussen op de functionaliteit
- De testpersonen vinden het milieu en hun gebruiksgemak belangrijk, daarom kan ik tekst en iconen gebruiken.
- "Doordat ik weinig moeite hoeft te doen is het een goede verbetering voor kassabonnen"
- "De interactie van de app is gemakkelijk en daarom zou ik het gebruiken alleen meer voor het milieu".

Voor alle inzichten en feedback verwijst ik naar het Proof of Concept (PB) in mijn productbiografie



Harris Profile

Wat heb ik gedaan?

Om mijn app beter te begrijpen, heb ik het Harris Profile (en het model van Stephen Anderson) gebruikt om alle stappen te bekijken die de gebruiker doorloopt. Door deze methode toe te passen, kan ik keuzes maken op basis hoe hoog de functie scoort. Ik neem de feedback van gebruikerstests, docenten en mijn teamgenoten mee. Daarna heb ik de functies gekozen die de ervaring van de gebruiker verder verbeteren en test deze in de volgende fase. Op deze manier blijf ik iteratief werken aan mijn prototype.

Wat neem ik mee?

- Uit de feedback is het belangrijk om na te denken over hoe je een ander pasje toevoegt. Wissel je daartussen of kan je dit van meerdere pasjes zien?
- Een integratie met de bank is de beste keuze maar dat is het plan voor de toekomst. Met een IBAN login ik het concept eerst testen
- Gebruikers willen de kassabon graag aanpassen om het makkelijk terug te vinden
- Ik maak de keuze om kassabonnen automatisch te laten bewaren zodat de gebruiker later kan kiezen/filteren.

Voor een iteratie van het Harris Profile en het gebruikersprincipe (PB) verwijst ik naar productbiografie

Welke verbeteringen kan mijn app maken?



	Onboarding			Zoeken			Detailscherm			Instellingen		
	1. Integratie met een bank	2. Deel van een IBAN als login	3. Bankpas scannen via je telefoon	1. In een lijst op datum	2. Tags gebruiken/ mapjes	3. Zoekknop	1. Informatie van de kassabon personaliseren en de barcode	2. Kassabon bewaren vanaf bedrag en voor branche	1. Kassabonnen bewaren vanaf bedrag en voor branche	2. Kassabonnen automatisch bewaren	3. Kassabonnen handmatig bewaren via meldingen op je telefoon	
Snelheid	++	+	++	++	+	++	++	++	++	++	++	
Veiligheid	++	++	--				++	++		++	+	+
Betrouwbaar	++	++	-	++	++	++	+	--		+	++	-
Makkelijk	+	+	+	++	+	++	++	++	++	++	++	++
Functioneel	++	++	+	++	+	++	++	++	++	++	++	+
	+9	+8	+3									



Fase 4 Valideren & Evalueren

Experience Map

Wat heb ik gedaan?

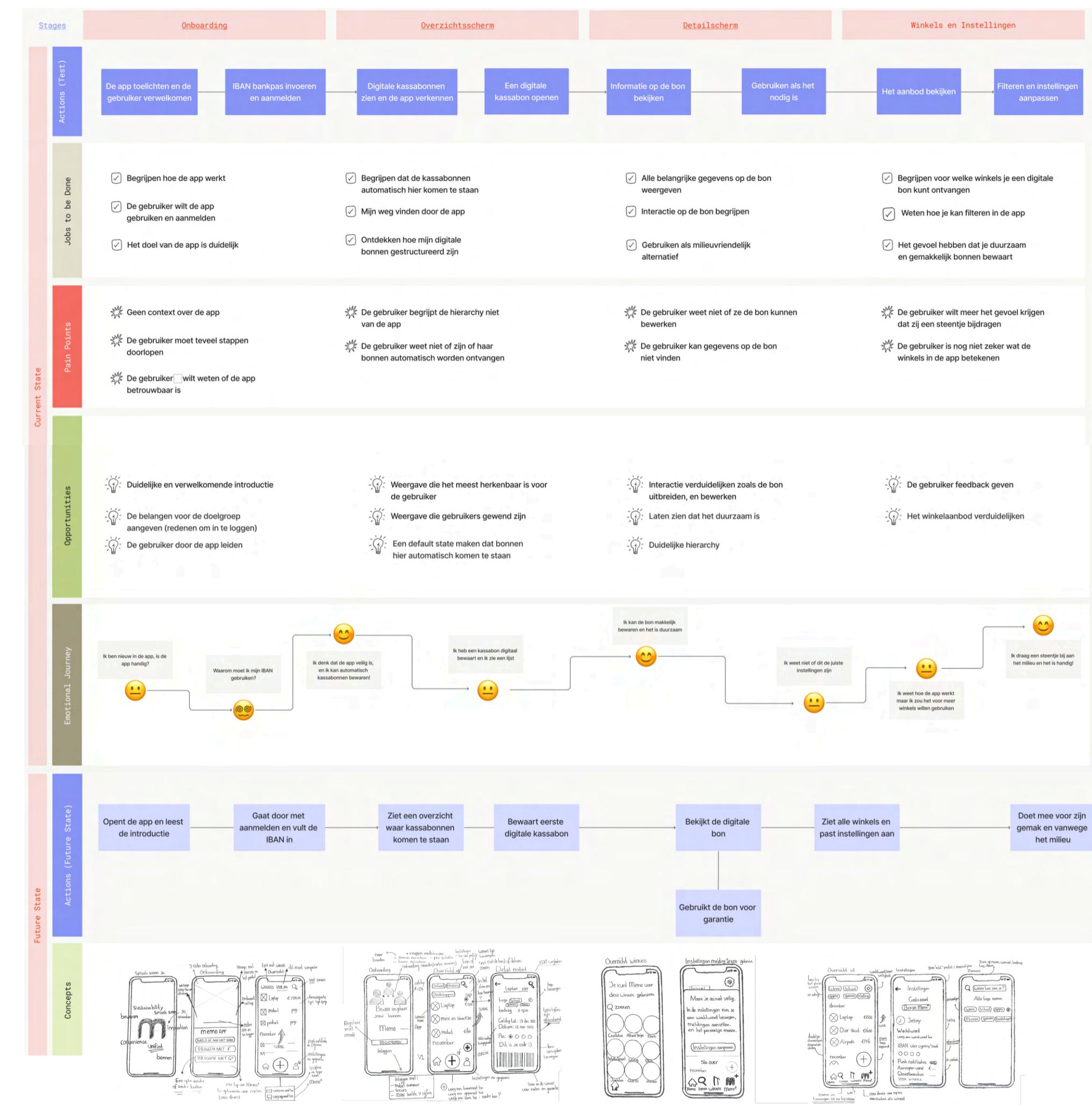
De doelgroep gebruikt de app voor het eerst. Met deze map wil ik de ervaring van de gebruiker evalueren. Aangezien ik mijn prototype heb gevaliderd. Belangrijk zijn de Opportunities en de Jobs to be done. Als ik weet wat gebruikers doen, kan ik ideeën opdoen over hoe ik de app kan verbeteren. Dit wil ik hierna meenemen en in het prototype verwerken. Zoals de onboarding aanscherpen. Ik heb dit verdeeld in current en future stages. Met dit schema kan ik zien wat de gebruiker doet, denkt en voelt.

Wat neem ik mee?

- Gebruikers moeten de app begrijpen en daarom moet ik hun belangen en de functie van de app introduceren.
- Uitleg geven waar de doelgroep dit het meest nodig heeft
- Meer feedback geven, als ik mij verplaats in een nieuwe gebruiker zou ik bevestiging willen, of als je een digitale bon voor de eerste keer ontvangt

Hoe ervaart de doelgroep de app?

- "Ik denk als je het milieu meer benadrukt dat gebruikers gemotiveerd raken om de app te gebruiken"
- "Doordat ik automatisch mijn kassabonnen hierin kan bewaren werkt dit concept, en omdat je de interactie kort houdt"
- Mijn ervaring in de app is dat het handig werkt, ik vind het belangrijk dat mijn gegevens veilig blijven en niet teveel moeite hoef te doen



Voor alle inzichten en Jobs to be done verwijst ik de Experience Map (PB) in mijn productbiografie

Hi-Fi Prototype

Welke verbeteringen heeft de app gemaakt?

Ik heb de eerste iteratie van mijn prototype verbeterd door te kijken naar hoe ik de gebruikersinterface klein kan maken. Het heeft één functie gekregen. Door de branding toe te voegen, krijgt de app een betrouwbare uitstraling. Aan de hand van de feedback kon ik de functie van de app verduidelijken met korte stappen en uitleg te geven. Het doel is om de cognitieve stappen voor de gebruiker te minimaliseren, zodat de app gemakkelijker te begrijpen en te gebruiken is.

Bijvoorbeeld met één knop waar je naartoe wordt geleid en snel je IBAN invoert. Na het onboarding scherm heb ik het overzichtsscherm een detailscherm uitgewerkt waar gebruikers tevreden over waren.

Voor alle inzichten en iteraties verwijst ik naar het Hi-Fi prototype (PB) in mijn productbiografie

Feedback

- Probeer sommige teksten beter te omschrijven zoals waarom je een IBAN gebruikt, en jouw bonnen bij je houden. Maak het verhalend
- Test hoe de gebruiker reageert op de werking van de app
- De app ziet er strak uit, probeer het meer uit te breiden
- Denk na wat je met Memo+ wilt doen aangezien je nu een functionaliteit hebt
- Kijk naar benchmark apps en probeer dingen uit

HKJ

De werking van de app duidelijk maken

The image displays four screenshots of the Hi-Fi prototype mobile application:

- Screenshot 1: Onboarding Screen**
Shows the app's logo 'm' and the text 'Jouw bonnen bij je houden.' Below it, a note says: 'Bewaar jouw bonnen door je aan te melden met enkele gegevens uit de bon. Gratis op Memo.' At the bottom is a blue button labeled 'Aan de slag'.
- Screenshot 2: Payment Method Selection**
Title: 'Welke betaalpas gebruik je?'
Shows logos for Mastercard, Visa, Discover, and American Express.
Text: 'Dit wordt **afgeschermd** in de app. Maar zo weet jij zeker dat je de kassabon op je telefoon krijgt.'
At the bottom is a numeric keyboard.
- Screenshot 3: IBAN Entry**
Title: 'Wat zijn de laatste 4 cijfers van jouw IBAN?'
Text: 'NL * * * * * * * *'
Text below: 'Geen zorgen. Je IBAN staat ook op de kassabon. Je krijgt een melding tijdens het betalen of je de kassabon in de app wilt bewaren.'
At the bottom is a numeric keyboard.
- Screenshot 4: Receipt Overview**
Shows a list of purchases from December 2022 and November 2022.

Purchase Details	Date	Amount
MacBook 15inch from Coolblue	december 2022	€ 1500
Airpods	december 2022	€ 102
Samsung Smartwatch	december 2022	€ 55
Zara Bodywarmer	november 2022	€ 137
MacBook 15inch	november 2022	€ 1500
Sony XM3	november 2022	€ 200
Laptoptas Case Logic	november 2022	€ 137
Luxe bonbons	november 2022	€ 55
iPad 10inch	november 2022	€ 1100

Other visible features include a navigation bar with 'Thuis', 'Zoeken', 'Winkels', and 'Instellingen', and a barcode scanner section labeled 'Gebruik de code voor je product :)'.

