De moderne bon

👋 Welkom

Welkom bij mijn documentatie van het proces! Hierin verdeel ik het proces beginnend bij het onderzoek tot de ontwikkelingen van het prototype.

Gemaakt door:
Jeffrey van Kampen
Studentnummer: 500779797
UX/UI Designer
Project: De moderne bon
Communication and Multimedia Design
Afstudeerbegeleider en eerste lezer: Rob Prass
Tweede lezer: Robbert Ritmeester

Afbeelding 1 - Introductie van het project

Inhoudsopgave

Een samenvatting van alle fases

Inhoudelijk

Hoofdstuk 1 Verkenningsfase

Hoofdstuk 2 Definieringsfase

Hoofdstuk 3 Ideegenereerfase

Hoofdstuk 4 Conceptualiseringsfase

Hoofdstuk 5 Valideren

Hoofdstuk 6 Evalueren

Hoofdstuk 7 Conclusie

Opleveringen

Inhoudelijk

Over

Over het product en dit document

Als lezer kunt u de concrete versie van het proces lezen, dan verwijs ik je graag naar de Design rationale bekijken. In deze documentatie documenteer ik het proces, daarvoor gebruik ik mijn product biografie met een online link en pdf. Bekijk de pdf in de bijlage.

Memo Concept

Het idee van het concept

Memo App

Save your receipts in Memo

Use Memo for products as warranty or return

Help the environment by using less paper receipts

Get the Memo App.

Get the Memo App

Dit is een opzet van het concept voor het maken van de Hi-Fi app

Uitleg

Met Memo kun je automatisch kassabbonnen bewaren. Een oude term is “memo” een korte notitie of een briefje, het wordt vaak gebruikt voor "Get the memo" Dit is een goeie CTA om bonnen digitaal te bewaren en om na te denken over al het papier.

Wat doet het

Met Memo bewaar je bonnen moeiteloos in de app door middel van 4 cijfers op jouw IBAN. In de app kun je een bon gebruiken als garantie of om producten terug te brengen. Nu al jouw bonnen in de app staan gebruik je weinig papieren bonnen en heb je altijd een betaalbewijs bij je. Het is een duurzame oplossing en makkelijk te gebruiken. Het belangrijkste is om een steentje bij te dragen aan het milieu.

Identiteit

Met de handigheid van de app waar je, moeiteloos en automatisch bonnen bewaart heeft het een fijne gebruikerservaring. Het is makkelijk en duidelijk voor de gebruiker. Boven is het een betrouwbare app door de werking en de uitstraling.

Missie

1. Convenience
2. Innovation
3. Sustainability

Project fases

Dit is de Roadmap van de onderzoeks- en eindoplevering fases

Eerste Roadmap plan

Een weergave van de Roadmap *www.icloud.com/iclouddrive/0dfGI5x_OkDBCKX_C7o6-Wplw#Design_rationale*

Dit is de Roadmap aan het begin van het project. Dit gebruik ik samen met mijn planning op JIRA. Het geeft een beeld in hoe ik mijn project en design rationale indeel. Dit deel ik in met fases, de onderzoeksfase waar ik ontdek en definieer. Daarna bedenk en creëer ik. En in de laatste fases komt alles bij elkaar en ontwikkel en valideer ik het prototype met de doelgroep. Zo weet ik waar ik ongeveer sta als ik ergens mee bezig ben. Dit is natuurlijk iteratief dus ik ga telkens heen en weer. Maar als lezer geeft dit in grove lijnen aan wat het proces is geweest.

Tweede Roadmap plan

Na het groenlicht materiaal

Planning

Mijn planning via de tool JIRA

Agile Board - Jira
JIRA

Planning naar mijn Jira

Hier geef ik mijn volledige planning. Dit kan op het wekelijkse Jira bord veranderen, als ik taken verschuif en methodes aanpas. Ik vind het handig om methodes te gebruiken om tot inzichten te komen. Op basis van een to do lijst per fase kan ik alles afbakenen. Dit kan ik vervolgens afstrepen en het bij done zetten. In de backlog in de volgende afbeeldingen kan ik verder kijken per fase en activiteiten verplaatsen.

Sprint Planning

Backlog planning van de eerste en tweede fase

Backlog planning van de derde en de vierde fase

Valideren 27 nov. – 11 dec. (6 issues)
Het behalen van de assignments in deze sprint van Week 13 tot en met 14

BNKN-22	Groenlicht presentaties 2	NOG DOEN
BNKN-21	Groenlicht presentaties 1	NOG DOEN
BNKN-20	Reflectieweek	NOG DOEN
BNKN-49	Requirements List	NOG DOEN
BNKN-50	Field Trial	NOG DOEN
BNKN-51	Proof of Concept	NOG DOEN

+ Issue aanmaken

Evalueren 11 dec. – 25 dec. (5 issues)
Het behalen van de assignments in deze sprint van Week 15 tot en met 16

BNKN-30	Design Rationale	NOG DOEN
BNKN-29	Product Biografie	NOG DOEN
BNKN-52	Peer Review	NOG DOEN
BNKN-53	USP's	NOG DOEN
BNKN-54	Expert Review	NOG DOEN

+ Issue aanmaken

Backlog planning van de vijfde en zesde fase

Testfases 8 jan. – 22 jan. (6 issues)
Het behalen van de assignments in deze sprint van Week 17 tot en met 18

BNKN-28	Inleveren	NOG DOEN
BNKN-34	Testreport	NOG DOEN
BNKN-35	Prototype	NOG DOEN
BNKN-44	Test prototype	NOG DOEN
BNKN-55	Usability Testing	NOG DOEN
BNKN-56	A/B Testing	NOG DOEN

+ Issue aanmaken

Deliveryfase 22 jan. – 5 feb. (6 issues)
Het behalen van de assignments in deze sprint van Week 19 tot en met 20

BNKN-37	Eindpresentatie	NOG DOEN
BNKN-36	Promo video	NOG DOEN
BNKN-38	Product	NOG DOEN
BNKN-57	Pitch	NOG DOEN
BNKN-58	Quality Review	NOG DOEN
BNKN-59	KPI's	NOG DOEN

+ Issue aanmaken

Backlog planning van de zevende en laatste fase

Wekelijkse Feedback

Feedback van iedere week die ik van docenten en peers krijg over mijn product

Week 1

Afgelopen dinsdag hadden we een kick off en introduceerden wij onze individuele cases aan elkaar. Nadat ik de case had gepresenteerd en er vragen werden gesteld door mijn begeleider werd het duidelijk dat er nog veel open vragen waren in de case. Het idee is interessant maar de uitvoering is heel lastig.

Omdat hier al heel vaak over na is gedacht en het probleem alleen kan worden opgelost met een nieuw systeem zoals Web3 wallet vaults en blockchain. Dit is voor het project niet echt makkelijk te realiseren omdat het vooral speculeren is en een soort "wat-als" app wordt. Daarom gingen we na de kick-off verder nadenken over de kern van het probleem en wat bruikbaar is. Zodat ik hier verder mee kan. Aangezien ik was begonnen met het idee om een bankier omgeving te maken voor verschillende doelgroepen wou ik verder brainstormen binnen deze branche. Alleen was dit te breed en kreeg ik dit ook mee in het eerste feedback moment. Daarom wou ik dit concreet maken. Toen maakte ik een lijst met onderwerpen die vernieuwing nodig hebben. Ik kwam uit op het probleem met kassabonnen.

Week 2

In week 2 zag ik een enorme vooruitgang in het concreet maken van dit project. Ik heb een idee bedacht waar veel mensen uit de groepen zowel peers als docenten zich in kunnen verplaatsen. Het is volgens beiden een goed idee waar hun behoeften aan hebben. Dit betekend voor mij dus dat ik de uitdaging te pakken hebben, en een startsignaal zie. Ik ben enthousiast om in de komende weken eerst onderzoek te doen en daarna mijn plan uit te breiden om diverse banken te contacten en een mogelijke oplossing voor te leggen.

In de meeting daarop met onze kleine groep, kreeg ik nog wat feedback over de schaal van het project. Voor wie dit in de komende maanden belangrijk is om op te focussen. En voor wat voor producten het kan zijn. Tot nu toe denk ik nogsteeds consumenten, en denk ik niet aan het sociaal delen van bewijzen, of als bewijs voor zaken doen. Ik denk dat consumenten een geschikte doelgroep is om voor te testen, en omdat zij het product populair kunnen maken. Daarnaast gaat het om hun aankopen in elke sector, die via de app kan worden gefiltered, dit onderzoek ik eerst zodat ik weet of het daadwerkelijk voor alles moet zijn.

Week 3

Een van de afstudeer docenten gaf aan dat het project spannend is. Beiden docent gaven al vrij gauw aan de het project een go is. Dat betekend dat de Design Brief van de week is goedgekeurd. De feedback van afgelopen maandag ging over het concreet maken van doelgroep, waar ik erop uit kwam om consumenten kleiner te maken voor het op te spitsen in consumenten met kleine uitbestedingen, voor de testfasen en vervolgens grotere bedragen. Daarnaast hebben wij gewerkt aan de deelvragen die nu de meeste onderwerpen betrekken zoals de doelgroep, veiligheid en vertrouwen, wat waar wanneer waarom een bon wordt gebruikt.

In de meeting ging het ook over het in contact komen met de banken, daarin was het belangrijk . om bank

partners vroeg in het proces te betrekken. Hier had ik een plan voor gemaakt. En ik kreeg positieve feedback over de design brief. In de eerste fase heb ik nagedacht over de design brief en waar mijn focus op moet liggen. Als eerste begon ik met mijn desk research over de ervaringen van de doelgroep en keek ik in artikelen en fora. Daarna ging ik de straat op om meer over het probleem te weten te komen door het te observeren en gesprekken te voeren.

Week 4

Tijdens de bespreking kregen we feedback meer over onze design brief. Er kwamen niet echt verbeterpunten uit, en gewoon om te starten en kijken hoe dit uitwerkt. We bespraken vooral mijn survey vragen, om zoveel mogelijk publiciteit en invullingen te krijgen. Dit is vooral op basis van kwantiteit, waarin ik dezelfde antwoorden verwacht. De methode waarop ik dit deed was wel anders voor surveys houden. Ik ging eerst naar docenten, afstudeerdocent, naar content docenten dan ux peers, en vervolgens naar de doelgroep door dit op LinkedIn te plaatsen. Dus bij de docenten en teamgenoot hebben we vragen scherper gemaakt, geen open vragen stellen, maar meer multiple choice. Kijk naar hun behoeften, gedrag en denkwijze, en niet over een product. Omdat het nog heel vroeg is. De eerste en tweede survey staan bij het gebruikersonderzoek. Daarnaast wil ik het onderzoek open houden, ik heb teruggekeken naar de **Design Challenge** en dit aangepast.

Na het feedback moment kwam naar voren dat ik niet online moet blijven hangen, maar het probleem het beste begrijp door zoveel mogelijk belanghebbende aan te spreken. Op dit punt heb ik wel een uitgangspunt over de hoeveelheid kassabonnen met een gewenste resultaat, een digitaal product. Waarschijnlijk een app. De papieren kassabonnen die consumenten kwijtraken en verspillen. Wat een slecht effect heeft op het milieu. Deze twee uitgangspunten worden de essentie van mijn project.

Week 5

Deze week had ik een gesprek met een oud collega die nu bij ABN Ambro heeft gewerkt als ux'er. We bespraken mijn project van het begin tot aan het einde. Het probleem en de oplossing die ik voor mij zie. We begonnen met het feit dat het voor hen, en ook haar heel relevant is, nodig voor het gebruiksgemak en als ecologische oplossing. En wie de doelgroep moet worden. En natuurlijk hebben we het over mijn plan gehad om Expert interviews met bankiers te houden om achter het betaalproces te komen. Daarnaast heb ik een keuze gemaakt waar ik mijn project op baseer en hoe ik mijn project aan een bank voorleg. Wij denken beide, met haar ervaring als ux'er en met bankieren om een bank pas op het op te zoeken om een project aan voor te leggen. En nu de relatie tussen het product en de consument voorop te stellen.

Dit doe ik omdat ik dan grip heb op de gebruiker en het product, en als dat volledig is uitgewerkt dit te

presenteren aan banken. Als de behoefte en werking goed is. Vanaf dan kan ik met een bank samenwerken om voor te testen of een business case aan voor te leggen als het blijkt dat het product goed is. In de eerste fase vraag ik alleen om informatie via banken en voor de meerderheid baseer ik dit op Desk Research als het gaat om bankieren. En voor de consumenten blijven de meeste methodes hetzelfde, hoe ik consumenten en winkels benader om hun ervaring te peilen.

De onderzoeksfase voor mijn product om bonnen te digitaliseren is een belangrijk onderdeel om ervoor te zorgen dat mijn product aansluit bij de behoeften en verwachtingen van de consument. In deze fase wil ik aandacht besteden aan het begrijpen van de doelgroep. En wie de doelgroep/stakeholders zijn. Ook moet ik feedback en interviews afleggen met experts en medestudenten. En het belangrijkste is om bestaande consumenten ervaringen te documenteren. Dit wil ik meenemen in mijn product.

Maar je hebt banken toch nodig? Uiteindelijk wel, Ik wil onderzoek doen naar hoe de winkel een bon uitgeeft en of ik dit kan digitaliseren via de telefoon van de gebruiker. Zonder e-mail of een app van de winkel, maar waar de winkel wel is aangesloten met de app voor hun bonsysteem. Misschien kan ik daar een paar ontwikkelaars voor interviewen, hiermee wordt de app niet direct een onderdeel van een bank, door intellectueel eigendom, of worden bankgegevens gebruikt waar de consument voor vreest maar blijft het bij de winkel. De vraag is hoe ik zo min mogelijk kwa gegevens hoef te gebruiken, en uit de bon kan halen om nogsteeds bonnen voor de gebruiker te automatiseren. Dit helpt met het gebruiksgemak.

- Google Alerts

Week 6

- **Zoektermen gebruiken voor je deelvragen**
- **Interviews terugluisteren**

Na de feedback ging ik verder met desk research doen. Ik wou mij eerst verdiepen in de informatie zodat ik weet waar het probleem ligt, en dit kan valideren. Of het gebruiksgemak, behoeften en duurzaamheid zo belangrijk is als dat ik denk. Daarbij denk ik dat ik informatie kan gebruiken voor mijn interviews, om consumenten te activeren. Zoals het feit dat wij gezamenlijk 2 miljard bonnen per jaar in Nederland verbruiken. De feedback heb ik meegenomen om gewoon het gesprek aan te gaan.

Ik ben begonnen met een aantal peer/consument interviews te houden, zo kan ik mijn interview vragen

testen op cmd en ux studenten. Die geven soms feedback en andere inzichten. Nadat ik een aantal interviews houd hoop ik op een consensus in wat zij denken als koper, en misschien dieper in te gaan op mijn idee. Daarna spreek ik mensen op straat aan en bij winkels nadat zij iets kopen, of wanneer ik hun met tassen zie. Dan is het onderwerp nog echt relevant, en dan kan ik er meer over vragen. Dus van peers naar kopers. En samen met desk research wil ik antwoorden krijgen op mijn deelvragen.

Waar het aan moet voldoen, voor wie en wat de scope is van mijn oplossing. Bovendien wil ik kijken naar de technische aspecten van de app, zoals veiligheid, betrouwbaarheid en schaalbaarheid omdat ik vooraf weet dat dit complex is. Mijn eerste gedachten zijn om het product automatisch en digitaal te maken. Dit is belangrijk om er zeker van te zijn wat de doelgroep denkt, en aansluit bij wat zij willen. Mijn gedachte baseer ik op wat ik online zie, dus het digitaliseren/automatisch maken maar daarvoor moet ik ook de straat op.

Week 7

Ik had een kort gesprek met Rob online ter voorbereiding van de Feedback Frenzy, het ging over het werk van de Design Rationale en waarover ik feedback zou willen. Daarom was ik benieuwd waar teamgenoten baat bij hadden bij mijn concept. Verder heb ik gewerkt aan mijn onderzoek.

Aan de hand van de feedback die ik in deze fase kreeg had ik meer inzicht in mijn doelgroep en de potentiële belanghebbende, ik moet mij meer op stakeholders focussen nu ik een beeld heb van mijn prototype. Wel kreeg ik een hoop inzichten na mijn onderzoek. Dit sluit ook beter aan op het probleem. De hoeveelheid papieren bonnen die door consumenten ontstaan. En ik weet uit benchmarken dat apps zich meer focussen op ondernemers. Daar zit een kans op verbetering in.Dit kon ik ten eerste vastleggen met een aantal methodes om overeenkomsten te bekijken.

Week 8

Nu het onderzoek bijna achter de hand is wil ik werken aan de ideation, om mijn idee concreet te maken kwa uitvoering. Ik kreeg tijdens de feedback frenzy feedback over mijn stakeholders, of het een winkel wordt als partner of een bank. Om mijn product te testen wil ik graag een of meerdere winkels als belanghebbende gebruiken. Zo kan ik de aansluiting tussen voor de consument testen als zij een product kopen.

Week 9

In deze week heb ik vooral de feedback frenzy verwerkt. Ik heb de design challenge op basis daarvan aangepast. Ik ga mij alleen richten op producten terugbrengen of gebruiken voor garantie. Dat maakt de uitdaging concreter. Door het probleem heel letterlijk te omschrijven en hoe de oplossing volgt. Na de design challenge heb ik een hoop gebenchmarkt. Hier zijn interessante inzichten uitgekomen zoals de hoeveelheid apps die gemaakt zijn voor zzp'ers en niet voor consumenten. Er waren populaire apps zoals WieBetaaltWat en Tikkie, en die hebben een prettige ervaring voor de consument en maken beiden gebruik van een directe rekening toevoegen. Daarnaast zijn de apps die met bonnen te maken hebben nog bedoelt om het zelf te scannen, en niet zoals mijn concept om het te automatiseren met een betaling. Hier zit dus een gat in de markt.

Week 10

Tijdens de feedback werd vooral nagevraagd of het concept ook richt op de ondernemers. Ik moet dus

duidelijker documenteren dat ik mij op de consument richt. Dit omdat ik dicht bij de consument en winkel wil staan en hun behoeften beter kan identificeren, door desk research en interviews. Als ik hun behandel dan moet ik nadenken over de volgende stap als de bon eenmaal in de app staat, waar het naartoe kan, en hoe je aan kunt geven of het op je mobiel moet staan of op je laptop. Ik maak eerst de hoofdfunctie voor de consument, bonnen bewaren en gebruiken voor hun scenario's in de winkel.

Week 11

Tijdens de feedback sessie kreeg ik vragen over de werking van mijn concept. Dit bleek op het eerste oog veel om te verwerken voor de lezers en peer gebruikers. Het kan wel, maar het moet worden getest en worden gebruikt. Aangezien ik nu alles presenteer, en elk inzicht wil gebruiken tijdens de uitleg. Nu wil ik eerst werken aan het concept, het idee, conclusies en toelichtingen om iedereen te betrekken tijdens de groenlicht presentatie, en beter te testen voor de doelgroep. Ik wil ieder scherm, en inzicht eerst testen bijvoorbeeld te beginnen met de onboarding en wat uit onderzoek is gekomen. Consumenten (zzp'erss zijn extra voor later) en bonnen bewaren en gebruiken.

Week 12

In deze week werkte ik naar de design rationale toe. Als feedback nam ik mee om de doelstelling concreet te houden, daar bedoel ik mee. Denk naar over een of maximaal twee problemen die met elkaar samenwerken. En een doelgroep voor ogen nemen. Nu ik de functionaliteit voor mijn gevoel heb uitgedacht kan ik nadenken over het onderzoek documenteren in de rationale.

Week 13

Tijdens deze week gingen we in de groep de feedback meer uitwerken. Een belangrijk punt was om een geschikte stakeholder te vinden en te werken aan de documentatie. Aangezien ik flink vooruit had gewerkt aan mijn onderzoek om het prototype te maken. Ik kon al gauw van het concept naar Lo-Fi toewerken. Deze week was eigenlijk ter voorbereiding van al het groenlicht materiaal. Hoe en wat de juiste opzet kan zijn te beginnen met de design challenge. Een iteratie die ik maakte was een stakeholder aanhouden die het doel van mijn app rechtvaardigt. Daar bedoel ik mee: Waar heb je bonnen voor nodig? Een duur product. Waarvoor: Garantie. En voor wie is dit relevant? De consumenten samen met hun bankpas, en als stakeholder een elektronica zaak om voor te testen. Dit blijkt Coolblue uit veldonderzoek.

Week 14

In de week van het Groenlicht materiaal wou ik een opzet die voor mij logisch leek. Dit deed ik door methodes toe te voegen en te beginnen met de design challenge. De deelvragen had ik ook ontleed. Het was een uitdaging om te kiezen wat ik wou gebruiken. Aangezien ik keuzes moest maken om te laten zien waar mijn conclusies en inzichten vandaan kwamen koos ik een hoop methodes. Toen ik dit eenmaal af had kon ik werken aan de presentatie.

Week 15

Nadat ik de design rationale had ingeleverd werd ik beoordeeld met een voldoende. Of in ieder geval door te mogen gaan en de nodige dingen aan te passen. Zoals het onderzoek beknopt maken en de design challenge aanpassen. Wat ik meeneem en wat uit gesprekken komt, en in de volgende fase te valideren.

Week 16

Na de groenlicht rationale en biografie was ik gestart met de presentatie. Er werd niet gekeken naar de productbiografie meer omdat ik verder aan de rationale kon werken omdat dat het belangrijkst is. En ik moet meer verwijzen naar de biografie als het nodig is. Maar vervolgens werkte ik aan de presentatie om te beginnen met welk probleem ik aanpak en hoe ik dit formuleer. Ik begon met het feit dat het milieuprobleem groot is, namelijk 2 miljard bonnen. En daarnaast dat bonnen ongemakkelijk zijn.

Uit de feedback kwam dat de focus lastig te volgen was. Dat kwam terug in de rationale. Ik moet dit beter verwoorden en niet de uitleg onduidelijk maken met nieuwe woorden, zoals herzien. Dat is soms te breed. Tijdens de presentatie begon ik sterk over het milieu. Daarom heb ik besloten om dat aan te houden. Om meer op het milieu te focussen.

Week 17

In de volgende fase nadat ik de groenlicht fases had afgebakend wou ik een paar dingen in gedachte houden. De tussenstappen in mijn rationale, om te laten zien wat ik meeneem. En wat essentieel is voor mijn rationale en wat in mijn product biografie moet. En het allerbelangrijkste is om te valideren wat ik denk en wat uit gesprekken is gekomen. Dit doe ik door te testen, te itereren en het prototype uit te denken. Het risico voorheen was dat ik het prototype teveel wilde uitdenken, en voor zijn wat mijn doelgroep graag wilt op basis van onderzoek en interviews. Maar dat moet ik tijdens het prototypen ook bevestigen. Daarom leg ik hier mijn focus op.

Week 18

Na het groenlicht presentatie kon ik verder werken aan de design rationale, online testen en het prototype uitwerken en uitdenken. Dit deed ik door de flow te onderzoeken en A/B testen. Voordat ik dit op straat voorleg. Ik ging namelijk op vakantie en moest ik hierop anticiperen en een hoop online moet doen. Maar hierna heb ik in ieder geval een logische en navolgbaar design rationale en biografie. Samen met een Hi-Fi Prototype waar ik beter op kan testen omdat het context heeft. Het geeft mijn doelgroep uitleg waar mijn product voor is. Omdat ik de veiligheid, betrouwbaarheid en moeiteloze service heb geïtereerd. Nu nog valideren.

Week 19

Deze week probeerde ik op straat verder te testen richting de deadline van de design rationale. Nu ik mijn stakeholders in kaart had gebracht, namelijk Coolblue een elektronica winkel kon ik daarmee goed testen, aangezien zij een duurzaam en klantvriendelijke visie hebben voor hun winkel. Ik hoop mijn iteraties voor mijn prototype voor Coolblue te testen. De feedback daarbij was om daarom ook voor een relevante winkel te testen en ik denk dat ik het daarmee heb behaald, omdat klanten veel garantie bewijzen nodig hebben maar er ook veel bonnetjes worden geprint bij Coolblue wat slecht is voor het milieu.

Week 20

- Feedback

- Feedback
- maandag 8 lezen, de week daarop presenteren, wie is de derde lezer
- product bio is standaard, promo video optioneel
- Checklist voor de dr om te kijken wat de vereisten zijn en waar dingen aan moeten voldoen
- Leg het concept uit met de basis/functionele stappen (een folder) hoe stap je de winkel in
- Managerssamenvatting, pitch
- Pomp-op pomp scenario
- Customer Journey voorleggen
- Waarom is je concept interessant?
- De werkelijkheid met je verhaal koppelen
- Naast kijken of ik het product kan verbeteren, acceptatietest. bug report,
- Beantwoord/voldoet aan de beloften, woord van de stakeholder.
- Is het resultaat negatief/positief en of realistisch
- Zo zou het kunnen werken en denk aan de stap richting een voorstel voor de banken

Feedback Mijlpalen

Feedback van de Design brief, Feedback Frenzy en het Groenlicht

Design brief feedback

De feedback van mijn design brief

Algemene feedback

"uitdagend en relevant project"

Overall Feedback

uitdagend en relevant project

Rubric Name: Design Brief

Print

Criteria	Goed	Voldoende	Beperkt	Onvoldoende/ Niet aanwezig
Netjes en helder Als dit criterium niet in orde is, kan niet goed naar de resterende criteria gekeken worden.	NVT	De Design Brief is netjes en verzorgd en helder geschreven voor iemand die geen voorkennis heeft over het project. ✓	NVT	De Design Brief is onverzorgd of niet te volgen.
Validatie niveau	Goed afgebakend De grenzen van het project zijn op hoog niveau bepaald en helder. Het project is niet te klein en niet te groot. Er is een (potentiële) opdrachtgever/belangenvereniging/investeerder. ✓	Voldoende uitdagend Het project is redelijk complex en biedt kansen voor een creatieve/innovatieve oplossing.	Zie voldoende, maar een aantal punten konden beter. Zie ook de toelichting.	Het validatie niveau is niet op het juiste niveau.
Per stakeholder is probleem en behoeftes in kaart gebracht	Zie voldoende en dit is echt goed gedaan.	Je beschrijft vanuit het oogpunt van elke stakeholder wat het probleem is / de behoeftes zijn. Je geeft daarbij aan of je zeker weet dat die behoeftes bestaan (en hoe je dat weet) of dat het een aanname is die je nog gaat onderzoeken. ✓	Zie voldoende, maar een aantal punten konden beter. Zie ook de toelichting.	Het is onvoldoende of niet uitgewerkt.
Huidige situatie is beschreven	Zie voldoende en dit is echt goed gedaan.	Je vertelt zo nodig over de aanleiding en geeft informatie over (potentiële) opdrachtgever om het project te kunnen begrijpen. De student vertelt over de stakeholders en de omgevingsfactoren (trends, kansen, bedreigingen) die invloed kunnen hebben op je project. ✓	Zie voldoende, maar een aantal punten konden beter. Zie ook de toelichting.	Het is onvoldoende of niet uitgewerkt.
Design Challenge	Zie voldoende en dit is echt goed gedaan. ✓	De design challenge maakt duidelijk wat de belangrijkste uitdaging wordt, welk spanningsveld je ziet en is bij voorkeur zo geformuleerd dat het haalbaar is om binnen 20 weken antwoord op te kunnen geven. Hierbij kijken we ook of de Design Challenge past bij jouw focus als CMD'er.	Zie voldoende, maar een aantal punten konden beter. Zie ook de toelichting.	Het is onvoldoende of niet uitgewerkt.

Deelvragen	Zie voldoende en dit is echt goed gedaan.	De deelvragen geven inzicht in de richting van de student. Ze dekken de design challenge af en geven vertrouwen dat de student helder heeft hoe het project gaat lopen. Er is voldoende variatie en het project wordt van meerdere invalshoeken belicht. ✓	Zie voldoende, maar een aantal punten konden beter. Zie ook de toelichting.	Het is onvoldoende of niet uitgewerkt.
Productvisie	Zie voldoende en dit is echt goed gedaan.	Je verbeeldt of beschrijft op abstract niveau de visie op de oplossing waaraan een goede oplossing zou voldoen, in plaats van de oplossing zelf te beschrijven. Schets of beschrijf wat je ongeveer voor je ziet en hoe je hieraan bent gekomen. Laat ook weten in hoeverre je nu al overtuigd ben dat dit een goede oplossing kan worden. Benoem evt. ethische bezwaren die naar voren kunnen komen. ✓	Zie voldoende, maar een aantal punten konden beter. Zie ook de toelichting.	Het is onvoldoende of niet uitgewerkt.
Mijlpalen, planning en onderzoeksvragen	Zie voldoende en dit is echt goed gedaan. ✓	Het globale plan is duidelijk. De volgorde van de stappen is logisch en haalbaar in de gegeven tijd.	Zie voldoende, maar een aantal punten konden beter. Zie ook de toelichting.	Het is onvoldoende of niet uitgewerkt.

Overall Score

Go! ✓	**Go Mits**	**No Go**

Feedback Frenzy

Alle verzamelde feedback tijdens de Feedback Frenzy van docenten en peers

Wat neem ik mee

- Hou het kort, mand
- Ik houd de functies kleiner door gesprekken te voeren met de doelgroep
- Denk na over het probleem!
- De Design Challenge heb ik aangepast
- Het milieu komt hierna veel meer navoren
- De uitdaging gebruiksgemak en milieuoplossing staan nu voorop
- Maak Job Stories
- Ik heb hierna één duidelijke functie dat het probleem aanpakt
- Kies één belanghebbende om voor te testen

Tijdens het project kreeg ik halverwege een klassikale Feedback Frenzy op miro. De feedback die ik kreeg was nuttig om de scope van het project te verkleinen. Ik had te veel ideeën en inzichten die ik wilde gebruiken, en dat leidde tot een te brede focus tijdens de presentatie. Ik heb dit aangepakt door de app klein en duidelijk te houden. Er is nu een feature die om het echte probleem aan te pakken. Dit kan ik verwerkelijken door het milieuprobleem en gebruikersprobleem op te lossen met een cconcept, en mij te richten op de werking. Dit doe ik door dichtbij de doelgroep te staan.

Eerste helft van de feedback

Het is voor mij de uitdaging om de design challenge nog concreter te maken. Maak dit pakkend en laat het

probleem naar voren komen. De design challenge was te lang. Nu heb ik het veel kleiner gemaakt. Daarnaast ben ik direct met Job Stories begonnen. Dit licht ik toe in ideeën genereren

> Hoe kan een interactief product bonnen digitaal bewaren, waarbij consumenten met een bankpas dit betaalbewijs efficiënter kunnen gebruiken als zij hun aankoop willen herzien?

De rest van de feedback bleek positief, peers hadden behoefte aan dit concept. Maar wel op de juiste manier, niet teveel moeite en op een plek bewaren.

Tweede helft van de feedback

Ik heb na de Feedback frenzy een plan gemaakt om de interactie van mijn app te doorgronden, dat zie je in de groene note. De overige feedback van mijn methodes kwam vooral van de docenten die namelijk hun administratie als zzp'er bij willen houden. Ik denk dat dit buiten de scope van mijn project valt. Ik wil alleen de werking van kassabonnen moderniseren.

Groenlicht Feedback

De feedback die ik heb ontvangen over mijn Groenlicht materiaal van docenten

Algemene feedback:

"denk over de relatie milieu en het lastig vinden om bonnen te bewaren. Dit moet duidelijk zijn in je DR. Taal is soms moeilijk te volgen Soms iets duidelijker schrijven wat je precies bedoeld."

Wat pas ik aan

- Wees duidelijk
- Ik heb de Design rationale herschreven met de probleemstelling en de oplossing
- Ik heb gewerkt aan de Design challenge
- Het milieu is stukken meer aanwezig
- Het prototype heeft nu meer belangen van de doelgroep (over een steentje bijdragen aan het milieu en een ervaring voor hun gemak)
- Het probleem is nu concreet, een ecologisch probleem met een gebruiksvriendelijke oplossing
- Hou het simpel
- Ik heb alle teksten gecontroleerd met de uitdaging in mijn achterhoofd.
- Ik heb een managementsamenvatting gemaakt waar de aanleiding probleem/oplossing voorop staat
- Meer logica in de DR
- Ik heb een ruime tijd gevalideerd met belanghebbenden om de DR te kunnen verbeteren
- Ik heb cmd methodes verkort passend bij het proces
- Ik begin met een eye opener en de oplossing
- Ik heb een stuk over mij geschreven samen met mijn competenties en hoe ik de DR indeel
- Het belangrijkste is dat ik overal inzichten en stukjes heb opgeschreven wat ik meeneem

Feedback for Groenlicht materiaal - sep

Add to ePortfolio

Submission Feedback

Overall Feedback

denk over de relatie milieu en het lastig vinden om bonnen te bewaren. Dit moet duidelijk zijn in je DR. Taal is soms moeilijk te volgen Soms iets duidelijker schrijven wat je precies bedoeld.

Rubric Name: Groenlichtpresentatie

Print

Criteria	**Sterk meebezig** 4 points	**Voldoende onder de aandacht** 3 points	**Aandachtspunt** 2 points	**Onvoldoende /Niet beoordeelbaar** 0 points	**Criterion Score**
1. Begrijpen en kaderen: CMD'ers kunnen de context van het probleem, de wens van de gebruiker, doelstelling van de opdrachtgever, de belangen van stakeholders en de mogelijkheden van de technologie in kaart brengen en begrijpen.		✓			3 / 4
2. Conceptualiseren: CMD'ers genereren ideeën en ontwikkelen concepten voor (interactieve) digitale producten. Het gaat om het verbinden van wensen van gebruikers, doelstellingen van opdrachtgevers en middelen op basis van een strategie.			✓		2 / 4

3. Verbeelden en maken: CMD'ers zijn in staat om concepten vorm te geven en te concretiseren in prototypes.		✓			3 / 4
4. Evalueren: CMD'ers zijn in staat resultaten, die tijdens verschillende stadia van het ontwerpproces ontstaan, herhaaldelijk te toetsen op hun waarde en belang voor de wensen van de gebruiker/opdrachtgever.			✓		2 / 4
5. Onderzoeken: CMD'ers kunnen onderzoek gebruiken en zelf onderzoek doen binnen het ontwerpproces. Zij nemen daarbij een kritische en onderzoekende houding aan. De kwaliteit wordt bepaald door de behoefte binnen de beperking van het ontwerpproces.		✓			3 / 4
7. Manifesteren en presenteren CMD'ers weten de opdrachtgever, het team en de gebruikers te enthousiasmeren voor hun ideeën. Zij houden een inspirerend verhaal, waarin zij op een authentieke wijze en vanuit een eigen visie hun boodschap overbrengen.		✓			3 / 4
8. Initiëren, organiseren en regisseren: CMD'ers herkennen behoeften op het vakgebied en nemen het initiatief om aan deze behoeften tegemoet te komen. Zij kunnen een project faciliteren en coördineren, met verschillende belanghebbenden.		✓			3 / 4
9. Ontwikkelen en reflecteren: CMD'ers nemen verantwoordelijkheid voor hun eigen professioneel handelen. Zij reflecteren op het ontwerpproces, ontwerpkeuzes en hun eigen ontwikkeling. CMD'ers verdiepen en dragen bij aan de ontwikkelingen in het vakgebied.			✓		2 / 4

Total	21 / 32

Overall Score

Groenlicht
Je bent op de goede weg, als je op deze manier doorwerkt denken wij dat je het project met een voldoende kunt afronden. Dit zijn natuurlijk geen garanties dat dit gaat lukken.

Oranjelicht ✓
Het zal lastig worden om het project in de komende weken af te ronden voor een voldoende. Verdiep je in de feedback en maak voor jezelf een plan.

Roodlicht
Je mag niet deelnemen aan de eerstvolgende afstudeersessies aangezien dit onhaalbaar wordt geacht. Is dit de eerste keer, dan volgt er een herkansing van de groenlichtsessies in de 24ste week van het project. Denk na en bespreek of je door wil gaan met dit project.

Feedback Date

06 December 2022 4:03 PM

Assignment

Groenlicht materiaal - sep

Feedback van de tweede lezer Robbert

- *"ervaring van de consument te bevorderen als zij hun producten willen herzien door middel van de*

- *"ervaring van de consument te bevorderen als zij hun producten willen herzien door middel van de bon."* hun produkten willen herzien... wat betekent dat? bonnen efficient gebruiken?
- *"consumenten hun bonnen verliezen"* is dat het probleem??
- "de ervaring van de consument met bonnen" huh??
- het betaalbewijs gebruiken om producten te herzien. "weer, wat bedoel je daarmee?"
- Je gooit er elke methodiek tegenaan die we op CMD hebben maar het zicht op de rode draad is daardoor uitbeeld. Probeer eens een managerssamenvatting te schrijven:
  probleem, oplossing en bewijsvoering waaruit blijkt dat de oplossing een goede is. Max 1 a4.
- De doelstellingen sneeuwen regelmatig onder. Het is niet altijd duidelijk waarom je iets doet. Kan het niet wat efficienter? Een projectmanager zou je zeggen om wat minder uren te vertimmeren (omdat daar bv. niet voor betaald wordt)
- Kan je de meer truttige redenen niet overslaan en later opvoeren als bij vangst. Bijvoorbeeld: onzinnige verspilling; doe het voor het milieu maar tegelijkertijd kan je je bon niet meer kwijt raken. De ben je ook het verschil kwijt tussen de aankoop van een bloemkool en de aanschaf van een nieuwe laptop met garantie
- Zijn al deze methodes nodig?
- wat is hkj? google weet het niet..

Feedback van de eerste lezer Rob

- Pas de methodes aan wat je hieruit meeneemt
- Kijk opnieuw naar je dr en verander de volgorde
- Schrijftaal, maak het verhalend
- Valideer alles wat je doet met de doelgroep
- Schrijf in de dr wat je hebt gedaan
- Laat het milieu naar voren komen
- Maak de Design challenge pakkender
- Sluit je persona's/doelgroep aan met de belanghebbende uit je project
- Maak conclusies
- Gebruik referenties (PB)
- Uit onderzoek, uit gesprekken inzetten

11-12-2022 14:29

Hoi Rob, ik ben bezig met het probleem voor de design rationale, ik prioriteer het milieu, alhoewel: ik kies ook het gebruiksgemak, want anders kan ik het milieuprobleem niet oplossen.

Nu bekijk ik het als:

a. het probleem is het onnodig gebruik van papier voor bonnen
b. oplossing is om bonnen eenvoudig in de app te bewaren.

Design Challenge aanpassing: Hoe kan een interactief product kassabonnen verduurzamen, waarbij consumenten met een bankpas hun bonnen digitaal kunnen bewaren (om zo hun gebruiksgemak te bevorderen).

RP

Rob Prass 11-12-2022 14:31

Stuk duidelijker eindig inderdaad met digitaal bewaren

👍 1

Gesprek met mijn studiebegeleider

Hoofdstuk 1 Verkenningsfase

Design challenge en deelvragen

De Design challenge iteraties samen met de deelvragen

Design Challenge versies

1. Hoe kan er een digitaal hulpmiddel gemaakt worden in de vorm van een app, die het bewijs van aankoop van consumenten die een product kopen gedigitaliseerd worden, om voor hen eenvoudig hun bonnen weer te geven, zodat zij altijd hun aankoopbewijs kunnen gebruiken

2. Hoe kan er een interactief hulpmiddel worden gemaakt in de vorm van een app, die voor consumenten die iets willen kopen hun bewijs kan digitaliseren zodat zij het nooit verliezen en kunnen gebruiken als zij hun product willen herzien?

3: Hoe kan er een interactief hulpmiddel worden gemaakt in de vorm van een app, die voor consumenten, kennissen en ondernemers die hun aankoop kan digitaliseren zodat het op een eenvoudige manier wordt bijgehouden en gebruikt als zij de aankoop willen herzien?