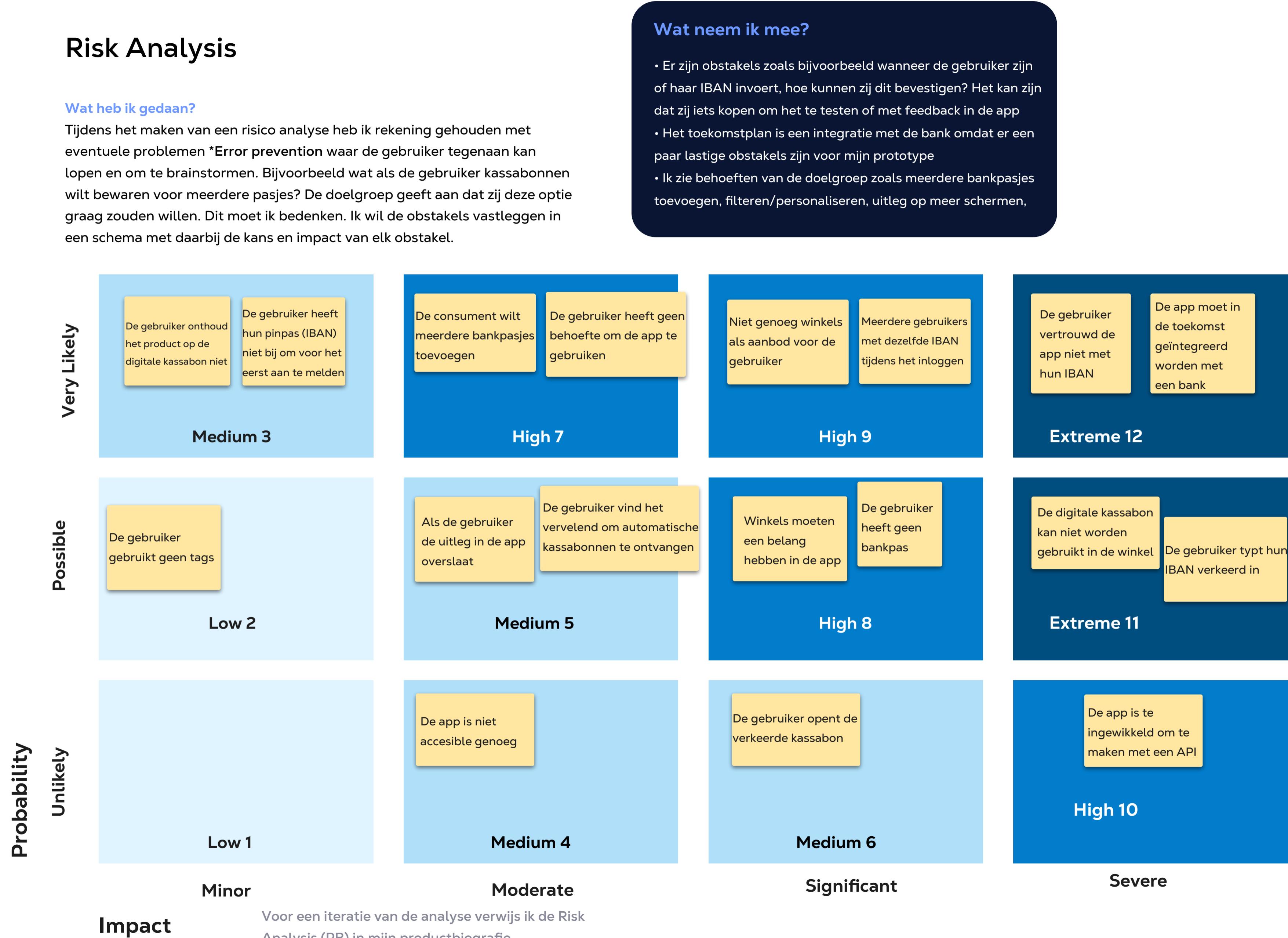
Risk Analysis

Wat heb ik gedaan?

Tijdens het maken van een risico analyse heb ik rekening gehouden met eventuele problemen *Error prevention waar de gebruiker tegenaan kan lopen en om te brainstormen. Bijvoorbeeld wat als de gebruiker kassabonnen wilt bewaren voor meerdere pasjes? De doelgroep geeft aan dat zij deze optie graag zouden willen. Dit moet ik bedenken. Ik wil de obstakels vastleggen in een schema met daarbij de kans en impact van elk obstakel.

Wat neem ik mee?

- Er zijn obstakels zoals bijvoorbeeld wanneer de gebruiker zijn of haar IBAN invoert, hoe kunnen zij dit bevestigen? Het kan zijn dat zij iets kopen om het te testen of met feedback in de app
- Het toekomstplan is een integratie met de bank omdat er een paar lastige obstakels zijn voor mijn prototype
- Ik zie behoeften van de doelgroep zoals meerdere bankpasjes toevoegen, filteren/personaliseren, uitleg op meer schermen,



Hi-Fi Iteratie

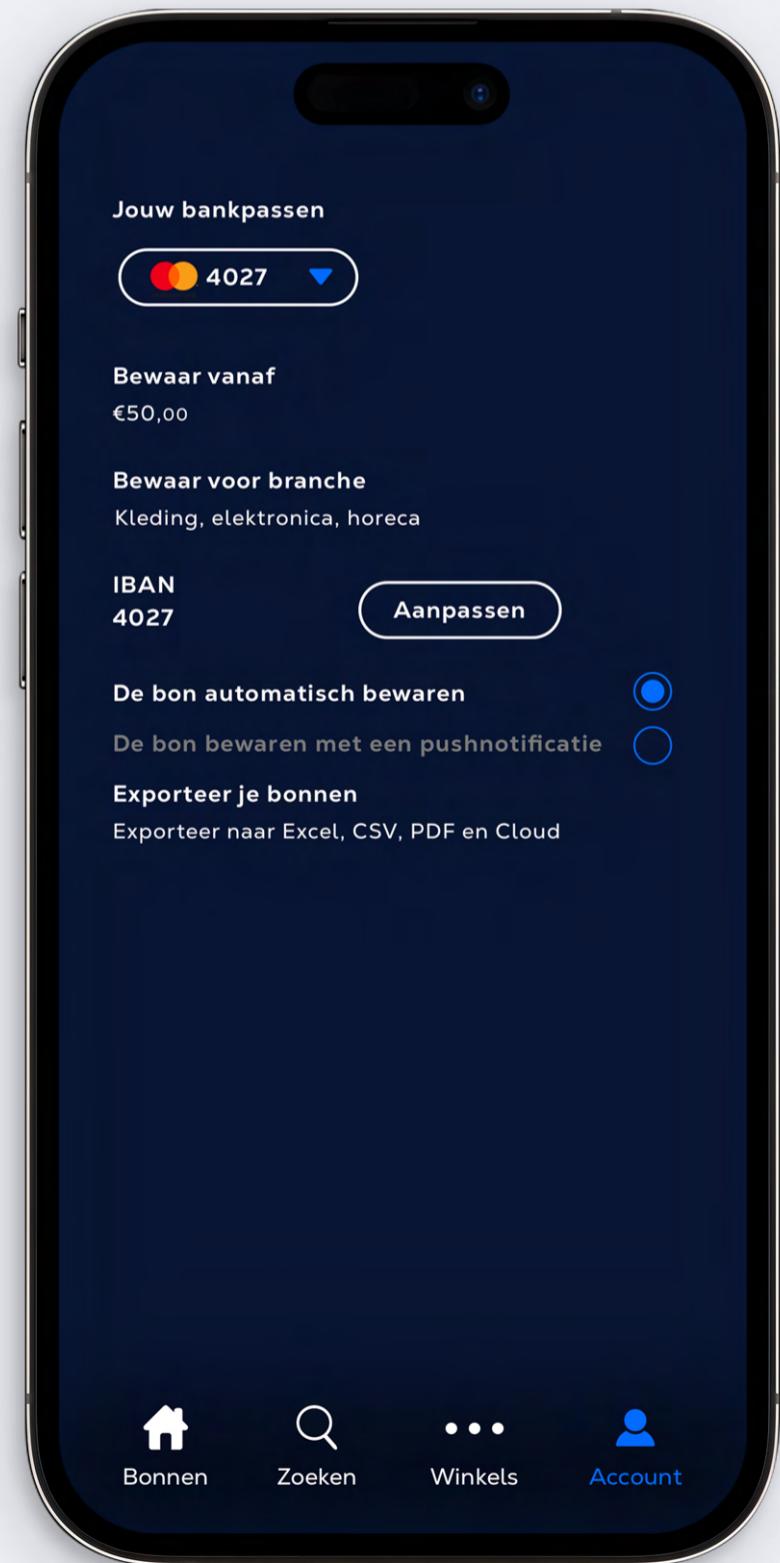
Welke verbeteringen heeft de app gemaakt?

In het vorige Hi-Fi prototype waren de extra schermen nog niet af. Door gesprekken met de doelgroep en feedback, heb ik nu een beter inzicht gekregen in welke instellingen de gebruikers willen aanpassen en hoe zij denken dat de app moet werken. Hierdoor kon ik de content van de schermen aanpassen. Uit gesprekken bleek dat de doelgroep hun instellingen wil veranderen, en meer feedback willen als iets is gelukt. Zij willen meerdere pasjes toe kunnen voegen. Met deze iteratie wil ik ervoor zorgen dat de look & feel beter is zodat gebruikers de app willen gebruiken.

• Interactie 'Account'

Bij account kan de gebruiker hun instellingen aanpassen. Bijvoorbeeld meerdere pasjes toevoegen. Ook zij de branches toevoegen en bonnen bewaren vanaf een bepaald bedrag. Uit gesprekken wil de doelgroep dit graag.

Nieuw Account/ Instellingen scherm

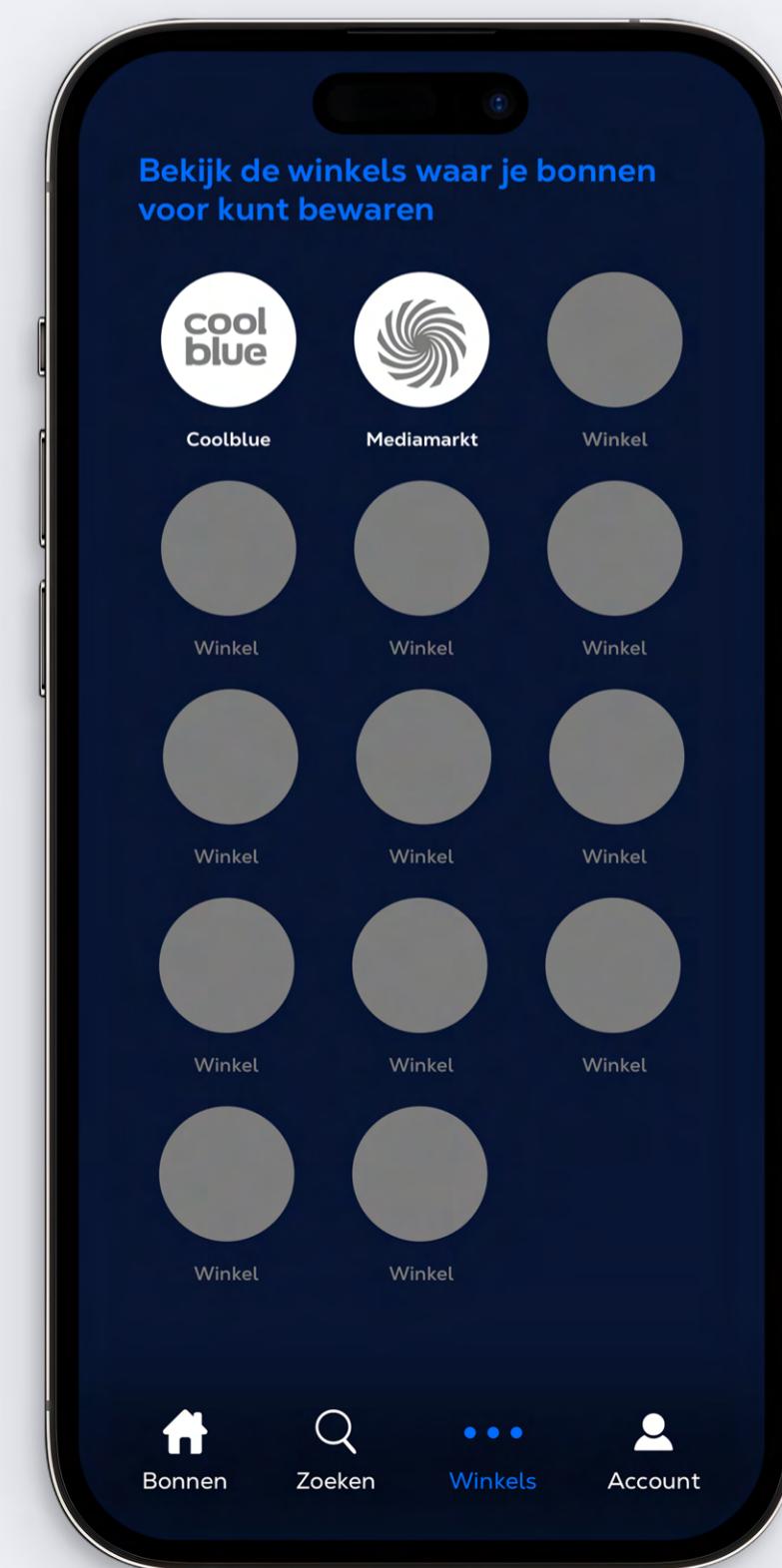


Voor alle inzichten en iteraties verwijss ik naar de Hi-Fi Iteratie (PB) in mijn productbiografie

• Interactie 'Winkels'

In het winkelscherm wil ik laten zien welke winkels beschikbaar zijn voor de gebruiker. Tijdens gesprekken vroeg de doelgroep voor welke winkels zij automatisch kassabonnen kunnen bewaren. Daarom hebben zij de mogelijkheid om dit te zien.

Nieuw winkel aanbod



• Interactie 'Splash'

Een korte animatie als de gebruiker de app voor het eerst opent om hen te verwelkomen.

Nieuw Splash scherm



Hi-Fi Iteratie

Welke verbeteringen heeft de app gemaakt?

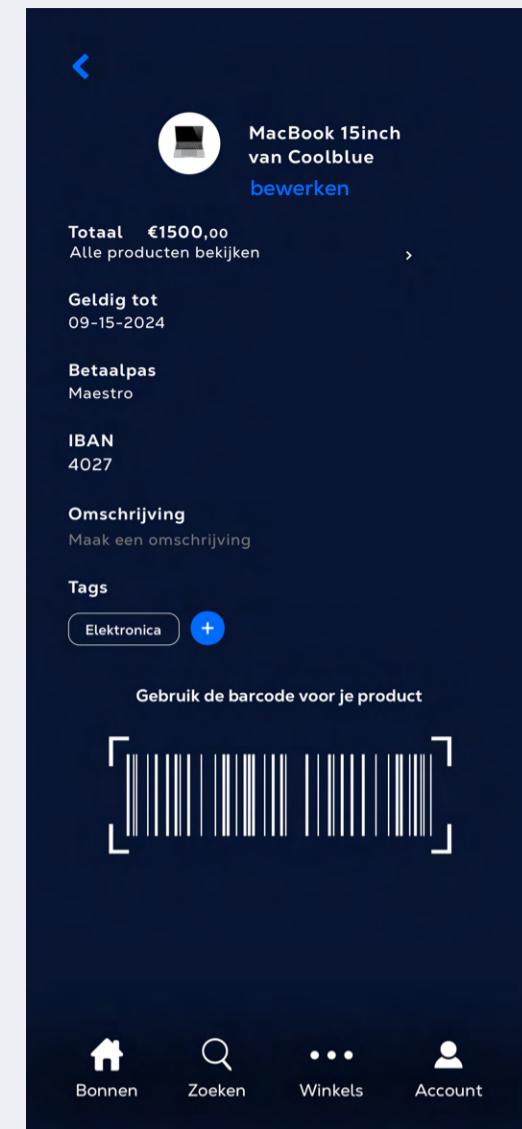
Het prototype is een milieuvriendelijke service, en om dat te bereiken is de functie om bonnen digitaal te bewaren het belangrijkst. Daarom let ik Memo+ weg. Om de ervaring te verbeteren heb ik states, en tags aangepast. De app is nu wat duidelijker en helpt het doel om digitale kassabonnen te bewaren.

In het 'aanmelding' scherm zijn de stappen veranderd naar één scherm, het voelt nu niet als een opdracht. De app geeft de gebruiker meer uitleg en feedback, bijvoorbeeld wanneer ze hun bankpas hebben gekoppeld of na het inloggen met de state dat hun bonnen hier worden weergegeven.

Detailscherm



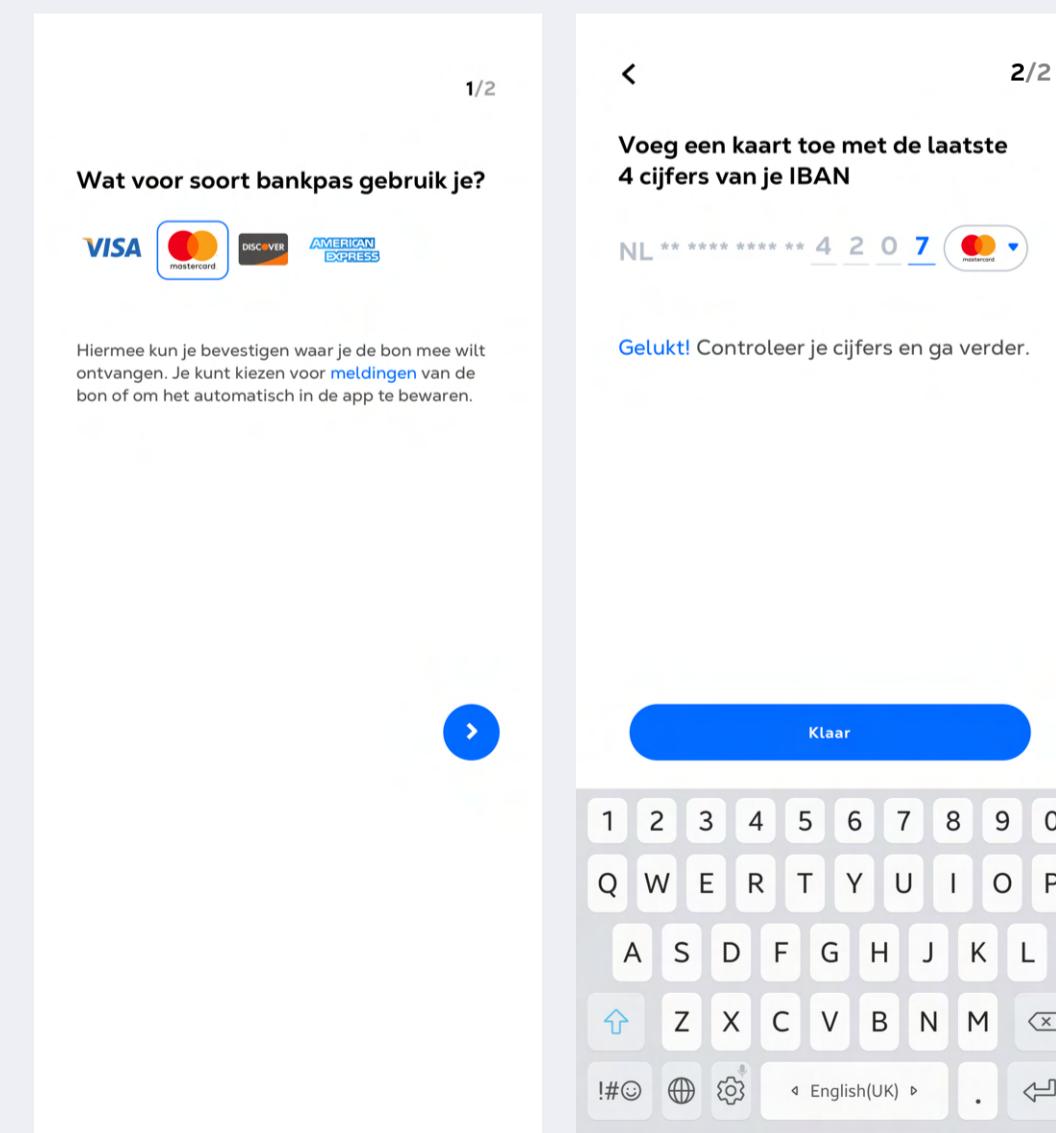
Nieuw detailscherm



Feedback

- De app moet geen zwitsers zakmes worden
- De states zoals Empty state zonder bonnen en Succes state zijn belangrijk om feedback te geven aan de gebruiker
- Goede keuze om overbodige functies weg te laten
- Feedback aan mijzelf: denk na over de gebruikersinterface en hoe de onboarding met illustraties uitgelegd kan worden

Oude aanmelding



Nieuwe aanmelding



Peer Review

[Waarom kies ik Noa als testpersoon?](#) Ze is aan het afstuderen en geeft feedback over user experience

Wat heb ik gedaan?

Tijdens mijn eerste Peer Review heb ik een test gedaan met Noa, zij is een UX-ontwerper (PB). Om feedback te verzamelen, stelde ik haar UX-vragen en liet ik haar hardop vertellen wat ze deed terwijl ze door de hele app navigeerde. We zijn dieper ingegaan op waarom de app zo is ontworpen om het sterker te maken. Het doel van de peer review was om feedback te ontvangen van peers met een UX- of visueel perspectief om tips te krijgen voor verbeteringen. Zoals het gebruiksgemak om bonnen te bewaren.