4. Hoe kan er een hulpmiddel worden gemaakt voor betaal bewijzen die kleine uitbestedingen van gebruikers digitaliseert en laat zien om de aankoop te herzien via een interactief product?

5. Hoe kan er een hulpmiddel worden gemaakt voor transactie bewijzen die kleine uitbestedingen van gebruikers digitaliseert in een interactief product om te bewaren en om de aankoop te herzien."

6. Hoe kan er een interactief product worden gemaakt voor het bijhouden van transactie bewijzen, waarin kleine uitbestedingen van consumenten op een plek staan door het te digitaliseren en te bewaren zodat bereikbaar blijft en gemakkelijker wordt om te gebruiken als de consument hun aankoop wilt herzien?

7. Hoe kan er een interactief product worden gemaakt voor het bijhouden van betaalbewijzen, waarin bonnen van consumenten met een bankpas op een plek staan door het te digitaliseren en te bewaren zodat het bereikbaar blijft en gemakkelijker wordt om te gebruiken, als de consument hun aankoop wilt herzien?

8. Hoe kan er voor consumenten met een bankpas een interactief product worden gemaakt om hun bonnen efficiënt te bewaren zodat je het kunt gebruiken wanneer je jouw aankopen wilt herzien?

9. Hoe kan een interactief product bonnen digitaal bewaren, waarbij consumenten met een bankpas dit betaalbewijs efficiënter kunnen gebruiken als zij hun aankoop willen herzien?

10. Hoe kan een interactief product kassabonnen verduurzamen, waarbij consumenten met een bankpas hun bonnen digitaal kunnen bewaren (om zo hun gebruiksgemak te bevorderen).

11: “Hoe kan een interactief product kassabonnen verduurzamen, door consumenten hun bonnen eenvoudig te laten bewaren met behulp van een bankpas, en hierbij hun gebruikerservaring te bevorderen?"

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

Onderdelen

a. Het probleem is het onnodig gebruik van papier voor kassabonnen. Dit is een milieuprobleem
b. De oplossing is om bonnen moeiteloos/automatisch in de app te bewaren.

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?"

Deelvragen

1. Wat zijn de pijnpunten van de consument als het gaat om het gebruiken van bonnetjes?
2. Hoe ervaart de doelgroep bonnetjes en het ecologische effect?
3. In welke scenario's wordt een bon gebruikt?
4. Wie is de doelgroep?
5. Hoe ziet het proces om te pinnen bij een winkel er uit samen met het ontvangen van een betaalbewijs?
6. Hoe houden gebruikers hun bonnetjes op orde?
7. Hoe kan de consument een digitaal product vertrouwen met hun betalingsbewijs?
8. Hoe kan een aankoopbewijs gedigitaliseerd worden?

Aangepaste deelvragen

Wie is 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?

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?

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?

Hoe ziet de interactie tussen de consument en het ontvangen van een digitale kassabon 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?

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 handig vindt de doelgroep digitale kassabonnen?
5.6 Hoe kan ik deze verspilling voor het milieu besparen?

Desk Research

Het onderzoek wat ik online vind naar banken en de consument via internet en de App store

Met deze onderwerpen en deelvragen doe ik onderzoek, over de doelgroep, stakeholders, OKR's (doelen) en het digitale product. Eerst focus ik op de behoeften, problemen en ervaringen van de consument. Daarna doe ik onderzoek naar de winkels om te kijken of ik interessante inzichten kan vinden en de om risico's klein te houden. De deelvragen beantwoord ik in de volgende pagina's.

Onderwerpen

- Doelgroep
- Product
- Objective key results (wat zijn mijn doelen)

Doelgroep Desk Research

Product Desk Research

Waar kan de focus en kans op successen liggen?
Gebruiksgemak, milieu

Wat zijn goede voorbeelden om met beleid met het milieu om te gaan?

Hoe kan er een een ecologische impact worden gemaakt? Hoe gaan bedrijven hiermee om?

Competitive Analysis

Wat voor banken worden er gebruikt om rekening mee te houden?

Wat voor apps bestaan er al?

Product

Marktonderzoek

Boekhouding

Wat voor betaalmethodes zijn er?

Trend Analysis

Expert Interview

Wat is de interactie tijdens het pinnen?

Best, good & bad practises

Wat zijn de risico's van huidige producten?

Hoe kan ik ethisch omgaan met een product in de markt?

Wat voor bewijs apps zijn er in de App Store?

Van wie heb ik toestemming nodig gebruik/banken/winkels?

Wat voor gegevens hebben toestemming nodig?

Hoe synschroniseert een bank een betaling?

Wat voor voor methodes zijn er om iets in te organiseren? boekhoudapps

OKR’s

HEART (ux)

- Happiness
- Engagement
- Adoption
- Retention
- Task success

OKR's (doelen)

Het gebruiksprobleem met bonnen

Gebruikersvaring

Wat neem ik mee:

- 90% van alle bonnetjes eindigen in de prullenbak
- De gebruiker is tevreden met de digitale bon, maar toch mist er iets
- Er wordt naast een hoop papier voor winkels, ook veel geld geïnvesteerd om kassabonnen te printen
- De kassabon is nogsteeds een belangrijk bewijsstuk
- Er wordt aangeraden om de kassabon te bewaren, maar in werkelijkheid raken veel mensen het kwijt
- Als je geen kassabon meer hebt, bestaat de kans dat je het niet kunt ruilen. Het is een dienst van de winkel
- Kassabonnen bewaren en scannen blijft een slechte ervaring *fysiek en in digitale apps

Verassend inefficient

Onder het mom van “efficiëntie” zullen winkels vaak automatisch een bonnetje uitprinten, ook al wil de klant dat niet altijd. Dit is zo erg dat 90% van alle kassabonnetjes in de prullenbak eindigen, meestal direct nadat ze uitgeprint zijn. Hoe vaak zie je niet een prullenbak naast de kassa? De overige 10% is men meestal kwijt wanneer de tijd komt voor het retourneren of boekhouden.

Ondernemers die bonnetjes bewaren in verband met afschrijven lijden hier ook onder, omdat de meeste boekhoudsystemen tegenwoordig digitale kopieën gebruiken. Boekhouden via de cloud wint hierdoor aan populariteit. De cloud omzeilt namelijk het probleem van schade of verlies, en werkt perfect samen met de nieuwe boekhoudsystemen. Dit maakt het extra vervelend voor hen die al hun bonnetjes inscannen, aangezien het veel sneller is om je facturen meteen digitaal te ontvangen.

Blij met de digitale bon

Overigens zijn veel andere mensen op Facebook juist 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."

Voor wie bang is om z'n privé-informatie te delen, maar wél graag een bonnetje via de mail krijgt, heeft de Consumentenbond de perfecte tip: maak een apart e-mailadres aan, speciaal voor dit soort zaken. Dan heb je geen last van ongewenste mailtjes, maar je hebt je kassabon wel voor altijd opgeslagen.

Extra kosten voor bedrijven

Alhoewel je bonnetje meestal gratis wordt uitgeprint, kost dit de winkel geld. De winkelier moet niet alleen extra opdokken voor een ingebouwde of losstaande bonnen printer, ook moet er continu aan print materialen en onderhoud gedacht worden. Voor de kleinere winkelier kan dit je winstmarge tastbaar aanpassen.

Vaak worden de goedkopere kaartlezers zonder ingebouwde printer geleverd, terwijl duurdere kaartlezers (meestal met langetermijncontract) van een thermisch printproces gebruikmaken. In het tweede geval is er vaak geen optie om bonnetjes voor cash transacties te printen, waardoor deze kaartlezers vrijwel nutteloos zijn voor ondernemers die willen afschrijven of enkel cash accepteren.

Heb ik een bon nodig als ik terugga naar de winkel?

Hebt u iets gekocht, maar bent u er niet tevreden over? Dan kunt u teruggaan naar de winkel. Vaak vraagt de verkoper u dan naar de aankoopbon. Of naar de pakbon, als het een webwinkel is. Maar wat te doen als u de bon niet meer hebt? Dat hangt af van de reden waarom u teruggaat.

Gaat u terug naar de winkel omdat u spijt hebt van uw aankoop? En wilt u het product graag ruilen? Ook dan zal de verkoper naar de aankoopbon of pakbon vragen. Hebt u die niet meer, dan hoeft hij het product niet terug te nemen of te ruilen. Ook niet als u op een andere manier bewijst dat u het product bij die winkel hebt gekocht.

De reden hiervoor is dat ruilen geen recht is. Het is een gunst van de verkoper. De verkoper mag daarom zelf bepalen of hij u laat ruilen. En hij mag ervoor kiezen om u alleen te laten ruilen als u een kassabon hebt.

Wat als de bon onleesbaar is geworden?

Hebt u nog wel een bon, maar is deze vervaagd en onleesbaar geworden? Dan gelden dezelfde regels als hierboven. Daarom is het verstandig om kopieën te maken van de bonnen van grote aankopen. Dan kunt u altijd nog daarmee uw aankoop bewijzen.

Wanneer je in de winkel iets koopt, krijg je van de verkoper een bon. Dit aankoopbewijs kan van pas komen in het geval dat je het product wilt ruilen of terugbrengen. Maar wat als je de kassabon kwijt bent? Kun je ook ruilen zonder bon?

Een open deur: natuurlijk is het zaak om de bon van je aankoop goed te bewaren. Hij kan dienen als garantiebewijs, en je kunt ermee aantonen dat je het op een bepaalde datum voor een bepaald bedrag gekocht hebt als je ermee teruggaat naar de winkel om het te ruilen.

Er zijn verschillende redenen om te ruilen:

- het product is ondeugdelijk
- je hebt spijt van je aankoop

Ondeugdelijk product? Ruilen is een recht van de koper

Als het gaat om een ondeugdelijk product (dus met een defect of een beschadiging), is de verkoper verplicht om te zorgen voor een goed werkend vervangend product, of voor reparatie. Je hebt dan recht op een nieuw product of op reparatie. Met een tegoedbon hoef je geen genoegen te nemen.

Spijt van je aankoop? Ruilen is een gunst van de verkoper

Als het echter gaat om een aankoop waar je spijt van hebt (dus het product is perfect in orde maar jij vindt het niet de goede kleur / maat / wat dan ook), dan is de verkoper niet verplicht om het product terug te nemen. Ruilen is namelijk geen *recht* van de *koper*, maar een *gunst* van de *verkoper*.

Bon kwijt? Er is nog hoop

In beide gevallen moet je de aankoop kunnen bewijzen. De makkelijkste manier is om dat met het bonnetje te doen. Maar misschien heb je die - ondanks bovenstaande open deur - per ongeluk weggegooid, of heeft de cavia hem opgegeten. Schiet niet meteen in de stress. Er is nog hoop!

Die hoop bestaat in de vorm van:

- je (digitale) bankafschrift
- coulance van de verkoper
- het kassasysteem van de winkel

Als je met je pinpas betaald hebt, kan je bankafschrift uitkomst bieden. Aan de hand daarvan is doorgaans na te gaan dat je iets in een bepaalde winkel hebt gekocht, en voor een bepaald bedrag. Zo kun je dan alsnog de aankoop bewijzen.

Je kunt ook het geluk hebben dat je de medewerker treft die je het product verkocht heeft, en dat die zich de transactie nog herinnert, én dat die zo coulant is om je te helpen zonder vertoon van de bon.

Verder is het vaak mogelijk om aankopen terug te zoeken in het kassasysteem. In diverse winkels doet men hier helemaal niet moeilijk over; in andere is het wellicht wat ongebruikelijk. Hoe het ook zij, in alle gevallen helpt het natuurlijk als je het vriendelijk vraagt, in plaats van met stemverheffing...

En nogmaals: onthoudt dat het ruilen van een deugdelijk product afhankelijk is van de gunst van de verkoper. Hij of zij is niet verplicht je hierin tegemoet te komen, en mag verlangen dat je de kassabon overlegt.

Conclusie

Er zijn een aantal redenen waarom bonnen zo'n probleem vormen, en consumenten het slecht ervaren. Een van de redenen is dat het vervelend is, je raakt kassabonnen kwijt, wilt de bon liever niet en gooit het vervolgens weg. Dit maakt het winkelen een stuk ongemakkelijker omdat je de bon moet opbergen en terug moet vinden. Hier wil ik over nadenken door dit te digitaliseren en wat de mogelijkheden zijn om dit te automatiseren.

Hier al eens aan gedacht? - Kassabonnen - Groen Licht - BNNVARA. (n.d.). Groen Licht. Retrieved October 10, 2022, from https://www.bnnvara.nl/groenlicht/artikelen/hier-al-eens-aan-gedacht-kassabonnen

Het probleem met bonnetjes: een groter gevaar dan je denkt. (2022, March 15). Mobile Transaction. Retrieved October 10, 2022, from https://nl.mobiletransaction.org/papieren-bonnetjes-problemen/

Hoe bewaart de doelgroep hun bonnen

Inzichten hoe mensen papieren en digitale bonnen bewaren en waarom

Deze inzichten zijn belangrijk omdat ze de motivatie van gebruikers bevestigen over het gemak en milieu. Daarnaast tonen ze aan dat mensen zich bewust zijn van de impact van digitale en papieren bonnen en of ze zich schuldig voelen, en wat zij ervaren.

Wat neem ik mee:

- Consumenten gebruiken papieren kassabonnen het meest
- Mensen die digitale bonnen gebruiken **doen dit voor hun gemak en het milieu**
- Bijna alle bonnen raken op den duur kwijt, vaak direct
- De meerderheid vindt dat digitale bonnen een optie moeten zijn, en worden aangeboden door winkeliers
- Meer dan een derde van de respondenten gooit vaak papieren bonnetjes weg zonder erbij na te denken.
- Veel mensen voelen zich schuldig als zij een kassabon weggooien

Wat is je voorkeursmethode voor kassabonnen te bewaren? (uit een Amerikaans artikel van GreenAmerica)

Toen deze vraag werd gesteld, zei 42 procent van de respondenten dat ze de voorkeur geven aan papieren bonnen, 34 procent geeft de voorkeur aan zowel papier als digitaal, 17 procent geeft de voorkeur aan digitaal en 7 procent geeft de voorkeur aan helemaal geen bon. Als we deze resultaten opbreken naar leeftijdsgroep, zien we dat de voorkeur voor digitaal het hoogst is tussen **24 en 44 jaar,** en de **voorkeur voor geen bon het hoogst is onder degenen van 16-24 jaar.**

Statistieken van het bewaren van een kassabon per leeftijdsgroep

Waarom heb je de voorkeur voor digitale of papieren bonnen?

Van de respondenten die de voorkeur geven aan digitaal, zegt 70 procent dat dit is omdat het beter is voor het milieu en makkelijker 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 fysiek exemplaar, en 39 procent zegt dat papieren bonnen het voor hen gemakkelijker maken om hun uitgaven bij te houden.

Statistieken waarom digitale kassabonnen

Statistieken waarom papieren kassabonnen

Hoe vaak verlies of gooi je papieren bonnetjes weg?

Respondenten die papieren bonnetjes ontvangen, zeggen dat ze bonnetjes die ze willen bewaren gemiddeld 5 keer per maand verliezen. De meeste respondenten 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.

Statistieken van hoeveel bonnen consumenten weggooien of kwijtraken

Zou je willen dat winkeliers digitale bonnen aanbieden als optie voor klanten?

Van alle respondenten, of ze nu de voorkeur geven aan digitaal of papier, zou 89 procent willen dat winkeliers digitale bonnen aanbieden als optie, waarbij de meerderheid zegt dat het zeker een optie zou moeten zijn.

Statistieken van mensen die graag willen dat de winkel een digitale kassabon aanbied

Aanvullende bevindingen

Meer dan een derde van de respondenten gooit 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 de VS jaarlijks 256.300 ton thermisch papier voor bonnetjes verbruikt. En 20 procent van de respondenten weet niet waarom we nog steeds papieren bonnetjes gebruiken.

Inzichten van de gebruiker uit forums

Poffertje: Hoe lang bewaren jullie de bonnetjes van kleding en zo? Als het hier gepast is, en het past, dan gaat de bon meestal ook meteen weg

Ik bewaar alle bonnetjes een maand lang. Boodschappen, kleding, ergens uit eten, action etc, echt alle bonnetjes. Bonnen van kleding bewaren we wel langer. Eens in het jaar ofzo bekijk ik de bonnen en wat weg kan, gooi ik dan ook weg. Bonnen van apparaten hebben we in een map. Die legen we eigenlijk nooit haha zit al heel wat in, zo in de loop van de jaren verzameld. maar wij kopen zo weinig kleding, 2 keer in het jaar, dus die bonnen zijn te overzien.

Redactie: Ik bewaar alle bonnen in een doos… kom soms bonnen tegen van jaren geleden…

Elske: Ik bewaar niet alle bonnen, maar van kleding zeer zeker wel. En niet alleen voor de winkel om er eventueel mee terug te kunnen.

Maar denk ook eens aan schade. Bij schade moet je bij de verzekering ook vaak met bonnen komen. Er zijn zeker maatschappijen waarbij dat niet hoeft, maar het maakt het wel een stukje makkelijker om je schade aan te tonen.

Wishful: Ik scan alles in… makkelijk op te slaan op de pc.

Xayest: Bonnen bewaren? :shifty:

Cathy1968: Ik bewaar alleen bonnen van electronika en dat soort dingen. Maar van kleding e.d. gaat het meteen weg

nadat wij ook eens een akkefietje hebben gehad met een shirtje dat voor dragen gewassen is en compleet doorliep in kleuren… en ze niks konden doen zogenaamd… (tot ik pissed werd en mijn stem verhief zodat andere klanten mee konden luisteren :oops:) bewaar ik bonnen van kleding zeker tot na de eerste keer wassen… maar mijn portomonnee is soms net een vergaarbak :lol: en die leeg ik eens in de zoveel tijd.

Schoenen enzo bewaar ik ook langer… had voor onze oudste sandalen gekocht vorig jaar. Voor het seizoen aan, dus hij ging ze niet direct dragen. Uiteindelijk toen hij ze voor de 3e keer aantrok gingen ze kapot.

Daar ben ik toen mee terug gegaan, bon laten zien en ik mocht kiezen… of andere sandalen uitzoeken (die hij had waren er niet meer in zijn maat) of ze laten maken op hun kosten… super service :thumbup:

Als dingen duidelijk gedragen etc zijn dan hebben bonnen sowieso weinig zin meer… dan ga je er niet meer mee terug denk ik dan.

Van andere dingen als kleding scannen of kopiëren ivm langere garantietermijn dan houdbaarheid bonnen… die vervagen behoorlijk snel vind ik.

Terrirg3: Van de grotere aankopen en kleding gaan alle bonnetjes in een doos

Liveandlearn: Bonnen van dure aankopen gaan in een map. Bonnen van schoenen e.d. bewaar ik een tijdje. Bonnen van Hema e.d. gaan meteen de prullenbak in. Hier bewaar ik alleen de bonnen van iets waar garantie op zit verder gaan alle andere bonnen meteen bij het oud papier.

Stacyheath2: ik bewaar de bonnen ook niet. maar heb zelf gehad met een blouse, die had de oudste met haar verjaardag gekregen en blouse werd snel vaal, drukkers ging de verf af en de drukker was snel kapot,

@fiep klophout wrote:

> *@Danielle77 wrote:*
>
> > Het zou niet eens in me opkomen eerlijk gezegd om terug te gaan met kleding wat stuk is. Wat kapot is gaat in de prullenbak eigenlijk :think: . Ja tenzij het al zou zijn voordat het gedragen is maar dat heb ik eigenlijk nog nooit meegemaakt.
> >
> > ja dat heb ik ook een beetje. Ik geloof dat ik nog nooit terug ben gegaan met kleding, of het moet echt meteen bij thuiskomt al kapot springen.

En ik denk dat dus ook…
Ik bewaar bonnen van duurdere (elektronische) uitgaven, maar kleding…Neuh…

Nienkek1: Ik bewaar helemaal niks van bonnen, heb genoeg rommel in huis :lol:

m_apple1961: Bewaar hier ook alleen maar de bonnen van producten met garantie.

Ik ga ook niet snel met kleding terug. 1 keer met een jas van Esprit terug gegaan naar de winkel toen er met een dag of twee een knoop vanaf ging. eerst naar de stomerij/kledingmaker geweest natuurlijk maar die had niet hetzelfde soort knoop.

Dus ging bij de winkel vragen of ze nog een knoop hadden en of ik die dan mee kon krijgen. Zij hebben de jas teruggenomen en een nieuwe gegeven. Maar zou er nooit om gevraagd hebben.

Henriet: Ik koop mijn kleding toch wel om langer dan een maand te kunnen dragen, hoor. Net als schoenen, trouwens. Ik bewaar de bonnen van kleding meestal ook tot na de eerste keer wassen, of tot wanneer ik mijn la opruim, maar ik zou wel terug gaan na een maand.

Ik ga niet alleen maar daar voor terug, maar ik prop het in mijn tas als ik toevalig bij die winkel in de buurt ben.

Krullie: ik bewaar nooit bonnen. Ja waar je garantie op heb, in een map gesorteerd per half jaar dus ieder half jaar kan ik een mapje weg doen waarvan de garantie is verlopen.

bonnen van kleding bewaar ik niet. Als het past past het. Ik pin altijd dus wat dat betreft kan ik me altijd daar nog op beroepen volgens mij…

en als kleding van het eigen merk is zoals ‘hema’ vind ik het helemaal dom dat ze moeilijk doen. je kunt toch zien van welke collectie het is?

Ik ga niet snel terug met kleding, gaat het kapot, jammer dan. Maar als het duur was wel, ik vind dat je merkkleding wel langer dan een maand moet kunnen dragen.

student88: ik pin ook bewust met kleding, een pinbon is ook voldoende als bewijs, alleen weet ik niet hoe dat gaat als je vier verschillende dingen ehbt gekocht daar, op dat moment, maar dat zullen ze dan wel terug kunnen vinden in de computer.

overigens ga ik vaak ook niet meer terug met kleding wat gedragen is en kapot is gegaan na een maand. allen als het een kapitaal heeft gekost en dan nog niet altijd.

Zo is mijn jas de naad losgegaan, ik heb em net een paar weken. Ik roets er zelf wel langs met de naaimachine en anders ff dichtstukken met de hand, voel me zo zeur anders…

Bewaren jullie de kassabon en doos van een elektronica aakoop?

Sila24: Gister deed onze waterkoker het ineens niet meer, maar gelukkig kon ik de bon vinden . Ik ben geweest bij de winkel en ze vroegen om de doos, die had ik allang al weggegooid . Maar omdat ik de bon nog had kon ik wel omruilen voor dezelfde. Ik ben benieuwd bewaren jullie wel de bon en doos van zulke aankopen? ik probeer de bon wel te bewaren maar soms gooi ik het ook weg. En de doos die gooi ik altijd meteen de papierbak in. Blijkbaar is het wel handig om die ook te bewaren.

Beckje: hangt van het apparaat af meestal bewaar ik de doos een paar maanden. de bon gaat tot in eeuwigheid in de bonnen doos tot die volzit en ik hem moet uitzoeken haha.

Umm85: on altijd.. doos soms (van telefoon en tablet heb ik ze bijv wel nog wel omdat ik daar de boekjes en bonnetjes etc in heb, maar heel veel ook niet).

Sjorsje: Dozen gaan hier meteen in de oud papierbak en de bonnen probeer ik wel te bewaren, maar ben ze vaak toch kwijt.

Cindy81: De bon bewaar ik wel. Doe deze ook vaak inscannen, omdat het bonnetje vervaagt. Doos bewaren hangt af van het apparaat. Bijv. die van de Nespresso machine en de Playstation hebben we een tijdje bewaard, maar die van een waterkoker zou ik ook hebben weggedaan.

Chrissy84: De bon van duurdere artikelen/elektronische apparaten bewaar ik altijd, doos gaat bij het oud papier. Heb hier alleen nog de doosjes van de mobiele telefoons liggen en van de fotocamera.

Kiki80: Meestal bewaar ik alle bonnetjes, maar vaak doe ik er niets mee. De dozen bewaar ik niet. Laatst was mijn laptop kapot en de doos had ik blijkbaar nog niet weggegooid. Dus ik met de laptop in de doos naar de winkel, kreeg ik de doos mee naar huis, daar hadden ze niets aan. Bewaar ik ook eens iets.

Maar aan de doos kan je toch niet zien hoeveel garantie erop zit, hier heb je toch de bon voor nodig. Daar staat toch een aankoopdatum.

Kassabon bewaren

Eriksk: Ik scan ze ook in... Even een ander vraagje: Hoe bewaar je die dingen? Op een gegeven moment wil je die toch terug kunnen vinden zonder tientallen / honderden bonnetjes langs te moeten lopen. Heb je daar al wat op bedacht?

Tsunary: Een map (of een aantal mappen) met daarin tabbladen en insteekhoezen. De kopie met originele bon en handleidingen en dergelijken stop je in de insteekhoezen en de tabbladen gebruik je om te sorteren op genre (computer, keuken,...) of op alfabet.

GA: doet bon in de doos waarin "het" verpakt zat en zet aan de buitenzijde de datum waarop de garantie is verlopen en kijkt af en toe naar een "verlopen" verpakking en gooit deze zonodig in de Kliko.

Matis: Ik kopieer altijd de bon van producten waarvan ik alleen een simpel bonnetje krijg op dat zogenaamde thermisch papier. Zoals CyBeR al zegt, vervaagt dat thermische papier heel snel. Een gekopieerde versie (uit een inkjet/laser-kopier) vervaagt nooit én is ook nog eens eenvoudiger op te bergen (A4). Meestal krijg is toch wel een factuur/pakbon, een echt bedrukt A4tje van de winkel, deze vervagen niet, maar één extra inscannen en gescheiden bewaren kan nooit kwaad.

Hemiparo: Op dit moment ben ik al mijn kassabonnen (degene waarmee ik nog garantie kan claimen) aan het inscannen. Dit omdat de thermische bonnen ondanks bewaard in donker en koele ruimte vervagen. Opvallend is trouwens wel dat een bon uit 1999 nog perfect is en een uit 2006 al bijna weg is...

Maar... kun je aanspraak maken als je met een scan van een bon komt aanzetten? Ik weet dat sommige bedrijven bij de kassa al aanraden om een kopie te maken maar wat is wettelijk wel en niet mogelijk? Zou het jammer (en ook flauw) vinden als je met een gescande bon garantie wil claimen en dat er alleen met een origineel iets gedaan wordt. Zeker omdat bij inname vaak direct een kopie van de bon gemaakt wordt en meegestuurd... hoe zit dit?

Conclusie

Er zijn een hoop manieren hoe consumenten hun bonnen bewaren. Hoelang, voor wat, waar zo hoor je soms dat hun bonnen in huis rond liggen, of in een la of schoenendoos worden opgeborgen. Vaak scannen consumenten de bon nog een keer in met een inktlaser printer. In de loop van de tijd is het volgens de meeste onhandig om bonnen te bewaren En daarover zijn een hoop consumenten die bonnen slecht ervaren. Het is lastig om te bewaren. Er is een overeenkomst in waar voor consumenten hun bonnen bewaren, zoals elektronica en kleding of de hoeveelheid artikelen. Dit zijn over het algemeen wat duurdere uitgaven waar mensen garantie voor willen of bewaren om het terug te brengen bij de winkel.

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

Bewaren jullie de kassabon en doos van een elektronica aankoop? (z.d.). Zwangerschapspagina. Geraadpleegd op 13 oktober 2022, van https://www.zwangerschapspagina.nl/threads/bewaren-jullie-de-kassabon-en-doos-van-een-elektronica-aakoop.372445/

Bon bewaren. (2010, 2 maart). ikenmama forum | van kinderwens en zwangerschap tot opvoeding. Geraadpleegd op 13 oktober 2022, van https://forum.ikenmama.nl/t/bon-bewaren/38943/34

What do People Think of Paper Receipts? (z.d.). Green America. https://www.greenamerica.org/paper-receipt-survey#:~:text=Respondents%20who%20take%20paper%20receipts,paper%20receipts%20that%20they%20receive.

Het milieuprobleem van kassabonnen

De impact van kassabonnen op het milieu

Wat neem ik mee:

- Er worden 300 miljard bonnetjes uitgeprint over de hele wereld per jaar.
- 2 miljard kassabonnen per jaar in Nederland
- BPA (gezondheidsrisico's inkt en schadelijke stoffen) is recent verbeterd maar nogsteeds slecht voor het milieu
- Hoe meer bomen we kappen, hoe meer CO2 er vrijkomt, er is meer ontbossing en dieren hebben last van dit probleem
- Het milieu speelt een belangrijke rol
- Supermarkten hebben de meeste invloed op het milieu, daarom houd ik hier rekening mee in mijn oplossing

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.

Bovendien is BPA niet alleen schadelijk voor je gezondheid – het kan ook niet gerecycled worden omdat de stof hierdoor meer zou circuleren, en uiteindelijk in het grondwater belandt. Het wordt daarom sterk aangeraden de bonnetjes buiten de prullenbak te laten. Jammer genoeg genereert Nederland per jaar wel meer dan een miljoen ton papierafval, minder dan onze buren maar niettemin problematisch.

Gezondheidsrisico

Men gokt dat er in Nederland elk jaar 2 miljard kassabonnen uitgeprint worden (Digibon.io). *De meeste van deze bonnetjes bevatten de schadelijke stof Bisfenol A, welke verantwoordelijk is voor de glossy coating. Deze bonnetjes kunnen daarom niet gerecycled worden. Mensen die vaak bonnetjes hanteren wagen zelfs een verhoogde kans op tal van ingrijpende ziektes.*

Kassabonnen zonder BPA maar slecht voor het milieu

Vanaf nu mogen kassabonnen gewoon bij het oud papier en zijn ze geschikt voor recycling. Voorheen moesten kassabonnen bij het restafval omdat ze vaak van thermisch papier werden gemaakt en in een deel daarvan zat Bisfenol A (BPA).

Onderzoek van Stichting Papier Recycling Nederland onder diverse grote aanbieders van kassabonnen liet zien dat de kassabonnen inmiddels BPA vrij zijn. BPA heeft mogelijk nadelige effecten op de gezondheid van mensen dieren. Voor kassabonnen wordt vaak thermisch papier gebruikt, voorheen met BPA, en nu zonder. Van oud papier worden vaak nieuwe voedselverpakkingen gemaakt. Daar mogen geen BPA-resten in zitten. Doordat kassabonnen nu vrij zijn van BPA mogen ze bij het oud papier. Kassabonnen kunnen dan gerecycled worden en vormen zo grondstof voor nieuwe papier- en kartonproducten.

Een kassabon weigeren is nog altijd de beste optie als je iets koopt. Want een kassabon is afval, en minder afval produceren is goed voor het milieu.

Wie iets koopt, krijgt een kassabon mee. Die bonnen worden achtergelaten in boodschappenkarretjes of opgeborgen in portemonnees, en uiteindelijk weggegooid.

Als we ervan uitgaan dat alle huishoudens in Nederland 3 bonnen per week krijgen, dan zijn dat ruim een miljard bonnen per jaar. Dat kost ruim 11.000 bomen. Alleen al supermarkt Jumbo gebruikt jaarlijks 430.000 rollen kassapapier van 90 meter per stuk. Dat is 38 miljoen strekkende meter kassabonnen. Zonde, vindt Jumbo. De supermarkt vraagt sinds 2012 of je wel een bon wil en zo nee, dan wordt ie ook niet geprint. Plus en Albert Heijn doen dat ook. Albert Heijn bespaarde daarmee sinds 2009 bijna 400.000 kilometer kassabon. Dat is 10 keer de omtrek van de aarde! Maar de meeste winkels printen automatisch een bon vanwege garantie en ruilen. Als de klant geen bon hoeft, gaat ‘ie dus in de prullenbak.

ALDI doet de kassabonnen bij het oud papier. Zeeman liet ons weten dat dit onderwerp naar aanleiding van onze vragen op de duurzaamheid agenda komt. Veel winkels printen tegenwoordig op FSC-gecertificeerd papier. Dat keurmerk zorgt voor verantwoord beheer van bossen. Maar het blijft natuurlijk zonde als je de bon gewoon weggooit. Ook al doe je dat dan in de oud papierbak.

Veel winkels printen tegenwoordig op FSC-gecertificeerd papier. Dat keurmerk zorgt voor verantwoord beheer van bossen. Maar het blijft natuurlijk zonde als je de bon gewoon weggooit. Ook al doe je dat dan in de oud papierbak. Digitale bonnen lijken de ideale oplossing: die kosten geen bomen en vervagen niet, zoals de meeste kassabonnen. Vaste klanten van de Bijenkorf kunnen bonnen inmiddels digitaal krijgen. Ook Kijkshop experimenteert daarmee. Je aankopen worden dan opgeslagen in een app of in de cloud. Winkels willen je shopgedrag op die manier in kaart brengen. Kortom: digitale bonnen besparen papier, maar je bent als klant niet meer anoniem.

De impact van papieren kassabonnen op het milieu

Papieren kassabonnen. Ze worden je anno 2018 nog overal aangeboden. In supermarkten, tankstations, restaurants, en ga zo maar door. En eerlijk, hoe vaak gooi je ze direct weg of vind je ze ergens verfrommeld terug in een tas of broekzak? Papieren kassabonnen zijn super onhandig. Maar wist je dat ze ook enorm slecht zijn voor het milieu?

In Nederland alleen worden miljoenen liters water en olie verbruikt om bonpapier te produceren. Op jaarbasis resulteert dit in ruim 30 miljoen kilo aan restafval. En wat te denken van de 20.000 bomen die jaarlijks gekapt worden om alleen Nederland te voorzien van papieren bonnetjes? Om een simpele vergelijking te maken: twintigduizend bomen staat gelijk aan ongeveer vijfentwintig keer het Vondelpark. Doodzonde voor iets wat bijna altijd in de prullenbak beland!

What do People Think of Paper Receipts?

Elk jaar verbruikt de bonnenproductie in de VS meer dan drie miljoen bomen en bijna negen miljard liter water. Bonnenproductie zorgt voor bijna 300 miljoen pond vast afval en stoot broeikasgassen uit die gelijk staan aan meer dan 400.000 auto's op de weg elk jaar. En het merendeel van de thermische papieren bonnen is gecoat met BPA of BPS, waardoor degenen die regelmatig bonnen aanraken, worden blootgesteld aan deze giftige chemicaliën.

WWF / James Morgan

Het belang van onze bossen. Grote gevolgen

Bossen houden onze aarde gezond; ze leveren voedsel, schoon water, medicijnen en ze beschermen ons als een groen schild tegen klimaatverandering. Ontbossing heeft dus grote gevolgen voor ons en de natuur.

- Hoe meer bomen we kappen, hoe meer CO2 er vrijkomt en hoe sneller de aarde opwarmt. Bomen zijn onze bondgenoot in de strijd tegen klimaatverandering.
- Dieren hebben veel last van ontbossing. Hun leefgebieden raken versnipperd en hierdoor wordt het lastig om voedsel en soortgenoten te vinden. Doordat de natuur niet meer overal aaneengesloten is, komen ze vaker in contact met mensen. Dit levert gevaarlijke situaties op, voor mens én dier.
- Het kappen van bos heeft ook impact op mensen. Vooral de lokale bevolking is vaak afhankelijk van het bos voor hun voedsel en levensonderhoud. Zij beschermen het bos vaak al eeuwenlang.
- Papier: hout als grondstof
  Ondanks het digitale tijdperk is er nog veel vraag naar papier. Wereldwijd wordt één op de drie gekapte bomen verwerkt tot pulp, het halffabricaat van papier.

Conclusie

Het is een onderdeel van ontbossing en daarom kan ik uit de artikelen halen dat dit een kans is op verbetering. Dit met een product dat kassabonnen digitaal maakt. Omdat er in Nederland alleen al 2 miljard worden verbruikt is dit een goed uitgangspunt samen met het gebruikersprobleem om bonnen te bewaren. Kassabonnen vormen een milieuprobleem doordat ze meestal van thermisch papier zijn gemaakt en daardoor bijdragen aan afval dat schadelijk is voor het milieu. Bovendien zijn deze bonnen vaak niet recyclebaar vanwege de coating die nodig is om de inkt te fixeren.

Het milieuprobleem van kassabonnen is dat ze meestal gemaakt zijn van thermisch papier, wat een hoog gehalte aan bisfenol A (BPA) bevat. BPA is een chemische stof die schadelijk kan zijn voor de gezondheid van mensen en het milieu. Bovendien zorgen kassabonnen voor een grote hoeveelheid afval, vooral in drukbezochte winkelgebieden en supermarkten.

https://www.rtlnieuws.nl/nieuws/nederland/artikel/4171226/kassabon-mail-handig-voor-klant-maar-vooral-slim-van-winkelier

https://nl.mobiletransaction.org/papieren-bonnetjes-problemen/

https://www.milieucentraal.nl/persberichten/kassabonnen-geschikt-voor-nieuw-papier/

https://www.digibon.io/blog/de-impact-van-papieren-kassabonnen-op-het-milieu/

https://www.trouw.nl/duurzaamheid-economie/albert-heijn-wil-klimaatscore-op-kassabon-printen~bc93f654/?referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F

https://www.wwf.nl/wat-we-doen/focus/bossen/ontbossing

Wat voor systeem gebruiken de winkels

Het kassasysteem waar ik mijn concept in wil implementeren

Wat neem ik mee:

- Een hoop winkels zijn op dit moment bezig met hun eigen app
- Een hoop winkels bieden al de optie om de kassabon te mailen, met risico dat je niet meer anoniem blijft
- Winkels gebruiken een POS systeem, wat staat voor "Point of Sale" software waar alle gegevens komen te staan na het betalen
- Gebruikers willen anoniem blijven en vinden veiligheid belangrijk
- Bij sommige winkels kun je het bankafschrift als kassabon gebruiken, maar het geeft geen inzicht in productgegevens

Kassabon mailen

Je koopt een dure bank, een nieuwe laptop of een mooi trouwpak. Wil je dan een papieren bonnetje of mag het ook naar je worden gemaild? Veel consumenten vinden dat laatste prima. Deskundigen zijn kritisch, want winkeliers nemen het meestal niet zo nauw met de regels.

Zo blijft het vaak niet bij één mailtje, schrijven veel RTL Nieuws-lezers in een reactie op Facebook: "Toen Scheer en Foppen nog bestond, kreeg ik een kopie van de bon via de mail. Heel sluw werd ik 'toevallig' ook gelijk aangemeld voor de nieuwsbrief", schrijft Belinda.

Een klacht die vaker voorkomt, zegt retail deskundige Fred Rutgers. "Een digitale kassabon is natuurlijk handig, want het vergeelt niet", zegt hij. "Maar een winkel mag niet zomaar de adressen verzamelen voor andere doeleinden. Daar staan hoge boetes op, die kunnen oplopen tot 4 procent van de jaaromzet."

Kassabonnen in de winkel via een POS systeem

De meeste cloud-gebaseerde POS-systemen verbinden gemakkelijk met je thermische printer. Dit biedt vaak de goedkoopste uitweg voor winkels die papieren bonnetjes willen uitdelen, wat in de weg ligt van het bereiken van een milieubewuste economie. Tegenwoordig is er echter een groot aanbod BPA-loos printpapier beschikbaar in diverse webwinkels, dus hoeft de milieuvriendelijke (of hypochondrische) winkelier zijn thermische printer niet weg te gooien.

Daarentegen kunnen winkels ook kiezen voor het beproefde systeem van handgeschreven kassabonnen voor de klanten die een bonnetje willen. Dit is niet eens zo’n slecht idee, aangezien klanten steeds minder vaak om een bonnetje vragen. Voor drukke zaken is dit misschien niet de beste optie, het kost namelijk wel wat tijd.