Conclusie uit de review met Noa

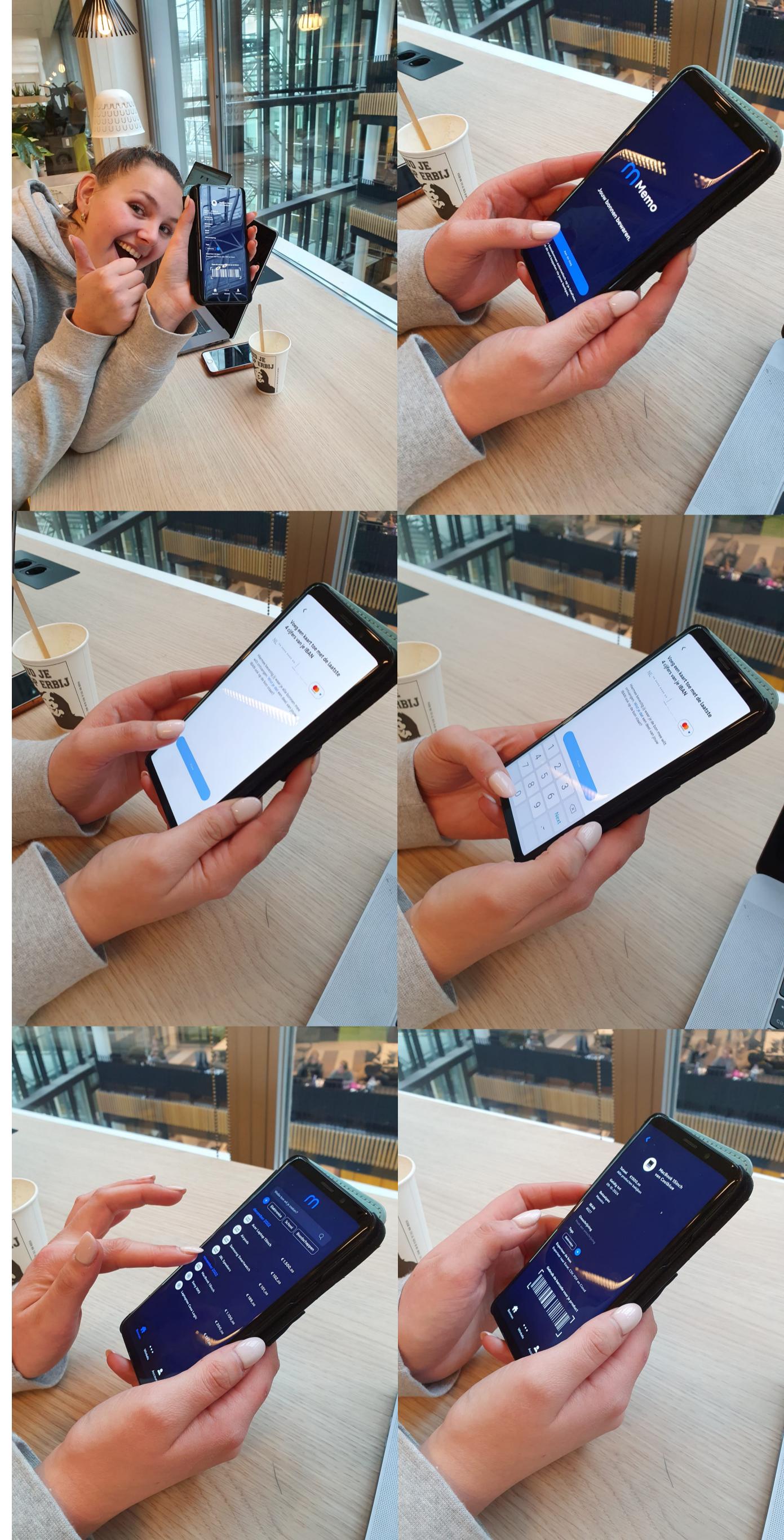
Noa heeft feedback gegeven over de werking van de app en ze vindt het veilig en snel om aan te melden. Als tip, zegt ze dat sommige gebruikers ervoor willen kiezen om later aan te melden, uit mijn onderzoek willen de meeste gebruikers de app direct gebruiken en klaar zijn. Ze vind het concept waardevol, maar kan het milieu naar voren komen in de onboarding. Daarnaast had ze kleine verbeteringen in de consistentie van de app. Volgens haar voelde de app gestroomlijnd aan, maar sommige uitlegregels kunnen functioneler zijn. Zoals in de onboarding en het winkelscherm 'Bekijk de winkels waar je bonnen voor kunt bewaren'.

Daarom verbeter ik de teksten, en maak ik de onboarding duidelijker met illustraties. Ook heb ik de gebruikersinterface veel sterker gemaakt, alles is nu met een klik. Dat licht ik toe in de volgende iteratie.

Feedback

- Er kan eventueel meer uitleg zijn over wat de app doet en hoe dit werkt, zoals hoe ik een bon automatisch opslaan
- Ik wil normaal geen commitment maken om in te moeten loggen
- Het is slim dat ik maar 4 cijfers uit mijn IBAN hoeft te gebruiken om in te loggen,
- Ik vind het overzicht heel makkelijk werken
- De app oogt betrouwbaar door de branding en lijkt op een mobiel bankieren app
- De stappen om te bon te zoeken zijn heel kort en intuïtief
- Ik zou in het winkel scherm meer zien dat dit beschikbare winkels zijn
- In het account scherm moet je pasjes misschien niet onder een dropdown zetten, dat is een beter principe
- Je kunt de bon misschien bewerk door het een naam te geven
- Hoe zie ik meerdere producten in één digitale bon?

Voor het volledige review en inzichten verwijst ik naar de Peer Review (PB) in mijn productbiografie



Peer Review

[Waarom kies ik Aleksandra als testpersoon?](#) Ze geeft feedback over de visuele stijl en milieu verbetering

Wat heb ik gedaan?

Tijdens mijn tweede Peer Review heb ik een test gedaan met Aleksandra zij is een UX-visueel ontwerper (PB). Om feedback te verzamelen, stelde ik haar vragen over de visuele stijl, en hoe ik het verbeteren van het milieu kan versterken. Aleksandra is bezig met duurzame projecten. Tijdens de review heb ik haar gevraagd hoe ik de app gebruiksvriendelijker kan maken en hoe ik gebruikers kan motiveren om de app te gebruiken en bij te dragen aan het milieu. Het doel van deze peer review was om feedback te ontvangen over hoe de visuele stijl bijdraagt aan het gebruiken van de app. Ik heb een aantal inzichten gekregen over de tone of voice in de app, illustraties en waar ik meer uitleg aan kan toevoegen.

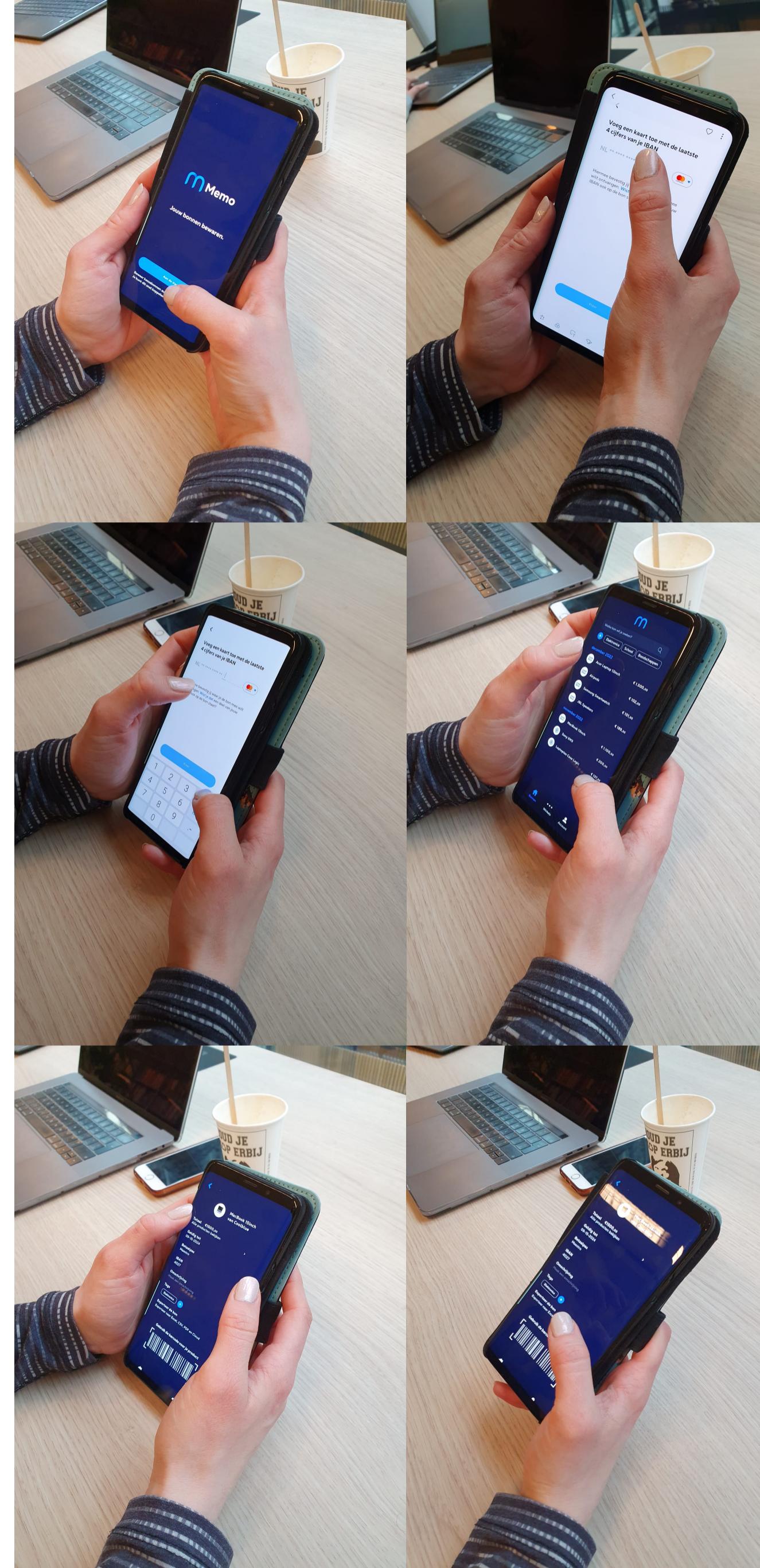
Conclusie uit de review met Aleksandra

De feedback van Aleksandra was nuttig voor als proof of concept en de verbetering van mijn app. Hoewel het slechts kleine aanpassingen zijn helpt het de look en feel van mijn app, die nuttig zijn voor de gebruiker. Visuals om het milieu, gemak en betrouwbaarheid te versterken. De suggestie om bijvoorbeeld illustratieve uitleg toe te voegen aan de onboarding kan helpen bij het gebruiken van de app. Ik was het eens met haar reactie over hoe de branding de gebruiker kan stimuleren om zich aan te melden, en om de app strak te maken. Daarnaast wil ik meer feedback geven aan de gebruiker na hun acties. Zoals succesvol inloggen of wat zij kunnen doen. In de volgende iteratie licht ik de verbeteringen toe over de gebruikersinterface.

Feedback

- Ik wil een korte introductie van de app, als ik niet weet wat de app doet
- Je kunt tijdens het starten een illustratie gebruiken om uit te leggen wat de app doet
- Ik vind het niet erg om mijn IBAN te gebruiken als ik weet wat ermee wordt gedaan
- Je kunt de nadruk leggen op het verbeteren van het milieu
- De app ziet er betrouwbaar uit
- Misschien kun je mij meer meldingen sturen als ik dit wil "Deze bon verloopt binnenkort"
- De gebruikersinterface en de bon snel zoeken werkt handig
- De uitleg bij het winkelscherm lijkt alsof het voor de winkels is, dit kun je meer uitleggen voor de gebruiker in plaats van geaccepteerde winkels = voor deze winkels kun je bonnen bewaren
- Ik krijg het gevoel dat het een vriendelijke en betrouwbare app is
- Ik wil meer feedback als ik ben ingelogd

Voor het volledige review en inzichten verwiss ik naar de Peer Review (PB) in mijn productbiografie



Valideren & Evaluieren

Hi-Fi Iteratie 2

Welke verbeteringen heeft de app gemaakt?

Dit zijn de verbeteringen in de app. De app is compleet en geeft feedback en uitleg aan de gebruiker. Zij krijgen een duidelijke onboarding met het doel van de app en hoe zij hun voordeel kunnen doen door automatisch kassabonnen te bewaren. De zoekknop is nu vervangen met een formulier om direct te zoeken. Alle stappen zijn nu in één klik en makkelijk voor nieuwe gebruikers.

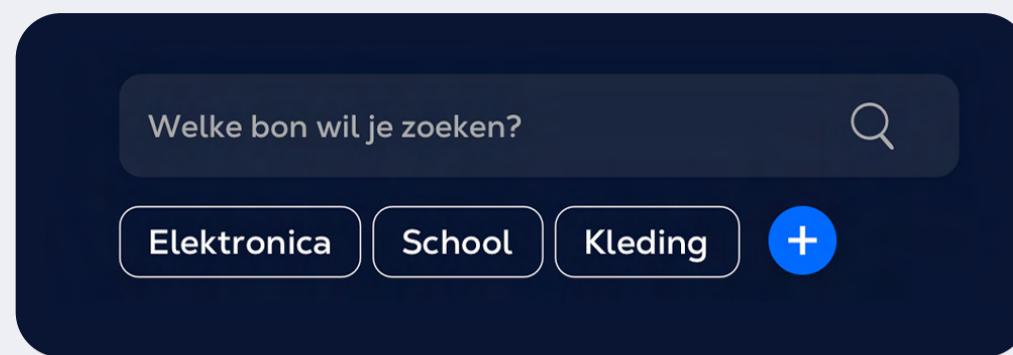
Nieuwe 'Onboarding'



HKJ

Ervoor zorgen dat de doelgroep de app gebruikt

Nieuw Zoekformulier



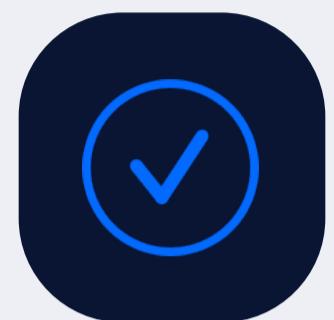
Nieuw 'Binnenkomst'



• Iteratie Onboarding

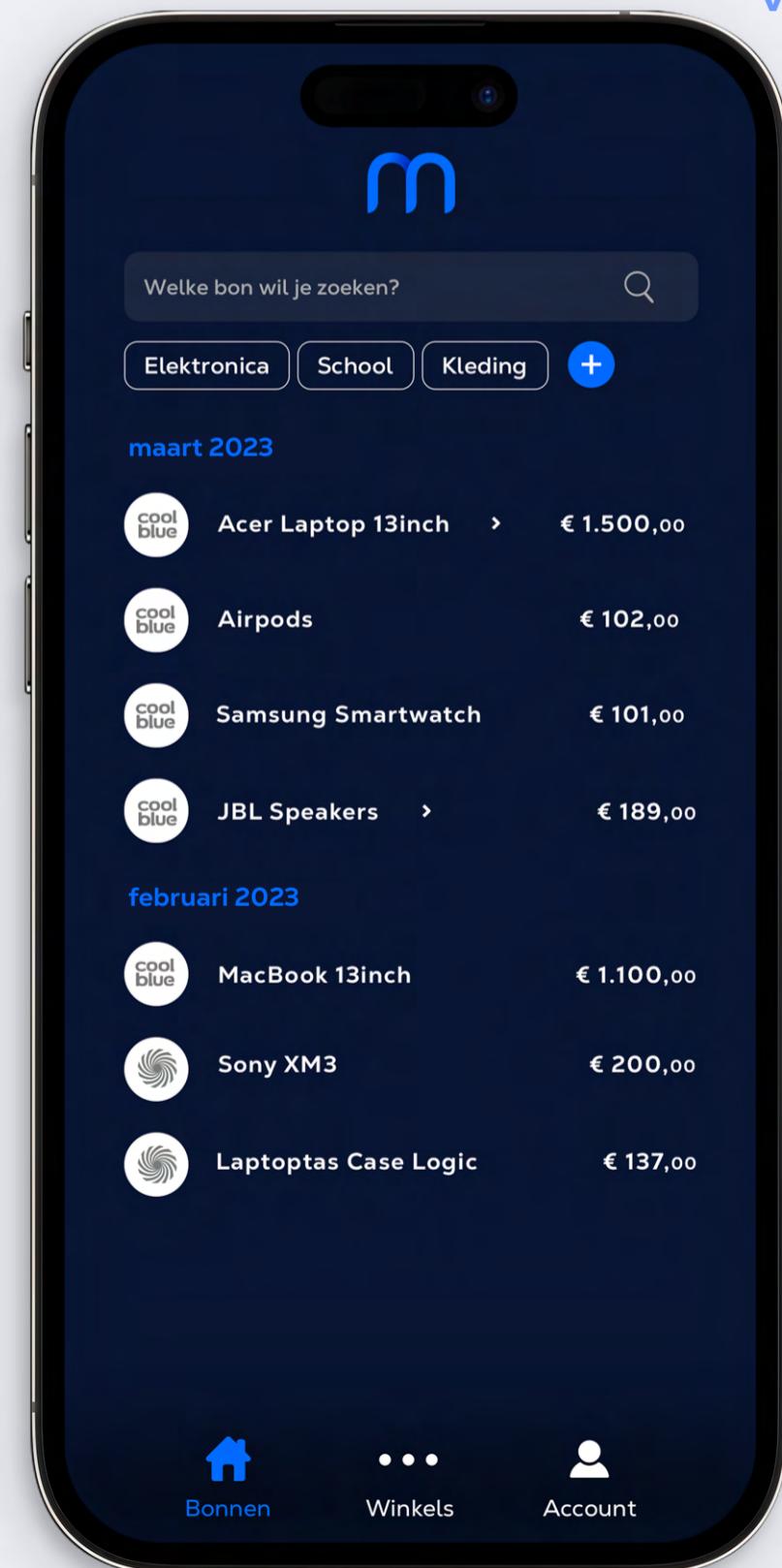
De nieuwe onboarding is nu versterkt door het probleem en alle functies voor de gebruiker te weergeven met illustraties om de gebruiker te motiveren om de app te gebruiken. Het splashscherm heeft meer herkenbaarheid.

Succes state



Voor alle inzichten en iteraties van het prototype verwijst ik naar de Hi-Fi Iteratie 2 (PB) in mijn productbiografie

Nieuw 'Overzicht'



Nieuwe states volgende pagina

Hi-Fi Iteratie 2

Welke verbeteringen heeft de app gemaakt?

Uit de feedback en inzichten heb ik de app een nieuwe slag verbeterd. Bijna elk scherm heeft aanpassingen maar het meest belangrijke is de onboarding. In elke test begrijpt de doelgroep hoe de app werkt en waarom het voor hun handig is. De feedback heeft mij geholpen om de app visueel te maken en de gebruiker meer controle te geven. Het zoekformulier is ook sterk verbeterd om de gebruiker snel te laten zoeken.



Nieuw 'Splash'

Nieuw 'Aanmelden'

Voeg een kaart toe met de laatste 4 cijfers van je IBAN

NL *** * * * * * * * * 1 6 0 8

Hiermee bevestig jij waar je alle bonnen mee wilt ontvangen. [Wist je dat](#) een deel van jouw IBAN ook op de bon staat?

Klaar

- Iteratie Aanmelden

Het aanmelden heeft andere tekst en design/ux principes zoals nabijheid en de gebruiker uitleg geven.

- Iteratie in de app

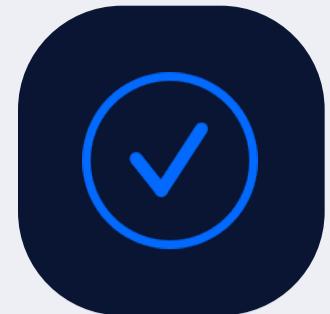
In het account en detailscherm is er meer visuele hierarchy. De gebruiker kan de digitale bon makkelijker inzien door het open te klappen. In het account kan de gebruiker meer personaliseren/filteren welke kassabonnen zij willen ontvangen. Je kunt meerdere pasjes tegelijk gebruiken.

- Iteratie Feedback

De gebruiker krijgt nu feedback als zij iets hebben voltooid 'Succes state'. Als je de digitale bon gebruikt krijg je visuele feedback met een 'Loading state'. Ook heeft de gebruiker meer mogelijkheden om de bon en de instellingen aan te passen.



Loading state



Succes state

Nieuw 'Detailscherm'

MacBook 15inch van Coolblue [bewerk](#)

Totaal €1500,00
Alle producten openklappen >

Geldig tot 09-15-2024

Betaalpas Maestro

IBAN 4027

Omschrijving Maak een omschrijving

Tags Elektronica +

Exporteer de bon Exporteer naar Excel, CSV, PDF en Cloud

Barcode

Nieuw 'Account'

Account

Voeg jouw banknummer(s) toe

4027

Bewaar vanaf €50,00 [bewerk](#)

Bewaar voor branche Voeg branches toe zoals kleding, elektronica,

De bon automatisch bewaren

De bon bewaren met een pushnotificatie

Verlopen bonnen wissen

Exporteer je bonnen Exporteer naar Excel, CSV, PDF en Cloud

Bonnen Winkels Account



Fase 5 Conclusie

Conclusie

Proof of Concept - Usability Test

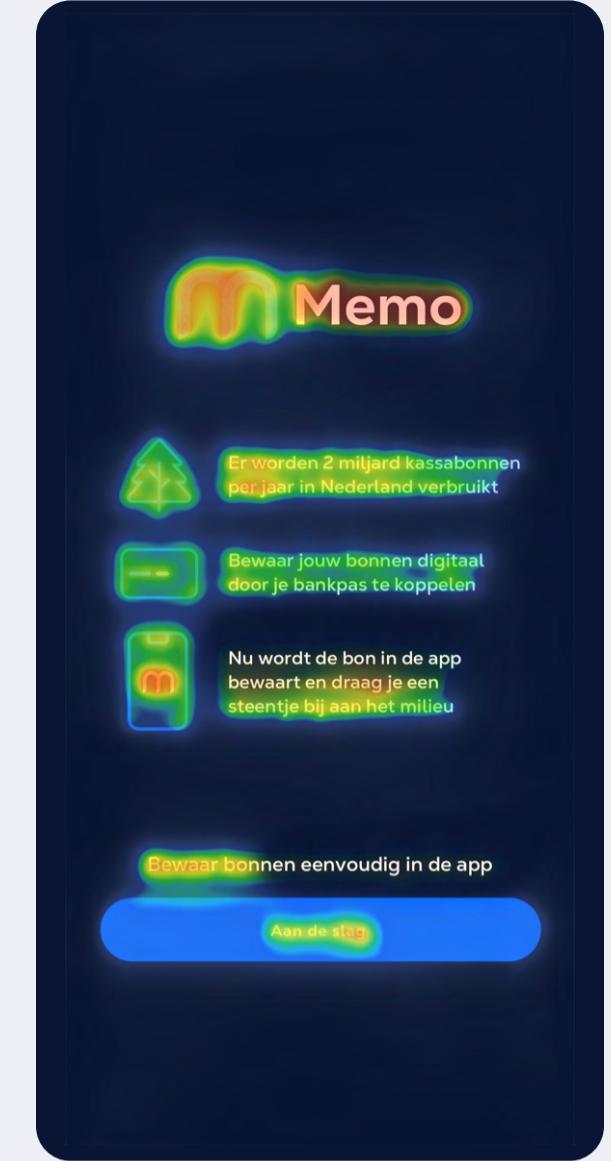
Wat heb ik gedaan?