Een ding is duidelijk: de digitale kassabon maakt een opmars onder grote en kleine ondernemers. Populaire winkels zoals Topshop hebben het reeds geïmplementeerd, maar ook eetkraampjes, cafés en tal van andere kleine zaken doen mee, vaak via heel eenvoudige POS-systemen.

Wat is een POS systeem?

POS systeem of Point Of Sale systeem wordt gebruikt om een systeem of software te omschrijven dat winkeliers en restaurants ondersteuning biedt bij hun verkoop, voorraadbeheer, analyses, rapportage, en het managen van hun werknemers. Meestal bestaat een POS systeem uit een computer met daarop POS software, een bonnenprinter, een barcodescanner, een pinapparaat en in het geval van een verouderd Point Of Sale systeem een lokale server. Mobiele POS systemen zijn vaak cloudgebaseerd, en draaien op iPads of andere draagbare apparaten (tablets, iPod, iPhone). Deze moderne systemen hebben geen server ter plaatse nodig. Alles is online toegankelijk en wordt opgeslagen en gesynchroniseerd in de cloud.

Functies van een kassasysteem

Wat is een kassasysteem?

‘Kassasysteem’ is een vrije vertaling van de term POS systeem, maar eigenlijk doet de term ‘kassa’ de capaciteiten van een POS systeem tekort. Met een kassa kun je afrekenen, maar een POS (kassa)systeem geeft je inzicht in klantgegevens, verkoopstatistieken en voorraadinformatie. Een POS (kassa)systeem combineert de functies van een normale kassa met krachtige marketingtools, een geïntegreerd CRM-systeem, uitgebreid voorraadbeheer, en solide rapportages.

Bewijs je aankoop

Als je jouw aankoop op een andere manier kunt bewijzen, is dat ook prima. Bijvoorbeeld door:

- Een bankafschrift. Als je met pin of internetbankieren hebt betaald.
- Een scan of foto van je aankoopbewijs. Ook handig voor je administratie.
- Het kassasysteem van de winkel. Hierin worden aankopen teruggezocht. Vaak doen winkels hier niet moeilijk over.

Conclusie

De bon wordt op verschillende manieren gebruikt, en daarentegen als digitale kassabon. Hier zitten beiden nadelen in, je bent niet anoniem en je moet vaak je e-mail of winkelpas of app individueel gebruiken. En de papieren bon wordt kwijtgeraakt en is slecht voor het milieu, en moet je inscannen. Wat als de app nou automatisch kan werken, snel is en positief is voor het milieu. Ik denk dat er een beter middenweg is voor mijn product.

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%20werknemers.

Waarom de klant behoefte heeft aan fysiek winkelen

Het gedrag van gebruikers en waarom zij fysiek winkelen

Wat neem ik mee:

- De winkelervaring/beleving van de gebruiker is belangrijk
- Ik wil rekening houden met het feit dat mijn gebruikers weinig aandacht hoeven te besteden in mijn app
- De doelgroep wil snel winkelen
- De doelgroep is gehecht aan een goede service, en snelle wachtrijen
- Met mijn concept moet ik ervoor zorgen dat het hun winkelervaring ondersteund, het moet allemaal automatisch kunnen
- De kassabon moet veilig worden opgeborgen, dit is een service voor de gebruiker waar zij zelf geen zorgen over willen maken

5 redenen waarom klanten liever in fysieke winkels shoppen dan online

Het winkelgedrag van consumenten is moeilijk te voorspellen en switcht geregeld tussen online shoppen en een fysiek winkelbezoek. Comeos toonde al aan dat webrooming (online inspiratie opdoen om vervolgens de aankoop in een winkel te doen) een stuk vaker voorkomt dan de omgekeerde beweging, windowshopping. Uit cijfers blijkt bovendien dat 91% van de aankopen in fysieke winkels gebeurt, tegenover 9% online. Het is duidelijk dat de fysieke winkel nog lang geen verleden tijd is, in het bijzonder omwille van de volgende redenen.

Het product ervaren

Voor veel consumenten is de voornaamste reden om aankopen te doen in een fysieke winkel dat ze het product kunnen ervaren. Die ene leuke sofa die je online zag, hoe zou die nu écht zitten? Is die trui even zacht als je had verwacht? Heb je een leuke jas gevonden maar ben je niet zeker of die goed zal passen? “Goede kwaliteit” zeggen de reviews, maar misschien denk je hier zelf anders over… In een fysieke winkel heb je altijd een **test- of pasmogelijkheid,** wat de uiteindelijke keuze vergemakkelijkt en je klanttevredenheid een heel stuk verhoogt.

Deskundig advies

Een andere belangrijke reden om aankopen te doen in een fysieke winkel is dat je graag advies krijgt van een professional. Maar liefst 1 op 5 consumenten haalt dit aan als reden om liever in een fysieke winkel te kopen. Want personeel dat over de nodige kennis beschikt en dat je met raad en daad bijstaat, schept vertrouwen. **Persoonlijke dienstverlening en advies op maat** zorgen er bovendien voor dat er sneller wordt overgegaan tot een aankoop. Hoe beter het advies is, hoe hoger de kans dat de klant terug zal komen. Een belangrijke troef dus van de bakstenen winkel!

Meteen beschikken over je product

Snelheid en tijdswinst zorgen voor een hogere tevredenheid bij de consument. Daarom leveren webshops je online bestelling vaak nog dezelfde dag, maar dat is lang niet voor alle producten het geval. Het gebeurt wel eens dat je enkele dagen moet wachten. Of misschien heb je net de bezorger gemist en moet je over en weer naar een afhaalpunt? Ook erg tijdrovend! Dat is waarom fysieke winkels een streepje voorhebben. Hun lokale voorraad zorgt ervoor dat de klant direct over het product kan beschikken en zo een sterkere band krijgt met het merk.

Klantbeleving

Tegenwoordig is klantbeleving cruciaal, en bakstenen winkels kunnen hier meer dan ooit het verschil maken tegenover hun online concurrenten. Shoppen draait immers ook om plezier beleven. Zo zijn er verschillende boetieks en ketens die in hun **winkels diensten aanbieden** zoals bijvoorbeeld persoonlijk stijladvies, retouchediensten, speciale shopping nights,… **Hoe persoonlijker, hoe beter**! Daarnaast worden er ook meer en meer workshops georganiseerd op maat van de klant. Dit soort initiatieven zorgt voor een heuse **beleving**, die webshops moeilijk kunnen kopiëren.

Geen retourverzending nodig

Veel consumenten vinden het **retourproces voor online bestellingen onhandig of te tijdrovend.** Als je gaat winkelen in een fysieke winkel bespaar je jezelf alvast die ergernis. Je kiest meteen wat je wel of niet leuk vindt en je hoeft geen retourproces te doorlopen. In plaats van het moeten terugsturen van een pakje, neem je enkel de gewenste producten mee naar huis!

Consument winkelt liever fysiek dan winkelier denkt

Ook na de pandemie kiezen retailers en detailhandelaren vooral voor online service vanuit de gedachte dat de consument daar de meeste waarde aan hecht. Een minderheid van de winkeliers denkt dat een fysieke winkel belangrijk is voor de klant. Dat terwijl de consument een andere mening is toegedaan. De Nederlandse shopper geeft volgens onderzoek de voorkeur aan omnichannel waarbij de fysieke winkelervaring een grote rol speelt.

Maar liefst 64% van de consumenten winkelt het liefst in een fysieke winkel, zo blijkt uit het jaarlijkse Retail Report van financieel technologieplatform Adyen. Die voorkeur staat haaks op de mening van retailers. Van hen geeft 34% aan een fysieke vestiging belangrijk te vinden. Een discrepantie waar onder meer stadscentra met leegstand en omnichannel-organisaties op in kunnen spelen met het bieden van vernieuwende ervaringen in fysieke shops, waar vaker op wordt gewezen.

Moderne verleiding

Van de consumenten vindt 56% het menselijk contact in een fysieke winkel belangrijk, zelfs als zij hun aankopen online bij dezelfde winkelier kopen. Maar nog belangrijker vinden consumenten het om op een moderne manier verleid te worden in winkels. Jan-Pieter Lips, Head of Unified Commerce bij Adyen: “Producten zijn tegenwoordig gemakkelijk online te krijgen, dus consumenten komen naar de winkel voor service en beleving. Als we kijken naar wat consumenten verwachten van een fysieke winkel dan zien we dat ruim de helft van de consumenten aangeeft dat dit boeiende plekken moeten zijn om te bezoeken. Ze waarderen het om een product aan te raken of uit te proberen voordat ze het aanschaffen. Het gaat niet alleen meer over simpelweg producten kopen, maar om de beleving van het merk en het menselijk contact.

De consument over digitale webshops

Wereldwijd werd afgelopen jaar meer online gekocht. De motieven en criteria die de klanttevredenheid bepalen, verschillen echter internationaal nogal, blijkt uit vers onderzoek van Freshworks.

Het onderzoek vond plaats onder 10.500 consumenten uit tien landen waaronder 500 Nederlanders.

Slechts 21% van de Nederlandse consumenten toont geduld als winkels of merken trager leveren vanwege de pandemie of als ze langer moeten wachten op een antwoord van customer service (gemiddeld 32%). Waar Nederlanders bekend staan als gierig en uit op koopjes, blijkt uit dit onderzoek juist dat ze tijdens de pandemie veel minder dan consumenten uit andere landen geneigd waren om van merk of winkel te switchen vanwege de kosten (16% versus 27% gemiddeld).

Ze switchten daarentegen ook niet van merk als ze dachten dat een ander bedrijf zijn werknemers eerlijker behandelde. Waar dit argument gemiddeld voor 26% van de consumenten reden was om tijdens de corona crisis te veranderen van favoriete winkel, gold dat voor slechts 19% van de Nederlandse consumenten. Ook deden Nederlanders relatief minder hun best om bij lokale winkels te kopen (36% tegen 41% gemiddeld). Kortom, Nederlanders bleven het trouwst aan de winkels en merken waar ze voor de pandemie ook al kochten.

Nederlandse consumenten kochten ook voor de pandemie al veel online. Je ziet dat Covid-19 in ons land veel minder impact heeft op hoe klanten webshops beoordelen. Ze blijven net zo kritisch als voorheen, hebben minder compassie als winkels de toegenomen vraag niet aan kunnen en uiten hun kritiek ook net zo makkelijk als voor die tijd. Hoewel Nederlanders zeer loyale klanten zijn, moeten merken ervoor zorgen dat ze op alle mogelijke kanalen met klanten communiceren en een naadloze klantervaring bieden. Aangezien de customer service het groeiende aantal contacten moet bijbenen, kunnen bedrijven overwegen te investeren in AI-technologieën. Dit kan klantenservice medewerkers helpen met het reduceren van repetitieve taken en prioriteiten stellen om zo de best mogelijk service te verlenen.

De rol van online: oriënteren en kopen

Bij het schetsen van de situatie van de fysieke winkel kan niet voorbij worden gegaan aan de ontwikkeling van het onlinekanaal. Het belang van onlineverkopen wordt steeds groter en gaat al langere tijd ten koste van het aantal fysieke winkels. In de laatste vijf jaar is het aantal winkels volgens marktonderzoeker Locatus met 7 procent afgenomen, terwijl het aandeel online binnen het totaal verkochte consumentenproducten in diezelfde periode met 11 procent naar 22 procent groeide (bron: Thuiswinkel.org). In het eerste half jaar van 2020 werd in Nederland via het onlinekanaal een omzet gerealiseerd van 8,9 miljard euro aan consumentenproducten. Dat is een stijging van 36 procent ten opzichte van dezelfde periode vorig jaar.

In de nevenstaande figuur is goed te zien dat de rol van online sterk is en blijft. Uit de eerdere onderzoeksresultaten van ABN AMRO en Q&A uit 2015 blijkt dat 50 procent van de consumenten zich eerst online oriënteerden voordat zij tot een aankoop over gingen. In 2018 was dit gestegen naar 55 procent en in 2020 bleef dit nagenoeg stabiel op 53 procent. De categorieën elektronica, wonen en sport scoren onverminderd hoog. Voor de aankopen bij supermarkten en drogisterijen wordt het minst online-onderzoek gedaan.

De website van de winkel is de belangrijkste plek voor de consument om zich te oriënteren, zoals 26 procent van de ondervraagden aangeeft. Ook zoekmachines en websites van het merk zijn belangrijke plekken om informatie in te winnen over het product. Uit het onderzoek blijkt ook dat 21 procent van de consumenten zich oriënteert met huis-aan-huisfolders. Met name de folders van bouwmarkten (27 procent), drogisterijen (33 procent), supermarkten (35 procent) en woningwinkels (25 procent) scoren hierbij hoog.

Consumenten die online kopen

Conclusie

Dit bevestigd eigenlijk wat ik denk over consumenten en hun beweegredenen om fysiek te winkelen. Zij vinden de winkelervaring belangrijk en willen soms het product gelijk hebben, daarom denk ik dat tijd ook een factor is. Je wilt als consument niet bezig te hoeven zijn met het opbergen van je garantiebewijs. Het is handig om hun winkel beleving te verbeteren door niet te hoeven wachten. Dit kan dus automatisch met een nieuw product.

https://www.abnamro.nl/nl/media/20.060.255_Rapport_Winkel_van_de_toekomst_opm_20.10.26_DEF_tcm16-87542.pdf

Nederlandse consument kritisch en loyaal. (n.d.). MarketingTribune. Retrieved October 10, 2022, from https://www.marketingtribune.nl/algemeen/nieuws/2021/06/onderzoek-nederlandse-consument-kritisch-en-loyaal/index.xml

Redactie CustomerTalk. (2022, June 17). *Consument winkelt liever fysiek dan winkelier denkt*. CustomerTalk. Retrieved October 10, 2022, from https://www.customertalk.nl/artikelen/onderzoek/consument-winkelt-liever-fysiek-dan-winkelier-denkt/

Vetrouwen, beveiliging en privacy van de kassabon

Onderzoek naar de veiligheid, vertrouwen en privacy van kassabonnen

Wat neem ik mee

- Digitale bonnen zijn vaak niet anoniem, je moet je e-mail invoeren via de winkel
- Gebruikers zijn wantrouwig
- Gebruiker moeten weten waar informatie voor wordt gebruikt
- Het is een mogelijkheid klein deel van de informatie te gebruiken
- De kassabon heeft al wat gegevens op de bon staan
- De bankgegevens op de bon zijn ter controle, maar via de winkel en wat op de bon staat, kan dit met elkaar samenwerken voor een oplossing?

Behoud van privacy en gegevens bij digitale bonnetjes

Ondanks de goede bedoeling, zijn digitale bonnetjes ook niet de perfecte oplossing. Stel je voor, je bent in een drukke winkel en hebt zojuist iets afgerekend, dan wordt je gevraagd om je e-mailadres of telefoonnummer voor de bon. Wil je die gegevens wel delen met een vreemde? De personen achter je willen ook wat afrekenen, dus het mag niet te lang duren. Wat nou als de winkel spam naar je gaat sturen, of je gegevens doorverkoopt?

Sinds de “Algemene Verordening Gegevensbescherming” (AVG) vorig jaar in werking is getreden, kunnen consumenten in winkels vertrouwen dat ze zich aan bepaalde privacyregels houden. Bedrijven mogen contactinformatie alleen gebruiken voor reclamedoeleinden als de klant daar specifiek toestemming voor heeft gegeven. Dus als de contactinformatie voor andere dingen gebruikt wordt dan waar de klant toestemming voor heeft gegeven, dan moet dat heel duidelijk aangegeven worden.

Maar omdat deze AVG-regels nog niet zo lang bestaan, zijn klanten al snel op hun hoede als een bedrijf vraagt om contactgegevens. Dus je zult aan veel klanten moeten uitleggen waar de informatie voor wordt gebruikt, misschien is het zelfs nodig om een bordje met deze informatie neer te zetten.

Consumentenbond: 'privacy en veiligheid online supermarkten niet op orde'

Veel apps en websites van supermarkten zijn onvoldoende beveiligd. Ook schenden ze de privacy van hun gebruikers, stelt de Consumentenbond op basis van eigen onderzoek bij 13 supermarktketens.

Sommige supermarktketens hebben hun apps en websites aangepast na de kritiek van de Consumentenbond, maar dat deden ze lang niet allemaal.

Volgens de Consumentenbond was bij de meeste onderzochte supers iets mis. Zo plaatsen de sites van Coop, Deen, Deka, Dirk, Hoogvliet, Jan Linders, Picnic en Spar zonder toestemming advertentiecookies. En de apps van sommige ketens, waaronder Jumbo, deelden stiekem informatie met Facebook.

Waarom staat als je met pin hebt betaald je complete rekeningnummer én pasnummer op de kassabon?

Vanmiddag boodschappen bij de C1000 gedaan en met de pin betaald. Ik zag toen ik in de auto zat ineens dat mijn complete bankrekening nummer, pasnummer en betreffende bank op de kassabon staan. Waarom is dit? Mag dit zomaar op een kassabon vermeld worden?
Wat zouden mensen met die informatie (dus rekeningnummer en pasnummer) kunnen doen als ze die bon in handen krijgen?

Het beste antwoord

Aan de combinatie rekeningnummer en pasnummer hebt je niets als je niet ook de pas (of een geskimde kopie daarvan) én de pincode hebt, óf de gebruikersnaam én wachtwoord voor internetbankieren bij een bank die niet met tokens werkt.

Andere antwoorden

Je krijgt toch de bon rechtstreeks van de caissiëre, zo vers uit de kassa, dus ik geloof dat jij de enige bent, die er een blik op kan werpen. Zo kun je controleren of het goede pas & rekeningnummer is vermeld. Dat is voornamelijk voor jezelf ter controle. Een ander kan er helemaal niks mee. Hooguit geld naar je rekening overmaken. Je pasnummer is gewoon een soort kenmerk. Zo kan ook iedereen wiens website je bezoekt zien bij welke provider je zit, waar je ongeveer woont en welke browser je gebruikt. An sich tamelijk nutteloze informatie als het gaat om misbruik maken van die gegevens. Als ze je píncode op je bon gaan vermelden, heb je een probleem....

Conclusie

De beveiliging en privacy zijn voor consumenten een grote voorwaarde. Je zult vaak moeten verklaren waar informatie voor wordt gebruikt, en waarvoor de informatie nodig is. Ook hier moet ik rekening mee houden in mijn app. Mensen zijn bang voor phishing en bankspoofing, het verspreiden van hun informatie en diefstal. Ookal is mijn app digitaal en makkelijk, zijn er soms manieren nodig waar zij nadenken over deze drempel, en hoe ik ervoor moet zorgen dat zij hier over heen stappen. Ik laat hun bijvoorbeeld inloggen met hun e-mail, of aanmelden met een deel van je IBAN. Nu de opgang van mobiel bankieren wel als veilig wordt gezien, moet ik dezelfde standaarden gebruiken zodat mensen geen wantrouwen hebben. Zoals het afschermen van hun informatie.

Waarom staat als je met pin hebt betaald je complete rekeningnummer én pasnummer op de kassabon? (z.d.). GoeieVraag. Geraadpleegd op 13 oktober 2022, van https://www.startpagina.nl/v/wonen/vraag/61750/pin-betaald-complete-rekeningnummer-en/

Consumentenbond: "privacy en veiligheid online supermarkten niet op orde". (2020, 21 december). RTL Nieuws. Geraadpleegd op 13 oktober 2022, van https://www.rtlnieuws.nl/tech/artikel/5204449/consumentenbond-privacy-en-veiligheid-online-supermarkten-niet-op-orde

Kunt u beter digitale bonnetjes of (giftig) papier gebruiken? (2022, March 15). Mobile Transaction. Retrieved October 10, 2022, from https://nl.mobiletransaction.org/papieren-of-digitale-bonnetjes/

Zuurmond, I. (2022, June 24). *Mobiel bankieren*. Consumentenbond. https://www.consumentenbond.nl/betaalrekening/mobiel-bankieren

Mobiel bankieren: hoe veilig is het? | *Veilig bankieren*. (2022, September 5). Veilig Bankieren. https://www.veiligbankieren.nl/veiligheid-betaalproducten/mobiel-bankieren/

Hoe wordt de bon gegeven en is de bon verplicht

Het voordeel van papieren bonnetjes en waarom bonnen verplicht zijn

Hoe bonnetjes wachtrijen en afreken tijden beïnvloeden

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.

Aan de andere kant moeten digitale bonnetjes naar een e-mailadres of telefoonnummer worden gestuurd, dus er moet om contactinformatie gevraagd worden. Dit betekent dat de klant niet alleen de winkeleigenaar moet vertrouwen, maar ook de andere mensen in de rij. Totdat klanten hier gewend aan zijn geraakt gaat dit voor ongemakkelijke en onhandige situaties zorgen.

Sommige bedrijven hebben geprobeerd dit probleem op te lossen door het uitwisselen van contactinformatie zo snel mogelijk te laten verlopen.

Alles over bedenktijd en retouren van uw aankoop

Als u een product koopt in een winkel, dan heeft u geen wettelijke bedenktijd. Veel winkeliers bieden wel een retour of ruilmogelijkheid aan voor ongebruikte en onbeschadigde producten. Dit is dan een extra service van de winkel. Vaak ontvangt u een tegoedbon of uw geld terug. Dit is een gunst van de verkoper. Hij is dus niet verplicht om uw product te ruilen of geld terug te geven. De mogelijkheid om te ruilen of teruggave van uw geld moet op de kassabon staan of vermeld worden in de winkel zelf. Ook moet u voldoen aan de voorwaarden die de winkel stelt.

Conclusie

De afrekentijd is erg belangrijk voor het product, voor de doelgroep en de winkel. De consument wil graag verder met wat zij willen doen, en de winkels die willen ervoor zorgen dat hun klant zo snel mogelijk wordt geholpen en niet hoeft te wachten tijdens het afrekenen. De winkel scant het product, vervolgens worden de gegevens in het systeem geladen en kan de klant betaalt via een POS systeem betalen (of contant). En vervolgens wordt de transactie uitgeprint.

DAS. (z.d.). *Alles over bedenktijd en retouren van uw aankoop*. https://www.das.nl/aankopen/retouren-en-annuleren

Kunt u beter digitale bonnetjes of (giftig) papier gebruiken? (2022, March 15). Mobile Transaction. Retrieved October 10, 2022, from https://nl.mobiletransaction.org/papieren-of-digitale-bonnetjes/

Mogelijkheden voor een app

Onderzoek naar digitale bonnen en vergelijkbare technologie met mobiel bankieren

Wat neem ik mee

- De opkomst van mobiel bankieren en het gemak van de app en pinnen
- Papieren kassabonnen zijn daarentegen ouderwets en daar is veel ruimte op verbetering
- Contant geld is de kassabon van nu, ik wil bonnen daarom digitaliseren en een nieuwe standaard introduceren voor het milieu
- Mobiel bankieren is zonder scannen, apps voor bonnen zijn alleen te scannen
- Mijn oplossing kan automatisch worden om het te laten werken
- Als klant ben je niet anoniem met bonnen via de mail
- Er zijn handige functionaliteiten zoals bedragen terugboeken en een overzicht van je rekening
- Bankieren via een bank app is snel, simpel én veilig. (hier moet mijn app aan voldoen) Alleen soms vertrouwen mensen hun apps nog niet helemaal.

Digitale bonnen lijken de ideale oplossing

Die kosten geen bomen en vervagen niet, zoals de meeste kassabonnen. Vaste klanten van de Bijenkorf kunnen bonnen inmiddels digitaal krijgen. Ook Kijkshop experimenteert daarmee. Je aankopen worden dan opgeslagen in een app of in de cloud. Winkels willen je shopgedrag op die manier in kaart brengen. Kortom: digitale bonnen besparen papier, maar je bent als klant niet meer anoniem.

Mobiel bankieren

Mobiel bankieren is makkelijk. Je hebt vaak geen cardreader of scanner nodig. Maar is het wel veilig? En wat regel je allemaal via de mobiel bankieren-app?

Veiligheid van mobiel bankieren

Is mobiel bankieren wel veilig? De Betaalvereniging houdt de cijfers van fraude in het betalingsverkeer bij. Veel fraude is het gevolg van vormen van misleiding, zoals phishing en bankspoofing. Voor deze vorm van fraude maakt het vaak niet uit op welke manier je bankiert.

Criminelen hengelen dan naar persoonlijke gegevens en beveiligingscodes. Zoals inlogcodes voor internet- en mobiel bankieren. Fraudeurs gebruiken daarbij niet alleen meer e-mail, maar ook andere kanalen voor het versturen van valse berichten. Bijvoorbeeld sms, WhatsApp, Messenger, Marktplaats en Twitter.

Zorg zelf in ieder geval dat je de app veilig gebruikt door de veiligheidsvoorschriften op te volgen.

Tips voor veilig gebruik

- Download altijd de nieuwste en officiële versie van de app.
- Kies een 'slimme' pincode die niet makkelijk te raden is en houd die geheim.
- Beveilig je smartphone ook met een pincode.
- Gebruik geen open wifinetwerk in bijvoorbeeld een café, hotel of trein. Ook niet als dat beveiligd is met een wachtwoord. Onderweg mobiel bankieren kan het best via de databundel van je prepaidtegoed of telefoonabonnement.
- Log uit en sluit de sessie altijd af.
- Installeer geen illegale software.
- Verlaag het maximale bedrag dat je alleen met mobiele pincode kunt overboeken.

Mogelijkheden bankieren via de app

Naast het checken van je saldo en het overboeken van geld bieden de meeste bankapps vaak nog meer handige mogelijkheden, zoals:

- Het inzien van je creditcards en spaarrekeningen.
- Een incasso terugboeken.
- Je pas direct blokkeren én deblokkeren via de app. Handig als je pas kwijt of gestolen is.
- Het ‘aanzetten’ van je betaalpas voor betalen buiten Europa.
- Het aan- en uitzetten van contactloos betalen.
- Het verhogen en verlagen van de limieten voor overboekingen.
- Het verhogen en verlagen van de limieten van je betaalpas.
- Overzicht van al je rekeningen en bepalen welk je wel en niet ziet in dat overzicht.
- Een betaalverzoek sturen (niet bij alle banken mogelijk). Je kunt zo bijvoorbeeld makkelijk geld terugvragen aan iemand aan wie je iets hebt voorgeschoten. ABN AMRO heeft een aparte app om betaalverzoeken te versturen: Tikkie. Je hoeft geen klant van ABN AMRO te zijn om Tikkie te gebruiken.
- Betalen met je mobiel in winkels (niet bij alle banken mogelijk).
- Alerts instellen: bijvoorbeeld bij een dubbele afschrijving, een incasso of een geldopname in het buitenland (niet bij alle banken mogelijk).

Bij de meeste banken zijn er nog altijd een paar zaken die je alleen via internetbankieren kunt regelen.

Mobiel bankieren: hoe veilig is het?

Snel het saldo op uw rekening checken of een bedrag overboeken kan bij veel banken met uw mobiele telefoon (smartphone) of op uw tablet op de mobiel bankieren app. Kijk bij uw eigen bank of deze een mobiel bankieren app aanbiedt en wat de app voor mogelijkheden heeft.

Bankieren via een bank app is snel, simpel én veilig. Alleen soms vertrouwen mensen de app nog niet

helemaal. Belangrijk om te weten is dat zelfs als iemand ten onrechte gebruikmaakt van de telefoon van een ander, de betaalrekening niet direct toegankelijk is. Elke bank app, van iedere Nederlandse bank, is onder andere beveiligd met een unieke verificatiecode. Alleen met die persoonlijke code is de betaalrekening toegankelijk. Er is dan ook geen enkel geval bekend van fraude als gevolg van het gebruik van een bankapp. De Nederlandse Vereniging van Banken raadt aan om de bank app van uw bank alleen te installeren via de officiële app store van uw smartphone.

Conclusie

Het digitaal bewaren heeft zijn voordeel, het is makkelijker, voordeliger en veel zuiniger voor het milieu. Maar het heeft op dit moment ook een nadeel. Je bent als klant niet anoniem, ik probeer hier over na te denken met mijn concept, dat alleen de hoognodige informatie wordt gebruikt.

Het probleem met bonnetjes: een groter gevaar dan je denkt. (2022, March 15). Mobile Transaction. Retrieved October 10, 2022, from https://nl.mobiletransaction.org/papieren-bonnetjes-problemen/

Hier al eens aan gedacht? - Kassabonnen - Groen Licht - BNNVARA. (n.d.). Groen Licht. Retrieved October 10, 2022, from https://www.bnnvara.nl/groenlicht/artikelen/hier-al-eens-aan-gedacht-kassabonnen

Benchmark Onderzoek

Onderzoek naar de concurrentie (Benchmark Creation) om inspiratie op te doen voor trends en kans op verbetering

Tijdens mijn benchmark onderzoek heb ik de functies van de apps geanalyseerd, zoals het opslaan van garantiebewijzen en bonnen en hoe dit gedaan moet worden door de gebruiker. Ik heb ook gekeken naar wie de app bedoeld is, bijvoorbeeld voor ondernemers of consumenten. Door de bijbehorende screenshots te bekijken, heb ik inzichten verzameld en deze beschreven, inclusief de functies, voor- en nadelen en mijn conclusie.

De reden voor mijn onderzoek is om te achterhalen waar er kansen liggen op de markt en hoe ik hierop kan verbeteren. **Uit mijn bevindingen blijkt dat er nog veel verbetering mogelijk is op het gebied van gebruiksgemak voor de gebruiker.** Ik licht de conclusies toe bij elke app.

1: Tikkie/Groepie om kosten te delen

Tikkie is ontwikkeld om kosten te delen met vrienden. Ik heb gemerkt dat deze app en veel mensen deze app als erg handig ervaren vanwege de snelle werking. In tegenstelling tot mobiel bankieren hoef je niet veel informatie van de geadresseerden in te voeren. Ik heb deze app als voorbeeld genomen omdat de gebruikerservaring vergelijkbaar is met mijn app. Mijn app heeft te maken met transacties en bewijzen. Daarom kan ik trends van Tikkie gebruiken, zoals de tone of voice, als inspiratie voor mijn eigen app. Dit werkt goed in Tikkie omdat het duidelijk. Ik wil dezelfde persoonlijke en laagdrempelige stijl gebruiken in mijn concept.

12:20 68%

TIKKIE

Groepie • 1 Deelnemer

weekend weg

Tussenstand € 0,00

Verlopen • totaal € 10,00

Drank

1x bevestigd

Verlopen • totaal € 24,00

Cadeau

1x bevestigd 1 nieuw

Overzicht scherm

Tikkie sturen bedrag invoeren

een bedrag terugvragen

Laat je vrienden het bedrag bepalen

Volgende

1 2 3

4 5 6

7 8 9 .

0 ,

12:23
66%
MIJN IBAN NL74 INGB 0667 5583 14
Waar is het voor?
Drinken
28
Deel via WhatsApp
Drinken
Drinkende
Drinkend

Tikkie onderwerp

Voordelen

(1) Het voordeel van Tikkie is dat je direct een overzicht ziet van alles wat je deelt, dit idee wil ik ook graag meenemen in mijn app. De tabjes van Tikkie werken ook goed omdat je makkelijk kan schakelen als je de hoofdfunctie om te delen niet wilt gebruiken of het overzicht niet hoeft te zien. Er zijn dus duidelijke prioriteiten gesteld.

(2) De tone of voice om kosten te delen is heel functioneel, het is een vraag met de bedrag die gebruiker in kan stellen. Het geeft ook een keuze aan voor de gebruiker om een groep aan te maken, of vrienden het bedrag te laten bepalen.

Nadelen

Er worden deals geserveerd die ik niet wil

Er wordt geen bewijs van de betaling gebruikt zoals de bon, dat is een kans op succes

Conclusie

De grootste kans op succes voor mij is dat apps zoals Tikkie geen bewijsstuk gebruiken, daar kan een bon een belangrijke rol in spelen. Ik mis in mijn ervaring dat extra vertrouwen als mensen iets delen want soms kloppen de kosten niet. In mijn geval gaat het alleen over producten terugbrengen en garantie.

2: Quick Receipt om bonnen te sturen

12:49 61%

Receipt Right Away

Tap to add your business logo

Logo shape:

Business Name

Email address

Business address

Country

+31

Phone number

Company Tagline

Create first receipt

Giving receipts to your customer the easy way

Bedrijfs gegevens invullen om bon te maken

12:49 61%

Add Customer

Customer name

Email address

Country

+234

Phone number

select from contact

Customer address

Klant gegevens toevoegen

Qty: 10.0

Search for product

Add new product

Melk	200.0

Done

12:50
61%
Receipt
Business Details
Customer
Shipping Details
Add products
Melk
200.0
Qty: 10.0
Subtotal
EUR 2000.00
Add discount
- EUR 0.00
Tax
EUR 0.00
Total
EUR 2000.00
Payment Method
Optional Fields

Optional Fields

Overzicht en bon genereren

Bon resultaat, editen en delen

De gemakkelijke manier om bonnen en facturen te genereren voor klanten en gegevens in te vullen

Nadelen

> (1) In de app moet je een hoop gegevens invullen voordat je een bon kunt maken, er zijn dan op het overzichtsscherm 4 categorieën die je moet invullen

> (2) Alles in de app is handmatig en zou niet functioneel zijn naast ondernemers/zzp'er, dit vind ik kwa ux ook minder fijn werken omdat ik alles veel opnieuw moet typen

Voordelen

> Het voordeel van deze app is dat het heel precies is, de stappen werken heel fijn en het leid je naar het doel om bonnen te maken. Het werkt goed voor zzp'ers omdat je administratie wel goed wordt ingevuld om naar cliënten te sturen.

Conclusie

Voor mij als consument zou ik het niet zo gauw gebruiken omdat mijn behoeften anders zijn. Maar ik moet wel rekening houden met de zzp'ers die dit graag zouden gebruiken, kwa informatie en wat zij allemaal bij moeten kunnen houden voor hun administratie. Algeheel vind ik de app niet essentieel maar het werkt fijn voor ondernemers.

3: Tellow voor boekhouding van zzp'ers

Factuur versturen

13:27 28%

Tellow

Bonnen scannen en nooit meer bewaren in je schoenendoos

Registreer

Log in

Onboarding bon scannen

13:27 28%

Tellow

Bank koppelingen die voor jou werken

ING

RABOBANK

ABN AMRO

BUNQ

ASN BANK

Onboarding bank koppelen

Overzicht uitgaven

Tellow is bedoeld voor de boekhouding van zzp'ers, het is een gemakkelijke app met meerdere functies. Het voornaamste is dat je met deze app facturen kunt sturen en ontvangen. Je kunt bonnen scannen en in de app bewaren, wat deels raakvlak heeft met mijn app. Daarnaast kun je het koppelen met een bankier app.

Voordelen

- Het heeft een hele duidelijke onboarding van wat ik kan verwachten

- Het werkt heel makkelijk om administratie in in te vullen en bonnen te bewaren volgens de standaard manier

Nadelen

> ⚠ Je moet alle bonnen scannen

Conclusie

De app werkt zoals Quick Receipt alleen voelt het gebruiksvriendelijker. Het is overzichtelijk door de rij met uitgaven en je kunt bonnen sneller maken en terugvinden. Ook deze app is meer bedoeld voor zzp'ers en dit komt dus vaker voor in de App Store. Dit kan ook een interessant inzicht zijn aangezien ik mij op de consument richt in plaats van zzp'ers.

4: Klippa voor het bewaren van bonnen en facturen

13:34 24%

Scan en herken

Met Klippa kan je eenvouding bonnen en facturen scannen zodat je ze daarna weg kan gooien.

Swipe voor meer informatie >

Onboarding

13:35
24%
klippa
Zoek op beschrijving of tags

Je account bevat op dit moment geen bonnen. Je kan bonnen toevoegen met het plusje in de hoek linksonder of door een foto te maken.

Overzichtscherm zonder bon

Omschrijving
Bijvoorbeeld: product + merk / kleur

Map
Kies een map

Tags
Kies of maak tags

Relatie
Kies een relatie...

Datum
4 nov. 2022

Bedrag
€ Voer bedrag in Euro (€ - E...

Opslaan

Bon toevoegen

13:36 22%

klippa

Omschrijving
Tshirt

Map
Kleding

Tags
Koopjes

Relatie
ABN Amro

Datum
4 nov. 2022

Bedrag
€ 33.15 Euro (€ - E...

Gegevens invullen en categoriseren

Opgeslagen bon bij het overzicht

Tshirt
€ 33.15
4 nov. 2022 ~ ABN Amro
Bon / factuur toevoegen
Importeer document(en)
Importeer foto('s) van gallerij
Bon zonder bijlagen
ANNULEREN
Maak foto

Klippa is een gratis app om bonnen en facturen op te slaan. Je kunt een snapshot maken van de bon en veilig opslaan en categoriseren. Je kunt er gemakkelijk bij komen en het werkt voor verschillende devices. Het is een makkelijke app.

Voordelen

- De app werkt kort en bondig voor consumenten en je hebt meerdere opties voor bonnen en facturen maken op een veilige manier

- Je kunt de betaalbewijzen categoriseren in mappen en tags/winkels bij toevoegen om het makkelijk te herkennen, je kunt het ook eenvoudig zoeken op het overzichtsscherm

Nadelen

- Je moet de bonnen scannen met een snapshot, het is wel bondiger dan de andere apps

Conclusie

Mijn ervaring met Klippa als consument is positief, het is geen niche voor zzp'ers en ik kan mijn bonnen met toegewezen winkels en tags toevoegen. Het is bondig en efficiënt maar nogsteeds moet ik bonnen inscannen waar ik geen tijd voor heb dus zou ik de app niet gebruiken. Maar de interface en voor wat het moet doen vindt ik het een goed voorbeeld, het is veilig in de cloud, gecategoriseerd en ik hoef niet veel in te vullen.

5: MijnKassabon om klantenkaarten en kassabonnen op te slaan

Alle klantenkaarten én kassabonnen bij de hand! Het is handig als je je garantiebewijs veilig wilt bewaren. En zij verwerken uitgaven in een slimme budget tool. Het is digitaal te gebruiken door middel van een barcode scan.

13:41
18%
MIJNKASSABON
SD Kaart toegang nodig
MijnKassabon heeft toegang tot je sd kaart nodig om data zoals foto's te kunnen opslaan
ANNULEREN
TOESTAAN
Je hebt nog geen klantenkaart toegevoegd

Toestemming geven in de app

Overzichtsscherm

Foto's kassabon (1)

Kassabon succesvol vastgelegd.

Onze slimme functie is zichzelf constant aan het verbeteren. In sommige gevallen wil het niet lukken om een kassabon correct te lezen, in dat geval kun je het bedrag handmatig invoeren. Zitten we wel goed, selecteer dan het juiste bedrag.

Handmatig invoeren?

€ 17,98 **€ 2,17**

Aankoopdatum 04 november 2022

Soort uitgave Nvt

Kassabon succesvol opgesslagen

Kassabon informatie invullen

Toestemming voor mijn locatie

Albert Heijn
1 kassabon

Overzichtsscherm met een bon van de Albert heijn

Voordelen

- Je kunt de bonnen bijhouden door een winkel te kiezen uit een lijst

- Je kunt je budget slim bijhouden door te zien wat je uitgaven zijn

Nadelen

- Ik moest een hoop toestemming geven om de app te kunnen gebruiken wat heel frustrerend is

- Ik moest alle bonnen scannen en toewijzen aan een winkel

Conclusie

Naar mijn ervaring is de app goed voor de consument, aangezien zij hebben gekeken naar een slimme budget tool. Je kunt je bonnen daarnaast goed in winkels categoriseren. Nogsteeds moet ik moeite doen om snapshots te maken van de bonnen en kreeg ik een hoop meldingen waar toestemming werd gevraagd. De twee functies van de app zijn handig en je ziet dat categoriseren vaak een behoefte is. In het kort is veiligheid, categoriseren, eenvoud (en voor mijn Proof of Concept) automatiseren erg belangrijk.