Ik heb de laatste tests uitgevoerd met de stakeholders als acceptatietest, waarbij ik mijn doelgroep en belanghebbende heb getest met een usability test. Het proof of concept heeft laten zien dat het prototype wenselijk is en nu kijk ik of het in de wereld past en of er nog eventuele problemen zijn die ik kan oplossen.

Nu het prototype af is, ben ik benieuwd naar de mening van de consument over de volledige app en kijk ik hoe zij dit doorlopen. Tijdens mijn tests ontving ik positieve feedback over de app, waarbij mensen blij waren met de milieuoplossing of het gemak om kassabonnen automatisch te bewaren. Ik heb drie personen getest.

Aanpak

Om te kijken hoe mijn app door de doelgroep wordt ervaren laat ik hen de flow van mijn app testen. Door de hoofdvraag te stellen: **"Verbeterd de app jullie ervaring om bonnen digitaal te bewaren en een steentje bij te dragen aan het milieu?"** test ik de doelgroep. Dit doe ik op verschillende locaties, de meeste tests waren succesvol als de doelgroep de tijd nam. Ik denk dat de app in de echte wereld past. Met deze antwoorden maak ik een lijst met inzichten. Het volledige prototype plaats ik in het Hi-Fi Prototype oplossing.

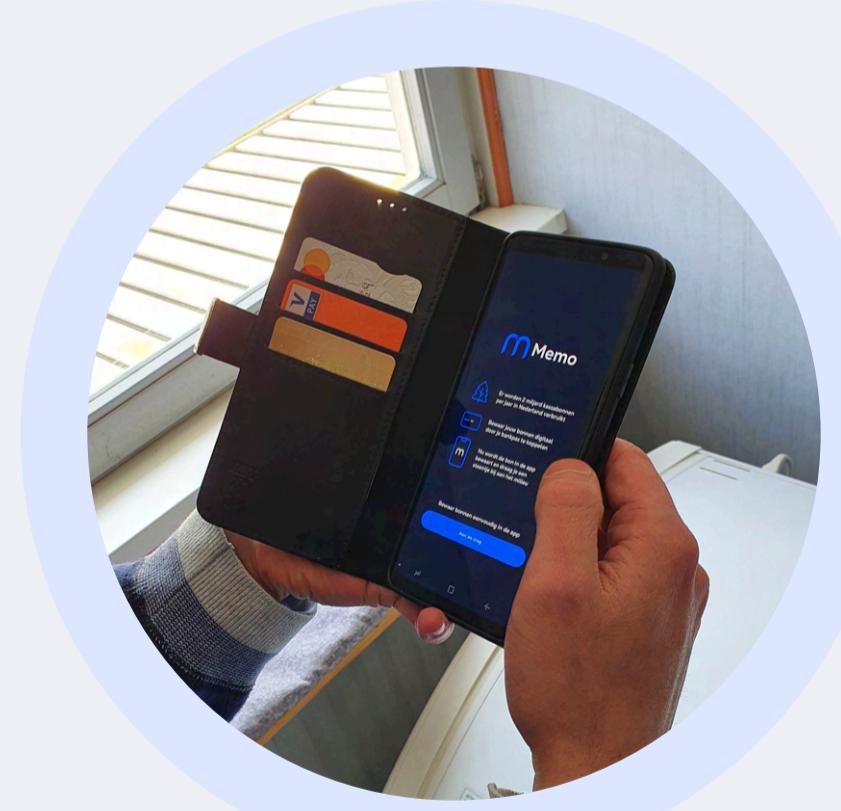


Martijn (35)



- Martijn gebruikt kassabonnen soms voor zijn garantie op dure producten. Daarom is de app volgens hem handig. Hij staat open om de app te gebruiken.

Roy (27)



- Roy woont vlakbij de supermarkt en haalt bijna dagelijks boodschappen, waardoor hij veel kassabonnen ontvangt. Hij wilt de app gebruiken omdat het milieuvriendelijker is.

Lois (23)



- Lois houdt van winkelen en koopt veel kleding. Zij ontvangt veel kassabonnen en raakt het kwijt. Zij wilt de app gebruiken om digitale bonnen te organiseren, en om een steentje bij te dragen aan het milieu.

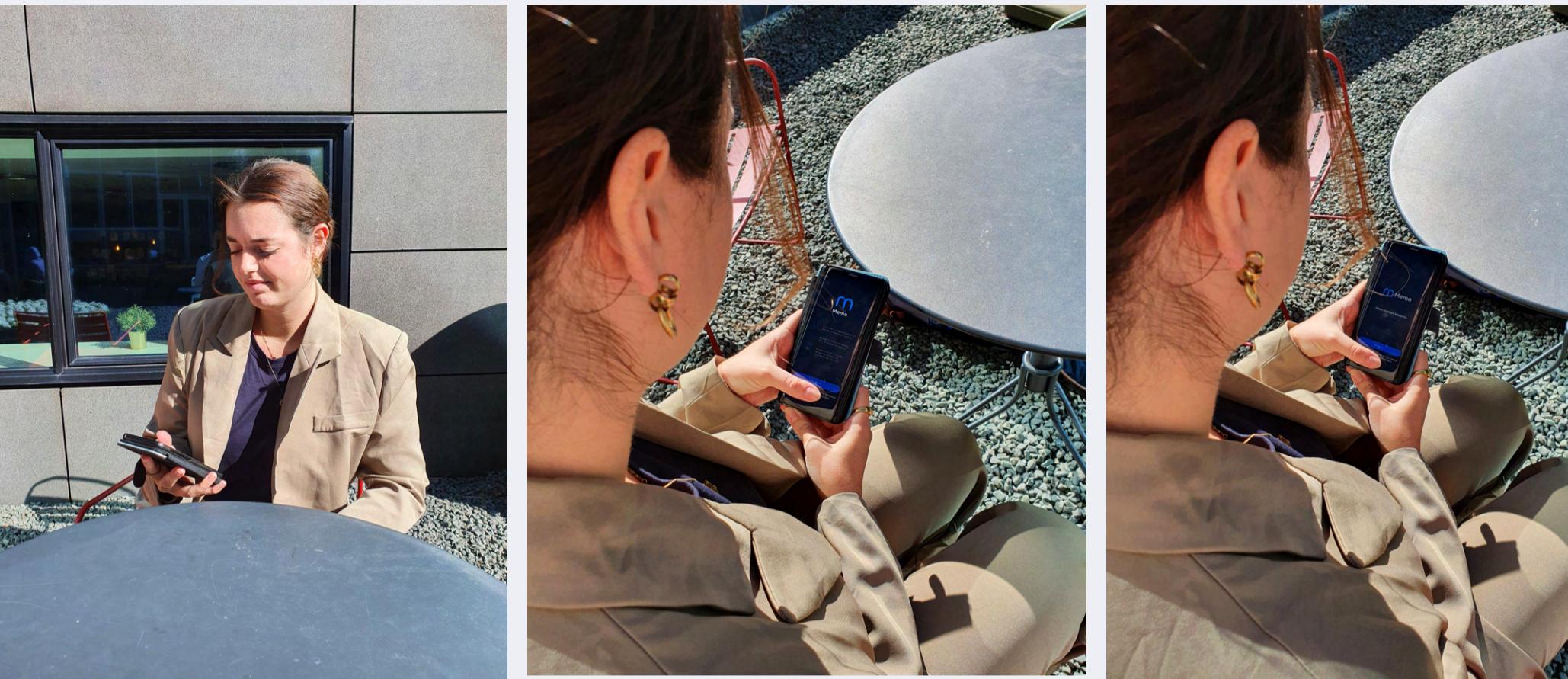
Heatmap uit de usability test

Proof of Concept - Usability Test

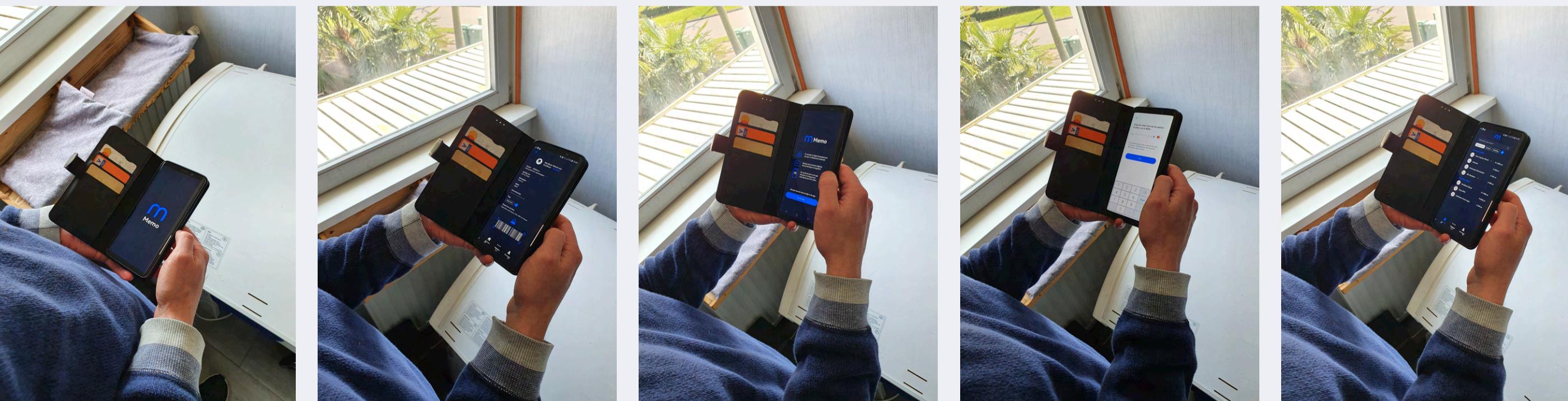
Wat heb ik gedaan?

Om het concept te valideren maak ik een lijst met inzichten. Dit zijn verbeterpunten voordat het product live gaat, of om te bevestigen dat het product volgens de doelgroep succesvol is. Om het gedrag van de gebruiker te testen, heb ik één test thuis gedaan met een eye tracker om mijn prototype te valideren en op inzichten te komen. De andere usability tests deed ik met verschillende gebruikers in het centrum.

Voor alle inzichten en feedback verwijjs ik naar het Proof of Concept 2 (PB) in mijn productbiografie



Conclusie



Conclusie

Proof of Concept - Test resultaten

Doelgroep validatie

Uit de inzichten blijkt dat de app voor verschillende gebruikers interessant is. De meerderheid zou de app ook daadwerkelijk gebruiken. Uit een aantal paar proof of concepts gebruikt de doelgroep het prototype omdat het handig is om kassabonnen te organiseren of garantie. De meeste staan open voor deze oplossing vanwege milieuvriendelijkheid. Het lijkt er dus op dat de app meerdere voordelen kan bieden voor verschillende consumenten om hun te overtuigen om over te stappen op digitale kassabonnen, afhankelijk van hun behoeften. Door deze verschillende voordelen te benadrukken bijvoorbeeld in de onboarding, zou het mogelijk moeten zijn om een brede groep consumenten aan te spreken en te overtuigen om de app te gaan gebruiken.

Concluderende inzichten

- Fijn om kassabonnen automatisch te bewaren
- Niet zoeken of te scrollen op het homescherm
- Ik heb niet veel uitleg nodig willen omdat ik het oversla
- Het design is betrouwbaar volgens een hoop gebruikers
- Vinden de digitale bon ook functioneel omdat het zo kort is
- De uitgebreide uitleg is fijn
- Wil de app meer personaliseren door het te filteren
- Ik vind de interactie met de app fijn omdat het weinig moeite is
- Sommige knopjes vallen niet op dus dit kun je groter maken
- De app voelt duidelijk door de interactie, en het is kort
- De meeste reacties die ik krijg waren "dit is een goed idee voor het milieu" of:
 - Ik vind het handig om te gebruiken, hier en daar kleine verbeterpuntjes om knoppen en schermen te verduidelijken.

Aanpassingen

- Tekst in de 'onboarding' en 'winkels' zijn duidelijker
- Meer feedback aan de gebruiker met states, highlights en iconen als zij de bon gebruiken
- Ik heb alles wat groter gemaakt
- Mogelijkheid om producten open te klappen via de dropdown
- Functies uitgedacht voor in de toekomst *dit licht ik toe in mijn presentatie

Voor alle inzichten en conclusies verwijst ik naar het Proof of Concept 2 (PB) in mijn productbiografie

Reden om de app te gebruiken

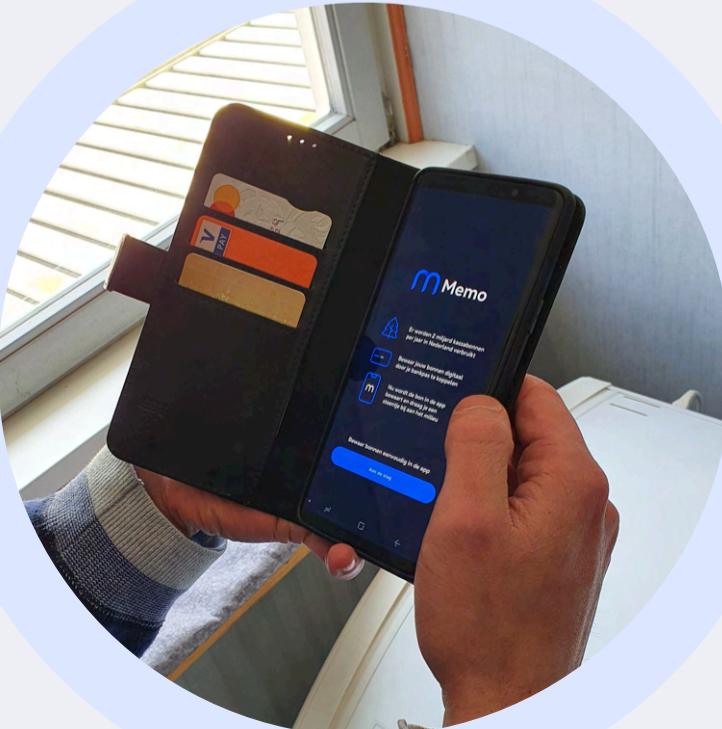
- Milieuvriendelijkheid: hij kan de app gebruiken omdat het milieuvriendelijker is in plaats van het steeds kassabonnen ontvangen. Door de app te gebruiken, kan hij een steentje bijdragen aan het milieu. Hij had een goede ervaring met het prototype.

Reden om de app te gebruiken

- Handigheid: De app is handig volgens haar om kassabonnen in te organiseren en niet kwijt te raken. In plaats daarvan kan zij alles op één plaats opslaan en gemakkelijk toegang krijgen. Lois vind het prototype gebruiksvriendelijk en kan direct het milieu helpen.

Reden om de app te gebruiken

- Handigheid en een steentje bijdragen aan het milieu: uit het gesprek is het concept voor hem handig om meer zekerheid te hebben. Hij zou het prototype waarschijnlijk gebruiken als een milieubewuste oplossing. Hij had een positieve ervaring maar wilt het liever gebruiken als het via zijn bank werkt in plaats van zijn IBAN.



Roy (27)



Lois (23)



Martijn (35)

Conclusie

Proof of Concept - Acceptatietest

Wat heb ik gedaan?

Ik heb het prototype gevalideerd door middel van de criteria uit het concept. Tijdens de test heb ik vragen gesteld over wat relevant is voor de winkel en het prototype (PB), hiermee had zij een goede ervaring. De doelgroep kan het prototype succesvol gebruiken, maar de API moet worden ontwikkeld. Met wijzigingen voor in de toekomst (dit licht ik toe in de conclusie). Belanghebbenden willen het prototype gebruiken en daarom is het een relevante oplossing.

Tamara vertelde mij of het prototype geïmplementeerd kan worden in de winkel. Daarvoor moet ik met het management overleggen. Maar het idee om het gebruiksgemak en het milieu te bevorderen werd goed op gereageerd. Bovendien was haar ervaring met het prototype positief. Dit licht ik toe in de 'conclusie van mijn belanghebbende'.

Vragen

1. Is het milieu volgens jullie een belangrijke criteria om aan bij te dragen?
2. Voldoet dit aan alle functionele eisen?
3. Wordt het eenvoudig bewaren van kassabonnen hiermee effectief aangepakt?
4. Lost dit de behoeften van jullie gebruikers op?



Tamara (25)

• Tamara is een servicemedewerkster bij Coolblue. Zij geeft haar mening over het prototype en wat het kan betekenen voor de winkel nu het concept concreet is.

Voor alle inzichten uit het Proof of Concept met mijn belanghebbende verwijs ik naar het Expert Review (PB) in mijn productbiografie

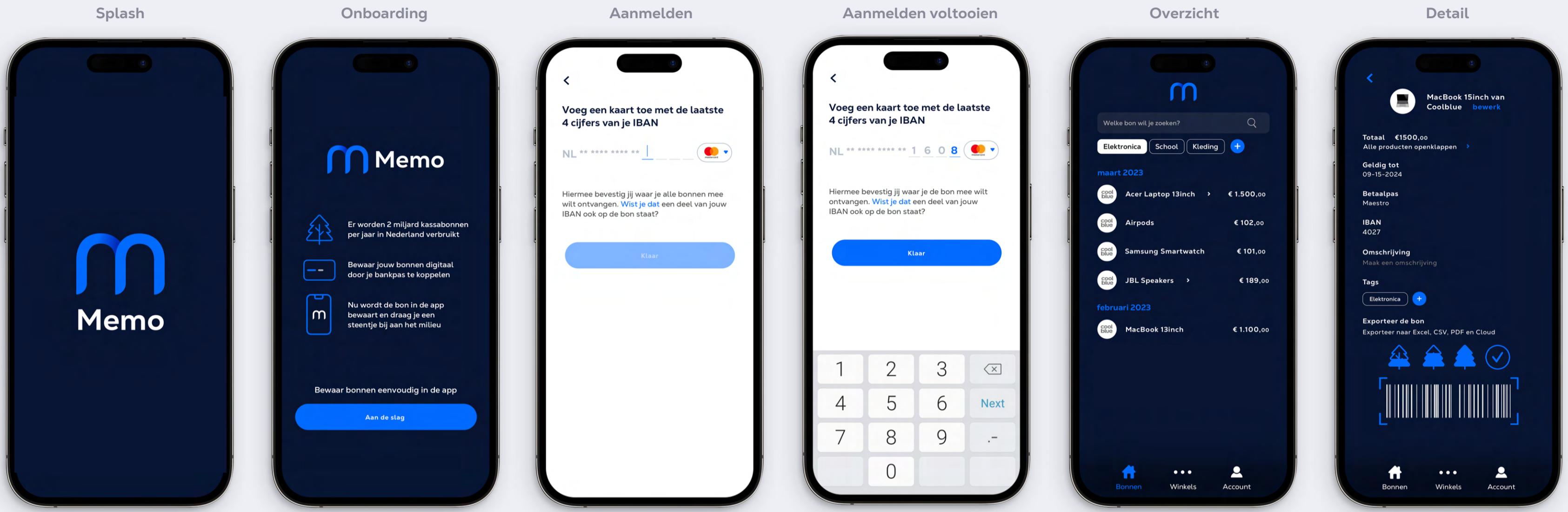


Conclusie van mijn belanghebbende

- Als gebruiker vind ik de complete interactie van de app gebruiksvriendelijk, wat goed past bij Coolblue
- Voor anonieme en snelle kopers werkt de app erg efficiënt.
- Je moet de API verder ontwikkelen voordat het mogelijk is om dit bij het kassasysteem aan te sluiten
- Ik vind de functies van de app intuïtief en snel
- Het gemak waarmee klanten bijna niets hoeven te doen, maakt de app handig
- Jouw oplossing is belangrijk maar misschien kun je het aan een bank voorstellen
- Ervaring met de app is dat het logisch en automatisch te gebruiken is.
- Er zouden wel wat meer instellingen toegevoegd kunnen worden, aangezien deze nog niet genoeg zijn.
- Als belanghebbende zou ik het idee achter de app interessant vinden
- Het feit dat dit een milieuvriendelijke aanpak is lost twee problemen op.
- Je kunt de app meer door klanten laten organiseren maar de functie is een sterke verbetering.

Hi-Fi Prototype oplossing – User flow

Conclusie



Voor de doelgroep

Werking

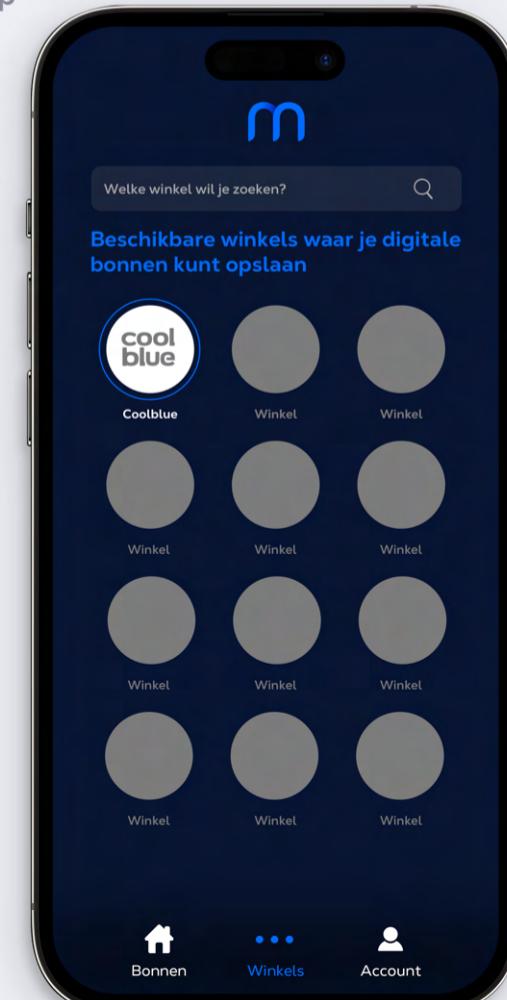
Scrollen

Positieve feedback

Aanbod voor de gebruiker
en voor de winkels

Beschikbare winkels

Je account instellen



Voor alle schermen en om de oplossing te bekijken verwijst ik naar de Hi-Fi Prototype oplossing (PB) in mijn productbiografie

Aanbeveling

Wat is mijn aanbeveling?