Tweede benchmark onderzoek: ik wou na het eerste onderzoek toch goed kijken naar de onboarding van de concurrentie. Dit is de doorslag of gebruikers gebruik willen maken van de app. Bijvoorbeeld door hoe snel, duidelijk en veilig gebruikers de app voor het eerst aanvoelen. Dit zijn de meest belangrijke criteria die ik later in mijn app implementeer. **Waarom?** Ik maak gebruik van 4 cijfers van een IBAN, ik wil een keuze maken in wanneer ik dit inzet, en hoe volledig een IBAN moet zijn om de garantiebewijzen van de winkel naar de app te sturen. Ik gebruik de best practises door context de geven, en stapsgewijze uitleg. Dit staat ook in de conclusie.

Benchmark 2.0 Onboarding

Tikkie inloggen met telefoon en IBAN:

13:43
47%
TIKKIE
Tikkie heeft Gebruikersvoorwaarden en

Privacyverklaring. Als je tikt op 'Akkoord', ga je akkoord met de Gebruikersvoorwaarden.
Akkoord
Inloggen voor Zakelijk

Onboarding

13:43
47%
1/5
Wat is je mobiele nummer?
06 37410000
We sturen je een verificatiecode via sms. Daarmee kun je bevestigen dat jij het echt bent.

Telefoonnummer gebruiken met uitleg

Vul de code in die is gestuurd naar 0637410000.

2715

☝️ Het kan even duren totdat je de sms ontvangt.

Verstuur sms opnieuw over 18 sec

Telefoon verificatiecode wordt automatisch ingevuld, je blijft binnen de app

13:46 45%

3/5

Op welke IBAN wil je terugbetaald worden?

NL 01 BANK 0123 4567 89

💰 Je IBAN wordt alleen gedeeld met vrienden die jou terug moeten betalen.

Vul je IBAN rekening in om de app te gebruiken

👀 Je voornaam is zichtbaar voor iedereen aan wie jij een betaalverzoekje stuurt.

Jeffrey1997 | Jeffrey.van.kampen | Jeffrey.vankampen

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

q w e r t y u i o p

a s d f g h j k l

z x c v b n m

!#1 , Nederlands .

Naam invullen, persoonlijker

13:47 45%

TIKKIE

Koekie van Tikkie? 🍪

Tikkie gebruikt cookies en vergelijkbare technieken om Tikkie persoonlijker en gebruiksvriendelijker te maken.

Meer informatie

Ga je akkoord met het plaatsen van advertentie- en social media-cookies? Bij niet akkoord plaatsen we slechts functionele en analytische cookies.

Cookies accepteren voor de juiste gebruikerservaring

Inloggen voor zakelijk, best handig voor zakelijke administratie

Quick Receipt gebruiken als gast, inloggen met e-mail en rol aangeven

13:48 44%

Profile

M

Mijn zaak

You should sign up for more added features

Sign Up

Sign In

Services

Business details

Your receipts

Your invoices

Payment

Bank account details

Quick receipt

Hier ben ik nog niet ingelogd

13:49 44%

Login to Quick receipt

Welcome back! Sign in to continue

Country

+31

Phone number

0637410000

Password

●●●●●●●●●●

Forgot password?

Continue

Login with email instead

New user? Create account

Als je op Sign In hebt gedrukt kun je met telefoon en wachtwoord inloggen

13:49 43%

What type of account do you want to create?

Choose the type of account you want to sign up with on QuickReceipt.

As a Business Owner

This allows you create reciepts and invoices for any product or service you own.

As a customer (Coming Soon)

This allows you keep track of the invoices and receipts sent to you from a business owner.

Continue

Account selectie, net zoals Tikkie aangeven wat jouw rol is.

13:49 43%

Let's get you started

Kindly enter your details to get started.

Business Name*

Email Address*

Country

🇳🇬 +234

Phone number*

Registreren

Tellow inloggen met e-mailgegevens en code

14:08 40%

Tellow

Bonnen scannen en nooit meer bewaren in je schoenendoos

Registreer

Log in

Onboarding

Welkom terug

Fijn dat je er bent! Vul je e-mailadres in om in te loggen via een eenmalige inloglink.

E-mailadres

E-mailadres

Log in

E-mail invullen om in te loggen

14:08 40%

Check je e-mail

Er is een e-mail met een eenmalige inloglink naar je verzonden!

vankampenjeffrey@gmail.com

E-mail openen

Inloggen met woordcode

Openen

14:09 40%

Inloggen met woordcode

Voer de in Eenmalige woordcode
naar jouw e-mail gestuurd: vankampenjeffrey@gmail.com

fellow-

Bevestigen

Code invoeren uit je mail

14:09 40%

Voornaam

Voornaam

Achternaam

Achternaam

E-mailadres

E-mailadres

Mobiel nummer (Optioneel)

Mobiel nummer

Bedrijfsvormen

Eenmanszaak | BV

Registreer

Bij registreren ga je akkoord met onze voorwaarden en privacyverklaring

Anders Registreren

Klippa inloggen met socials of account aanmaken met een e-mail

14:10 39%

Veiligheid in de cloud

Alle gescande documenten worden opgeslagen in de cloud zodat ze beschikbaar zijn op elk apparaat.

Aan de slag

Onboarding

14:10 39%

Begin met Klippa en verlies nooit meer een bon of factuur. Door Klippa te gebruiken ga je automatisch akkoord met de algemene voorwaarden en onze

privacy statement.

Log in met Facebook

Log in met Google

of

Account aanmaken

Inloggen

Inloggen met social media of normaal inloggen

14:10 38%

Een account kiezen

om door te gaan naar Klippa

Jeffrey van Kampen
vankampenjeffrey@gmail.com

jeffrey van kampen
jeffrey.vankampen@talpanetwork.com

Jeff Smite
smitepartnerships@gmail.com

Jager
jagerpartnerships@gmail.com

Relic
antagonrs@gmail.com

jager
osrsgain@gmail.com

v v
jeffreyfied@gmail.com

Nog een account toevoegen

Als je wilt doorgaan, moet Google je naam, e-mailadres en profielfoto met Klippa delen.

Kies een account om door te gaan

MijnKassabon gebruiken als gast en inloggen met Google

14:12
37%
MIJNKASSABON
SD Kaart toegang nodig
MijnKassabon heeft toegang tot je sd kaart nodig om data zoals foto's te kunnen opslaan
ANNULEREN
TOESTAAN

Overzicht als je de app opent

Melding om voorkeur aan te geven

MIJN KASSABON

Versie: 3.4.2 - (190011)

Gebruiker

Inloggen met Google

Beveiliging

Wachtwoord instellen

Vingerafdruk herkenning

Instellingen

GPS locatie gebruiken

Hiermee kunnen wij u bijvoorbeeld attenderen om uw klantenkaart te gebruiken in de buurt van de betreffende winkel.

Inloggen bij de instellingen

Je bent niet ingelogd.

We raden je aan om met je Google account in te loggen om er zeker van te zijn dat je geen data verliest.

Inloggen via google of op de oude manier met e-mail

- Tikkie vraagt direct om IBAN die nodig is om de app te gebruiken
- Ik denk dat ik mij vooral richt op de consument en dat jouw rol aangeven ingewikkeld wordt
- Een onboarding met uitleg vind ik nuttig om de app te verkennen.
- Ik denk dat een type kaart gelijk toevoegen veel gebruikers afschrikt en dit daarom in het ovezicht verwerk.
  + Misschien doe ik het zoals Tikkie om de mogelijkheid te geven door in te loggen met info op jouw bankkaart, omdat dit inloggen kan uitsluiten (dat is inloggen en kaart toevoegen in één
- Ik denk dat een optie 'Aanmelden voor winkels' in de instellingen goed is voor meer samenwerkingen
- Ik vind opties zoals Log in met Google of Facebook prettig en daaronder Inloggen/Meld je gratis aan

Benchmark 3.0 Nieuwe app

WieBetaaltWat - om kosten te splitsen

15:10 25%

WieBetaaltWat

E-mailadres

Wachtwoord

Inloggen

Wachtwoord vergeten?

Nog geen account?

SLA OVER

Ontvang je geld terug met WieBetaaltWat

Activeer een betaalmethode

Verreken een lijst

Ontvang je geld!

Voeg bankrekening toe

Voeg een bankrekening toe zoals Tikkie zonder dat j e dit later hoeft te doen

15:11 24%

Bankrekening

Voeg nieuwe bankrekening toe

Om te verifiëren of je bankrekening echt van jou is, vragen we je eenmalig een € 0,25 iDEAL betaling te doen.

Jouw bankrekeningen

15:11 24%

Kies je bank

ABN Amro

ASN Bank

Bunq

ING

Knab

Moneyou

Rabobank

RegioBank

Revolut

Kies je bank

15:11 24%

Mijn lijsten

Maak een lijst aan om je gezamenlijke uitgaven bij te houden met een groep vrienden.

Overzichtsscherm met uitgaven voor vrienden

Lijst toevoegen via '+' met naam

Horeca

Valuta €

Op de lijst klikken via het overzicht

Uitgave toevoegen
Klaar
door jeffrey
JV
2022-11-08
€ 0
Beschrijving
Iedereen 1x
Reset
jeffrey
0x
0

Uitgave en personen met de hoeveelheid

Hoeveelheid per persoon turven

Met de app kun je uitgaven verdelen een verrekenen. Je kunt eenvoudig lijsten aanmaken een vrienden uitnodigen. Het werkt goed om uitgaven in bij te houden als consument. Het is een laagdrempelige app.

Voordelen

- De optie om een rekening toe te voegen vindt ik handig als ik het kan vertrouwen

- De functie van de app om kosten te splitsen is handig, ook bijvoorbeeld als je nog ergens bent en dit wil splitsen. Het is snel en intuïtief

Nadelen

> De onboarding weerhoudt mij om de app te gebruiken door e-mail en wachtwoord in te voeren

> Ik twijfel om een bankrekening direct te koppelen, maar dat moet om verder te gaan net zoals Tikkie. De rest zoals het delen en toevoegen is heel eenvoudig

Conclusie

Ik hou rekening met de optie om gelijk betaalgegevens toe te voegen zodat je dit alvast hebt gedaan als je app gelijk wilt kunnen gebruiken. Ook vindt ik de app laagdrempelig wat positief is nadat ik met een e-mail moest inloggen. Het is live en intuïtief en dat vindt ik belangrijk voor mijn app, je moet snel bij je uitgaven kunnen, en het moet logisch werken. Ik vind deze app een goed voorbeeld, naast de login.

Uiteindelijk lijkt mij een directe bankpas aanmelding ook realistisch, dan ben je daarna gereed om overal bonnen te bewaren. Je moet de bon eenvoudig kunnen zien, daarom zijn deze weergaven interessant om te gebruiken. Net zoals hoe je dit kunt gebruiken, het moet geordend, structureel, snel en veilig werken.

Interviews

Interviews met de doelgroep en bij mijn belanghebbende

Wat neem ik mee

- De doelgroep heeft een slechte of normale ervaring met kassabonnen
- De meerderheid vindt in ieder geval dat kassabonnen verbeterd kunnen worden
- De geïnterviewde die kassabonnen onbelangrijk vinden, willen tenminste de verbetering voor het milieu
- De doelgroep is soms niet bewust dat zij kassabonnen bij zich hebben
- De doelgroep weet nog niet of ze een kassabon nodig hebben, dus dit geeft aan dat dit hun zekerheid geeft
- Veel geven gelijk als antwoord hoe supermarkten veel kassabonnen verspillen
- De doelgroep zou kassabonnen meer willen organiseren maar niet de moeite willen doen

Ik wil de doelen en pijnpunten van de doelgroep begrijpen. Daarom gebruik ik onderzoeksvragen die antwoord geven op het probleem. Hiermee krijg ik antwoorden op de vragen wat gebruikers met hun kassabonnen doen. Dit vul ik aan met observationele bevindingen (wat gebruikers zeggen en doen kan verschillend zijn).

Als eerste ben ik begonnen om mijn interview vragen te stellen met studenten (ux'ers) en daarna op straat. Dit doe ik zodat ik mijn vragen kan testen en daarna gesprekken kan houden met de doelgroep. Dit is een goede test om te weten of de vragen duidelijk zijn, en om verschillende bevindingen te horen. Op straat spreek ik willekeurige consumenten bij de winkels in het centrum. De studenten geven uitgebreid antwoord terwijl mensen op straat korte antwoorden geven.

Beluister de interviews in de link:
https://drive.google.com/drive/folders/1L6HS4Suq0BkBSlUlMKhv7tquMnKn4ifX?usp=share_link

1. Wat is jouw ervaring met bonnen bewaren?

2. Wanneer bewaar je kassabonnen? Welke branches, producten of bedragen.

3. Wanneer vertrouw je een winkel met jouw gegevens?

4. Ben je wel eens tegen problemen met kassabonnen aangelopen?

5. Wat zou jij het meest belangrijk vinden om kassabonnen te verbeteren?

6. Hoeveel bonnen heb jij bij je?

Interview met Stijn: (CMD'er):
Kernwoord over bonnen: **Onnodig**

Interview met Fadime (ZZP'er/Built Environment student):
Kernwoord over bonnen: **Irritant**

Interview met Tessa en Yip: (CMD'ers):
Kernwoord over bonnen: Tessa: **Verspilling** Yip: **vind het wel prima na een aankoop**

Interview met Evin (Minor UX from Germany):
Kernwoord over bonnen: **Unorganising**

Interview met Lawrence (CMD'er):
Kernwoord over bonnen: **Zekerheid, verspilling**

Interview met Stijn: (4 kassabonnen)

1. Wat is jouw ervaring met bonnen?
   Ik gebruik ze zelf niet heel veel, maar ik neem ze wel aan.

2. Wanneer bewaar je bonnen? Welke branches en bedragen.
Meestal als het iets duurder is, van kleding bijvoorbeeld.

3. Waardoor vertrouw je een winkel?
Ik wil liever geen spam ontvangen, en meestal zie ik het wel door de naam.

4. Ben je wel eens tegen problemen met bonnen aangelopen?
Ik ga meestal mee met mijn vriendin om kleding te kopen, soms vergeten wij het aan te nemen.

5. Zou jij behoefte hebben aan een verbetering met bonnen?
Ik zou het zelf niet veel gebruiken, ik bestel ook vaak online.

6. Zou je jouw bonnen erbij willen pakken om te zien hoeveel en waar je het bewaart?

Ik heb er een paar een bij me, en ik wist niet dat ik hem had. Het was van de Spar en kleding. De bon lag diep in zijn tas, eerst stopt hij het in zijn zak of gooit hij het weg

Interview met Fadime: (0 kassabonnen)

1. Wat is jouw ervaring met bonnen?
   Ik vind het wel handig voor mijn administratie, want als zzp'er raak ik het vaak kwijt

2. Wanneer bewaar je bonnen? Welke branches, of bedragen.
Meestal voor mijn administratie, als ik iets moet declareren of gewoon voor de zekerheid. Bijvoorbeeld voor mijn boodschappen en elektronica omdat ik dat wil bijhouden.

3. Waardoor vertrouw je een winkel?
Ik kijk online naar de reviews, en de winkel vertrouw ik meestal door waar het is en hoe het er uit ziet.

4. Ben je wel eens tegen problemen met bonnen aangelopen?
Ja ik raak het soms kwijt maar dat is dan niet voor iets heel belangrijk, soms voor dure spullen.

5. Zou jij behoefte hebben aan een verbetering met bonnen?
Ja absoluut, dat zou ik wel handig vinden.

6. Zou je jouw bonnen erbij willen pakken om te zien hoeveel en waar je het bewaart?
Ik heb nu geen bonnen bij me. Normaal bewaar ik het in een handtas.

Interview met Tessa en Yip: (9 bonnen)

1. Wat is jullie ervaring met bonnen?
   Ik raak het vaak kwijt en ik gooi het weg. Ik heb ook moeite om het te bewaren.

2. Wanneer bewaar je bonnen? Welke branches, of bedragen.
Meestal neem ik het aan en doe ik er niets mee. Maar als ik het bewaar is het voor dure aankopen

3. Waardoor vertrouw je een winkel?
Wij vertrouwen het meestal door de naamsbekendheid en als ik er iets eerder heb gekocht.

4. Ben je wel eens tegen problemen met bonnen aangelopen?
Wij hebben wel eens dat we iets hebben gekocht en niet terug kunnen brengen, of dat je in de supermarkt niet door de poort kunt zonder bon.

5. Zou jij behoefte hebben aan een verbetering met bonnen?
Ja dat lijkt ons wel handig, maar alleen als het automatisch is, je moet ook rekening houden met mensen die veilig en prive zouden willen blijven.

6. Zou je jouw bonnen erbij willen pakken om te zien hoeveel en waar je het bewaart?

Tessa had een hoop bonnen bij zich, ook van de vakantie en tijdens het shoppen Zara en Albert Heijn. Yip had maar een bon van de Hema. Ik kan stellen dat consumenten hun belangrijke bonnen thuis bewaren, maar ook daar raken zij het kwijt. Het lag bij hun beide in hun tas omdat ze het waren vergeten.

Interview met Evin: (3 bonnen)

1. Wat is jouw ervaring met bonnen?
   I don't keep alot of receipts, sometimes it's inconvenient but it is fast.

2. Wanneer bewaar je bonnen? Welke branches, of bedragen.
I usually don't keep receipts but for expensive things like electronics

3. Waardoor vertrouw je een winkel?
I'm very hesitant online and in stores not to give my e-mail. *And with your concept I would also check what the risks are because people are quick not to trust it.

4. Ben je wel eens tegen problemen met bonnen aangelopen?
I sometimes forgot to accept it or to save it. Usually I try to get rid of it.

5. Zou jij behoefte hebben aan een verbetering met bonnen?
Yes I think so. But it depends on how you do it and for who.

6. Zou je jouw bonnen erbij willen pakken om te zien hoeveel en waar je het bewaart?
I have a receipt for electronics with me, some clothes and a few groceries. From Action, Albert Heijn and Media Markt. I usually save it in my pocket.

Interview met Lawrence: (2 bonnen)

1. Wat is jouw ervaring met bonnen?
   Ik heb er niet veel, maar ik vind het wel handig voor garantie.

2. Wanneer bewaar je bonnen? Welke branches, of bedragen.
Ik bewaar het meestal voor iets duurs, of waar ik het niet zeker van weet. Niet van de supermarkt omdat dat heel klein is.

3. Waardoor vertrouw je een winkel?
De afzender, naam en of ik daar ooit iets heb gekocht. Online vind ik de stappen invullen om in te loggen vervelend, daarom koop ik ook fysiek.

4. Ben je wel eens tegen problemen met bonnen aangelopen?
Ik raak ze kwijt

5. Zou jij behoefte hebben aan een verbetering met bonnen?
Ja klopt, en online ben ik ook voorzichtig met mijn gegevens, bijvoorbeeld in een webshop waar je alle stappen moet invullen.

6. Zou je jouw bonnen erbij willen pakken om te zien hoeveel en waar je het bewaart?
Ik dacht dat ik één bon bij me had. Meestal bewaar ik dat in mijn zakken.

Straatinterviews met de de doelgroep in Amsterdam:

Persoon 1: (4 bonnen)

1. Wat is jouw ervaring met bonnen, en hoe bewaart u dit? Het ligt eraan wat ik koop, maar ik raak het wel af en toe kwijt. Ik bewaar het meestal in mijn zak.

2. Wanneer bewaar je bonnen? Welke branches, of bedragen. Ik bewaar bonnen vaak als ik meerdere dingen koop, bijvoorbeeld kleding en elektronische spullen. Dan kan ik het altijd terugbrengen.

3. Ben je wel eens tegen problemen met bonnen aangelopen? Ja soms had ik de bon niet als ik iets ruil, of moet ik het zoeken.

4. In een kernwoord, wat vind je van bonnen? **Vervelend, betrouwbaar**

5. Hoe zou u het vinden om bonnen in een app te bewaren? Het ligt eraan hoeveel moeite. Als ik het allemaal moet scannen dan niet.

Persoon 2: (1 bon)

1. Wat is uw ervaring met bonnen, en hoe bewaart u dit? Opzich goed, ik gebruik het niet zo vaak. Meestal echt voor iets duurs dan doe ik het in mijn portemonnee.

2. Wanneer bewaar je bonnen? Welke branches, of bedragen? Als het duur is, meestal voor elektronica en als ik het belangrijk vindt voor het gebruiken.

3. Bent u wel eens tegen problemen met bonnen aangelopen? Ja soms kan ik de bon niet vinden, meestal omdat ik het liever aanneem en dan nodig heb.

4. In een kernwoord, wat vindt u van bonnen? **Langdradig**

5. Hoe zou u het vinden om bonnen in een app te bewaren? Handig omdat dat wat tijd scheelt.

Persoon 3: (5 bonnen)

1. Wat is uw ervaring met bonnen, en hoe bewaart u dit? Normaal, als ik het nodig heb moet ik het goed bewaren maar ik vind het niet storend. Meestal mijn portemonnee.

2. Wanneer bewaart u bonnen? Welke branches, of bedragen. Meestal bij dure aankopen, vaak van electronica en soms mijn boodschappen omdat ik voor meer koop.

3. Bent u wel eens tegen problemen met bonnen aangelopen? Ik heb meestal mijn bon gebruikt voor garantie maar ik raak het regelmatig kwijt als ik het wil terugbrengen.

4. In een kernwoord, wat vindt u van bonnen? **Verspilling, normaal**

5. Hoe zou u het vinden om bonnen in een app te bewaren? Ik begrijp wel het voordeel daarvan, ik denk als ik meer koop dat ik dat wel zou gebruiken. Omdat het makkelijk is.

Persoon 4: (2 bonnen)

1. Wat is uw ervaring met bonnen, en hoe bewaart u dit? Het verschilt maar ik vindt ze irritant. Soms wel handig. Ik bewaar ze altijd in mijn tas of jaszak. Als ik thuis ben leg ik het op tafel.

2. Wanneer bewaart u bonnen? Welke branches, of bedragen. Ik bewaar bonnen als ik iets duur vindt, vaak voor kleding.

3. Bent u wel eens tegen problemen met bonnen aangelopen? Ik ben mijn bonnen wel eens kwijtgeraakt, ik gooi ze liever weg.

4. In een kernwoord, wat vindt u van bonnen? Ik vind het **vervelend**.

5. Hoe zou u het vinden om bonnen in een app te bewaren? Ik gebruik niet veel apps, wel mijn mobiele bank app, en dit zou ik ook prettig vinden. Misschien kun je het combineren.

Persoon 5: (6 bonnen)

1. Wat is uw ervaring met bonnen, en hoe bewaart u dit? Tot nu toe weinig problemen mee gehad, ik raak het wel kwijt maar goed.

2. Wanneer bewaart u bonnen? Welke branches, of bedragen. Ik bewaar bonnen voor mijn garantie en als ik wil nadenken over het product of uitprobeer.

3. Bent u wel eens tegen problemen met bonnen aangelopen? Meestal de kleine koopjes, daar bewaar je de bon niet voor.

4. In een kernwoord, wat vindt u van bonnen? **Ongemakkelijk**

5. Hoe zou u het vinden om bonnen in een app te bewaren? Ik zou dat heel makkelijk vinden, als je bedoelt dat het ook snel werkt dan wel.

Persoon 6: (3 bonnen)

1. Wat is uw ervaring met bonnen, en hoe bewaart u dit? Ik wil ze liever niet, ik probeer er vanaf te komen maar ik moet ze toch soms bewaren.

2. Wanneer bewaart u bonnen? Welke branches, of bedragen. Ik bewaar het voor wanneer ik twijfel over een product, of ik krijg het vaak mee

3. Bent u wel eens tegen problemen met bonnen aangelopen? Nee niet echt

4. In een kernwoord, wat vindt u van bonnen? **Verbruik, zekerheid**

5. Hoe zou u het vinden om bonnen in een app te bewaren? Ik zou dat wel graag willen, maar niet als het moeilijk is of lang duurt.

Interviews met klanten van Coolblue:

Persoon 1: (5 bonnen)

1. Wat is uw ervaring met bonnen, en hoe bewaart u dit? Liever niet, maar bij deze winkel vragen ze of je het digitaal wilt. Ik wil liever snel door, dus prop ik het in mijn zak.

2. Wanneer bewaart u bonnen? Welke branches, of bedragen. Ik bewaar het voor dit soort aankopen wel ja (leek op een headset). Dit is toch wel prijzig. Maar soms raak ik bonnen kwijt.

3. Bent u wel eens tegen problemen met bonnen aangelopen? Bij kleine boodschappen wel maar als het voor garantie is vind ik het toch wel goed om te hebben.

4. In een kernwoord, wat vindt u van bonnen? **Belangrijk**

5. Hoe zou u het vinden om bonnen in een app te bewaren? Dat weet ik niet, dit is wel goed zo.

Persoon 2: (1 bonnen)

1. Wat is uw ervaring met bonnen, en hoe bewaart u dit? Normaal, ik vind ze soms belangrijk maar meestal denk ik er niet over na.

2. Wanneer bewaart u bonnen? Welke branches, of bedragen. Meestal in mijn zak, en in mijn portemonnee als het iets duurder is, dit zit nog in de Coolblue tas.

3. Bent u wel eens tegen problemen met bonnen aangelopen? Nee

4. In een kernwoord, wat vindt u van bonnen? **Moeizaam, nuttig**

5. Hoe zou u het vinden om bonnen in een app te bewaren? Dat zou wel fijn zijn zoals je zegt, digitaal en direct. Dan kan ik altijd een keuze maken als ik klaar ben.

Persoon 3: (2 bonnen)

1. Wat is uw ervaring met bonnen, en hoe bewaart u dit? Poe, ik vind ze soms wel handig, maar ik neem ze niet vaak aan. Ik bewaar het in mijn zak, maar niet digitaal.

2. Wanneer bewaart u bonnen? Welke branches, of bedragen. Ik bewaar het voor elektronica, als ik het veel gebruik voor garantie. Of als ik twijfel.

3. Bent u wel eens tegen problemen met bonnen aangelopen? Als ik iets terugbreng dan kan ik het niet vinden.

4. In een kernwoord, wat vindt u van bonnen? **Voor de zekerheid**

5. Hoe zou u het vinden om bonnen in een app te bewaren? Ik denk dat ik daaraan zou moeten wennen, maar het is wel verspilling zoals nu. Misschien is een app makkelijker.

Expert Interviews

Interviews met de stakeholders winkeliers

Wat neem ik mee

- De bank heeft geen inzicht op productgegevens van de aankoop
- Een samenwerking met de bank is lastig omdat mijn concept nog in de testfase zit, dit gaat makkelijker om eerst voor een winkel te testen
- Het is goed om te weten dat banken opzoek zijn naar duurzame ideeën
- Een belanghebbende zoals Coolblue is geschikt omdat zij servicegericht zijn en mee willen denken aan een milieuoplossing
- Ik kan in de toekomst nadenken om een voorstel te maken aan de bank als de testresultaten positief zijn
- Mijn belanghebbende is Coolblue geworden om voor te testen
- Mijn doelgroep blijft de consument omdat iedereen een belang heeft in dit product

Aanpassingen

- Probeer meerdere winkels te overtuigen
- Misschien kun je iemand van ING/ABN Ambro interviewen naast een UX'er
- Bedenk waarom winkels deze stap met digitale kassabonnen nog niet hebben gemaakt
- Doe onderzoek naar wat winkels gebruiken
- Kassasysteem

Vragen

1: Wat kan een uitdaging zijn voor mijn product?
2: Wat is het risico om met banken samen te werken?
3: Waar zijn banken momenteel mee bezig waar ik over na kan denken?
4: Welke informatie kan ik gebruiken?
5: Wat zijn de mogelijkheden voor concept?

Iris van der Looij (Expert Interview met een UX Designer voor ABN Ambro):

1: Wat kan een uitdaging zijn voor mijn product? "Probeer te kijken naar wat al bestaat, focus je op de consument. Totdat je een business case kunt bedenken voor banken. De uitdaging blijkt uit hoe de app straks gaat werken. Denk in de toekomst ook na over consumenten die contant geld gebruiken, wat gebeurt er voor hen?".

2: Wat is het risico om met banken samen te werken? "Het is een risico om direct banken te betrekken omdat het idee als intellectueel eigendom wordt gezien. Daarnaast zijn er samenwerkingen met apps zoals Tikkie van ABN Ambro waar je naar kunt kijken en wat al bestaat. Het risico is ook wat tijd, om onderzoek te doen naar banken terwijl je je af kunt afvragen of dat nodig is en in plaats daarvan kunt kijken naar de consument".

3: Waar zijn banken momenteel mee bezig waar ik over na kan denken? "Bij ABN Ambro is het plan om de komende 5 jaar na te denken over nieuwe oplossingen. Oplossingen die gericht zijn op duurzaamheid en het milieu".

4: Welke informatie van bonnen hebben jullie en kan ik gebruiken? Je kunt kijken naar onze apps van ABN Ambro zoals Tikkie, Grip, Dyke. Wat daarnaast belangrijk is om na te denken over integratie en of het een losstaande app is wordt." Zelf gaf ik aan dat ik niet veel gegevens hoef te gebruiken, om toestemming en privacy risico's te voorkomen.

5: Wat zijn de mogelijkheden voor mijn concept? "Het is mogelijk om een business case te maken. Kijken naar hoe het zich uit als ecologische oplossing. En hoe de UX van de app werkt. Probeer vooral de consument te interviewen en het te testen op straat, en om dichtbij de gebruiker te staan".

Conclusie: ik denk dat de samenwerking met een bank erg moeilijk ligt. Aangezien ik a. niet nauw genoeg kan samenwerken met banken b. het product kan als intellectueel eigendom worden gezien, of gevoelig c. banken hebben überhaupt geen toezicht op productgegevens (zie bijlage).

Iris van der Looij, UX Designer voor Informaat/ABN Ambro

Dit is een gesprek met een medewerker van ING

Expert Interview KPN Sales medewerker:

> ⚠ Waarom KPN? Ik denk dat KPN mij meer kan vertellen over hun service, maar het is geen keuze die uiteindelijk bij mijn concept past. Het is vooral om te interviewen en kijken of zij een belang hebben.

Gebruiken jullie veel bonnen, en hoeveel op een dag? "Wij zijn sinds toen overgestapt naar digitale facturen en mailing voor onze klanten. Het gebeurt nog wel eens dat wij bonnen printen maar een paar jaar geleden was dat veel meer."

Wat doen jullie om de ervaring van de klanten te verbeteren? "Wat ik net aangaf is dat wij ook een digitale service verlenen en klanten updaten via de mail."

Wat doen jullie en uw klanten met bonnen? "Klanten voorheen kregen de bon mee, dit namen ze meestal aan maar als zij een abonnement afsloten was dat niet nodig"

Expert Interview Amac medewerker:

> Waarom Amac? Ik denk dat veel mensen hier komen voor service met hun apple producten, het probleem speelt hier niet, want zij geven niet niet veel bonnen aan hun klanten en veel om garantie. Het was toch goed om hier te kijken voor andere inzichten.

Gebruiken jullie veel bonnen, en hoeveel op een dag? "De klanten komen hier meestal verhaal doen en stellen vragen aan ons. Dit soort producten worden vaak even uitgeprobeerd, daardoor hebben mensen een gevoel dat ze het product echt willen, en de bon alleen willen voor hun garantie, wij geven niet zoveel bonnen".

Wat doen jullie om de ervaring van de klanten te verbeteren? "Wij zijn servicegericht, dus om echt de klant te overtuigen van onze producten maar doen niet zoveel met online verbeteringen naast de Apple Support en winkelervaring".

Wat doen jullie en uw klanten met bonnen? "Klanten voorheen kregen de bon mee, dit namen ze meestal aan maar als zij een abonnement afsloten was dat niet nodig"

Expert Interview Manager Media Markt:

> Waarom Media Markt? Media Markt is de winkel waar ik op doel. Dit is een belangrijke speler voor, het probleem, en de behoeften van de klant. Ik weet nu ongeveer wat beiden stakeholders willen door mijn Desk Research. De hoeveelheid bonnen die worden uitgedeeld EN gebruikt worden voor te ruilen en garantie is hier erg groot. Het probleem werd bevestigd maar ik merk wel dat service richting de klant steeds belangrijker is geworden.

Gebruiken jullie veel bonnen, en hoeveel op een dag? "Het ligt eraan waar wij die dag voor verkopen, wij hebben actiedagen die veel meetellen. Maar per dag zijn het er wel hoop ja".

Wat doen jullie om de ervaring van de klanten te verbeteren? "Wij proberen te luisteren naar klanten als zij iets terugbrengen en geven service voor het product, verzekeringen en betalen per maand. En voor bonnen is het toch vaak automatisch printen. MAAR vooraf vragen wij om een Club kaart die wij scannen en de bon op komt te staan".

Wat doen jullie en uw klanten met bonnen? "Meestal laten de klanten het toch in de tas liggen die wij meegeven. En als zij de Club kaart willen gebruiken dat staat het natuurlijk digitaal".

PHILIPS
MediaMarkt
SAMSUNG
The Frame
TV when it's on.
Art when it's off.
WK DEALS
349,-

Koen Damen, Floormanager bij Coolblue

Expert Interview Coolblue Floormanager Koen Damen:

> Waarom Coolblue? Dit is de winkel waar ik goed voor kan testen. Ik heb twee medewerkers kunnen spreken en zij geven aan dat de service, gastvrijheid en duurzaamheid die Coolblue voorop staat. Daarom was de manager voorstander van mijn idee om kassabonnen digitaal te maken omdat gebruiksgemak en het milieu belangrijk is.

Gebruiken jullie veel bonnen, en hoeveel op een dag? "Coolblue regelt bonnen vooral via de app en e-mail. Als klanten lid zijn en een account hebben dan wordt dit allemaal digitaal geregeld, dit is allemaal deel van een duurzaam beleid. MAAR in het geval dat klanten geen lid zijn, of wel is de bon toch het snelste, anoniem en printen wij dit vaak automatisch. Wij doelen natuurlijk op de bon te mailen naar leden. We geven veel bonnen maar dus minder omdat wij het digitaal aanbieden".

Wat doen jullie om de ervaring van de klanten te verbeteren? "Coolblue leden een dienst verlenen en onze service in de winkel" Ik merkte dat zelf gelijk al toen ik binnenstapte, het ontvangst en de digitale ondersteuning voelde hier modern (zie bijlage). Ik kan mij daarom voorstellen dat het concept ook fijn kan werken in de filialen en in de branche. Je kunt op de tablet aangeven waarvoor je komt".

Wat doen jullie en uw klanten met bonnen? "Meestal nemen zij dit digitaal aan of dus fysiek, in dat soort gevallen dragen ze het in hun hand, of bergen zij het op. Hun reden om te bon te willen zijn vanwege de snelheid. Maar nogsteeds niet zuinig. Wij zien dat het voor zowel terugruilen als garantie is".

Interview voor het groenlicht:

Nadat ik mijn stakeholders concreet had gemaakt deed ik onderzoek naar welke winkels het meeste belang hebben bij mijn product. Waar ik na heb gedacht over elektronica zaken zoals Media Markt en Coolblue bleek Coolblue het meest geschikt voor garantie en producten ruilen. Ik ging vervolgens in de winkel een expert interview houden over mijn concept en wat Coolblue met hun bonnen doet.

Gebruiken jullie veel kassabonnen, en hoe geven jullie dit aan de klant?
"Coolblue regelt bonnen via de app en e-mail. Als klanten lid zijn en een account hebben dan wordt dit digitaal gegeven, dit is deel van een duurzaam beleid. MAAR in het geval dat klanten geen lid zijn, is de bon toch het snelst, en printen wij de bon automatisch omdat het anoniem is en omdat dit moet. Wij hebben de voorkeur om de bon te mailen naar onze klanten. We printen veel bonnen maar dus minder omdat wij het digitaal aanbieden."

Wat doen jullie om de ervaring van de klanten te verbeteren?
"Coolblue leden een dienst verlenen en een service bieden in de winkel. Ik merkte dat zelf gelijk al toen ik binnenstapte (PB), het ontvangst en de digitale ondersteuning voelde hier modern. Ik kan mij daarom voorstellen dat het concept goed getest kan worden in de winkel voordat het overal kan werken. "Wij hebben een persoonlijke interesse in wat klanten willen, en dit soort extra's servicepunten kunnen helpen".

Hoe bewaren en gebruiken jullie klanten hun bonnen?
"Meestal nemen zij dit fysiek, in dat soort gevallen dragen ze het in hun hand, of bergen zij het op. Hun reden om te bon te willen zijn vanwege de snelheid. Maar dat is niet zuinig nee. En digitaal willen zij het hebben omdat het dan online staat. Wij zien dat het voor zowel terugbrengen als garantie is".

Waarom Coolblue?

Dit is een geschikte belanghebbende omdat klanten hier komen voor hun service, garantie en omdat zij openstaan voor een milieuoplossing. Dit voor hun elektronica producten waar de behoefte groot is. Deze scenario's zijn handig om voor te testen. Hier willen gebruikers de app voor gebruiken. Ik heb twee medewerkers kunnen spreken en zij pleiten beiden voor de service, gast vrijheid en duurzaamheid die Coolblue te bieden heeft. Daarom was de manager voorstander van mijn idee aangezien gebruiksgemak en duurzaamheid bij mijn concept ook voorop staat.

Conclusie

Na een gesprek met een UX ontwerper bij ABN Ambo en een gesprek met een bankier, heb ik besloten om mij te richten op de winkels en consumenten. Dit heeft meerdere voordelen, waaronder het aantal stakeholders klein houden en het versterken van de winkel en gebruiksbehoeften. Met de winkels voorkom ik dat mijn ideeën als intellectueel eigendom wordt gezien, maar vooral zodat ik mijn prototype kan testen.

Observaties

Bij deze locaties heb ik verschillende beweegredenen kunnen observeren. Hier kwam Media Markt met de meeste situaties om een bon te gebruiken, zoals voor garantie en om te ruilen

Wat neem ik mee

- Bijna 75% van de kassabonnen werd weggegooid bij de Albert Heijn
- Maar 20% werd weggegooid bij Coolblue
- Het milieuprobleem en kassabon bewaren zijn bij supermarkten zoals Albert Heijn een problem
- Het gebruikersprobleem zijn bij winkels waar je garantie gebruikt relevant (zoals Coolblue) en in mindere mate het milieu
- Bij verschillende winkels horen andere behoeften, bij supermarkten kan ik de gebruiker motiveren door het milieu te benoemen, en duurdere segmenten kan ik de gebruiker motiveren door het gebruiksgemak van mijn product
- De doelgroep stopt kassabonnen meestal in hun jaszak, portemonnee of in winkeltas
- De doelgroep is meer secuur met hun kassabon bij Coolblue
- De doelgroep gooit een kassabon van de supermarkt vaak direct weg

Coolblue

Ik ben begonnen met observeren bij Coolblue waar garantie en service erg belangrijk is. Coolblue zet zich in voor gebruiksvriendelijkheid en staat open voor een milieuoplossing. Zij hebben hun eigen app voor kassabonnen. Het is een elektronica zaak waar klanten soms dure producten kopen, daarom willen zij hun kassabon goed kunnen bewaren. Daarom kijk ik hier hoe mensen de bon ontvangen en wat zij hiermee doen.

Ongeveer 20% van de consumenten gooit hun kassabonnen van Coolblue weg, omdat ze het willen gebruiken of voor de zekerheid willen bewaren voor hun garantie. Alleen hebben ze geen goede manier op dit op te bergen. Het gebruiksgemak is hier het grootste probleem, gebruikers willen de bon eventueel gebruiken of willen dit op een handige manier bewaren. De kassabon is dat opzicht nog ouderwets. Daarom kan mijn app voor hun handig zijn als het gaat om hun gemak.

Coolblue (belanghebbende)

Observatie in de Coolblue winkel

Hoe ontvang je een product en kassabon bij Coolblue

Albert Heijn (belanghebbende)

Albert Heijn print samen met supermarkten de meeste kassabonnen en niet voor garantie. Soms brengen klanten wel producten terug, maar de meeste kassabonnen zijn volgens mijn geïnterviewden onbelangrijk en eindigen toch in de prullenbak. Hier speelt het milieu dus een grote rol om mijn app voor te gebruiken. Ik heb geobserveerd hoeveel mensen hun bonnen weggooien en ik kijk naar hoe ik een bon ontvang.

Ongeveer 75% van de consumenten gooit hun kassabonnen van de Albert Heijn direct weg, omdat ze deze als onbelangrijk beschouwen of omdat ze deze niet nodig hebben. Daarom kan mijn app voor hen goed zijn als milieuoplossing om een steentje bij te dragen aan het milieu.

Zelfscan observatie

Verspilling observatie

Amsterdam met de doelgroep

Dit was tijdens mijn interviews op straat, ik observeer de doelgroep en vraag hoe zij hun kassabonnen bewaren. Dit vroeg ik aan mensen die tassen droegen omdat zij het vaak hierin bewaren.

Consumenten observeren

WIJ
ZIJN
OPEN
snipes

jamin
jamin
JUMBO
CAFE

Stakeholders

Een map van alle belanghebbenden

Wat neem ik mee

- De stakersholders laten zien waar mijn focus op moet liggen
- De doelgroep en winkels staan centraal
- Belang van het milieu toegevoegd
- Belang van de banken aangepast en een toekomstplan
- Tech en IT voor het API

Stakeholder Map v1

Dit is de eerste versie van de Stakeholder map. Ik houd de winkels en consumenten dichtbij en binnen de tijd van dit project, omdat dit mijn doelgroep is. Zo kan ik meer testen en de ervaring voor hun verbeteren omdat ik weet dat ik hun nodig heb. Ik heb de winkels nodig om bonnen handig te bewaren, en consumenten die de app service willen gebruiken. Om dat te doen heb je wel een bankpas nodig, daarom betrek ik banken in een latere fase, als ik het concept met de doelgroep heb getest. En als er een bezwaar zou zijn. Mijn verwachting is dat er nagenoeg weinig gegevens van een IBAN worden gebruikt, behalve wat op de bon staat, er geen probleem is.

Dit zijn alle belangrijke stakeholders die ik in dit project betrek. En daarna als de test fases succes volzijn. Dat zijn de stakeholders voor in de toekomst. Voor dit project heb ik gekeken wie fundamenteel is in elke stap van het betalen om een bon te ontvangen, dit wil ik klein houden om dichtbij de consument en winkel te staan.

Afbeelding van Stakeholder map (PB)
met Short term vs Future stakeholders

Stakeholder map v2

De tweede versie is net anders, het gaat natuurlijk om de toezegging van bankieren. Dus daarom heb ik dit veranderd naar consumenten met een bankpas. Bankgegevens zijn geen stakeholders. En in deze versie wil ik later nadenken over bonnen administratie voor zzp'ers. Maar nogmaals prioriteer ik eerst genoeg consumenten en winkels als mijn focus stakeholders.

Consumenten

Ik wil graag dichtbij de consumenten staan voor dit project, zij zijn degene die mijn app gebruiken en producten kopen waarvoor de bon nodig is. Deze doelgroep moet vooraan staan, ik kan onderzoeken door middel van interviews, enquetes en desk researchen. En natuurlijk ligt het probleem bij hun. Daarnaast kan ik mij in hun perspectief verplaatsen. Om deze veranderingen te bekijken hoe ik van banken naar winkels en consumenten ben gegaan bekijk de (PB). Dit omdat banken geen inzicht hebben op winkel uitgaven in de bon, en het concept als hun eigendom kunnen beschouwen.

Winkels

Winkels heb ik echt nodig voor mijn applicatie, zij bieden de service voor mijn doelgroep consumenten. Met genoeg samenwerkingen (aanbod) kande consument de bon overal voor bewaren. Ik vind het fijn om deze twee stakeholders aan te houden omdat zij beiden een behoefte hebben voor mijn product. De één (winkels) wilt de app graag gebruiken voor een service aan te bieden en voor winst. En de ander (consumenten) willen graag hun winkelbeleving verbeteren door bonnen handig te bewaren en daar niet op te hoeven letten.

Aanpassing

- Stakeholders concreet gemaakt
- Toekomstplan met de bank
- Binnen dit project en in de toekomst verhelderd
- Milieu als belanghebbende toegevoegd

Mijn belanghebbende zijn winkels en consumenten, hun klanten 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. Deze map laat zien welke stakeholders veel impact hebben en hoe dichtbij zij bij dit project staan.

Wie zijn 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 van 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).

Doelgroep

Een omschrijving van de doelgroep en hun motivatie

Inzichten

- De doelgroep heeft een behoefte waar het milieu verbeteren hun motiveert
- De doelgroep heeft een tweede behoefte waar garantie/gebruiksgemak belangrijk ik
- De doelgroep is iedereen die wel eens iets koopt
- Consumenten met een bankpas
- De doelgroep concreet maken in de Design challenge
- De doelgroep onderzoeken en vragen of zij een bankpas willen gebruiken
- Doelgroep aansluiten met mijn belanghebbende (coolblue)

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 ervaring belangrijk is voor de oplossing, en om een bijdrage te leveren aan het milieu. Als consumenten hun bonnen digitaal bewaren, kunnen ze 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.

Afbeelding over de doelgroep

Eerste persona (Groenlicht)

Kevin de Vries

Kevin woont in het centrum van Amsterdam en heeft een fulltime baan als IT'er. Hij is net op zichzelf gaan wonen en denkt na over hoe hij kan bezuinigen. Hij is een actief en analytisch persoon. Hij brengt na het winkelen soms producten terug. Hij houdt van socialiseren en wilt van deze activiteiten ook graag zien hoe duur het is. Als hij winkelt koopt hij meerdere dingen in één keer. Hij doet veel op zijn telefoon zoals appen, foto's en video's maken voor op social media en bankieren. Hij heeft een druk schema en vind het belangrijk om dingen makkelijk voor te maken. Hij heeft behoefte aan zekerheid en veiligheid met zijn uitbestedingen.

Activiteiten

In het weekend ga ik naar het centrum om mijn boodschappen te doen. Ik kom hier doordeweeks om kleding te kopen. Ik vergeet de bon vaak. Na het uitgeven heb ik de bon nodig als ik iets wil terug brengen of als ik garantie wil voor dure elektronica.

Gains

- Wilt een bijdrage leveren aan het milieu
- Garantie hebben voor dure producten
- Bonnen veilig opbergen

Pains

- Raakt zijn bonnen kwijt
- Hij bewaart zijn bonnen liever digitaal

Houd van

GREENPEACE ING NIKE NETFLIX

Wensen en behoeften

- Een gemakkelijke manier om producten te herzien
- Op een veilige manier omgaan met zijn apps
- Geen zorgen maken over wat hij moet bewaren

Leeftijd	Beroep
27 jaar	IT medewerker

Doelgroep

Op basis van observaties, interviews (PB) van mijn doelgroep heb ik persona gemaakt om een beeld te krijgen van hun belangen. Na het volgende person licht ik de surveys kort toe omdat ik daar in ga op hun gedrag. Ik heb twee persona's gemaakt om rekening te houden met verschillende inzichten.

Afbeelding van Persona Kevin, wilt het liefst een betaalbewijs voor zijn garantie

Tweede persona (Groenlicht)

Nora Prins

Nora studeert in het hart van Leiden, zij houdt van ervan om wekelijks te shoppen. Ze woont met een paar studiegenoten en werkt daarnaast parttime in een restaurant. Ze kan soms impulsief kopen en is erg nieuwsgierig. Zij is afgeleid tijdens het winkelen, stuurt soms app berichten naar haar vrienden maar wil tijdens het winkelen liever niet veel op haar telefoon zijn. Nora heeft behoefte aan controle tijdens het winkelen, zonder dat zij zich zorgen hoeft te maken over haar bonnen.

Activiteiten

Ik hou van winkelen en ik koop veel kleding zonder dat ik er veel over nadenk, ik breng spullen terug. Na het winkelen probeer ik mijn bonnen bij elkaar te rapen. Dat is soms heel chaotisch omdat ik veel in mijn tas heb.

Gains

- Haar winkelbeleving prettiger maken
- Haar bonnen snel opbergen
- Snel doorwinkelen, en niet veel op haar telefoon zijn

Pains

- Teveel spullen en geen overzicht
- Vergeetachtig en kan producten niet terug kunnen brengen als ze de bon kwijt is
- Ze wilt niet lang wachten in de rij

Houd van

Leeftijd
21 jaar

Beroep
Studeert Rechten

Wensen en behoeften

- Beter op haar spullen en uitgaven letten
- Bonnen aannemen zonder veel op haar telefoon te zijn
- Een persoonlijke app die haar bonnen bijhoud die ze eventueel wel zou gebruiken
- Offline zijn en snel haar bonnen terug vinden als ze iets terugbrengt

Afbeelding van Persona Nora, wilt haar bonnen vinden en producten ruilen

Milieu

Een doelgroep zijn mensen die geïnteresseerd zijn in duurzaamheid en het verbeteren van het milieu. Deze consumenten staan open voor het idee om belangrijke bonnen te bewaren en kassabonnen eindelijk digitaal te maken. Hun motivatie is het milieu.

Handigheid

Ook consumenten die georganiseerd willen raken zijn en hun kassabonnen in orde willen hebben zijn een deel van mijn doelgroep. Hun motivatie is gemak. Zij zien de kassabon als een belangrijk bewijs van aankoop en gebruiken deze om hun uitgaven te controleren en bij de hand te hebben wanneer zij dit willen. Het maakt hun kassabonnen makkelijker en zij zouden open staan om bij te dragen aan het milieu.

Persona

Dit is een representatie de consument op basis van de meest voorkomende informatie dat ik heb verzameld uit de verkenningsfase

Inzichten

- Maak de behoeften duidelijker, wat is herzien
- Maak het belang voor het milieu duidelijker
- Maak de Pains & Gains het belangrijkste voor je doelgroep
- Zorg dat de persona aasluit op je belanghebbende
- Pas de Gains aan, meer over wat een digitale bon te bieden heeft
- De persona's in de Design rationale zijn realistischer
- De persona's in de Design rationale zijn gebaseerd op 1: milieu 2: gebruiksgemak
- De doelgroep kan iedereen zijn die iets koopt maar ik heb nu persona's gemaakt voor mijn prototype

Kevin de Vries

Leeftijd

27 jaar

Beroep

IT medewerker

Favoriete merken

GREENPEACE ING NIKE NETFLIX

Biografie

Luuk woont in het centrum van Amsterdam en heeft een fulltime baan als IT'er. Hij is net op zichzelf gaan wonen en denkt na over hoe hij kan bezuinigen. Hij is een actief en analytisch persoon. Hij brengt na het winkelen soms producten terug. Hij houd van socialiseren en wilt van deze activiteiten ook graag zien hoe duur het is. Als hij winkelt koopt hij meerdere dingen in één keer. Hij doet veel op zijn telefoon zoals appen, foto's en video's maken voor op social media en bankieren. Hij heeft een druk schema en vind het belangrijk om dingen snel en eenvoudig te doen. Hij heeft behoefte aan zekerheid en veiligheid met zijn uitbestedingen.

Goals

- Een bijdrage leveren aan het milieu
- Nieuwe contacten en relaties onderhouden

Irritaties

- Bonnen kwijtraken
- Teveel afleiding

Wensen en behoeften

- Een gemakkelijke manier om producten te herzien
- Op een veilige manier omgaan met zijn apps
- Geen zorgen maken over wat hij moet bewaren en zo min mogelijk bij zich dragen
- Een digitale manier om papieren bonnen te bewaren

Persona v1

De eerste persona is Kevin, hij zit vaker op zijn telefoon en is mobiel bankieren ook gewend. Hij koopt over het veel dure producten, en wilt de bon voor zijn garantie. Wilt liever dit soort dingen snel afhandelen. Hij wil een bijdrage maken aan het milieu met digitale kassabonnen.

Aanpassing

- De persona voelde niet compleet. Daarom heb ik de Pains en gains toegevoegd

Kevin de Vries

Kevin woont in het centrum van Amsterdam en heeft een fulltime baan als IT'er. Hij is net op zichzelf gaan wonen en denkt na over hoe hij kan bezuinigen. Hij is een actief en analytisch persoon. Hij brengt na het winkelen soms producten terug. Hij houdt van socialiseren en wilt van deze activiteiten ook graag zien hoe duur het is. Als hij winkelt koopt hij meerdere dingen in één keer. Hij doet veel op zijn telefoon zoals appen, foto's en video's maken voor op social media en bankieren. Hij heeft een druk schema en vind het belangrijk om dingen makkelijk voor te maken. Hij heeft behoefte aan zekerheid en veiligheid met zijn uitbestedingen.

Activiteiten

In het weekend ga ik naar het centrum om mijn boodschappen te doen. Ik kom hier doordeweeks om kleding te kopen. Ik vergeet de bon vaak. Na het uitgeven heb ik de bon nodig als ik iets wil terug brengen of als ik garantie wil voor dure elektronica.

Gains

- Wilt een bijdrage leveren aan het milieu
- Garantie hebben voor dure producten
- Bonnen veilig opbergen

Pains

- Raakt zijn bonnen kwijt
- Hij bewaart zijn bonnen liever digitaal

Houd van

GREENPEACE ING NIKE NETFLIX

Wensen en behoeften

- Een gemakkelijke manier om producten te herzien
- Op een veilige manier omgaan met zijn apps
- Geen zorgen maken over wat hij moet bewaren

Leeftijd	Beroep
27 jaar	IT medewerker

Afbeelding van Persona Kevin, wilt het liefst een betaalbewijs voor zijn garantie

Persona v2

De persona is naast het visuele aspect ook duidelijk, hij heeft nu echt een persona. Met problemen, wat hij ervaart en wat hij graag zou willen. Het is meer genuanceerd. Hij is georganiseerd maar kan nogsteeds bonnen kwijtraken als hij het later nodig heeft, omdat het lastig is om het vooraf te weten. Zeker omdat hij veel spendeert, heeft hij de bon niet altijd bij de hand. Ik wil het eigenlijk aanvullen met een persona die bij de interviews aansluit, een chaotische winkelliefhebber die ook wel eens offline wilt zijn en zich geen zorgen wil maken over bonnen.

Nora Prins

Nora studeert in het hart van Leiden, zij houdt van ervan om wekelijks te shoppen. Ze woont met een paar studiegenoten en werkt daarnaast parttime in een restaurant. Ze kan soms impulsief kopen en is erg nieuwsgierig. Zij is afgeleid tijdens het winkelen, stuurt soms app berichten naar haar vrienden maar wil tijdens het winkelen liever niet veel op haar telefoon zijn. Nora heeft behoefte aan controle tijdens het winkelen, zonder dat zij zich zorgen hoeft te maken over haar bonnen.

Activiteiten

Ik hou van winkelen en ik koop veel kleding zonder dat ik er veel over nadenk, ik breng spullen terug. Na het winkelen probeer ik mijn bonnen bij elkaar te rapen. Dat is soms heel chaotisch omdat ik veel in mijn tas heb.

Gains

- Haar winkelbeleving prettiger maken
- Haar bonnen snel opbergen
- Snel doorwinkelen, en niet veel op haar telefoon zijn

Pains

- Teveel spullen en geen overzicht
- Vergeetachtig en kan producten niet terug kunnen brengen als ze de bon kwijt is
- Ze wilt niet lang wachten in de rij

Houd van

ZARA ABN·AMRO DEQUORATION

Leeftijd	Beroep
21 jaar	Studeert Rechten

Wensen en behoeften

- Beter op haar spullen en uitgaven letten
- Bonnen aannemen zonder veel op haar telefoon te zijn
- Een persoonlijke app die haar bonnen bijhoud die ze eventueel wel zou gebruiken
- Offline zijn en snel haar bonnen terug vinden als ze iets terugbrengt

Afbeelding van Persona Nora, wilt haar bonnen vinden en producten ruilen

Persona v3

Nora winkelt graag. Hoe zou de app eruit zien in haar scenario? Als zij liever niet op haar telefoon wilt zijn. Moet ik de app kort, bondig en snel houden. Consumenten die liever geen moeite willen stoppen in het bewaren van hun apps. Daarom moet ik nadenken over deze ervaring, om kassabonnen moeiteloos te maken. Ik wil de app persoonlijker maken op basis van wat de doelgroep wilt, maar wel doeltreffend, niet wat buiten bonnen bewaren zou passen.

Door haar gebruiksgemak simpel te houden, zou de app eerder gebruiken, en ook bijdragen aan het milieu. En natuurlijk om haar kassabonnen te organiseren zonder dat zij dit kwijtraakt, of verspilt.

> ⓘ Feedback Rob: zorg dat de winkels ook aansluiten op jouw stakeholders. Dit zijn de belangen van jouw doelgroep en de stakeholder waar jij mee samenwerkt

Empathy Map gedrag

Inzichten van de gebruiker op basis van observaties en interviews

Wat neem ik mee

- De tweede empathy map laat meer zien wat de gebruiker voelt, in de design rationale maak ik het concreet over het gebruiksgemak en het milieu
- Verander de empathy map hierna aansluitend op de doelgroep
- Kies een paar inzichten en maak pains & gains

Empathy map v1

Eerste empathy map

In de eerste empathy map was ik bezig met een onderzoek naar de behoeften van de consument. Zo willen zij graag een manier om kosten met bewijs te delen. Dit valt toch ver buiten mijn project, daarom wil ik dit kleiner maken om bonnen te gebruiken voor garantie, en om producten te ruilen. Dit is voor de scope van dit project veel beter, aangezien ik anders horeca moet betrekken in mijn onderzoek. Daarom wil ik hier een iteratie in maken.

Empathy map uit Groenlicht

Tweede empathy map

Dit is een iteratie van de empathy map gericht op de persona's pijnpunten en voordelen tijdens het bewaren van hun aankoopbonnen en hun ervaringen in de winkel. Met deze inzichten kan ik de doelgroep beter begrijpen en hun behoeften en wensen beter achterhalen.

Ik wil deze inzichten gebruiken en aanpassingen in de design rationale, waarbij ik meer rekening houd met het milieu. Samen met eigen observaties om inzichten te krijgen die de gebruikerservaring en duurzaamheid bevorderen.

Survey

Enquete afgenomen met de doelgroep

Oude survey: https://www.survio.com/survey/d/A4I9F1E8Q8Y3U3J1D
Nieuwe survey: https://www.survio.com/survey/d/M3W4X0I5H2Q6W6T3K

Aanpassingen:
- In de eerste vraag stelde ik veel open vragen
- Ik heb meer gesloten vragen/multiple choice toegevoegd
- Meer ingaan op het gedrag van consumenten
- Kiezen welke stukken uit de enquete bijdragen aan het gemak en het milieu
- Ik heb gekeken naar wat aansluit op mijn deelvragen
- Ik heb meer antwoorden verzameld via Facebook om kwantitatieve antwoorden te krijgen
- Ik heb de vragen vereenvoudigd

De meeste vragen uit de enquete zijn gesloten vragen. Dat vind ik makkelijker om te analyseren om overeenkomsten te vinden. Daarbij kreeg ik voor de tweede enquete meer invullingen. De volgorde uit de antwoorden lijkt op elkaar, mensen bergen de bon vaak snel op. En gooien het weg of bewaren dit thuis. De manier waarop komt terug uit welke branche zij kopen, of wat voor product het is. Soms verschilt hun reden ook, als zij het niet zeker weten, dan maken zij soms niet de bewuste keuze om de bon te bewaren.

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) concurrende apps gekregen om te bekijken tijdens mijn benchmark

onderzoek. Uit de antwoorden kan ik zien wanneer het gebruiksgemak en duurzaamheid belangrijk zijn.

Resultaten:

1. Wanneer bewaart u een bon?

2. Wat gebruikt u als plek om een bon te bewaren?

3. Waardoor vertrouwd u een bank app het meest?

4. Wat doet u met een bonnetje na het te accepteren?

ANTWOORD	ANTWOORDEN	RATIO
Bewaren	1	5.6%
In mijn tas stoppen	1	5.6%
In m'n zak of tas stoppen	1	5.6%
Opruimen	1	5.6%
Soms bekijken, meestal direct opvouwen en direct wegstoppen	1	5.6%
Stop het ergens weg, maar vergeet daarna dat het bonnetje ergens ligt te verkreukelen.	1	5.6%
Stop het in mijn portmonnee	1	5.6%
In m'n zak doen	1	5.6%
-	1	5.6%

4. Wat doet u met een bonnetje na het te accepteren?

ANTWOORD	ANTWOORDEN	RATIO
Niks	2	11.1%
Weg gooien, of in mijn zak. Afhankelijk van de groote van de aankoop	1	5.6%
Bewaren in een potje thuis of weggooien	1	5.6%
Een bonnetje accepteren? Bedoel je het bonnetje aannemen? Dan gooi ik het weg, of bewaar deze om de genoemde redenen hierboven.	1	5.6%
Hoppa die gaat in het broekzakje. En dan hopen dat ik 'm thuis niet ben vergeten.	1	5.6%
Ik bewaar het bonnetje in een vakje in mijn tas	1	5.6%
In de tas met producten erbij proppen of in m'n portemonnee. Afhankelijk van hoe belangrijk dat het bewaard (en netjes) blijft.	1	5.6%
In mijn broekzak steken	1	5.6%

5. Als je in de supermarkt staat bewaar je dan een bon?

6. Bent u bewust van uw bonnetjes gebruik?

7. Wat komt vaker voor als u een bon accepteert?

8. Waar heeft u voor het laatst bewust een bon van bewaart?

9. Waar bewaart u eerder een bon voor?

10. Heeft u ooit een product teruggeruild?

11. Vind u dat u geordend bent?

De meeste surveys zijn zoals verwacht. Ik ben wel op een aantal inzichten gekomen zoals patronen in zorgvuldigheid, en hoe geordend mensen zijn naarmate zij iets willen. Als het belangrijk wordt dan gaan zij heel actief om met hun garantie, bewaren en veiligheid en is bijvoorbeeld het milieu minder belangrijk. Dan wordt hun eigen voorbehoud belangrijker.

Daarnaast vinden consumenten pas belangrijk als zij niet zeker zijn over het product of als het duur is. Daarom is er bij sommige branche's meer reden om de app voor te gebruiken, zoals bij elektronica zaken. Alsnog, ookal is het minder prijzig.

De enquete heb ik eerst verstuurd in een cmd groepschat, zo kreeg ik eventueel nog wat tips, om mijn vragen te versterken en eventuele concurrerende apps te bekijken. Daarna heb ik de enquete openbaar op social media geplaatst en kreeg ik inzichten. Dit beschrijf ik hierna als het een interessant inzicht is. Om de volledige enquete te zien bekijk de (PB).

Inzicht

Uit de interviews vertelden consumenten dat zij de bon vaak snel opbergen en thuis bewaren afhankelijk van de prijs. Maar ook dat garantie wat meer voorkomt. Supermarkten zijn onbewust/automatisch, elektronica is met veel meer met opzet. Dit komt overeen met de survey.

Ik kreeg wat meer informatie over hun persoonlijkheid. Ik denk dat de motivatie van de consument veranderd als hun behoeften groter zijn. Daar bedoel ik mee als iets heel duur is dan zijn zij geordend, als de moeite en prijs kleiner is dan denken zij graag mee over het milieu. Als zij iets echt Moeten hebben dan proberen zij de app uit. Als de reden belangrijk is dan stijgt de kans op succes van mijn product.

Ik vind het wel verbazend dat consumenten zichzelf wel hoog plaatsen hoe geordend zij denken dat ze zijn. Daar kan ik alleen van aannemen dat hun noodzaak met bonnen vaak niet groot is, tenzij zij het wel willen bewaren (als iets duur is), en zij dan geordend omgaan met hun bonnen.

Survey

Voor mijn onderzoek wil ik meer inzicht krijgen in hoe consumenten hun bonnen gebruiken. Zodat de Desk research ook aansluit met respondenten en om andere inzichten te krijgen. Ik vind het belangrijk om te weten hoe zij over het gemak en milieu van kassabonnen denken.

De enquete heb ik eerst verstuurd in een cmd groepschat, zo kreeg ik eventueel nog wat feedback om mijn vragen te versterken en de een tip om “MijnKassabon” en wie betaalt wat te bekijken tijdens mijn benchmark onderzoek. Daarna heb ik de enquete openbaar op social media geplaatst zodat het meer werd gezien. Vervolgens documenteer ik alle inzichten uit de enquete. Om de volledige enquete te zien bekijk de (PB).

Survey uit Groenlicht

Een ander inzicht is het feit dat er 2 miljard bonnen worden verspilt, als ik dit vertel tijdens interviews zijn mensen niet bewust van dit probleem. Terwijl in vraag 6 mensen hier wel bewust van zijn. Alhoewel ik denk dat het product eerder focust op de optimale ervaring met bonnen, en dit het probleem automatisch moet aanpakken, inplaats van andersom.

Survey

De meeste vragen uit de enquete zijn gesloten vragen. Dat vind ik makkelijker om te analyseren om overeenkomsten te zien. Daarom kreeg ik bij de tweede enquete (PB) meer invullingen. De volgorde uit deze vraag lijken op elkaar, mensen bergen het vaak snel op. En gooien het weg of bewaren dit thuis.

Inzichten

Uit de interviews vertelden consumenten dat zij de bon vaak snel opbergen en thuis bewaren afhankelijk van de prijs. Maar ook dat garantie wat meer voorkomt. Supermarkten zijn onbewust/automatisch, elektronica is met veel meer met opzet. Dit komt overeen met de survey.

Survey uit Groenlicht

Het moet hun aandacht om bonnen efficiënt te bewaren niet weghalen, maar ik denk wel dat er reclame, notificaties en hun informeren over dit feit kan helpen in de app. Ik denk wel na om in de app te experimenteren door consumenten op de feiten te drukken, of een aantal "Wist Je Dat" te gebruiken. Zo maak ik hun toch bewust van het feit dat hun gebruik van de app meehelpt aan een oplossing om minder papier te gebruiken.

Survey

Inzicht

Hier kreeg ik wat meer informatie over hun persoonlijkheid. Ik denk dat de motivatie van de consument veranderd als hun behoeften groter zijn. Daar bedoel ik mee als iets heel duur is dan zijn zij geordend, als de moeite en prijs kleiner is dan denken zij graag mee over het milieu. Als zij iets echt Moeten hebben dan proberen zij de app uit. Als hun rede belangrijk is dan stijgt de kans op succes van mijn product.

Vind je dat je geordend met bonnen bent?

Ben je bewust van jouw bonnen gebruik?

Waardoor vertrouw je een (bank) app het meest?

Survey uit Groenlicht

✍️ Feedback en meetings

Dit zijn aantekeningen van de feedback waar dit nodig is en besprekingen van onze wekelijkse meetings in de studiegroep

Verkenningsfase Feedback

- Desk research is een effectieve manier om informatie te verkrijgen over alle informatie en ontwikkelingen/marktonderzoek maar in het echt kom je op andere inzichten
- Probeer je deelvragen toe te spitsen op de richting van je design challenge
- Je design challenge concreet maken
- Proces navolgbaar maken zodat je al het onderzoek inzichtelijk kan maken
- Je onderzoek biedt een goed overzicht van wat het aanbod is en waar consumenten naar op zoek zijn
- Alle data bijhouden om je feedback frenzy te presenteren
- Desk research kan beperkt zijn, op straat kun je jouw ideeën voorleggen
- Probeer te kijken naar andere methodes, een user story is voor mij niet compleet aangezien Jobs to be done een lijst maken met objectieve doelen
- Wie zijn je stakeholders? Brainstorm over de functies van je product. Heb je banken nodig of winkels
- Probeer open vragen voor je survey om tot conclusies te komen
- Vind een expert, een representatief iemand voor banken
- Wat voor kansen op succes zijn er wat andere apps niet hebben?
- Probeer meer op locatie te observeren zoals in supermarkten
- Ga in gesprek met een bankier expert
- Je hoeft niet alle deelvragen te beantwoorden maar zie het als voorbereiding

Meeting met Iris van der Looij

Iris van der Looij (gesprek UX Designer bij Informaat voor ABN Ambro):

- Probeer te kijken naar wat al bestaat, focus je op de consument. Totdat je een business case kunt bedenken voor banken. De uitdaging blijkt uit hoe de app straks gaat werken.
- Denk in de toekomst ook na over consumenten die contant geld gebruiken, wat gebeurt er voor hen?".
- Het is een risico om direct banken te betrekken omdat het idee als intellectueel eigendom wordt gezien. Daarnaast zijn er samenwerkingen met apps zoals Tikkie van ABN Ambro waar je naar kunt kijken en wat al bestaat.
- Het risico is ook wat tijd, om onderzoek te doen naar banken terwijl je je af kunt afvragen of dat nodig is en in plaats daarvan kunt kijken naar de consument"
- Bij ABN Ambro is het plan om de komende 5 jaar na te denken over nieuwe oplossingen. Oplossingen die gericht zijn op duurzaamheid en het milieu
- Welke informatie van bonnen hebben jullie en kan ik gebruiken? Je kunt kijken naar onze apps van ABN Ambro zoals Tikkie, Grip, Dyke. Wat daarnaast belangrijk is om na te denken over integratie en of het een losstaande app is wordt." Zelf gaf ik aan dat ik niet veel gegevens hoef te gebruiken, om toestemming en privacy risico's te voorkomen.
- Het is mogelijk om een business case te maken. Kijken naar hoe het zich uit als ecologische oplossing. En hoe de UX van de app werkt. Probeer vooral de consument te interviewen en het te testen op straat, en om dichtbij de gebruiker te staan".

- Veiligheid: Een belangrijk aspect voor jouw app is de veiligheid van de gegevens die je moet gebruiken, of juist niet hoeft te gebruiken. Zorg ervoor dat de app gegevens veilig houd
- Gebruiksgemak: De app moet gemakkelijk te gebruiken en intuïtief zijn, zodat gebruikers snel hun bonnen kunnen opslaan en terugvinden. Je kunt nadenken over de systemen waar je het product aan koppelt. Zoals de kassa van de winkel.
- Betrouwbaarheid: De app moet betrouwbaar zijn en na verwachting werken, omdat gebruikers erop vertrouwen dat hun bonnen veilig en gemakkelijk worden opgeslagen. Zorg ervoor dat je feedback van consumenten verwerkt
- Functionaliteit: De app moet voldoen aan de verwachtingen van de gebruikers en verschillende functionaliteiten aanbieden, denk na of je banken nodig hebt, en wat precies automatisch, hoe werkt het labelen en categoriseren van bonnen, het zoeken naar bonnen op datum of winkelnaam, enz.

Feedback van de Design Brief

Overall Feedback

uitdagend en relevant project

Rubric Name: Design Brief

Print

Criteria	Goed	Voldoende	Beperkt	Onvoldoende/ Niet aanwezig
Netjes en helder Als dit criterium niet in orde is, kan niet goed naar de resterende criteria gekeken worden.	NVT	De Design Brief is netjes en verzorgd en helder geschreven voor iemand die geen voorkennis heeft over het project. ✓	NVT	De Design Brief is onverzorgd of niet te volgen.
Validatie niveau	Goed afgebakend De grenzen van het project zijn op hoog niveau bepaald en helder. Het project is niet te klein en niet te groot. Er is een (potentiële) opdrachtgever/belangenvereniging/investeerder. ✓	Voldoende uitdagend Het project is redelijk complex en biedt kansen voor een creatieve/innovatieve oplossing.	Zie voldoende, maar een aantal punten konden beter. Zie ook de toelichting.	Het validatie niveau is niet op het juiste niveau.

Eerste design brief feedback

Per stakeholder is probleem en behoeftes in kaart gebracht	Zie voldoende en dit is echt goed gedaan.	Je beschrijft vanuit het oogpunt van elke stakeholder wat het probleem is / de behoeftes zijn. Je geeft daarbij aan of je zeker weet dat die behoeftes bestaan (en hoe je dat weet) of dat het een aanname is die je nog gaat onderzoeken. ✓	Zie voldoende, maar een aantal punten konden beter. Zie ook de toelichting.	Het is onvoldoende of niet uitgewerkt.
Huidige situatie is beschreven	Zie voldoende en dit is echt goed gedaan.	Je vertelt zo nodig over de aanleiding en geeft informatie over (potentiële) opdrachtgever om het project te kunnen begrijpen. De student vertelt over de stakeholders en de omgevingsfactoren (trends, kansen, bedreigingen) die invloed kunnen hebben op je project. ✓	Zie voldoende, maar een aantal punten konden beter. Zie ook de toelichting.	Het is onvoldoende of niet uitgewerkt.
Design Challenge	Zie voldoende en dit is echt goed gedaan. ✓	De design challenge maakt duidelijk wat de belangrijkste uitdaging wordt, welk spanningsveld je ziet en is bij voorkeur zo geformuleerd dat het haalbaar is om binnen 20 weken antwoord op te kunnen geven. Hierbij kijken we ook of de Design Challenge past bij jouw focus als CMD'er.	Zie voldoende, maar een aantal punten konden beter. Zie ook de toelichting.	Het is onvoldoende of niet uitgewerkt.

Eerste design brief feedback

Deelvragen	Zie voldoende en dit is echt goed gedaan.	De deelvragen geven inzicht in de richting van de student. Ze dekken de design challenge af en geven vertrouwen dat de student helder heeft hoe het project gaat lopen. Er is voldoende variatie en het project wordt van meerdere invalshoeken belicht. ✓	Zie voldoende, maar een aantal punten konden beter. Zie ook de toelichting.	Het is onvoldoende of niet uitgewerkt.
Productvisie	Zie voldoende en dit is echt goed gedaan.	Je verbeeldt of beschrijft op abstract niveau de visie op de oplossing waaraan een goede oplossing zou voldoen, in plaats van de oplossing zelf te beschrijven. Schets of beschrijf wat je ongeveer voor je ziet en hoe je hieraan bent gekomen. Laat ook weten in hoeverre je nu al overtuigd ben dat dit een goede oplossing kan worden. Benoem evt. ethische bezwaren die naar voren kunnen komen. ✓	Zie voldoende, maar een aantal punten konden beter. Zie ook de toelichting.	Het is onvoldoende of niet uitgewerkt.
Mijlpalen, planning en onderzoeksvragen	Zie voldoende en dit is echt goed gedaan. ✓	Het globale plan is duidelijk. De volgorde van de stappen is logisch en haalbaar in de gegeven tijd.	Zie voldoende, maar een aantal punten konden beter. Zie ook de toelichting.	Het is onvoldoende of niet uitgewerkt.

Overall Score

Go! ✓	**Go Mits**	**No Go**

Feedback Date

05 October 2022 4:02 PM

Eerste design brief feedback

Design Brief feedback

Algemeen

"Uitdagend en relevant project"

Feedback punten

- Kijk naar de ontwikkelingen in mobiel bankieren en apps voor ondernemers
- Bekijk alle apps voor consumenten
- Pas de design challenge aan
- Maak de design challenge beknopter
- Bedenk op welke functies je focus ligt
- Wat doen en denken consumenten?
- Probeer een bank als belanghebbende te interviewen
- Wat is het probleem en wat is minder belangrijk? Zijn bonnen het probleem of het milieu
- Denk na of het milieu verbeteren bijvangst is
- Splits je design challenge op in deelvragen
- Keuzes/conclusies
- Bedenk gesloten vragen
- Omdat dit voor de consument belangrijk is = dit komt uit onderzoek x

Hoofdstuk 2 Definieringsfase

Waardepiramide (True X)

Deze piramide tonen de meest voorkomende waarden van mijn doelgroep consumenten met een bankpas

Wat neem ik mee

- De behoeften zijn belangrijk voor het concept
- Een schema wat ik nodig heb op mijn prototype functioneel te maken
- Hun wereldbeeld past bij een steentje bij willen dragen aan het milieu en digitale kassabonnen te gebruiken
- Motivatie stijgt door gebruiksgemak snel/automatisch/laagdrempelig

Informaat

Over de methode
Ik maak gebruik van de TrueX Pyramide om inzicht te krijgen in de doelgroep, wat op de empathy map lijkt en om pijnpunten te vinden. De TrueX methode is gebaseerd op vier categorieën: betekenisvol, identiteit, emotie en behoeften. Zo heb ik ontdekt dat geldzaken een belangrijke rol spelen het gedrag van de consument en wanneer zij iets bewaren, en dat de consument voorzichtig wil zijn bij het gebruik van apps. Ik heb over deze methode geleerd tijdens een gesprek met Iris van der Looij, zij is werkzaam als UX-ontwerper.

Identiteit
Over identiteit, geeft dit aan categorie inzicht in het materialisme van de consument, hun aankoopgedrag en het gemak waarmee ze producten consumeren en terugbrengen. Emotie heeft te maken met hun verwachtingen, wanneer ze zich op hun gemak voelen en waar ze bang voor zijn, zoals de veiligheid van hun IBAN. Ik heb deze verwachtingen gebaseerd op deskresearch.

Emotioneel
Met de emotionele waarden kan het bewaren van kassabonnen een behoefte van de consument een gevoel van voldoening en geruststelling te geven, omdat ze kunnen aantonen dat ze de juiste prijs hebben betaald voor hun aankopen en het kunnen ruilen als ze niet tevreden zijn met hun aankoop.

Behoeften

De behoeften kunnen zijn om kassabonnen te bewaren en hun meer controle te geven, handigheid en geen moeite te hoeven doen. Kwa functionaliteiten denk ik dat het alles van papieren kassabonnen moet worden maar duurzaam. Zoals hoe snel kassabonnen werken, en gebruikers er niet op hoeven te letten. Ze willen bijvoorbeeld weten dat de kassabon is bewaard, en het voor hun laten organiseren. Ze willen hierop vertrouwen, en dat ze digitale bon compleet is. Daarnaast is een behoefte zijn dat zij een steentje bijdragen aan het milieu, dit is een belangrijke waarde "zuinigheid" om hen te motiveren, dit hebben kassabonnen op dit moment nog niet.

Customer Journey ervaring

Het concreet maken van de journey van de gebruiker, alle touchpoints, ervaringen en inzichten die ik kan gebruiken voor ideeën genereren

Wat neem ik mee

- Contactloos pinnen wordt goed ervaren, dit kan ik gebruiken voor mijn concept
- Omdat mensen pinnen met hun pas, kan ik hun ervaring uitbreiden met een digitale bon terwijl zij pinnen
- De doelgroep is ontevreden tijdens het krijgen van een papieren kassabon
- De doelgroep bewaart de bon op verschillende manieren
- De meeste geïnterviewden raken hun bon kwijt of gooien het direct weg
- De doelgroep vindt de bon onhandig omdat niemand papier wilt bewaren, een digitale opslag zou veel beter zijn

Customer Journey v1

Wat heb ik gedaan

Ik heb de customer journey gemaakt op basis van de inzichten van de doelgroep, ik heb vervolgens gekeken heb naar alle touchpoints en mogelijke problemen. Het viel mij op dat de ervaringen zoals contactloos pinnen positief zijn, en een papieren kassabon negatief wordt ervaren, het is onhandig om op te bergen.

In de customer journey heb ik alle momenten van de consument opgenomen, vanaf het moment van betaling tot aan het eventueel bewaren en terugbrengen van de bon thuis. Of dat zij dit direct weggooien om ervan af te zijn., het hangt af van hun behoeften. Echter, het feit dat de papieren bon zo negatief wordt ervaren, is een belangrijk inzicht om hier iets voor te bedenken. Dit touchpoint kan verbeterd worden omdat het slecht is voor het milieu en slecht werkt volgens de gebruiker.