Met dit resultaat is het concept een geldige oplossing. Aan de hand van het onderzoek kan ik zeggen dat deze oplossing nodig is. Door middel van tests die ik heb gedaan kan ik waarnemen dat de doelgroep mijn prototype daadwerkelijk zou willen gebruiken. Het is een relevante oplossing omdat het gebruiksgemak en de positieve impact op het milieu elkaar versterken. Uit de meeste tests heeft de doelgroep een positieve ervaring met mijn app en zijn zij ervan overtuigd om de app te gebruiken als een service. De doelgroep vindt dit een sterke verbetering.

Implementatie

De uitkomst van dit project is dat het een concrete oplossing biedt. De oplossing werkt aan de hand van mijn prototype en een hierna een API. Ik weet dat dit probleem kan worden opgelost als ik het verder ontwikkel nu ik de mogelijkheden zie. Alhoewel ik mijn app aan winkels en consumenten aanbeveel, moet ik dit eerst ontwikkelen. Mijn aanbeveling licht ik toe in het 'Toekomstplan'. Dit concept kan ik gebruiken als voorstel.

Toekomstplan

Dit moet een belangrijke digitale verbetering worden voor het milieu en consumenten hun bonnen. Het kan nog verder ontwikkeld worden met een API maar dit kan de oplossing zijn. Ik maak eventueel een voorstel voor banken aan de hand van dit document, nu ik weet dat er kans op succes is voor de doelgroep. Het voordeel is dat een implementatie met de bank een groter bereik heeft, het nadeel (volgens banken) is dat zij geen inzicht hebben op productgegevens. Daarom moet er een samenwerking komen.

Conclusie

Conclusie

Design Challenge

"Hoe kan een interactief product kassabonnen **duurzaam maken**, door consumenten hun bonnen digitaal en gebruiksvriendelijk te laten bewaren met behulp van een bankpas?"

Conclusie

Ik kan concluderen dat door de gebruikerservaring te verbeteren, kassabonnen duurzamer kunnen worden door middel van het automatisch bewaren, de app gebruiksvriendelijk te maken en de motivatie van de doelgroep te verhogen. Het concept geeft antwoord op de Design challenge en de deelvragen door kassabonnen moeiteloos en duurzaam te maken. Binnen dit project heb ik de oplossing kunnen valideren met de doelgroep. "Doordat ik automatisch mijn kassabonnen hierin kan bewaren vind ik het een goede oplossing" en "Ik denk dat je hiermee veel kassabonnen kunt besparen. Ik zou graag de app willen gebruiken vanwege het milieu". Door deze redenen denk ik dat veel mensen openstaan om dit concept te gebruiken. En hun ervaringen geven aan dat het prototype ook goed werkt.

Aanbeveling in dit project

Uit de conclusie blijkt dat de design challenge succesvol is en dat de gebruiker het prototype graag zou willen gebruiken. Voor het milieu en een betere ervaring. De werking is nu functioneel en duidelijk geworden. Gebruikers willen meer om een app dagelijks te gebruiken, zoals kosten delen aan de hand van de kassabon. Mijn focus tijdens dit project lag op de automatische werking en de gebruikerservaring en daarom ben ik er zeer tevreden over. Ook vind ik de feedback die ik heb opgedaan handig door mijn band met de doelgroep en de winkel. Alleen voor de implementatie met de winkel moet de app verder ontwikkeld worden. De uitdaging is beantwoord met mijn concept.

Link: <https://xd.adobe.com/view/425bf939-6c03-4214-ba25-aa3690b077ea-1708/>



Zelfreflectie

Begrijpen en kaderen

Tijdens mijn project vond ik het van belang dat ik mijn design challenge kon formuleren en de belangen van de doelgroep vertaal. Daarom ben ik begonnen met deze competentie door de belanghebbenden concreet te maken. Zo kon ik mij verder in deze competentie ontwikkelen. Om hiernaar terug te kijken, heb ik moeten werken aan de schaal van mijn project. Ik wou teveel doen, nu had ik een focus gevonden met mijn concept door te richten op de werking. Het project heeft nu een hoofdfunctie om te onderzoeken via de doelgroep. En dit heb ik kunnen vervolgens gevalideerd, het luisteren en bevestigen is belangrijk geweest in mijn groei.



Evaluieren

Als feedback heb ik meegekregen dat ik soms erg objectief kijk naar de uitdaging. Het antwoord komt als ik gesprekken houdt en dit evalueer. Ik trek soms snel conclusies. Ik probeer namelijk over alles na te denken wat de focus te breed kan houden. Ik denk veel na over de technische mogelijkheden van mijn prototype en steek daar veel tijd in, ik denk dat ik het project nu goed kan evalueren. Door vasthouwend te zijn en om keuzes te maken.



Reflectie

Mijn ontwikkeling was om te [initiëren](#) tijdens dit project, en om een [complex uitdaging aan te gaan](#). Een leerpunt voor mij is om de focus bij de oplossing te houden en niet teveel vooruitplannen. Dit kan veranderen omdat de oplossing en het plan variëren. Ik vond het project erg interessant, en heb hieruit meer methodes ontdekt. In combinatie met [empatisch onderzoeken](#) door de doelgroep beter te begrijpen. Ik heb veel met medestudenten samengewerkt en afgesproken. Ik vond dit goed voor het proces.

Wat ik goed vond gaan was het ideeën bedenken op basis van [onderzoek](#) en [inzichten](#). Het idee was snel duidelijk en hier ben ik ook graag mee bezig, dit was tegelijk een valkuil omdat het ervoor zorgt dat je vastberaden wordt. Soms geef ik teveel aandacht aan een iteratie omdat elke stap logisch moet zijn, daar kom je alleen achter door te testen.

Ik was bezig met het [leren en verbeteren](#) van mijn vaardigheden in UX, daarom kan ik keuzes concreet maken. Dit wil ik uitwerken door te programmeren na het afstuderen. Dan krijg ik meer kennis in meerdere discipline's. Ik ben tevreden over de gebruikersmethodes en visuele iteraties die ik heb gemaakt.

Wat ik goed vond gaan was om [out-of-the-box](#) te denken om op een creatieve oplossing te komen voor een complex probleem. Ik ben gesprekken aangegaan met belanghebbenden om [keuzes te maken](#) op basis van inzichten. Dit deed ik om mijn prototype [functioneel](#) te maken. Tot slot vind ik het project belangrijk omdat ik verder heb nagedacht over het product in de toekomst en hoe ik heb bijgestuurd tijdens dit project.



Bronnenlijst

UX Questions. (z.d.). Geraadpleegd op 25 april 2023, van <https://uxplanet.org/98-questions-ux-designers-must-ask-9b6984c6bd67>

UX Jobs to be done. (z.d.). Geraadpleegd op 25 april 2023, van <https://uxplanet.org/jobs-to-be-done-jtbd-in-product-design-6065e7bec122>

Het probleem van kassabonnen. (z.d.). Geraadpleegd op 25 april 2023, van Hier al eens aan gedacht? - Kassabonnen - Groen Licht - BNNVARA. (n.d.). Groen Licht. Retrieved October 10, 2022, from <https://www.bnvara.nl/groenlicht/artikelen/hier-al-eens-aan-gedacht-kassabonnen>

Papieren bonnetjes probleem. (z.d.). Geraadpleegd op 25 april 2023, van <https://nl.mobiletransaction.org/papieren-bonnetjes-problemen/>

What do People Think of Paper Receipts?. (z.d.). Geraadpleegd op 25 april 2023, van <https://www.greenamerica.org/paper-receipt-survey#:~:text=Respondents%20who%20take%20paper%20receipts,paper%20receipts%20that%20they%20receive>

Higherlevel. (2019, 14 november). Diner/lunch kosten bon verplicht? Geraadpleegd op 13 oktober 2022, van <https://www.higherlevel.nl/forums/topic/62817-dinerlunch-kosten-bon-verplicht/>

Tweakers. (z.d.). Kassabon voor garantie: scan of origineel - Shopping forum - GoT. Geraadpleegd op 13 oktober 2022, van https://gathering.tweakers.net/forum/list_messages/1354436

Unsplash Royalty Free Stockphotos. (z.d.). Geraadpleegd op 25 april 2023, van <https://unsplash.com/>

Pexels gratis stockfoto's en -video's. (z.d.). Geraadpleegd op 25 april 2023, van <https://www.pexels.com/nl-nl/>

TrueX methodes van Informaat. (z.d.). Geraadpleegd op 25 april 2023, van <https://informaat.nl/nl/>

Ontbossing. (z.d.). Geraadpleegd op 25 april 2023, van <https://www.wwf.nl/wat-we-doen/focus/bossen/ontbossing>

De impact van kassabonnen op het milieu. (z.d.). Geraadpleegd op 25 april 2023, van <https://www.digibon.io/blog/de-impact-van-papieren-kassabonnen-op-het-milieu/>

Het probleem met bonnetjes. (z.d.). Geraadpleegd op 25 april 2023, van <https://nl.mobiletransaction.org/papieren-bonnetjes-problemen/>

Kassabon via mail handig voor klant, maar vooral slim van winkelier. (2018, May 2). RTL Nieuws. Retrieved October 10, 2022, from <https://www.rtlnieuws.nl/nieuws/nederland/artikel/4171226/kassabon-mail-handig-voor-klant-maar-vooral-slim-van-winkelier>

Kassabon kwijt. (2022, January 7). Consumentenbond. Retrieved October 10, 2022, from <https://www.consumentenbond.nl/juridisch-advies/garantie-reparatie/kassabon-kwijt>
Wat is een POS Systeem. (z.d.). Geraadpleegd op 22 april 2023, van Count-IT. (2023).

Wat is het verschil tussen een POS systeem en kassasysteem? Count-IT. <https://www.count-it.eu/wat-is-een-pos-systeem/#:~:text=POS%20systeem%20of%20Point%20Of,het%20managen%20van%20hun%20werknelmers>.https://www.abnamro.nl/nl/media/20.060.255_Rapport_Winkel_van_de_toekomst_opm_20.10.26_DEF_tcm16-87542.pdf

Mobiel bankieren: hoe veilig is het? | Veilig bankieren. (2022, September 5). Veilig Bankieren. <https://www.veiligbankieren.nl/veiligheid-betaalproducten/mobiel-bankieren/Waarom-staat-als-je-met-pin-hebt-betaald-je-gegevens>? (z.d.). GoeieVraag. Geraadpleegd op 13 oktober 2022, van <https://www.startpagina.nl/v/wonen/vraag/61750/pin-betaald-complete-rekeningnummer-en/>

Benchmark Apps. (z.d.). Geraadpleegd op 25 april 2023, van <https://play.google.com/store/apps>

Tikkie app inspiratie. (z.d.). Geraadpleegd op 25 april 2023, van <https://www.tikkie.me/>

Hierarchy of Needs. (z.d.). Geraadpleegd op 25 april 2023, van <http://abetteruserexperience.com/2011/12/hierarchy-of-needs-the-deprecated-pyramid/>

Increasing motivation, Removing Friction. (z.d.). Geraadpleegd op 25 april 2023, van <https://nl.pinterest.com/pin/250794272972027454/>



Draag ook een steentje bij aan
het milieu door het prototype
te gebruiken via de link:

[https://xd.adobe.com/view/
425bf939-6c03-4214-ba25-
aa3690b077ea-1708/](https://xd.adobe.com/view/425bf939-6c03-4214-ba25-aa3690b077ea-1708/)