Context Mapping

Context van de gebruiker

Wat neem ik mee

- Fysieke omgeving: supermarkt, kledingwinkel, elektronicawinkel,
- Sociale omgeving: thuis om de app te installeren, winkelen en andere klanten
- Emotionele toestand: gestrest, gehaast, chaotisch
- Doelstellingen: kassabonnen besparen, speciale aankopen opbergen
- Apparaten en technologie: API, telefoon
- Interactiekanalen: contactloos betalen bij de kassa, mobiele telefoon
- Gedrag: gebruik van de bankpas bij betaling, automatisch
- Voorkeuren: automatisch opslaan van kassabonnen, eenvoudige toegang tot opgeslagen bonnen, makkelijk terugvinden van bonnen, etc.
- Pains: onduidelijke bonnen, verloren bonnen, geen toegang hebben tot opgeslagen bonnen, de kassabon bewaren
- Kansen: integratie met financiële apps, automatische categorisering van bonnen, automatisch kassabonnen ontvangen

Context map v1

Wat heb ik gedaan

Ik wil de trends en behoeften in deze context meenemen om ervoor te zorgen dat mijn app uniek is, om na te denken in welke context de doelgroep dit gebruikt. Ik heb het idee om een API gebruiken in een winkel context. Het moet sneller, en handiger werken dan de kassabon. Mijn app werkt automatisch door kassabonnen tijdens het betalen op te slaan, wat anders is dan bijvoorbeeld Quick Receipt of Klippa, ik heb namelijk tijdens het Benchmarken gezien dat deze apps handmatig zijn. Dat maakt de kassabon bewaren niet makkelijker. Een ander idee is om kosten te splitten met de kassabon, iets wat Tikkie nog niet doet.

Ik vergelijk de behoeften om te bedenken hoe de doelgroep de app wil gebruiken in een specifieke context. Bijvoorbeeld, de snelheid die consumenten in een winkel verwachten moet samengaan met een door de interactie intuïtief te maken.

User story/Storyboard

Een storyboard over het gebruikers en milieuprobleem

Dit is het storyboard met een situatie van de twee problemen die ik aanpak

Toelichting

In het eerste frame wilt de consument een prijzig product kopen. Bij de kassa zoekt hij naar zijn betaalpas en betaalt contactloos met zijn pinpas. De bon wordt automatisch afgedrukt en aan hem gegeven, maar de consument weet niet of hij de bon nodig heeft.. Bovendien heeft de bon een negatief effect op het milieu.

Als de consument zich later bedenkt komt hij terug om het product terug te brengen, hij heeft de kassabon nodig maar is hij deze kwijt. Het weggooien van de bon heeft impact op het milieu. En het is onhandig om op te bergen. Om dit probleem op te lossen, introduceer ik een app om digitale bonnen te bewaren voor de gebruiker en het milieu.

Dit storyboard concentreert zich op de winkel en de consument, omdat dit mijn belanghebbenden zijn. Dit is een goed verhaal maar de Job Stories tijdens het ideeën generen geven een beter inzicht in de taken en behoeften van de doelgroep. Dit laat wel goed zien waar het probleem afspeelt.

✍️ Feedback en meetings

Dit zijn aantekeningen van de feedback waar dit nodig is en besprekingen van onze wekelijkse meetings in de studiegroep

Definiëringsfase feedback

- **Definieer je onderzoek met Job Stories**
- **Maak een tijdlijn van consumenten**
- **Leg je observaties vast in de customer journey**
- **Leg de focus op het gebruiksgemak en bedenk welke rol het milieu gaat spelen**
- **Probeer je richting te bepalen nu je niet met banken werkt maar een op een met winkels en de consument**
- **Maak een programma van eisen voor de behoeften van je doelgroep**
- Probeer de belangen van de doelgroep te begrijpen door te vragen waarom
- Veel benchmarken
- Voeg pijnpunten toe in de persona
- Wat zijn de belangrijkste inzichten
- Zorg ervoor dat je dr navolgbaar is
- Probeer elke keuze te verantwoorden

Hoofdstuk 3 Ideegenereerfase

Job Stories

Job Stories om te laten zien wat de behoeften en taken zijn van de consument en de winkel

Wat neem ik mee

- Ik heb Job Stories gekozen die relevant zijn voor mijn doelgroep
- de Job Stories zijn nu verbeterd voor de milieuoplossing en het gebruiksgemak
- Ik heb de focus gelegd op dat de gebruiker hiermee altijd het milieu helpt, en als zij willen digitale bonnen gebruiken voor hun garantie
- De Job Stories laten de motivatie zien van de gebruiker, om digitale kassabonnen te gebruiken voor het milieu of een betere ervaring
- De Job Stories laten het gewenste resultaat zien door een gebruiksvriendelijk product = een beter milieu of ietss van hun behoeften voorziet (bonnen beter bewaren)

Aanpassingen

- Ik heb Job Stories gedivergeerd op basis van één functie van mijn prototype
- Ik heb Job Stories aangelosten op mijn doelgroep, en een stakeholder
- Voor de volgende iteratie wil ik de Job Stories concreet maken vanuit de taak om bij te dragen aan het milieu of het gebruiksgemak.

Wanneer Ik garantie wil hebben van mijn product
Situation

Dan wil ik het termijn in het bewijs gebruiken
Motivation

Zodat ik zekerder ben van mijn aankoop
Expected Outcome

Als Consument
Situation

Wil ik mijn bonnen in de app bewaren
Motivation

Zodat ik het product altijd kan herzien
Expected Outcome

Wanneer Ik ga betalen
Situation

Dan wil ik mijn bon koppelen met de betaling
Motivation

Zodat ik minder moeite hoef te doen door de bon zelf te bewaren
Expected Outcome

Als Klant
Situation

Wil ik In controle zijn over mijn bonnen op mijn telefoon
Motivation

Zodat ik het niet vergeet aan te nemen, en in mijn eigen tijd kan accepteren
Expected Outcome

Als zzp'er
Situation

Wil ik mijn bonnen ordenen
Motivation

Zodat ik mijn administratie kan invullen
Expected Outcome

Wanneer ik veilig de app wil gebruiken
Situation

Dan wil ik zo min mogelijk bank informatie toevoegen
Motivation

Zodat ik zekerheid heb met mijn aankopen en gegevens, en geen risico loop
Expected Outcome

Wanneer ik een digitale bon van een aankoop bewaar
Situation

Dan wil ik dat de stappen in de app direct zijn, en dat ik het snel kan vinden
Motivation

Zodat efficiënt is om te gebruiken
Expected Outcome

Job Stories v1

Wat heb ik gedaan

Na alle HKJ’s en schets uitwerkingen ben ik begonnen met Job Stories. Na feedback van de groep en Robert bleek een User Story niet handig. De Job Stories geven daarentegen inzicht in wat de consumenten vs de winkels willen. Deze Job Stories heb ik gemaakt voor klanten, zzp'ers en wanneer/als scenario's. Deze zijn nog te uitgebreid en ik wil twee Job Stories kunnen kiezen. Wat duidelijk aan moet sluiten op wat een consument doet (iets kopen) dan een bon veilig opbergen om het vervolgens te gebruiken. Dit wil ik concreet maken.

Situatie	Motivatie	Verwachte uitkomst
Als ik iets koop	**Dan wil ik** mijn bonnen in de app zien en openen	**Zodat** het snel is om te gebruiken
Als Consument	**Wil ik** mijn bonnen handig bewaren	**Zodat** ik het product makkelijk kan vinden
Als Consument	**Wil ik** garantie hebben voor dure aankopen	**Zodat** ik altijd een bewijs heb zonder papier te bewaren
Als Winkel	**Wil ik** de consument een extra service bieden	**Zodat** zij hun bonnen met zeker heid kunnen bewaren

Job Stories v2

Dit zijn heldere Job Stories om te gebruiken als uitgangspunt van mijn concept. Alle behoeften zijn geven aan waar het aan moet voldoen. Hier zijn onderdelen zoals snelheid, automatisch of moeiteloos en veilig bewaren belangrijk. Ik wil een Job story maken voor een gebruiker die een steentje bijdraagt aan het milieu, en iemand die het milieu helpt als bijvangst.

Programma van Eisen

Alle eisen van het product en belanghebbenden, hier moet mijn concept aan voldoen

Aanpassingen

Ik heb tijdens de iteraties gekeken naar de eisen per belanghebbende voor het programma van eisen. Dit maakt het makkelijker om per groep te zien waar het concept aan moet voldoen. In het nieuwe programma van eisen heb ik nagedacht over hoe het prototype succesvol kan zijn. Dit zijn verwachtingen van de gebruiker, winkels en technische eisen. Dit werkte voor mij ook veel makkelijker omdat ik dit gebruik voor mijn prototype.

Wat neem ik mee

- Alle eisen per belanghebbende zijn nu inzichtelijk
- Ik heb aanpassingen gemaakt op basis van meer tests en onderzoek
- De uitdaging/oplossing hebben meer focus op gebruiksgemak en het milieu

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

Requirements List v1

Requirements List

Afbeelding van de Requirements List als de doelgroep een taak aan het uitvoeren is

Requirements List Groenlicht

Sketching

Schetsen van een prototype, op een Lo-Fi manier samen met een uitstraling van de app

Wat heb ik nodig

Omdat ik veel ideeën had om kassabonnen digitaal te maken, heb ik deze opgeschreven en later omgezet in een concreet concept tijdens de conceptualisering fase. Tijdens het schetsen heb ik geïnventariseerd welke personen en hulpmiddelen nodig zijn, zoals de doelgroep, winkels, pinpas milieu en een kassabon. Ook dacht ik na over wie niet direct betrokken zijn zoals banken en concurrenten, maar wel belangrijk zijn voor een samenwerking of om inspiratie op te doen. (ABN Ambro/Tikkie).

Brainstormen

Ik heb de informatie op kassabonnen onderzocht en zo ontdekte ik dat er een verbinding kan worden gemaakt tussen gebruikers die een bon ontvangen, de winkel die de bon stuurt en de bankpas die wordt gebruikt bij het POS-systeem. Door deze interacties samen te laten werken, kan er een connectie worden gemaakt. In mijn concept licht ik dit verder toe.

Wat neem ik mee

- De doelgroep moet met een bankpas betalen om de app te gebruiken
- De gebruiker kan zich aanmelden met deze bankpas
- Alle gegevens op de kassabon moeten hetzelfde zijn als in de app
- De gegevens op de kassabon kunnen bruikbaar zijn voor in de app, ik zag dat een deel van de IBAN op de bon staat
- De winkel gebruikt een POS systeem
- De kassabon digitaal ontvangen moet even snel zijn als papieren kassabonnen om een impact te maken
- De kassabon digitaal bewaren kan wel sterk verbeterd worden
- Ik ben aan het nadenken over het automatisch ontvangen van kassabonnen of via een melding. Wanneer dit automatisch gebeurt, hoeft de gebruiker geen moeite te doen om de meldingen te accepteren, en dus de positieve impact op het milieu groter wordt. Het is wel belangrijk dat de gebruiker dit kan instellen.
- Aangezien het aantal mensen dat contactloos betaalt steeds groter wordt, zou de digitale bon hierop kunnen inspelen.

1. bij contant geld wordt er helemaal geen bon via bankgegevens gegeven
2. hoe zit dan met digitale betalingen

eigenschappen van een bon:

- naam van de winkel
- filiaal nummer
- datum, artikel
- prijs
- vermelding digitaal of contant
- retourgeld, wisselgeld wat je krijgt als je teveel betaalt
- betaalbedrag en kassa (medewerker) code

- pinbetaling gegevens
- ruiloptie, welke datum?
- Garantie vermelding

gebruiker → betaalt → pinpas
→ consument

is er een samenwerking met een bank nodig?
hoe zorgt ik ervoor dat er zonder samenwerking een betaling als bon wordt opgeslagen

hoe kan ik een pinmachine samenwerking aangaan met een bank zoals ABN Ambro

↓ krijgt notificatie via telefoon

welke banken gebruikt Nederland ← toestemming van hun bank

integratie met een bank? ← toestemming van banken voor de consument

losse app zoals Tikkie

winkels

1. waar komen bonnen vandaan?
2. waar/hoe worden bonnen gemaakt

Sketch v1

Ideeën
ik stuur u wel een Memo.
Wat is uw memo-ID
Hoe kan dit automatisch zonder een Memo-Id te vragen
De consument staat aangemeld bij Memo
Banksysteem of winkelsysteem
Risico van bankgegevens worden beperkt
Een
Nodeed is dat alle winkels moeten worden aangesloten
notificaties uit kunnen zetten
De winkel staat aangemeld bij Memo
bon word aan de gebruiker toegereist zonder kassasysteem via een notificatie
de bon word aan de gebruiker aangeweezen via:
- Het unieke registratienummer van de betaalautomaat
- De branche
- Het product
- De tijd en datum
- De betaalwijze ?

Sketch v2

digitaal/fysiek
GEBRUIKER
gegevens
HEEFT
Rekent af
KOOPT
BANK PAS
APPLICATIE
KLEDING
VERBIND
DEELT
notified
APPLICATIE
OPGESLAGEN

Sketch v3

Brainstormen

Brainstormen over de gewenste resultaten, schermen en de doelen tijdens het project

Brainstorm sessie

- Handig bonnen tonen en kunnen gebruiken
- Intuïtief en snel bonnen zoeken
- Automatisch bewaren tijdens het betalen in de winkel
- De gebruiker draagt een steentje bij aan het milieu met digitale bonnen
- De doelgroep kan de app gebruiken met behulp van een bankpas

Aan de hand van het brainstormen bedenk ik ideeën op het bord. Aan de hand van een lijst op "UXPlanet" bedenk ik waarom dit concept belangrijk is. Dit helpt mij om verder te brainstormen.

• **Wat is het probleem of de behoefte die we willen oplossen?**
Gebruikers hebben behoefte aan een applicatie waarmee ze op een handige, intuïtieve en snelle manier hun kassabonnen kunnen bewaren of gebruiken, zij willen dit automatisch kunnen bewaren, hiermee kunnen zij een steentje bijdragen aan het milieu.

• **Wat moet de applicatie doen?** De applicatie moet het mogelijk maken voor gebruikers om kassabonnen

op te slaan, te tonen en te gebruiken, deze intuïtief en snel kunnen zoeken en automatisch bewaren met behulp van een pinpas.

• **Waarom is dit belangrijk voor hen?** Dit is belangrijk voor gebruikers om kassabonnen gemakkelijker te controleren, terug te vinden en een steentje bij te dragen aan het milieu.

• **Waarom geven zij erom?** Ze geven erom omdat het hen tijd en moeite bespaart en de meeste mee willen helpen aan het milieu.

• **Wat proberen de gebruikers te doen?** De gebruikers proberen hun kassabonnen op een gemakkelijke en georganiseerde manier te bewaren.

• **Wat zijn hun pijnpunten?** Hun pijnpunten zijn het verliezen of vergeten van kassabonnen, moeite hebben met het vinden van specifieke bonnen, en uit het artikel voelen sommige zich schuldig als zij een kassabon weggooien.

• **Hoe kunnen we de gebruikers bereiken via dit ontwerpproces?** Ik wil gebruikers de app laten gebruiken door alles zo moeiteloos/laag te ontwerpen.
- Een efficiënte gebruikersinterface
- Makkelijk zoeken
- Duidelijke instructies over wat de app doet
- Ik wil meer gebruikers bereiken door alle voordelen te noemen, met name het milieu

• **Zijn er beperkingen (technologisch, zakelijk, enz.)?** Het kan technisch haalbaar zijn met een API

• **Hoe is dit beter of onderscheidend van concurrenten?** Dit is beter en onderscheidend van concurrenten omdat je automatisch kassabonnen kunt bewaren tijdens het betalen, en een steentje bijdraagt aan het milieu.

• **Zijn er relevante producten waar we naar kunnen kijken?** Klippa, Tikkie, Quick Receipt

HKJ's

Hoe Kun Je's (opportunities)

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.

Aanpassingen

- Meer hoe kun je's over duurzaamheid
- De gebruiker motiveren om een steentje bij te dragen toegevoegd
- De werking duidelijk maken toegevoegd
- Ik heb Hoe kun je's gekozen
- Ik heb de Hoe kun je's in de Design rationale duidelijker gemaakt

HKJ's v1 (ongeselecteerd)

Alle behoeften uit de Discovery fase en MoSCoW heb ik gegroepeerd in “Hoe Kun Je’s”om tot ideeën en concepten te komen. Tijdens een groepsessie en het brainstormen kwam ik uit op deze ideeën als uitgangspunt van mijn app.

HKJ
Een consument zekerheid geven met hun bonnen

HKJ
Zonder moeite bonnen bewaren in de app

HKJ
De vindbaarheid van bonnen vereenvoudigen

HKJ
De gegevens van de gebruiker veilig houden

HKJ
Bonnen ordenen in de app

HKJ
De consument snel hun bon laten terugvinden

HKJ
De consument controle geven over hun bonnen

HKJ
Bonnen weergeven op een plek

HKJ
Een winkel koppelen met de app om bonnen te bewaren

HKJ
Bonnen in de app bewaren en niet vergeten

HKJ
De winkel, app en consument met elkaar laten interacteren

HKJ
Bonnen opslaan persoonlijker maken

HKJ
Winkels en consumenten duurzaam bonnen bewaren

HKJ
De gebruiker laten aanmelden met hun bank

HKJ
De bon in de app gebruiken voor in de winkel

HKJ
Bonnen vereen voudigen in de app

Afbeelding van HKJ's voor de Job Stories en het programma van eisen

Hoe kun je's uit Groenlicht

MoSCoW

Must have's, should have, could have, will not have methode

Aanpassingen

- Meer focus op het gebruiksgemak
- De MoSCoW concreet gemaakt
- Ik heb een must toegevoegd over het milieu
- Ik heb de MoSCoW verduidelijkt
- De eerste MoSCoW is belangrijk om alles te bekijken

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.

Op basis van de behoeften van de consument kan ik dit verwerken in wat product nodig heeft en wat het absoluut niet heeft. Dit zijn alle features om bonnen gemakkelijk te bewaren.

Won't

- Gevoelige gegevens van jouw bank gebruiken
- Een alternatief voor als je geen telefoon hebt/leeg is
- Integratie in mobiel bankieren apps binnen dit project vanwege intellectueel eigendom
- Geen focus op handmatig scannen alles moet automatisch

Must

- Garantie en zekerheid door juiste boninfo
- Automatisch verbinden met de gebruiker na het betalen
- Producten terugbrengen met de bon
- Je type bank kaart toevoegen voor de koppeling
- Digitaal, en moet overal (winkelervaring) verbeteren
- Een deeloplossing voor het milieu
- Redenen geven voor de winkel voor de app (zoals data en service)
- De veiligheid van gebruiker gegevens garanderen
- Snel voor de gebruiker
- De laatste cijfers van het IBAN nr
- Snel door handige opstart en vinden
- Transactie informatie die nodig is gebruiken
- Een user friendly interface
- Alle bewijzen op een plek houden
- Linken met een POS systeem
- Alleen met een bankpas

Could

- Een business case voor banken
- Transactie informatie extra
- De app gebruiken in het buitenland
- Kosten delen door de bon (voor uitgaan en horeca)
- Toestemming voor gegevens (contacten, of login met social)
- Een sociaal aspect om het te delen

Should

- Een meerwaarde voor de winkels
- Een overzicht geven van alle uitgaven
- Het werkt intuitief door de app heel kort en automatisch te maken
- Vertrouwen geven door context en uitleg
- Niet teveel op de telefoon hoeven zijn
- Bonnen na verloop verwijderen (met keuze daarin)
- Authentificatie van de gebruiker
- Voorkeuren voor de gebruiker
- Notificaties ontvangen (met keuze daarin)
- Een zoekknop om je bonnen te vinden
- Een uitleg over hoe je de app gebruikt
- Tags
- Een fijne onboarding

MoSCoW v1

Must

- Functioneel
- Gebruiksgemak bevorderen
- Milieu verduurzamen
- Kassabonnen automatisch bewaren
- Een digitaal en interactief product

Should

- Veiligheid
- Een API gebruiken voor de winkel
- Bankpas gebruiken als consument om aan te melden
- De kassabon zoeken categoriseren op basis van winkel, product, prijs etc
- Snel en betrouwbaar
- Een gebruiks vriendelijke interface waar de uitleg de werking ondersteunt
- Kassabonnen gebruiken en exporteren
- Laagdrempelig en duidelijk onboarden, werking, vinden

Could

- Kassabonnen met meldingen bewaren
- Authentificatie
- Een deel van je bankpas gebruiken om mee aan te melden
- Een integratie voor mobiel bankieren
- Functies zoals kosten splitten en boekhouding
- Linken met een POS systeem van de winkel

Won't

- Een sociaal aspect
- De app gebruiken in het buitenland
- Alternatief als je telefoon geen accu heeft
- Gevoelige gegevens gebruiken
- Handmatig scannen

MoSCoW v2

Harris Profile

Welke functies en mogelijkheden komen het best uit de methode

Wat heb ik gedaan?

Om mijn app beter te begrijpen, heb ik de Harris Profile methode 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.

Dit is de eerste Harris Profile uit het groenlicht

++ + – –– *Dit zijn een paar stappen in de app. De bon bewaren kan automatisch via de api*

	Onboarding			Bekijken			
	1. Google/ Facebook login	2. Deel van je IBAN als login	3. Mobiele telefoon en SMS	1. In een lijst op datum	2. Mapjes	3. Tags gebruiken	4. Zoekknop
Snelheid	++	–	+	++	–	+	++
Veiligheid	+	++	++	+	–	++	++
Handigheid	++	++	––	++	––	++	++
Laagdrempelig	+	––	–	++	–	+	++
Gewenning	++	–	+	++	–	+	++
Belangrijk	++	++	–	++	–	+	++

Harris Profile v1

Bij bepaalde stappen is de keuze duidelijk, en bij sommige keuzes in de onboarding is de keuze lastig. Als voorbeeld: het inloggen via social media tijdens het onboardingsproces verloopt veel sneller. Alleen, om de doelgroep volledig gereed te maken voor het gebruik van de app, geef ik de moeten zij hun IBAN gebruiken, zoals bij de Benchmark-creatie Tikkie hetzelfde doet. Ik verwacht dat deze directe stap, waarbij aangemeld wordt met IBAN, het gebruiksgemak vergroot.

Gebruiken		Beveiliging in de app				
1. De barcode	2. Jouw code in de app gebruiken	1. Wachtwoord toevoegen	2. E-mail verifiëren	3. Afschermen in de app	4. 2FA (SMS)	5. Uitloggen na x minuten
++	+	++	+	–	+	–
++	–	++	++	++	++	++
+	++	++	+	+	+	––
++	++	++	––	+	+	–
++	–	++	+	–	+	––
++	+	++	+	+	–	––

Harris Profile v2

✍️ Feedback en meetings

Dit zijn aantekeningen van de feedback uit de idee genereer fase en de besprekingen in de groep

Ideegeneerfase Feedback

- **Kies één belangrijke functie voor je project, en probeer niet zoveel te kiezen.**
- **De functies van je app moeten geen Zwitsers zakmes worden**
- **Probeer de werking van je idee duidelijk te beargumenteren (na de Feedback Frenzy)**
- **Documenteer je idee en stel het voor aan je doelgroep. Hoe zouden zij dit gebruiken?**
- **Gebruik een belanghebbende om voor te testen**
- **Begin aan je Proof of Concept om te testen of de app wenselijk is**
- **Baken je concept af met de MoSCoW methode**
- **Maak groffe schetsen van de functionaliteit van je app**

Feedback Frenzy

Het eerste board op Miro van de Feedback Frenzy

- **Maak het kort, denk aan mand. Bonnen bewaren samen met milieu**
- **"De Design Challenge is ontzettend lang"**
- **Afweging maken hoe de consument een bon krijgt**
- **Alle bonnetjes naar de app laten gaan en later beslissen of je dit bewaard?**

- **Job stories**
- **Test je proof of concept**

Het tweede board op Miro van de Feedback Frenzy

- **Vind een partner belanghebbende om je concept aan voor te leggen**
- **Vergelijk je concept met bestaande apps na je richting te bepalen**
- **Beargumenteer je focus voor consumenten**

Hoofdstuk 4
Conceptualiseringsfase

Concept

Een concept van de applicatie, waar ik de ideeën toelicht

Wat heb ik gedaan
Dit zijn de ideeën van mijn app, ik heb nagedacht over hoe deze eruit zou kunnen zien. Het ontwerp omvat onder andere een weergave van de kassabonnen, een snelle zoekfunctie en de mogelijkheid om een deel van je bankkaart toe te voegen om kassabonnen automatisch te bewaren.

Om het succes van de app te vergroten, heb ik onderzocht dat snelheid, veiligheid en automatische verwachtingen belangrijk zijn. Daarnaast vind ik het interessant om extra functies aan te bieden, zoals het bijhouden van bonnen op verschillende apparaten.

Wat neem ik mee
Het idee om een app te ontwikkelen is de beste keuze, omdat gebruikers hierop automatisch hun kassabonnen kunnen bewaren. Ik heb een concreet concept gemaakt met verschillende functies. Daarna heb ik een keuze gemaakt voor de belangrijkste functies, zoals het bewaren en zoeken van bonnen. Ik heb ook nagedacht over hoe ik de API kan implementeren om communicatie tussen de winkel, de consument en de bank mogelijk te maken. **De API is als het ware de software dat ervoor zorgt gegevens tussen de app en andere partijen kunnen worden uitgewisseld.**

Een voorbeeld van hoe de app werkt

CONCEPT 1

Memo
onboarding met uitleg (1) hoe je bonnen bewaart
Lijst met winkels om (2) Memo voor te gebruiken
API om met winkels te kunnen verbinden en bonnen opslaat
weergave lijst met bonnen (2)
app voor bonnen
Inloggen en kaart (1) toevoegen in één
Instellingen (filteren) en bevestigen (naam, e-mail) (3)
Instellingen aanmelden als winkel voor aanbod (3)

CONCEPT 2

Concept 2

Concept 3

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.

Bij het tweede idee heb ik nagedacht over het uiterlijk van de app en de onboarding van de gebruiker. Tijdens een feedback frenzy is het beter dat de app eenvoudig moet blijven en niet te veel opties moet heeft, zoals kosten splitten, ondernemers, social login. Voor hun privacy willen gebruikers liever alleen het laatste deel van hun IBAN gebruiken, dat ook op hun kassabon staat.

Mijn derde idee was om de digitale kassabonnen in de app te laten zen 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.

Lijst van de functionaliteiten na het groenlicht

Interactie

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 betrouwbare werking 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.

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.

Een interactieve uitleg over hoe de app werkt

Wireframes

Een indeling van hoe bepaalde schermen en functies met elkaar samenwerken

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.

LOGO SPLASH

Splash screen

TERUG

STAP
ENDOWED
PROGRESS
EFFECT

VRAAG OVER IBAN

IBAN 4 CIJFERS

NL **** **** **

TOELICHTING

VERDER

TOETSENBORD

Taakbalk

Aanmelden

Logo

TAGS TAGS TAGS +

DATUM, DECEMBER

MacBook 15inch € Prijs

WINKEL

Omschrijving € Prijs

WINKEL

Omschrijving € Prijs

WINKEL

DATUM, NOVEMBER

Omschrijving € Prijs

WINKEL

Omschrijving € Prijs

WINKEL

Omschrijving € Prijs

WINKEL

OVERZICHT ZOEKEN WINKELS MEER

Taakbalk

Overzicht

LOGO

Introductie

In de app (3)

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.

Splash screen

Het Splash scherm heb ik gemaakt op basis van benchmarken om gebruikers te activeren als zij de app voor het eerst openen. Uit gesprekken vindt de gebruiker een splash scherm en de onboarding een goede introductie. Het moet een korte introductie van mijn app zijn en je naar de aanmeld knop sturen.

> ⓘ Het scherm moet kort zijn

> ✓ Het is effectief

Introductie

Het introductiescherm is ontworpen om gebruikers te activeren en bestaat uit een korte laadanimatie die gevolgd wordt door een inleiding over de app en de mogelijkheid om zich aan te melden. Het scherm is kort en effectief en stuurt de gebruiker direct naar de aanmeldknop. De aanmelding vereist slechts de laatste vier cijfers van de IBAN en wordt als intuïtief beschouwd.

> ✓ Denk na over de tone of voice, ik denk dat deze eenmalige aanmelding met de laatse vier cijfers van je IBAN heel intuïtief is

Aanmelden

Het aanmeldscherm is beknopt en duidelijk met een uitleg over waarom de IBAN gevraagd wordt en een voorbeeld van hoe de code eruitziet. Het doel is om vertrouwen te creëren en geen de stappen in de onboarding kort te houden. De stappen moeten duidelijk uitgelegd worden om de aandacht van de gebruiker vast te houden.

> ⓘ Tijdens het aanmelden moet de gebruiker zijn aandacht erbij houden, maak het kort

> ✓ Hele korte stappen werken goed, inplaats van een login, om vervolgens je kaart toe te moeten voegen

Overzicht

Het home scherm is georganiseerd op een gebruikelijke manier waarin bonnen worden opgeslagen. Ik heb tags gebruikt om de gebruiker hun kassabonnen te laten indelen, terwijl er overzicht wordt behouden. De menu-items worden moet ik verder onderzoeken aan de hand van gesprekken met de gebruiker zodat zij dit snel kunnen gebruiken.

TERUG

Logo

MacBook 15inch
van Coolblue

Totaal **1800,00**

Alle producten bekijken

Geldig tot

Datum

Automatisch verwijderen

Verwijderen als de bon niet meer geldig is

Betaalpas

Maestro

IBAN

• • • •

Omschrijving

Naam, soort, merk, tags

Gebruik de code als je het product wilt herzien :)

Detailscherm

Het detailscherm, de bon gebruiken lijkt op een standaard bon, alleen ik heb gekeken welke gegevens worden gebruikt, en dit ingekort, omdat jee vaak alleen de barcode wilt scannen. Dit staat er groter op, zodat je het snel in de winkel kunt gebruiken. Ook staan er resterende gegevens van jouw afgeschermde bankkaart, zodat je kunt kijken op welke kaart je het geld terugkrijgt.

> Kan de barcode misschien gelijk op het overzichtsscherm komen te staan? Zonder de bon te moeten openen. Voor de rest is de gewenning zoals een bon hetzelfde.

📱 Lo-Fi Prototype

Dit is het eerste prototype om te laten zien hoe het kan werken

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.

Hoe werkt de app?

De gebruiker kan zich 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. In mijn concept licht ik toe het het werkt. Nadat de gebruiker hun IBAN invult, wordt dit de omgeving waar de bonnen naartoe worden gestuurd. Uit gesprekken met de doelgroep bleek dat zij dit idee makkelijk vonden, maar liever een deel van hun IBAN invoeren. Dit is veiliger en sneller.

Prototype v1

Prototype v2

Prototype v3

Overzicht winkels

Instellingen melding 1e keer gebruik

Cookies melding 1e keer gebruik

Prototype v4

Prototype v5

Gebruikers principes

Principes die nuttig zijn voor de ontwikkeling van het product

Wat neem ik mee

- Mijn concept steunt op beide principes, waarbij de gebruikerservaring samenwerkt met het moeiteloos en toegankelijk maken van het product.
- Automatische werking
- Mijn doel is om de motivatie van de gebruiker te versterken door middel van een gebruiksvriendelijk product en tegelijkertijd een bijdrage te leveren aan de verbetering van het milieu.
- In de lagen is de functionaliteit van mijn product de belangrijkste laag
- Het product moet functioneel en betrouwbaar zijn
- De principes versterken elkaar, waarbij de functionaliteit, toegankelijkheid en milieuvriendelijkheid van het product de doelgroep moet overtuigen.
- In het concept kan ik nadenken over hoe ik het concept moeiteloos laat werken

1. **Beyond Usability Increasing motivation en Removing friction**

Aangezien mijn focus op de ervaring van de gebruiker ligt en de verbetering voor het milieu moet ik nadenken over hoe ik de motivatie van mijn doelgroep kan maximaliseren. Ik moet de doelgroep ervan overtuigen dat hun behoefte eenvoudig kan worden gemaakt met de app. En dat zij een steentje aan het milieu bij kunnen dragen. Daarom vind ik dit een belangrijke methode om voor mijn prototype toe te passen om hun ervaring en motivatie te verhogen.

Het model van Joshua Porter

Joshua Porter is een user experience designer die heeft geschreven over de rol van frictie en motivatie in een ontwerp. Zijn model stelt dat frictie en motivatie twee belangrijke factoren zijn die de ervaring beïnvloeden, en dat ontwerpers deze factoren kunnen gebruiken om gebruikers te beïnvloeden hoe zij met hun producten of diensten omgaan.

Frictie, volgens Porter, verwijst naar elk obstakel moeilijkheid die een gebruiker kan tegenkomen wanneer hij een taak probeert uit te voeren of een doel probeert te bereiken. Frictie kan gaan over verwarrende navigatie, trage laadtijden of ingewikkelde stappen. Wanneer gebruikers frictie ervaren, kunnen zij gefrustreerd raken of hun taak helemaal opgeven. In mijn geval de app opgeven.

Motivatie verwijst naar de interne drang van gebruikers om een taak uit te voeren of een doel te bereiken. Motivatie kan zijn het verlangen om tijd of geld te besparen, een behoefte om ergens aan mee te doen of een gevoel van voldoening. Wanneer gebruikers gemotiveerd zijn, is de kans groter dat zij volhouden ondanks wrijving en hun doel bereiken.

Het model van Porter stelt dat ontwerpers moeten streven naar minder wrijving en meer motivatie voor een betere gebruikerservaring. Dit kan worden bereikt door interfaces te vereenvoudigen, duidelijke en beknopte instructies te geven en de ervaring prettig te maken. Door wrijving te minimaliseren en motivatie te maximaliseren, kunnen ontwerpers gebruikers aanmoedigen om zich met hun producten of diensten bezig te houden en de gewenste resultaten te bereiken.

2. **Stephen Anderson UX pyramid over de ervaring van de gebruiker**

Stephen Anderson is een user experience (UX) designer die het UX Pyramid model heeft ontwikkeld. De UX-piramide is een framework dat de verschillende lagen van de ervaring van een gebruiker beschrijft, van de primaire tot de meest geavanceerde.

Het model bestaat uit vier lagen, die elk voortbouwen op de vorige:

Functioneel: De eerste laag is de functionele laag, die verwijst naar de basis van een product of dienst. Op dit niveau moeten gebruikers hun taken gemakkelijk en efficiënt kunnen uitvoeren. Dit kan gaan over navigatie, snelheid en gebruiksgemak. In mijn geval is het belangrijk dat de gebruiker snel de service kan gebruiken om bonnen te bewaren en terug te vinden.

Betrouwbaarheid: De tweede laag is de betrouwbaarheidslaag, die verwijst naar de consistentie en betrouwbaarheid van een product of dienst. Op dit niveau moeten gebruikers erop kunnen vertrouwen dat het product werkt zoals bedoeld en dat hun gegevens en informatie veilig zijn. Ik wil er voor zorgen in mijn prototype dat ik enkel gegevens uit de bon gebruik en dat zij verwachten dat de app werkt.

Bruikbaarheid: De derde laag is de bruikbaarheidslaag, die verwijst naar de gebruikerservaring van een product of dienst. Op dit niveau moeten gebruikers zich comfortabel en betrokken voelen bij het product, en moet het zijn ontworpen om aan hun behoeften en voorkeuren te voldoen.

Plezierig: De vierde en laatste laag is pleasurable, die verwijst naar de emotionele ervaring van het gebruik van een product of dienst. Ik vind het moeilijk om deze laag toe te passen, omdat er geen vreugde factor speelt, maar ik denk wel dat ik het model van Joshua Porter kan toepassen om hun motivatie te stimuleren. Door in te gaan op hoe de doelgroep kan bijdragen aan het milieu. Normaal moeten gebruikers een gevoel van vreugde, opwinding of tevredenheid ervaren bij het gebruik van het product.

Het UX-model geeft aan dat ontwerpers ernaar moeten streven producten of diensten te ontwerpen die in alle vier de lagen uitblinken, en dat de lagen op elkaar voortbouwen. Daarom moeten ontwerpers zich richten op het voldoen aan de basis functionele en betrouwbaarheids behoeften van gebruikers om vervolgens na te denken over wat hun ervaring beter maakt. Door dit te volgen, kunnen ontwerpers producten creëren die niet alleen functioneel en betrouwbaar zijn, maar voor mijn prototype ook prettig werkt en hun motivatie maximaliseert.

Het gebruikerservaring model van Stephen Anderson

Proof of Concept

Alle feedback van het LoFi Prototype

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 hen 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 voordat het Hi-Fi is. Ik test het Hi-Fi prototype in een drukke omgeving om te kijken of het in de echte wereld past.

Taken

- Meld je aan in de app
- Krijg een indruk van hoe je een aankoopbon ontvangt
- Zoek een bon via een van de zoekopties
- Open en gebruik een bon voor je garantiebewijs
- Bekijk het winkel aanbod van de app
- Krijg een indruk van de instellingen en tags om sneller een bon te vinden
- Wissel van omgeving om je andere bonnen te zien

User Testing

Hier valideer ik mijn concept door te kijken hoe ik de ervaring kan verbeteren, en aannames kan voorkomen. Ik wil zien hoe gebruikers met mijn prototype omgaan. Dit doe ik om kwalitatieve feedback en antwoorden te verzamelen. Ik gebruik daarom deze vragen om het prototype te testen. Ik heb eerst een paar gebruikers getest en na de test

Proof of Concept

Testpersoon 1 Vera Med-Fi

Eerste test

Proof of Concept

Testpersoon 2 Jesse Med-Fi

Derde test

Vierde test

Observeren

Proof of concept Test 1

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 moest 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.

Proof of concept Test 2

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 hd zij geprobeerd om in te loggen via social media en 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 zodat je dit later niet hoeft te doen. 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 hoef 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”.

- Tijdens enkele gebruikerstesten blijkt dat gebruikers afhaken wanneer ze worden gevraagd om een bankpas te gebruiken om zich aan te melden (in de user flow)
- Ik moet de werking uitwerken in het HiFi prototype
- Nadat ik mijn concept uitleg begrijpt de tester het idee, als ik meer uitleg in de app geef en de gebruiker begeleid dan kan ik verhelderen

Testvragen

Dit zijn alle hulpvragen tijdens mijn Proof of Concept

Vragen aan de gebruiker

Eerste indruk

- *Wat is uw eerste reactie hierop?*
- *Wat gaat er door uw hoofd terwijl u dit bekijkt?*
- *Hoe verhoudt dit zich tot uw verwachtingen?*
- *Wat kunt u hier doen?*
- *Waarvoor dient dit?*
- *Heb je nu nog vragen?*
- *Waarom zou iemand dit gebruiken?*
- *Hoe denk je dat dit je gaat helpen?*
- *Wat is het eerste wat je zou doen?*

Taakgericht

- *Als je de kassabon zou willen bewaren, wat zou je dan doen?*
- *Wat zou u verwachten dat er zou gebeuren?*
- *Welke delen hiervan waren het meest/minst belangrijk voor u?*
- *Hoe zouden we de informatie zinvoller kunnen presenteren?*
- *Is er iets dat u zou veranderen/toevoegen/verwijderen om dit beter voor u te maken?*
- *Wat was het moeilijkste hieraan?*
- *Was er iets verrassends of onverwachts?*
- *Op een schaal van 1-5, hoe eenvoudig was dit?*

Samenvatting

- *Zou je dit vandaag nog gebruiken?*
- *Wat weerhoudt mensen ervan dit te gebruiken?*
- *Wat is het maximum dat u ervoor zou willen betalen?*
- *Wat vind je wel of niet leuk?*
- *Als je een toverstafje had, wat zou je dan veranderen?*
- *Voelt dit alsof het voor u ontworpen is?*
- *Ontbreekt er iets?*
- *Welke bijvoeglijke naamwoorden zou u gebruiken om dit te beschrijven?*
- *Op een schaal van 1-5, hoe waarschijnlijk of onwaarschijnlijk zou je dit aanbevelen aan een vriend?*
- *Aangezien dit nog niet af is, wat zou je in de definitieve versie willen zien?*

✍️ Feedback en meetings

Dit zijn aantekeningen van de feedback waar dit nodig is en besprekingen van onze wekelijkse meetings in de studiegroep

Conceptualiseringsfase Feedback

Na de Feedback Frenzy ben ik verder gegaan met het testen voor alle belanghebbenden en daarna voor de winkel. Zo kon ik eerst de behoeften van de consument bekijken. Dit deed ik met een Proof of Concept aan de hand van mijn prototype aansluitend op mijn uitleg. Voor de winkel vertelde hoe dit een service is voor hun klanten en wachttijden ook veel sneller maakt. Voor de consument ging ik in op hun gebruiksgemak met bonnen en het milieu.

- Gebruik je Programma van Eisen voor je concept
- Wat zijn de risico's van je concept?
- Bedenk wat je advies kan zijn voor stakeholders
- Leg de functies op een rij samen met de belangrijkste problemen (milieu/gebruiksgemak)
- Test het Lo-fi prototype
- Laat de gebruiker je app testen door waarom te vragen
- Laat de gebruiker vertellen wat hun verwachting is tijdens het testen
- Is je concept innovatief met de 3 lenzen, voor de doelgroep, winkels, en misschien later een bank?
- Beargumenteer waarom de doelgroep het eens is met je concept
- De volledige feedback van de doelgroep staat in mijn eerste Proof of Concept

Hoofdstuk 5 Valideren

📱 Hi-Fi Prototype

De eerste iteratie van het Hi-Fi prototype

Ontwikkelingen

Hoe kun je

Ik heb een "Hoe kun je" gebruikt tijdens de iteratie, om aan te geven wat belangrijk is voor deze ontwikkeling: Hoe kun je "De werking van de app duidelijk maken".

Welke verbeteringen heeft de app gemaakt?

Ik heb het prototype Hi-Fi gemaakt door de werking en stijl te verbeteren aan de hand van inzichten. Ik heb gekeken naar 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.

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, ik heb gekeken naar de tone of voice van Tikkie en hoe de interactie om een IBAN in te voeren eruit ziet.

- Waarom moet ik mijn IBAN gebruiken?
- De stappen duren een beetje lang
- Ik vind het overzicht duidelijk en herkenbaar
- De kassabon met alleen de informatie die ik nodig heb vind ik handig
- Ik zou wel meer willen aanpassen
- Ik zou willen zien voor welke winkels ik dit kan gebruiken

• Interactie ‘Aanmelden‘

Je meld je aan met een IBAN, dit is verbonden met een API waar de winkel een digitale bon heen stuurt, zo krijg je automatisch de kassabon in de app.

• Interactie ‘Overzicht‘

In de app staan al jouw digitale kassabonnen als je iets hebt gekocht, als je de bon opent krijg je een eenvoudige bon om te gebruiken of bewaren.

Hi-Fi Prototype Flow

Interactie van het prototype

Keuzes verantwoorden

- Ik heb Memo+ verwijderd, dit zit alleen maar in de weg om de werking van mijn app te testen, de doelgroep raakt afgeleid tijdens het testen
- De prioriteit is om eerst de werking in orde te krijgen
- Sommige stappen zijn te lang in de onboarding, de gebruiker wilt geen heel formulier invullen
- De app is nog een beetje leeg. Het introductie scherm kan beter ingezet worden, en verhelderend zijn > volgende Iteratie
- Ik heb de states aangepast (knoppen lichten op die belangrijk zijn of als de gebruiker iets moet invoeren)
- Ik heb de stijl van de app bepaald, volgens de doelgroep is het zakelijk, betrouwbaar en visueel fijn om te gebruiken
- Ik heb gewerkt aan hoe ik de gebruiker kan helpen, met omschrijvingen en duidelijke vragen "Welke betaalpas gebruik je?" , "Wat zijn de laatste 4-cijfers van je IBAN" alleen nu moet ik aangeven WAAROM dit nodig is
- Het overzicht werkt fijn uit gesprekken met de doelgroep
- Ik vind zelf dat de menu items anders kunnen, het past niet bij de omgeving om kassabonnen te zoeken, dit kan ik groeperen.

Hi-Fi Schermen

Jouw bonnen bij je houden.
Bewaar jouw bonnen door je aan te melden met enkele gegevens uit de bon. Gratis op **Memo**.
Aan de slag

1/2
Welke betaalpas gebruik je?
mastercard
VISA
DISCOVER
AMERICAN EXPRESS
Dit wordt afgeschermd in de app. Maar zo weet jij zeker dat je de bon op je telefoon krijgt.

2/2
Wat zijn de laatste 4 cijfers van jouw IBAN?
NL ** **** **** **
Geen zorgen. Je IBAN staat ook op de bon. Je krijgt een melding tijdens het betalen of je de bon in de app wil bewaren.
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
Q W E R T Y U I O P
A S D F G H J K L
Z X C V B N M
!#☺
English(UK)
.

Wat zijn de laatste 4 cijfers van jouw IBAN?

NL ** **** **** ** • • • •

Gelukt! Controleer je cijfers en ga verder.

Elektronica
School
Boodschappen
december 2022
MacBook 15inch
€ 1500
Airpods
€ 102
Samsung Smartwatch
€ 55
Zara Bodywarmer
€ 137
november 2022
MacBook 15inch
€ 1500
Sony XM3
€ 200
Laptoptas Case Logic
€ 137
Luxe bonbons
€ 55
iPad 10inch
€ 1100
Thuis
Zoeken
Winkels
Instellingen

MacBook 15inch
van Coolblue
Totaal 1500,00
Alle producten bekijken
Geldig tot
Datum
Automatisch verwijderen
Verwijderen als de bon niet meer 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.
Terug
Zoeken
Winkels
Instellingen

Extra

Thema van het prototype

- Voor het prototype wou ik het thema testen.
- De gebruiker vindt de standaard weergave het prettigst.
- Ik wil de gebruiker hun gegevens laten bevestigen na het testen van mijn concept
- Ik kies in de volgende iteratie om dit kort te houden, geen scannen of extra knoppen zoals bonnen verwijderen > Het gaat eerst om de WERKING
- Ik heb tags toegevoegd om de gebruiker meer controle te geven (kassabonnen in tags > mapjes laten indelen)
- Ik heb gekeken naar hoe de zoekknop anders kan worden ingedeeld

Risk analysis

De specificaties van het product, en wat voor mogelijke risico's en grenzen mijn product heeft

Wat heb ik gedaan?

Hier verwerk ik alle risico's die aannemelijk zijn of onwaarschijnlijk, en of dit veel impact heeft. Als je bijvoorbeeld kijkt naar een extreme situatie "wat gebeurt er als je een bon wegdrukt", wat gebeurt er dan? Dit zijn allerlei vragen die ik moet stellen voor het product, en rekening mee moet houden. Of wat als een gebruiker de app nog niet vertrouwt, en alleen met social media wil inloggen. In dat geval heeft de doelgroep behoefte aan meer context. Waar wordt de IBAN voor gebruikt, dan moet ik uitleggen dat de koppeling met de winkel nodig is.

Risk Analysis uit Groenlicht

Risk Analysis v2

Wat heb ik verbeterd?

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

Aanpassingen uit de Hi-Fi Iteratie

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.

• 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.

• Interactie ‘Splash’

Wat heb ik veranderd?

- Een korte animatie als de gebruiker de app voor het eerst opent om hen te verwelkomen.
- Het prototype is een milievriendelijke 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.
- Ik heb een winkel scherm gemaakt om het aanbod als gebruiker te bekijken
- Ik heb het account geïtereerd om als gebruiker jouw instellingen aan te passen zoals het automatisch bewaren naar met meldingen, of vanaf welk bedrag en branche's. Dit geeft de gebruiker meer ruimte
- Ik heb de stappen in de onboarding verhelderd en klein gemaakt zodat het niet als een formulier voelt.
- Ik heb states toegevoegd > blauw/active/feedback states
- Functies weggelaten memo+
- Woorden zoals herzien zijn weg X
- Het detailscherm is functioneler met een focus op de barcode
- In de volgende iteratie werk ik aan meer uitleg en makkelijker zoeken

Hi-Fi Iteratie Flow

Hi-Fi Iteraties

Voeg een kaart toe met de laatste 4 cijfers van je IBAN
NL ** **** **** **
Hiermee bevestig jij waar je alle bonnen mee wilt ontvangen. Wist je dat een deel van jouw bankinfo ook op de bon staat?
Klaar

Voeg een kaart toe met de laatste 4 cijfers van je IBAN
NL ** **** **** ** 4 2 0 7
Gelukt! Controleer je cijfers en ga verder.
Klaar
English(UK)

Elektronica
School
Boodschappen
december 2022
Acer Laptop 13inch € 1.500,00
Airpods € 102,00
Samsung Smartwatch € 55,00
JBL Speakers € 189,00
november 2022
MacBook 13inch € 1.100,00
Sony XM3 € 200,00
Laptoptas Case Logic € 137,00
Bonnen
Zoeken
Winkels
Account

Elektronica | School | Boodschappen | +

december 2022

Acer Laptop 13inch	€ 1.500,00
Airpods	€ 102,00
Samsung Smartwatch	€ 55,00
JBL Speakers	€ 189,00

november 2022

MacBook 13inch	€ 1.100,00
Sony XM3	€ 200,00
Laptoptas Case Logic	€ 137,00

Bonnen | Zoeken | Winkels | Account

MacBook 15inch van Coolblue

Totaal €1500,00
Alle producten bekijken ›

Geldig tot
09-15-2024

Betaalpas
Maestro

IBAN
4027

Omschrijving
Maak een omschrijving

Tags
Elektronica +

Gebruik de barcode voor je product

Bonnen | Zoeken | Winkels | Account

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

Experience map

De ervaring van de gebruiker

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 gevalideerd. 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.

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 gebruikerservaring 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

Afbeelding van de Experience map

✍️ Feedback en meetings

Validatiefase Feedback

- Goede principes gebruikt voor de problemen van je project
- Maak de uitleg van je concept plat
- Laat zien wat de uiteindelijke Plan van Eisen van je prototype zijn
- Itereer je Hi-Fi prototype niet alleen op basis van verbeteringen maar ook de eisen
- Vergelijk de stappen in je prototype door A/B Testen
- Test je proof of concept nogmaals en maak een voorstel voor je belanghebbende
- Gebruik Peer Reviews voor objectieve verbeteringen
- Maak de voordelen concreet
- Maak je DR navolgbaar en laat zien waarom alle belanghebbende het eens zijn
- Wat is de weerstand om jouw product te gebruiken?
- Hoeveel risico zit er in de oplossing?
- Zorg ervoor dat je onboarding en de werking helemaal in orde is, dat is het belangrijkste
- Het milieu/gebruiksgemak even belangrijk in je documentatie aangeven

Hoofdstuk 6 Evalueren

Peer Reviews

Alle feedback die ik heb gekregen van medestudenten

Introductie

De vragen gebruik ik als leidraad voor mijn Peer Reviews en met de eerste lezer. Dit voer ik uit met UX op school. Twee reviews deed ik door vragen te stellen, maar de andere reviews hadden mijn voorkeur door meer te observeren. Daar liet ik hen door de app heen navigeren nadat ik de app had uitgelegd. Ik vertelde aan de testpersonen om hardop te denken terwijl zij het prototype gebruiken. Dit wisselde ik af. Het doel was dat peers met een consument perspectief naar kijken maar de UX van het prototype analyseren.

Punten waar ik feedback over wil:

- Zijn de stappen logisch hoe je de bon bewaart en kunt gebruiken?
- Welke acties of uitleg mis jij in de app?
- Wat zou jou helpen om te weten waarvoor je jouw IBAN gebruikt?
- Wat vind jij handig aan de app?

Taak 1: Je gebruikt de app voor het eerst en wilt een indruk krijgen. Open de app en ga aan de slag.

Taak 2: Je komt erachter dat je met de app bonnen automatisch kunt bewaren. Gebruik een deel van je IBAN om te kijken of je de bon kunt ontvangen.

Taak 3: Je wilt een van jouw bonnen snel vinden. Probeer een van de functies uit om je bon te zoeken.

Taak 4: Je wilt gebruikmaken van de garantie voor je product. Open de bon en gebruik de barcode.

Taak 5: Je wilt de app eigen maken en om je bonnen beter te vinden. Ga opzoek naar de plek om je account en instellingen aan te passen.

Taak 6: Je bedenkt je dat je meerdere bankpasjes hebt. Kijk of jij een bankpas kunt toevoegen

Taak 7: Je wilt kijken voor welke winkels je bonnen kunt bewaren. Bekijk het aanbod van de app door naar de pagina met alle winkels te navigeren.

Testpersoon 1 Noa UX student (22):

Memo
Jouw boeken bewaren.

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

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

Hedging Which
Fan Catalog
Total 2,000 in
Hedging Which
Fan Catalog
Hedging Which
Fan Catalog
Hedging Which
Fan Catalog

Waarom kies ik haar als testpersoon? Aan het afstuderen en geeft feedback over user experience

Belangrijkste feedback punten:

- In het eerste scherm vind ik de tekst niet genoeg opvallen, en er kan eventueel meer uitleg zijn over wat de app doet en hoe dit werkt, zoals hoe ik een bon opsla
- Ik wil normaal geen commitment maken om in te moeten loggen
- Ik zou graag als gast inloggen alhoewel ik het hier slim dat ik maar 4 cijfers uit mijn IBAN hoef te gebruiken om in te loggen, de stappen zijn kort
- Ik vind het overzicht heel makkelijk werken
- Het oogt vertrouwelijk door de branding
- Ik vind het home icoon niet passen, je kunt ook een bon icoon overwegen
- De app lijkt op een bank omgeving
- De stappen om te bon te vinden zijn heel kort en intuïtief
- Ik zou in het winkel scherm een indicatie willen dat dit beschikbare winkels zijn
- In het account scherm moet je pasjes misschien niet onder een dropdown zetten, dat is een beter principe, maar met gevoelige informatie en om cluttering te voorkomen begrijp ik het
- Ik wil meer aanduiding voor instellingen zoals exporteren, hoe ik de bon opsla en vooral hoe ik branches instel
- Je kunt de bon misschien een unieke naam geven
- Hoe zie ik meerdere producten in één bon, dit kan je vooraf laten zien

Conclusie:

Aangezien het prototype al richting HiFi gaat, worden de aanpassingen kleiner met een paar uitschieters. Noa gaf feedback over de werking van de app, en om dit hier en daar beter uit te leggen. Het voelde volgens haar wel gestroomlijnd, maar soms moet de app zonder mijn uitleg ookal duidelijk worden. Bijvoorbeeld zoals waarom je een IBAN gebruikt. Na mijn proof of concept sloeg het idee wel aan maar hiermee kan ik de app functioneler kan maken. Ik neem de feedback over hoe ik de app beter kan uitleggen mee in de iteratie.

Testpersoon 2 Aleksandra Visual/ UX student (34)

Waarom kies ik haar als testpersoon? Aan het afstuderen en geeft feedback over de visuele stijl, daarnaast is zij bezig met duurzame projecten

Belangrijkste feedback punten:
- Ik verwacht tijdens het starten van de app een korte introductie, want ik weet niet wat Memo is
- Je kunt tijdens het starten een illustratie gebruiken
- 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" en wat jij zei "Wil je deze bon bewaren"
- Ik vind het handig hoe ik de bon snel kan vinden
- De uitleg bij het winkelscherm lijkt alsof het voor de winkels is, dit kun je meer uitleggen voor de gebruiken inplaats van geaccepteerde winkels = voor deze winkels kun je bonnen bewaren
- Ik krijg het gevoel dat het een vriendelijke zakelijke app is
- Ik wil meer feedback als ik ben ingelogd

Conclusie:

De feedback van Aleksandra was nuttig voor de bevestigen en verbetering van mijn app. Het zijn kleine aanpassingen voor de look en feel van mijn app maar nuttig voor de gebruiker. De meldingen en illustratieve uitleg kan helpen voor mijn gebruiker. Daarnaast vind ik haar reactie goed hoe de zakelijke branding de gebruiker kan stimuleren om zich aan te melden. En om de gebruiker meer feedback te geven op hun acties. Als toevoeging aan de app wil ik laten zien dat dit een duurzame oplossing is. Dit neem ik mee uit de feedback.

Wat neem ik mee?

Ik wil meer visuele uitleg te geven door feedback te geven, en iconen te gebruiken. Daarnaast wil ik de interactie uitleggen met states en de interface wat groter maken. Ik kan naast de werking hoe je bonnen ontvangt ook meer naar voren brengen dat dit duurzaam is. Zodat de gebruiker de app graag zou willen gebruiken. Dit doe ik met een illustratie tijdens de onboarding. Het moet hun aandacht niet onderbreken. Het belangrijkste is dat het gebruiksgemak goed communiceert.

Hi-Fi Iteratie 2

Dit zijn de nieuwe aanpassingen van het prototype, hoe het prototype is ontwikkeld en waarom de doelgroep zit zou moeten gebruiken

Ontwikkelingen

Hoe kun je

Ik heb een "Hoe kun je" gebruikt tijdens de iteratie, om aan te geven wat belangrijk is voor deze ontwikkeling: Hoe kun je **"**Ervoor zorgen dat de doelgroep de app gebruikt".

Concrete inzichten

- Ik heb mijn aandacht gericht op het automatisch opslaan van kassabonnen, wat het concept om het milieu te verbeteren nog sterker maakt
- Ik heb de gebruikersprincipes van Joshua Porter en Stephen Anderson meer gebruikt, deze principes gaan over een moeiteloze ervaring, korte stappen, voldoende uitleg en feedback aan de gebruiker, om de motivatie van de gebruiker te verhogen. Dit zie je aan de tone of voice en korte stappen in de iteratie.
- Ik heb de motivatie van de gebruiker verder verhoogd door meer feedback te geven over hoe zij een steentje bijdragen aan het milieu. Dit doe ik door succes states/feedback 'Nu draag je een steentje bij' 'Gelukt! Je kunt nu automatisch kassabonnen bewaren'
- Om dit te versterken, heb ik de gebruikersinterface verbeterd door knoppen en tekst groter te maken en te verhelderen
- De principes zijn een belangrijke toevoeging voor het gebruiksgemak

Aanpassingen

• Tekst in de ‘onboarding’ en ‘winkels’ zijn duidelijker

• Meer feedback aan de de gebruiker met states, highlights en iconen als zij de kassabon gebruiken

• Ik heb alles wat groter gemaakt

• Mogelijkheid om producten open te klappen
via de dropdown

• Als je een kassabon in de app gebruikt krijg je feedback (blauwe hoeken en succes icoon)

Welke verbeteringen heeft de app gemaakt?

Dit zijn de verbeteringen in de app. De app is compleet en geeft visuele feedback en uitleg aan de gebruiker. Zij krijgen een duidelijke onboarding met de het doel van de app en hoe zij hun voordeel kunnen doen met automatisch kassabonnen 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.

• Iteratie Aanmelden

Het aanmelden heeft andere tekst en design/ux principes zoals content groeperen en de gebruiker helpen

• 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.

Hi-Fi Iteratie Flow 2

Hi-Fi Iteraties

Bewaar bonnen eenvoudig in de app

Jouw kassabonnen kun je automatisch in de app bewaren. Je kunt dit koppelen via jouw bankpas.

Aan de slag

Bewaar bonnen eenvoudig in de app

Jouw kassabonnen kun je automatisch in de app bewaren. Je kunt dit koppelen via jouw bankpas.

Aan de slag

Memo
Er worden 2 miljard kassabonnen per jaar in Nederland verbruikt
Bewaar jouw bonnen digitaal door je bankpas te koppelen
Nu wordt de bon in de app bewaart en draag je een steentje bij aan het milieu
Bewaar bonnen eenvoudig in de app
Aan de slag

Voeg een kaart toe met de laatste 4 cijfers van je IBAN
NL ** **** **** **
Hiermee bevestig jij waar je alle bonnen mee wilt ontvangen. Wist je dat een deel van jouw IBAN ook op de bon staat?
Klaar

Voeg een kaart toe met de laatste 4 cijfers van je IBAN
NL ** **** **** ** 1 6 0 8
Hiermee bevestig jij waar je de bon mee wilt ontvangen. Wist je dat een deel van jouw IBAN ook op de bon staat?
Klaar
1 2 3
4 5 6 Next
7 8 9 .-
0

Welke bon wil je zoeken?
Elektronica
School
Kleding
maart 2023
Acer Laptop 13inch
€ 1.500,00
Airpods
€ 102,00
Samsung Smartwatch
€ 101,00
JBL Speakers
€ 189,00
februari 2023
MacBook 13inch
€ 1.100,00
Sony XM3
€ 200,00
Laptoptas Case Logic
€ 137,00
Bonnen
Winkels
Account

Welke bon wil je zoeken?
Maak een tag
december 2022
Gelukt! Je kunt nu automatisch bonnen bewaren als je iets koopt
Bonnen
Winkels
Account

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
Bonnen
Winkels
Account

Welke winkel wil je zoeken?
Beschikbare winkels waar je digitale bonnen kunt opslaan
cool blue
Coolblue
Winkel
Bonnen
Winkels
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

States

Proof of Concept 2

Alle tests resultaten met consumenten die ik willekeurig tegenkom om het idee en hun ervaring te analyseren met een verbeterd prototype

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.

Concluderende inzichten/feedback

- Fijn om kassabonnen automatisch te bewaren
- Ik zou de instellingen meer willen personaliseren
- 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 functioneel omdat het snel werkt
- 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 zoals het introductie scherm

Testpersoon 1 Martijn, makelaar (35)

1. **Hoe oud ben je**
   35 jaar
2. **Vind jij het veilig om je IBAN te gebruiken voor een app?**
   Houd gegevens voor zichzelf maar ziet geen probleem met het delen van zijn IBAN
3. **Bewaar jij jouw bonnen? Hoevaak?**
   Ik bewaar alleen bonnen van dure aankopen.

4. **Ben je bewust van het effect dat bonnen kunnen hebben op het milieu?**
   Wel bekend met het feit dat het slecht is voor het milieu maar houd zich er niet mee bezig
5. **Wat voor winkels bezoek je in je vrije tijd en zou je een bon voor bewaren?**
   Op dit moment alleen electronica zaken, hier bewaar ik mijn kassabonnen voor, of soms boodschappen
6. **Zou je de app gebruiken (na testplan) voor jouw gemak of voor het milieu?**
   In combinatie van gemak om het te bewaren en voor het milieu zou ik de app willen gebruiken.

- Meld je aan in de app
  - Slaat de uitleg onder de knop van de registratie over
  - Begrijpt waar de IBAN voor wordt gebruikt
- Krijg een indruk van hoe je een aankoopbon ontvangt

- Verteld dat hij eerst zijn e-mail wilt invullen, maar daarna rinkelt er een belletje dat hij dit niet voor elke winkel zou invullen, dus vindt hij het de bon automatisch krijgen handig

- Zoek een bon via een van de zoekopties
  - Hij vindt direct een bon via het overzichtsscherm
  - Gebruikt de zoekknop bovenaan
  - Hij vindt de omgeving erg duidelijk
- Open en gebruik een bon voor je garantiebewijs
  - Hij opent een van de bonnen en gaat makkelijk overweg met de bon lezen en de QR code vinden
- Bekijk het winkel aanbod van de app
  - Ik vind dat er meer winkels moeten zijn
  - Begrijpt dat het veel moeite kost om elke winkel voor te app aan te melden
  - Snapt waarom een lijst met winkels is
  - "Ik vind dit wel handig omdat het overkoepelend is en je voor elke winkel je bon kunt bewaren"
- Krijg een indruk van de instellingen en tags om sneller een bon te vinden

  - Ik vind de tags wel een leuke toevoegen maar ik kijk snel via de zoekknop
  - De instellingen zijn logisch, ik zou de bon via een melding accepteren
- Voeg een bankpas toe
  - "Het is net zoals Google of een account omgeving, dat begreep ik wel ja"

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 inplaats van zijn IBAN.

Testpersoon 2 Lois, barista (23)

1. **Hoe oud ben je**
   23 jaar
2. **Vind jij het veilig om je IBAN te gebruiken voor een app?**
   Alleen als de app betrouwbaar is, wanneer? Als ik de app herken en alleen een deel van mijn rekeningnummer hoef te gebruiken
3. **Bewaar jij jouw bonnen? Hoevaak?**
   Soms
4. **Ben je bewust van het effect dat bonnen kunnen hebben op het milieu?**
   "Ik wist wel van de hoeveelheid bonnen af, maar niet van de giftige stoffen nee, ik zou de app wel gebruiken om mee te doen aan het milieu en omdat het makkelijker is
5. **Wat voor winkels bezoek je in je vrije tijd?**
   Soms kleding winkels waar ik de bon bewaar maar ik shop veel online dus krijg ik een bon via de mail.
6. **Zou je de app gebruiken (na het testplan) voor jouw gemak of voor het milieu gebruiken?**
   Ja ik zou de app gebruiken voor het milieu

- Meld je aan in de app
  - Ik vind het wel duidelijk dat ik mijn IBAN moet gebruiken. "Ik denk dat de winkel mijn kassabon hier naartoe moet sturen?"
- Krijg een indruk van hoe je een aankoopbon ontvangt
  - Ik zie een lijst met bonnen en ik verwacht een bon op mijn telefoon als ik betaal"
- Zoek een bon via een van de zoekopties
  - Ik zou bijna altijd de zoekknop gebruiken ja, ik vind de tags wel een leuke optie maar zoeken is handiger
- Open en gebruik een bon voor je garantiebewijs
  - Dit lijkt op een normale bon en snel om te vinden, ik zie best snel de barcode die ik moet gebruiken
- Bekijk het winkel aanbod van de app
  - Ik zie nog maar een winkel maar ik denk dat ik hier bonnen voor kan bewaren, ik weet nog niet waar ik op kan klikken. Ze kwam er wel achter maar ik denk dat het een duidelijke zin nodig heeft
- Krijg een indruk van de instellingen en tags om sneller een bon te vinden
  - "Ja ik zou did ongeveer hetzelfde doen met de zoekknop"
  - "Nu ik een van de tags aanklik kan ik de bonnen wel bij elkaar houden"
  - "Ik vind het heel interessant om je bonnen te exporteren dus dat heb je echt goed bedacht"
- Voeg een bankpas toe
  - "Ooh dit is wel cool, ik kan dus een ander bankpasje gebruiken"

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.

Testpersoon 3 Lisa, Data analyst (23)

1. **Hoe oud ben je**
   23 jaar
2. **Vind jij het veilig om je IBAN te gebruiken voor een app?**
   Ik vind het geen probleem om mijn IBAN in te voeren, dat heeft Tikkie toch ook?
3. **Bewaar jij jouw bonnen? Hoevaak?**
   Niet zoveel, soms wel van de supermarkten of van een duur product
4. **Ben je bewust van het effect dat bonnen kunnen hebben op het milieu?**
   "Nee ik had geen idee, maar dat zijn er wel veel ja"
5. **Wat voor winkels bezoek je in je vrije tijd?**
   Ik shop meestal online
6. **Zou je de app gebruiken (na het testplan) voor jouw gemak of voor het milieu gebruiken?**
   Ik vind het handig, de omgeving van de app zag er ook makkelijk uit

- Meld je aan in de app
  - "Dit is logisch wat het moet doen"
  - "Ik had de teksten tijdens het openen van de app niet gelezen"

- Krijg een indruk van hoe je een aankoopbon ontvangt
  - "Ik begrijp hoe de app met mijn IBAN werkt, maar ik weet niet of dit in de echte wereld werkt"
- Zoek een bon via een van de zoekopties
  - "Ik zou het gewoon zoeken, en het ligt eraan wat ik moet zoeken"
  - "Je kunt ook nadenken over het feit dat mensen veel bonnen kunnen bewaren, dus zoeken moet erg makkelijk gaan"
- Open en gebruik een bon voor je garantiebewijs
  - "Dit is zoals een bon eruitziet, mijn enigste vraag is wat als je meerdere producten hebt" (dit kan ik dus specificeren ookal staat er een dropdown knop"
- Bekijk het winkel aanbod van de app
  - "Ik wil de app gebruiken voor meer winkels, en wat gebeurt er als ik op de cirkels klik?" (mijn antwoord was dat je de bonnen van de winkel openklapt) en dat vond ze duidelijk
- Krijg een indruk van de instellingen en tags om sneller een bon te vinden
  - "Mijn enigste vraag is waarom exporteren dicht onder de instelling staat om bonnen automatisch te krijgen of pushnotificatie"
  - Ik: kun je zien dat exporteren een actie is? "Het valt niet genoeg op"
- Voeg een bankpas toe
  - "Ik zie dat je hier meerdere pasjes kunt toevoegen".

Testpersoon 4 Roy, Student (27)

Test met de gebruiker

1. **Hoe oud ben je**
   27 jaar
2. **Vind jij het veilig om je IBAN te gebruiken voor een app?**
   "Ik doe het meestal niet, alleen als het nodig is zoals voor mijn bank"
3. **Bewaar jij jouw bonnen? Hoevaak?**
   "Ik bewaar bonnen van dure uitgaven ja"
4. **Ben je bewust van het effect dat bonnen kunnen hebben op het milieu?**
   "Nee"
5. **Wat voor winkels bezoek je in je vrije tijd?**
   "Eigenlijk alleen kleding winkels"
6. **Zou je de app gebruiken (na het testplan) voor jouw gemak of voor het milieu gebruiken?**
   "Ik zou de app gebruiken voor het milieu omdat ik bonnen niet handig vindt"

7. Meld je aan in de app
   - "Het verteld wat ik moet doen, en ik kan eigenlijk alleen maar verder dus ja"
   - "Ik weet niet wat de IBAN doet maar als het veilig is vind ik het niet erg"

8. Krijg een indruk van hoe je een aankoopbon ontvangt
   - "Geen idee"
   - Ik zie wel dat het automatisch kan"
9. Zoek een bon via een van de zoekopties
   - Via zoeken
   - Kijkt in de lijst
10. Open en gebruik een bon voor je garantiebewijs
    - "Dit lijkt op een bon, maar dan makkelijker gemaakt"
11. Bekijk het winkel aanbod van de app
    - "Ik heb nog geen keuze maar dit zijn de winkels waar ik bonnen voor kan bewaren?"
12. Krijg een indruk van de instellingen en tags om sneller een bon te vinden
    - Mijn eerste indruk is dat ik kan kiezen wanneer ik de bon bewaar"
13. Wissel van omgeving om je andere bonnen te zien
    - "Dit is wel duidelijk"

Reden om de app te gebruiken
• Milieuvriendelijkheid: hij kan de app gebruiken omdat het milieuvriendelijker is inplaats van het steeds papieren kassabonnen ontvangen. Door de app te gebruiken, kan hij een steentje bijdragen aan het milieu. Hij had een goede ervaring met het prototype.

Hi-Fi Prototype User Tests

Proof of Concept

Testpersoon 6 Jade Hi-Fi

Proof of Concept

Testpersoon 7 Isabel Hi-Fi

Proof of Concept

Testpersoon 8 Harry Hi-Fi

Proof of Concept

Testpersoon 9 Rob Hi-Fi

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.

Expert Review

De review van een belanghebbende, om te kijken of het prototype de goede kant op gaat en waar ik verbetering aan kan brengen

Ik wil feedback van belanghebbende over hun acceptatie van het product. Wat relevant, duidelijk en nuttig is voor hun winkelbranche. Zoals of de werking van het prototype. Het zijn geen experts in het geven van ontwerp feedback, dus ik neem de verantwoordelijk om vragen te stellen die de feedback sturen in de richting van projectdoelen voor hun als belanghebbende.

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.

Vragen voor mijn belanghebbende

- Is het milieu volgens jullie een belangrijke criteria om aan bij te dragen?
- Voldoet dit aan alle functionele eisen?
- Wordt het eenvoudig bewaren van kassabonnen hiermee effectief aangepakt?
- Lost dit de behoeften van jullie klanten op?
- Kan dit prototype in jullie winkel geïmplementeerd worden via een API?

Vraag 1: Zijn de stappen logisch hoe je de bon bewaart en kunt gebruiken?

Vraag 2 : Welke acties of uitleg missen jullie in de app, of zouden jullie graag toevoegen?

Vraag 3: Wat zou jullie klant helpen om de werking van de app te begrijpen?

Vraag 4: Wat vinden jullie belangrijk aan de app?

Taak 1: Je gebruikt de app voor het eerst en wilt een indruk krijgen. Open de app en ga aan de slag.

Taak 2: Je komt erachter dat je met de app bonnen automatisch kunt bewaren. Gebruik een deel van je IBAN om te kijken of je de bon kunt ontvangen.

Taak 3: Je wilt een van jouw bonnen snel vinden. Probeer een van de functies uit om je bon te zoeken.

Taak 4: Je wilt gebruikmaken van de garantie voor je product. Open de bon en gebruik de barcode.

Taak 5: Je wilt de app eigen maken en om je bonnen beter te vinden. Ga opzoek naar de plek om je account en instellingen aan te passen.

Taak 6: Je bedenkt je dat je meerdere bankpasjes hebt. Kijk of jij een bankpas kunt toevoegen

Taak 7: Je wilt kijken voor welke winkels je bonnen kunt bewaren. Bekijk het aanbod van de app door naar de pagina met alle winkels te navigeren.

Tamara Coolblue Belanghebbende (25)

MAGAZIJN
Jij ook hoor.
cool blue
alles voor een glimlach

LAPTOPS 2
DELL

DELL

LAPTOPS 2
DELL

Waarom is zij een belanghebbende testpersoon? Ik denk dat Tamara meer kan vertellen over de belangen van Coolblue en feedback kan geven over de werking van de app in winkel en hoe dit wordt ontvangen.

Belangrijkste feedback punten:
- Ik vind de complete uitstraling van de app heel zakelijk, en informerend
- Het past bij Coolblue
- Als iemand een anoniem en snelle koper is werkt dit heel efficient
- Als ik mij aanmeld wil ik wat meer uitleg
- Ik vind de functies van de app intuïtief
- Het werkt goed voor klanten omdat zij bijna niks hoeven te doen
- Ik weet niet of winkels hier voor open staan omdat je eerst de winkels zou moeten aanmelden. De oplossing is wel nodig.
- Het is logisch, direct, automatisch
- Je zou wat meer instellingen kunnen toevoegen, nog niet genoeg
- Ik vind het idee interessant
- Meer organiseren, en aanpassen om je bonnen te beheren
- Bewaren is al goed, en "ik hoop dat het werkt als voorstel voor het milieu".

Conclusie:

De feedback van de belanghebbende was nuttig voor hoe zij en hun klant de app ervaart. De stappen hebben wat verbetering nodig maar het idee is functioneel. Ik kreeg al een hoop positieve feedback op de werking en de look & feel. Het kan uiteindelijk uitdagend worden om te implementeren in de winkel maar dit idee om het gebruiksgemak en het milieu te bevorderen werd goed op gereageerd.

✍️ Feedback en meetings

Dit zijn aantekeningen van de feedback waar dit nodig is en besprekingen van onze wekelijkse meetings in de studiegroep

Evaluatie Feedback

- **De werking moet niet alleen voor je consument maar ook de winkel duidelijk zijn als je dit straks als advies geeft**
- **Maak het advies plat. Een winkel meld zich aan, en de consument meld zich vooraf aan en kan nu automatisch de app gebruiken**
- **Evalueer dit met je belanghebbende en of het waardevol is voor hun of anderen**
- **Maak een Productvideo door commentaar te geven wanneer je de app gebruikt**
- **Maak een demo voor je gebruiker, dit kun je gebruiken voor een promo video**
- **Zorg ervoor dat je prototype voldoet aan je Programma van Eisen 2**
- **Managerssamenvatting/pitchen**
- **Pomp-op Pomp scenario**
- **Bekijk het resultaat vanuit al jouw criteria, gebruiksgemak, veiligheid, milieu**
- **Wat is het toekomstplan van je product?**

Hoofdstuk 7 Conclusie

📱 Hi-Fi Prototype oplossing

De oplevering van het prototype en een video over hoe de app werkt

Oplossing

Uit de gesprekken blijkt dat het prototype succesvol is en dat de gebruiker dit 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 het gebruiksgemak en daarom ben ik er zeer tevreden over. Ook vind ik de feedback die ik heb opgedaan handig door de gesprekken die ik met de doelgroep en de winkel heb gehouden. Alleen voor een implementatie met de winkel moet de API verder worden ontwikkeld. De uitdaging is beantwoord met mijn concept.

De flow van het product

Link naar het prototype: https://xd.adobe.com/view/425bf939-6c03-4214-ba25-aa3690b077ea-1708/

Memo UX Prototype Video:

Memo UX Prototype.mp4 86MB
Binary

Foto van het product met de doelgroep

Foto van het product

Foto van het product met een peer

Test van het product met mijn belanghebbende

Toekomstplan

Het toekomstplan van dit concept

Toekomstplan

Dit moet een belangrijke digitale verbetering worden voor het milieu en een verbetering voor consumenten. Het kan nog verder gebouwd worden met een API maar de oplossing staat nu. 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 met de winkels.

Verloop van dit project

- Werken aan de presentatie
- Werken aan een productvideo

In de toekomst

- De app verder itereren
- De doelgroep de app laten gebruiken
- Een voorstel aan de bank

Aanbeveling

Aanbeveling van het product

Wat is mijn aanbeveling?

Met dit resultaat is het concept een geldige oplossing omdat het automatisch werkt. Aan de hand van het onderzoek kan ik zeggen dat deze oplossing nodig is voor het milieu. Door middel van tests die ik heb gedaan kan ik bevestigen 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 voor het milieu. De doelgroep vond 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.

Zelfreflectie

Mijn zelfreflectie over hoe dit project is verlopen

Competenties

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.

Evalueren

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 vasthoudend te zijn en om keuzes te maken.

Zelfreflectie

Mijn ontwikkeling was om te initiëren tijdens dit project, en om een complexe 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.

Conclusie

De conclusie van het project waar ik de resultaten en de oplossing analyseer

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 zou willen gebruiken voor hun ervaring en voor het milieu. 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 gebruikservaring 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.

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?"

Bronnenlijst

Alle bronnen die ik heb geraadpleegd voor mijn documentatie

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.bnnvara.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

Bewaren jullie de kassabon en doos van een elektronica aankoop? (z.d.). Zwangerschapspagina. Geraadpleegd op 13 oktober 2022, van https://www.zwangerschapspagina.nl/threads/bewaren-jullie-de-kassabon-en-doos-van-een-elektronica-aakoop.372445/

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%20werknemers.

https://www.abnamro.nl/nl/media/20.060.255_Rapport_Winkel_van_de_toekomst_opm_20.10.26_DEF_tcm16-87542.pdf

[onderzoek] Nederlandse consument kritisch en loyaal. (n.d.). MarketingTribune. Retrieved October 10, 2022, from https://www.marketingtribune.nl/algemeen/nieuws/2021/06/onderzoek-nederlandse-consument-kritisch-en-loyaal/index.xml

Redactie CustomerTalk. (2022, June 17). *Consument winkelt liever fysiek dan winkelier denkt*. CustomerTalk. Retrieved October 10, 2022, from https://www.customertalk.nl/artikelen/onderzoek/consument-winkelt-liever-fysiek-dan-winkelier-denkt/

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 complete rekeningnummer én pasnummer op de kassabon? (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

ING Bankieren. (z.d.). Geraadpleegd op 25 april 2023, van https://www.ing.nl/particulier

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

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/

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/

Eindpresentatie

Het presenteren van mijn product aan de lezer om grip te krijgen over mijn concept

- In de komende twee weken ga ik aan de slag met mijn eindpresentatie om aan lezers te presenteren

🌳 Objective Key Results (OKR's)

Een aantal gewenste resultaten tijdens dit project

De OKR's zijn een combinatie van HKJ's (Hoe kun je's) en ideeën voor mijn concept

1. Doel: Verminderen van papierafval door de app en een verbetering voor de gebruiker aanbieden
2. Doel: Gebruikers hun digitale kassabonnen eenvoudig laten zoeken en weergeven.
3. Doel: Ontwikkelen van een intuïtieve en gebruiksvriendelijke interface die gemakkelijk te gebruiken is voor de doelgroep.
4. Doel: De gegevens van de gebruiker waarborgen door korte informatie te gebruiken.
5. Doel: Een app ontwikkelen die laagdrempelig is voor de doelgroep met tone of voice, feedback en duidelijke uitleg.
6. Doel: De gebruikerservaring verbeteren met een automatische werking.
7. Doel: Een duurzame verbetering maken en de gebruiker motiveren over digitale kassabonnen.
8. Doel: Het implementeren van een nieuwe technologie in de winkels en voor consumenten (of integreren in mobiel bankieren)

Opleveringen

Voortraject Afstudeervaardigheden

Projectvoorstel 1

Het eerste projectvoorstel over onderweg bankieren

Aanleiding

Na de ontwikkelingen van digitaal bankieren en het opmerken van traditioneel bankieren heb ik gezien dat gebruikers hun veiligheid en privacy op prijs stellen. Om deze reden wil graag onderzoeken of gebruikers deze interactie onderweg aan willen gaan. Met behulp van een app wil ik dat openbaar bankieren mogelijk wordt. Dit project is tot stand gekomen door mijn nieuwsgierigheid naar Web3 en het gedrag van mensen te analyseren. Ik heb dit zelf bedacht en onderneem dit daarom ook graag. Om het project goed te begrijpen neem ik jullie graag mee maar in een notendop kom ik met de design challenge: Hoe maak ik digitaal bankieren toegankelijk, veilig en efficient voor mensen onderweg. Alle richtingen zijn vrij maar ik vind het belangrijk om de gewenning in stand te houden maar controle te geven aan de gebruiker door hen vertrouwd en veilig te laten bankieren.

Persoonlijke focus

Om mijzelf zo goed mogelijk te beschrijven: ik ben een gedreven UX en Tech ontwerper met voorname een achtergrond in ux. Mijn profilering heb ik gekozen op basis van het aangaan van projecten en mijn focus op het vinden van oplossingen. Om dit te behalen probeer ik verschillende in velden actief te zijn. Dit doe ik zodat het product beter gerealiseerd kan worden. Dit project sluit bij mij aan omdat er zoveel vragen ontstaan die mij intrigreren. Het afgelopen jaar heb ik mij ontwikkeld in het concreet maken van vragen en mijn skillset te verbeteren als ux'er. Daarnaast heb ik veel ervaring opgedaan. Ik denk echter dat dit project mij zelfstandig verder laat ontwikkelen, omdat het uitdagend is door de gevoeligheid van het onderwerp maar het zo leuk is om te onderzoeken dat ik het niet kan laten liggen. Dit zorgt voor kansen voor mij als ontwerper.

Probleemsituatie

De huidige ontwerp problemen uiten zich in de gevoeligheid van digitaal bankieren. Samen met de gewenning van traditioneel thuis bankieren. Hoe gaat hier een verandering in komen is de vraag? Door het vereenvoudigen en het ontwikkelen van een nieuw systeem, mensen ondersteunen van hun digitale transacties onderweg zonder dat hun gegevens worden aangetast. Ik bied hier 3 voorlopige opties voor en die licht ik graag toe. De oorzaak van het probleem is aan te tonen in de huidige maatschappij, criminaliteit speelt een grote rol, zeker in de toename van het internet. De digitalisering en verspreiding van gegevens en diefstal is sterk toegenomen. Het probleem doet zich overal voor, en voor de meeste geld dat zij kwetsbaar zijn voor het probleem. Mensen gaan dit daarom liever uit de weg. Toch ben ik benieuwd of er een alternatief is. Een oplossing om mensen onderweg meer veiligheid te garanderen. Digitaal bankieren een nieuw leven in te brengen. Hoe kan deze veiligheid en toegankelijkheid voor digitaal bankieren sterk worden verbeterd?

WIE het probleem is relevant voor gebruikers die bankieren. Specifiek is het belangrijk voor mensen die onwennig zijn met bankieren in een nieuwe situatie. Dit houd in digitaal bankieren en bankieren op een nieuw apparaat. Maar ook voor degene die onwennig zijn met bankieren in het openbaar of in het buitenland wat begrijpelijk is. Dit probleem moet met beleid worden aangepakt.

WAT het probleem is dat mensen niet vertrouwd zijn met hun beveiliging en privacy in openbare situaties tijdens het maken van een transactie via hun bank. Wanneer dit gebeurt zijn mensen terughoudend met het maken van een transactie of hebben zij niet eens toegang tot het middel. Dat komt door hun omgeving, het proces van een afschrift, onbeveiligd internet, gewenning om het thuis te doen en een hoop meer scenario's die ik verder wil verkennen.

WAAR het punt is dat bankieren overal moet kunnen maar dat kan niet. Het streven en de uitdaging van mijn project zit in het mogelijk maken van bankieren in steden of in vertrouwde omgevingen waar privacy en beveiliging gestimuleerd wordt en minder risico aan verbonden zit. Het probleem zoals eerder beschreven gebeurt vaak in een hectische situatie of wanneer iemand alleen is of zich in een onveilige buurt bevind.

WANNEER het probleem doet zich vaak s'avonds voor maar ook overdag. Specifiek doet het zich voor op momenten waar de gebruiker kwetsbaar is. En wanneer de gebruiker geen privacy heeft of onbeveiligd is. Het doet zich voor wanneer de gebruiker niet geïnformeerd is en niet bewust is van zijn omgeving.

WAAROM de oorzaak van het probleem komt door het traditioneel bankieren en omdat bankieren een gevoelig onderwerp is. Het moet zekerheid bieden, beveiligd en prive zijn. Het probleem is ontstaan doordat de maatschappij openbaar of bankieren onmogelijk maakt. Doordat er teveel criminaliteit heerst om dit mogelijk te maken. En daarnaast omdat mensen uit gewenning hun transacties thuis beheren. Dit is veilig. Het word helaas een probleem voor anderen gemaakt doordat het risicovol is, dit kan niet worden opgelost zoals het nu is.

HOE mogelijke oplossingen worden gevormd door middel van een app. Binnen de app gebeuren de mogelijke oplossingen, denk aan authentificatie, denk aan een extensie waar jouw saldo wordt opgeslagen in ieder scenario zonder dat jouw bank tentoon wordt gesteld, denk aan het bieden van een interface die de gebruiker intuïtief en verantwoord een transactie laat maken.

HOEVEEL het probleem doet zich dagelijks voor, zowel de criminele variant als in de terughoudendheid van iedere gebruiker. Iedereen heeft hiermee te maken mits je niet altijd beveiligd bent of altijd thuis je transacties regelt. Om het zo te zeggen komt iedereen hiermee in aanmerking omdat iedereen waarde hecht aan hun veiligheid, privacy en hun geld natuurlijk. Daar moet een correcte manier in worden gevonden.

Design challenge

> ⚠ Hoe kan ik ervoor zorgen dat mensen die gebruik maken van digitaal bankieren op een vertrouwde manier openbaar kunnen bankieren

> ⚠ Hoe maak ik voor gebruikers van digitaal bankieren een app waar zij eenvoudig onderweg mee kunnen betalen die hun gegevens en privacy beschermen

1. Hoe maak ik digitaal bankieren toegankelijk, veilig en efficient voor mensen onderweg
2. Hoe kan ik ervoor zorgen dat mensen publiekelijk kunnen betalen zonder dat zij hoeven te wachten tot zij thuis zijn
3. Hoe maak ik een bankier app voor jongeren, volwassenen en ouderen veilig en verantwoord als zij onderweg zijn

Deelvragen

De uitdaging in dit project uit zich in wanneer je in het openbaar digitaal een transactie wilt maken zonder dat je gegevens bloot worden gesteld of risico loopt. Op dit moment voelt nog lang niet iedereen zich hier zeker van en daarom blijft traditioneel thuis bankieren de norm. Daarom wil ik met deze opdracht een app maken waarmee je eenvoudig een transactie mee kunt maken. Dit is waardevol voor mensen die onderweg zijn en toch efficient willen bankieren. Aan de hand van een app kan iedereen dit wanneer zij dit willen.

Deelvraag 1: Hoe kan een digitale bankier app in het openbaar werken?

Subvraag 1: Hoe koppel ik een bank aan de app?

Subvraag 2: Hoe kan digitaal bankieren efficient zijn?

Deelvraag 2: Hoe maken gebruikers gebruik van digitaal bankieren onderweg?

Subvraag 1: Hoelang duurt een transactie?

Subvraag 2: Hoe kan een gebruiker zich veilig voelen?

Subvraag 3: Hoe wordt de app en hun bank los van elkaar gehouden terwijl zij onderweg zijn?

Deelvraag 3: Hoe kan een gebruiker een app vertrouwen met hun transacties?

Subvraag 1: Wat voor gegevens worden er gebruikt?

Subvraag 2: Hoe ingewikkeld zijn huidige digital banking apps?

Subvraag 3: In wat voor omgeving is een gebruiker comfortabel met digitaal bankieren?

Waarom: ik wil deze deelvragen graag onderzoeken omdat het mij een beeld geeft van de drempel in het openbaar digitaal bankieren. Daar bedoel ik mee dat het mijn plicht is om deze kwestie te verantwoorden maar anderzijds een oplossing biedt in het huidige digital banking klimaat. Ik moet weten hoe de stakeholders hierover denken. Hoe hun bankgegevens niet nodig zijn, alle wachtwoorden, pincode's en persoonlijke gegevens apart kunnen worden gehouden.

Ik hoop hierin antwoorden te vinden over hoe een digitale bankier omgeving in het openbaar er uit kan zien, hoe de werking en het ecosysteem zich kan uiten en hoe de gebruiker denkt over digitaal bankieren.

Ik wil graag een methode voornamelijk gebruiken namelijk de 'Customer Journey Mapping' omdat het het probleem in context laat zien, het gedrag, en de werking van een potentiële app weergeeft. Het geeft aan hoe gebruikers met hun data en geld omgaan. Daarom test ik dit graag met jullie als stakeholders. Ik wil banken benaderen, en diverse ontwerpbureau's die het systeem kunnen bevestigen, en natuurlijk als eerst de gebruiker die zich onderweg moet ontplooien in de app. Deze beleving helpt mij met het ontwikkelen van een systeem dat digitaal bankieren toegankelijk maakt maar daarom moet ik elk touch point concreet ontleden. Hoe efficient het MAG zijn en hoe veiligheid vooropstaat.

Bronnen: huidige apps op de App store, Web3 artikelen, Tikkie, field research in openbare omgevingen, artikelen zoals How cryptography and Web3 can help restore trust in digital media, Advantages and Disadvantages of Internet Banking, en interviews met gebruikers

Validatie

Ik denk dat mijn project zich zeker in de complexe as bevind. Aangezien het zo uitdagend is door de huidige norm van digitaal bankieren, criminaliteit in de maatschappij, de ontwikkelingen in de markt en waar kansen zich bevinden. Ik wil mijn richting afbakenen zodat digitaal bankieren hetzelfde blijft maar toch verder reikt doordat je dit onderweg makkelijker kunt doen. Hiernaast is het complex omdat de app waterdicht moet zijn, ik veel moet nadenken over de gevoeligheid van de gegevens van de gebruiker. Dit moet zo worden gemaakt dat de gebruiker zich kan over de drempel heenzet en geen risico loopt. Het moet hun ervaring gemakkelijker maken en efficient. Conclusie dit is een uitdaging om te onderzoeken omdat ik wil weten of het onderwerp 'commuting/onderweg zijn en digital banking' samen gaan. Kan de gebruiker vertrouwd onderweg bankieren? Dit vereist een hoop onderzoek en daarom schat ik het in als complex.

	Reproductief	(Re)productief	Productief	Creatief
Complex	Profileren	Afstuderen	Excelleren	Excelleren
Enigszins complex	Profileren	Profileren	Afstuderen	Excelleren
Licht complex	Funderen	Profileren	Profileren	Afstuderen
Eenvoudig	Funderen	Funderen	Profileren	Profileren

Mijn inschatting van het project in de conversiematrix

Methodieken

Hier pas ik de cmd methods die bij het project aansluiten

Methode 1 A/B Testing

A/B Testing

Why?

A minor change in a design may alter user behaviour in ways that are hard to detect in a usability test. An A/B test allows you to compare real-world user behaviour across different versions of the product.

Save to favorites

More info

Deze methode kies ik vanwege het eenvoudig vergelijken van functionaliteiten met peers

Ik kies de A/B methode omdat ik het succes wil weten van functionaliteiten en iteraties. Hier krijg ik voldoende feedback uit wanneer ik tussen een versie twijfel. Specifiek wil ik dit gebruiken als ik het gedrag van de gebruiker wil zien in een omgeving en waar makkelijker mee om word gegaan.

Methode 2 Comparison chart

Met deze methode kan ik alle eigenschappen van mijn product op tafel leggen

Ik kies de comparison chart vanwege alle mogelijke verkenningssrichtingen die ik heb en wil kijken wat het beste aansluit bij mijn product. Wat logische combinaties zijn en wat de beste opties zijn. Met name hoe een bepaalde flow chart er uit kan zien. Ik wil weten wat voor functies het de bankier app heeft in de context van mijn ontwerpopdracht.

Methode 3 Context mapping

Ik ben benieuwd naar de ervaringen van de gebruiker

Ik kies deze methode omdat ik moet achterhalen hoe alle verschillende gebruikers omgaan met het product in hectische situaties. Waar terughoudendheid ontstaat en waar de risico's zijn van bankieren aangezien het een gevoelig onderwerp blijft. Hoe mensen omgaan met het maken van een transactie. Dit zijn belangrijke factoren.

Methode 4 Customer journey mapping

Customer Journey

Why?

Visualize the user experience of a service over time and across the different interaction moments (touch points) within the service.

Save to favorites

More info

Ik ben benieuwd naar de customer journey van mijn gebruiker en de mogelijke kansen op success

Ik kies deze methode om de ervaring van mijn gebruiker te visualiseren op wat voor moment.
Dit geeft mijn een beter inzicht om zowel huidige producten als mijn nieuwe app te testen. Daarnaast laat het alle valkuilen zien. Dit zorgt voor een beter gestroomlijnd product.

Rapporteren en valideren

Documentatie

Ik neem alles op in een design rationale, product biografie en planning. De deliverables en mijlpalen staan zorgvuldig in de planning. Alle iteraties staan volledig in de design rationale terwijl gitbook meer en tijdelijke documentatie is.

Afbakenen en orienteren

Hier geef ik een beschrijving van het project en alle richtingen die het probleem te bieden heeft

Probleemsituatie

WIE het probleem is relevant voor gebruikers die bankieren. Specifiek is het belangrijk voor mensen die onwennig zijn met bankieren in een nieuwe situatie. Dit houd in digitaal bankieren en bankieren op een nieuw apparaat. Maar ook voor degene die onwennig zijn met bankieren in het openbaar of in het buitenland wat begrijpelijk is. Dit probleem moet met beleid worden aangepakt. Het betrekt alleen volwassenen maar ook eventueel jongeren die moeten leren bankieren op een verantwoorde manier. En het betreft ouderen voor wie digitaal bankieren niet even toegankelijk is.

WAT het probleem is dat mensen niet vertrouwd zijn met hun beveiliging en privacy in openbare situaties tijdens het maken van een transactie via hun bank. Wanneer dit gebeurt zijn mensen terughoudend met het maken van een transactie of hebben zij niet eens toegang tot het middel. Dat komt door hun omgeving, het proces van een afschrift, onbeveiligd internet, gewenning om het thuis te doen en een hoop meer scenario's die ik verder wil verkennen. Als dit zich voordoet zijn er risico's zoals fraude, diefstal, ongeautoriseerd bankieren. En er worden vanuit de gebruiker fouten gemaakt. Dit resulteert in wantrouwen en dat bankieren buitenshuis ontoegankelijk is. Dit vind ik een interessante schets van de werkelijkheid.

WAAR het punt is dat bankieren overal moet kunnen maar dat kan niet. Het streven en de uitdaging van mijn project zit in het mogelijk maken van bankieren in steden of in vertrouwde omgevingen waar privacy en beveiliging gestimuleerd wordt en minder risico aan verbonden zit. Het probleem zoals eerder beschreven gebeurt vaak in een hectische situatie of wanneer iemand alleen is of zich in een onveilige buurt bevind. Maar het gebeurt ook in elk andere normale situatie zoals in een cafe of op straat. Het kan waardevol zijn om omstandigheden om zowel de hectische, normale en onveilige situaties te onderzoeken voor een oplossing. En ik denk met name dat omstandigheden waarin mensen terugvallen op hun gewenning interessant zijn en hoe dit makkelijker kan worden gemaakt op dit soort plekken.

WANNEER het probleem doet zich vaak s'avonds voor maar ook overdag. Specifiek doet het zich voor op momenten waar de gebruiker kwetsbaar is. En wanneer de gebruiker geen privacy heeft of onbeveiligd is. Het doet zich voor wanneer de gebruiker niet geïnformeerd is en niet bewust is van zijn omgeving. Kortom wanneer een gebruiker dit niet doorheeft, denk aan diefstal, fraude, onbeveiligd internet. En per andere doelgroepen wordt het überhaupt voorkomen of weten zij niet hoe, is er geen mogelijkheid zoals in het buitenland, of doen zij het liever thuis. Ik wil dit probleem uiteindelijke accessible maken voor alle gebruikers die dit op dat moment ervaren.

WAAROM de oorzaak van het probleem komt door het traditioneel bankieren en omdat bankieren een gevoelig onderwerp is. Het moet zekerheid bieden, beveiligd en prive zijn. Het probleem is ontstaan doordat de maatschappij openbaar of bankieren onmogelijk maakt. Doordat er teveel criminaliteit heerst om dit mogelijk te maken. En daarnaast omdat mensen uit gewenning hun transacties thuis beheren. Dit is veilig. Het word helaas een probleem voor anderen gemaakt doordat het risicovol is, dit kan niet worden opgelost zoals het nu is. Maar het kan wel veranderen met een nieuw systeem. De reden dat dit een probleem is omdat je nu meestal thuis een transactie moet maken of moet bankzaken beheert. Voor jongeren is het probleem onverantwoord bankieren, voor volwassenen is het bewustzijn waardoor elk risico wordt voorkomen, voor ouderen is het onwennigheid met geheel digitaal bankieren. Dit zijn nu nog aannames maar dit zijn allemaal problemen die ik concreet wil maken met een systeem die houvast geeft aan een nieuwe manier van digitaal bankieren en beveiliging, privacy en onwennigheid, gemakkelijkheid en toegankelijkheid garanderen.

HOE mogelijke oplossingen worden gevormd door middel van een app. Binnen de app gebeuren de mogelijke oplossingen, denk aan authentificatie, denk aan een extensie waar jouw saldo wordt opgeslagen in ieder scenario zonder dat jouw bank tentoon wordt gesteld, denk aan het bieden van een interface die de gebruiker intuïtief en verantwoord een transactie laat maken. De app wordt gezien als de kern van hoe de gebruiker bewust, verantwoord en veilig in het openbaar kan bankieren. Het is anders dan traditioneel bankieren en helpt de gebruiker zijn weg te vervolgen. Methodes die gebruikt worden met web3 door decentralized bankieren maken dit mogelijk, maar ook herkenbare applicaties zoals Tikkie hebben bankieren toegankelijk gemaakt. En ook oplossingen zoals het gebruiken van een VPN en het contactloos pinnen. Dit zijn mogelijke verkenningsrichtingen. Hier kan ik leren over de kennis van beveiliging en privacy, gemak en extensies zoals een bankpas of app om de pinnen. En dit is handig om te implementeren in mijn applicatie.

HOEVEEL het probleem doet zich dagelijks voor, zowel de criminele variant als in de terughoudendheid van iedere gebruiker. Iedereen heeft hiermee te maken mits je niet altijd beveiligd bent of altijd thuis je transacties regelt. Om het zo te zeggen komt iedereen hiermee in aanmerking. Het risico is altijd aanwezig voor de normale gebruiker. Een groot deel van de mensen die bezig zijn met hun geld, hebben een belang in een oplossing dat hun leven gemakkelijker maakt in het maken van transacties in het openbaar. Hier zit een bepaalde grens aan vast waar ik mij aan moet als ux'er. Maar de keywords in het **efficient** maken en het **geruststellen** van de gebruiker zodat zij met een goed gevoel een transactie maken zijn essentieel als oplossing waar mensen behoefte aan hebben.

Afbakenen en orienteren

Hier beschrijf ik de ontwerpopdracht samen met de design challenges

Ontwerpopdracht

De uitdaging in dit project uit zich in wanneer je in het openbaar digitaal een transactie wilt maken zonder dat je gegevens bloot worden gesteld of risico loopt. Op dit moment voelt nog lang niet iedereen zich hier zeker van en daarom blijft traditioneel thuis bankieren de norm. Daarom wil ik met deze opdracht een app maken waarmee je eenvoudig een transactie mee kunt maken. Dit is waardevol voor mensen die onderweg zijn en toch efficient willen bankieren. Aan de hand van een app kan iedereen dit wanneer zij dit willen.

Design challenges

1. Hoe kan ik ervoor zorgen dat mensen die gebruik maken van digitaal bankieren op een vertrouwde manier openbaar kunnen bankieren
2. Hoe maak ik digitaal bankieren toegankelijk, veilig en efficient voor mensen onderweg
3. Hoe kan ik ervoor zorgen dat als iemand een transactie maakt diegene op een geruststellende manier geld overmaakt met minder risico.
4. Hoe maak ik een nieuw systeem die de gewenning van traditioneel bankieren hetzelfde houd maar wel onderweg kunt bankieren
5. Hoe kan ik een manier bedenken die mensen stimuleren de interactie met de app en een transactie onderweg aan te gaan
6. Hoe kan ik ervoor zorgen dat mensen publiekelijk kunnen betalen zonder dat zij hoeven te wachten tot zij thuis zijn
7. Hoe maak ik een bankier app voor jongeren, volwassenen en ouderen veilig en verantwoord onderweg
8. Hoe maak ik voor gebruikers van digitaal bankieren een app waar zij makkelijk onderweg kunnen betalen en hun gegevens en privacy beschermd blijft
9. Hoe maak ik een app die gebruikers vertrouwen met hun transacties zodat zij op een verantwoorde manier onderweg willen betalen wanneer zij dit nodig dienen (dit geeft de gebruiker meer controle met hun geld waar dan ook)

Projectvoorstel 2

Het projectvoorstel om bonnen te digitaliseren van bonnetjes na onderzoek over de gebruiker

Design challenge

1. Hoe maak ik een digitaal hulpmiddel die het bewijs van aankoop van de consument digitaliseert om zo alles op een plek te houden?

Case op basis van de design challenge

1. *Een interactieve toepassing die alle bonnetjes bij kan houden door de aankoop te digitaliseren als jouw bewijs in een overzichtelijke en intuitieve applicatie. Dit houd alle bonnen bijeen, het wordt nooit meer vergeten, je gebruikt geen papier, en je hebt ten alle tijden een bewijs van je aankoop Wanneer jij dat wilt.*

Stakeholders

De doelgroep die over dit onderwerp gaan zijn mensen die willen bankieren. Voor mijn design challenges draait het om volwassenen maar ook voornamelijk om jongeren en ouderen in families.
Ook zijn gebruikers die geordend zijn of behoefte hebben aan structuur erg belangrijk. Maar de meeste hebben hier waarschijnlijk een belang in als zij te maken hebben met digitaal bankieren. Voor mijn stakeholders ben ik opzoek naar een aantal banken om de samenwerking mee aan te gaan. Banken heb ik nodig voor de connectie tussen de oplossings app en hun bank, voor toestemming en voor een geleidelijke naadloze ervaring binnen de app.

Andere stakeholders die ik nodig heb zijn mensen die de applicatie kunnen keuren en bevestigen aangezien veiligheid op nummer één staat. Dit gebruik ik om te testen. Ik moet geinformeerd worden door geinteresseerden, bankiers, ict-ers op een kleine schaal. Ik gebruik graag de universiteit. Ook vraag ik hulp aan jongeren, ouderen, en volwassenen om hun mening als het gaat om een interface/ux. Daarnaast heb ik peer feedback nodig.

Probleemsituatie

Ik wil de case als uitgangspunt gebruiken omdat ik denk dat het probleem valide is en ik de ux-oplossing goed kan verkennen. Het product kan handig zijn voor een grote doelgroep. Het probleem is dat consumenten teveel bonnen van producten moeten bijhouden. Vaak raakt dit bewijs van aankoop kwijt, wordt het vergeten, of ontstaat er irritatie tijdens het vinden. Ik wil het bijhouden van dit bewijs vereenvoudigen door het te digitaliseren. Het probleem zijn bewijzen van aankoop bij elkaar houden en het vertrouwen tijdens het verdelen van kosten, dit is een belang rijke bevestiging. Dit wil ik doen zodat de gebruiker nooit onverwachts tegen het probleem aanloopt dat zij geen bonnetje hebben. Het kan daarom ook voor zoveel scenario's handig zijn. Alles wat je koopt denk je over na, als je besluit een product terug te willen brengen moet je de bon vinden of heb je soms niet eens een bon hiervoor. In evenementen of tijdens uitgaan of scenario's waar niet iedereen bekend is met elkaar heb je vaak behoefte aan meer vertrouwen, hier kan een gedigitaliseerde bon een grote rol in spelen.

De oorzaak van het probleem is ontstaan doordat er een hoop papierwerk is en het onthouden hiervan. Het bijhouden van het bewijs van aankoop is daarom achterhaald en kan gedigitaliseerd worden. Het probleem doet zich overal voor als je een aankoop hebt gedaan en daarna eventueel iets mee zou willen doen, dit kan zijn kosten delen waar je een bewijs nodig hebt of het terugbrengen van een product.

WAT op dit moment worden veel bewijzen/bonnetjes vergeten en niet bijgehouden. In scenario's waar je je aankoop wilt terugbrengen of wilt delen heb je een bewijs nodig. Dit moet vanuit de wens van de gebruiker gedigitaliseerd worden.

WAAR tijdens het bezoeken van een winkel, tijdens het uitgaan, in een bar of een evenement, of een zakelijke transactie waar dan ook als je jouw aankoop wilt herzien. Dit voor het bijhouden van al jouw bewijzen binnen een plek.

WAAROM op deze manier kun je altijd je bewijs van aankoop bijhouden en herzien. Je kunt het delen en je kunt eenvoudig je product terugbrengen zonder frustratie omdat alles binnen de app staat.

WANNEER het komt vaak voor wanneer de gebruiker zijn gedachten veranderen, in haast iets heeft gekocht, of zich niet kan herinneren wat het bedrag precies inhoud. Daarom moet je hier makkelijk naar terug kunnen kijken. Het probleem ontstaat zich dus na een betaling en of tijdens een sociale activiteit waar je kosten moet kunnen verdelen.

WIE het probleem is herkenbaar voor iedereen. Iedereen die iets aanschaft is mijn doelgroep, maar er zijn wel verschillende interacties zoals in het uitgaansleven, zaken doen en als consument waar ik rekening mee moet houden in de gebruikerservaring.

HOE mogelijke oplossingsrichtingen bestaan uit het digitaliseren van een aankoopbewijs. Dit zijn vaak bonnetjes die de gebruiker eenvoudig moet bij kunnen houden via de interactieve app. Dit moet de gebruiker ontzorgen en structuur geven aan het bijhouden van al hun bewijzen. Daarnaast moet het inzage geven voor het kunnen delen van kosten voor vrienden en juist onbekenden zodat de gebruiker meer vertrouwd is. Daarbij verlost het extra papieren en kun je het product altijd herzien.

HOEVEEL iedereen heeft waarschijnlijk behoefte aan deze vernieuwing en digitalisering van hun bon. Dit is een belangrijke oplossing voor situaties waar je een bon word meegegeven. De app is efficiënter zodat jij als consument alles in orde kunt houden.

Snelle schets van de werking

Werking van het digitaliseren van een bon

Bonnetje digitaliseren concept

Mindmap van bankieren

Design Brief

Hier baken in alle richtlijnen en de uitdaging van mijn project af

Design Brief_Jeffrey van Kampen_500779797.pdf_2.pdf 2MB
PDF

Versie 2

Inhoudsopgave

Aanleiding
Persoonlijke focus
Probleemsituatie
5w2h
Stakeholders
Roadmap
Design Challenge
Deelvragen en subvragen
Methodes
Productvisie
Niveau validatie
Product impact
Mijlpalen en planning
Bronvermeldingen

Studentnummer	Vak	Versie 1
500779797	Afstudeerproject	

Aanleiding

Onderwerp

De aanleiding van dit onderwerp komt door mijn interesse naar de ontwikkelingen in digitaal bankieren met name Web3. Aangezien er zoveel nieuwe mogelijkheden zijn en omdat het een uitdaging is wil ik mijn project hier aan toewijden. Eerst was ik vastbesloten over het onderwerp digitaal bankieren en de ux verbetering te maken in veiligheid te versterken. Maar omdat de schaal van het idee te groot is heb ik een grote verandering gemaakt. Het onderwerp blijft hetzelfde, bankieren maar vanaf nu heb ik het idee concreet gemaakt over bankieren namelijk het digitaliseren van jouw aankoop bewijs. **Bonnetjes!**

Hoe?

De hoe van dit product beschrijf ik in de design challenge door het maken van een digitaal product. Een nieuwe manier van je betaalbewijs registreren. Toen ik een lijst af ben gegaan van gebruikers behoeftes en nieuwe ideeen op deed ben ik er achter gekomen dat het makkelijker is om een deelprobleem van bankieren te verbeteren. Iets wat iedereen nodig heeft en waar iedereen mee te maken heeft. Dit ging van een familie bank idee.. naar gepersonaliseerd bankieren tot aan het zien van bonnetjes op mijn tafel en wat ik daarmee aan moest. En natuurlijk het onderzoek naar de behoeften van gebruikers en hun frustratie over het bijhouden van hun bonnen. Dit is dus kleinschalig maar zo belangrijk voor de digitale wereld.

Waarom?

Ik merk dat er veel mensen zijn die moeite hebben met het bijhouden van hun transactie bewijs. Er zijn scenario's van het niet accepteren, vergeten- of kwijt raken van het bewijs. Of het is zo frustrerend dat er een veelste lange bon wordt gemaakt, beschadigd raakt en het gaat zo maar door. Reden genoeg om dit aan te pakken en te digitaliseren.

Waarom? Ik vind het onderwerp interessant en ik zou graag de samenwerking aan willen gaan met een van de stakeholders die ik later beschrijf. Daarnaast heb ik genoeg kennis verzameld over het inrichten van een digitaal product die dit probleem kan oplossen. Ook geeft dit mij de gelegenheid meer te weten te komen over het omgaan van de gegevens van de gebruiker. Ik wil dit als een van de cornerstones van het product gebruiken.

Ik houd mij dit project bezig met de design challenge die je verder kunt lezen. Ik stel de vraag waarom de gebruiker hier behoeften aan heeft en hoe dit kan worden veranderd. Middels een digitaal product. Maar voorop gesteld wil ik weten voor wie dit geld en hoe veiligheid wordt bewaart. Dit moet ik aanpakken door onderzoek te doen en de scope van het idee te bepalen.

Persoonlijke focus

Profilering

Mijn profilering als cmd'er gaat voornamelijk uit naar ux en als front-ender. Ik probeer zoveel mogelijk betrokken te zijn in alle velden van het realiseren van een product. Maar ik vond het onderzoek doen naar de gebruiker altijd interessant, dit is een juiste middenweg. En omdat ik als ux'er de stem van de gebruiker kan zijn kan ik de behoeften peilen. Dit kan ik vertalen naar een oplossing. Het vereenvoudigen van data en het verbeteren van de ervaring van de gebruiker vind ik erg interessant.

Het eerste jaar was ik vooral visueel georienteerd. Het tweede jaar wou ik dit uitbreiden door een expertise te krijgen als junior in hetux veld met frontend. Omdat dit een van de belangrijkste processen zijn als basis van een product. Het visuele aspect gebruik ik graag als toevoeging. Het derde jaar kon ik beide velden uitbreiden en nu als eindejaars gebruik ik dit allemaal.

Focus

Ik heb een ux gedreven focus die ik baseer op data. En voor dit project doe ik dat dan ook graag. Ik kijk voor het meeste naar de gebruiker en focus ik op het prototype. En gebruik vaardigheden om dit te realiseren, tot de eindstreep wordt dat waarschijnlijk een prototype met meerdere testfases. Zodat ik het eerst functioneel maak en kan presenteren aan de stakeholders. En als het succesvol wordt gebruik ik graag wat frontend ervaring. Maar de inschatting van dit project, **Sketch!**

De koppeling

De koppeling naar dit onderwerp richt ik graag tot het onderzoek naar veiligheid van de gegevens van de gebruiker, ease of use, user-experience en natuurlijk hoe ik **betaalbewijzen** kan digitaliseren. Welke stappen hierin een rol spelen van het pinnen, de link naar jouw bank en naar het product. Het plan is om een aantal banken te benaderen om geinformeerd te worden.

Dit project sluit goed aan omdat ik ieder veld als cmd'er kan gebruiken. UX en visual en als het nodig is meepraten over wat front end api's. Ook is het een uitdaging om het digitale product in te richten. door ux methodes. KPI's en zorgvuldig te plannen om het project in te delen.

Ontwikkelen

Mijn grootste ontwikkeling hierin kan zijn dat ik alle planningen en ontwikkelingen concreet maak omdat ik dit uiteindelijk zelfstandig moet doen. Daarnaast wil ik het weten hoe ik ux kpi's kan inzetten en gebruikersbehoeften navolgbaar te maken.

Probleemsituatie

Beschrijving

Het probleem is dat consumenten teveel bonnen van producten moeten bijhouden. Vaak raakt dit aankoopbewijs kwijt, wordt het vergeten, of ontstaat er irritatie tijdens het vinden. Ik wil het bijhouden van dit betaalbewijs vereenvoudigen door het te digitaliseren. Ik wil dit probleem als uitgangspunt gebruiken omdat ik denk dat het valide is en ik de ux-oplossing goed kan verkennen. Het product dient daarom als vereenvoudiging voor de consument en als deeloplossing voor het milieu. Het kan een ecologisch probleem aanpakken als het product onmisbaar blijkt. Een veel voorkomend probleem is dat je het als bewijs moet kunnen gebruiken voor het vertrouwen tijdens het verdelen van kosten of het terugbrengen van een product. Het kan voor zoveel scenario's handig zijn als consument. Veel van wat je koopt denk je terug over na, als je besluit een product terug te brengen dan moet je de bon hebben (als je dit voorhand hebt aangenomen). In scenario's waar niet iedereen bekend is met elkaar zoals in een evenement heb je vaak behoefte aan meer vertrouwen, hier kan een gedigitaliseerde bon ook een grote rol in spelen.

De oorzaak van het probleem is ontstaan doordat er een hoop papierwerk is wat het milieu aantast. En als consument is dit vervelend om bij te houden. De consument soms niet bewust van al het papier. En vaak zijn mensen rommelig. Het bijhouden van het aankoopbewijs is daarvoor achterhaald en kan gedigitaliseerd worden. Ik wil mij hier op focussen door te kijken naar hoe de consument omgaat met het bewaren van hun bonnetjes en hoe zij een positief ecologisch effect kunnen maken.

5w2h

Wat

Op dit moment worden veel bewijzen/bonnetjes vergeten en niet bijgehouden. In scenario's waar je je aankoop wilt terugbrengen of wilt delen heb je een bewijs nodig. Dit moet vanuit de wens van de gebruiker gedigitaliseerd worden. Voor elkaar en voor jou als consument. In de testfase draait dit om kleine betalingen van de consument.

Waar

Tijdens het bezoeken van een winkel, of wanneer je ergens een fysieke aankoop doet. Dan heb je een bon nodig. Dit voor het bijhouden van al jouw bewijzen op een plek als je buiten de deur bent en dit in de winkel nodig hebt.

Waarom

Er is behoefte aan het bijhouden van je bewijs en het veilighouden. Je wilt dit makkelijk kunnen gebruiken en als dit gedigitaliseerd wordt heb je hier veel meer controle op. Op deze manier kun je altijd je bewijs van aankoop bijhouden en het product herzien. Je kunt eenvoudig je product terugbrengen zonder frustratie omdat alles binnen de app staat.

Wanneer

Het komt vaak voor dat de gebruiker zijn gedachten veranderd, in haast iets heeft gekocht, of zich niet kan herinneren wat het bedrag precies was voor zijn boekhouding. Daarom moet je makkelijk terug kunnen verwijzen een betaalbewijs. Het probleem onstaat zich wanneer de consument met moeite een bon moet bewaren na een betaling.

Wie

Het probleem is herkenbaar voor iedereen. Iedereen die iets koopt is een potentiele doelgroep. Ik maak dit kleiner door te focussen op de consument met een kleine betalingen, dit is makkelijker voor de testfases, kan ik bepaalde sectoren uitsluiten, en kan ik stakeholders eerder overtuigen. Omdat het errors minimaliseerd, het gaat om kleine bedragen voor iedereen met een bankpas.

Hoe

De mogelijke oplossingsrichting is het digitaliseren van een aankoopbewijs. Dit zijn bonnetjes die de gebruiker eenvoudig moet bij kunnen houden via een interactief product. Dit doe ik door middel van onderzoek te doen naar de relatie tussen pinnen en het opslaan zodat ik weet wat er gebeurd. Ik moet weten welke gegevens ik ga gebruiken, en hoe de ux van het product eruit kan zien.

Hoeveel

Veel consumenten hebben behoefte aan deze vernieuwing en de digitalisering van hun bonnetjes. Dit is een belangrijke oplossing voor situaties waar je een bon nodig hebt. Ik denk dat veel menssen behoefte aan een efficiente manier van het bewaren van hun bon en dit in orde te houden. Kortom zijn dit veel consumenten.

Stakeholders

Beschrijving

De doelgroep die over dit onderwerp gaan zijn consumenten met kleine uitbestedingen. Dit zijn vaak consumenten van winkels, in ieder geval gaat het voor de testfase om kleine bedragen. Voor mijn design challenge draait het om iedereen die in het bezit is van een Nederlandse betaalrekening. De doelgroep moet een smart telefoon hebben.
De gebruikers die behoefte hebben aan structuur zijn belangrijk aangezien zij het probleem ervaren. Dat betekend mensen die bonnetjes vergeten of kwijtraken. Maar de meeste consumenten hebben hier waarschijnlijk een belang in aangezien zij te maken hebben met digitaal bankieren en bewijs nodig hebben van hun betaling. Ik houd mij dit project bezig met de consument met kleine betalingen en in de toekomst hoger.

Tot zover de doelgroep. Voor mijn stakeholders ben ik opzoek naar een bank(en) om een samenwerking mee aan te gaan in de testfase. Ik heb banken nodig voor de synchronisatie tussen het product en hun bank, voor toestemming en voor een geleidelijke naadloze ervaring aangezien het met elkaar verbonden is. Andere stakeholders die ik nodig heb zijn mensen die de applicatie kunnen keuren en bevestigen aangezien veiligheid op nummer één staat. Dit gebeurt in de testfase. Ik moet geinformeerd worden door geinteresseerden, bankiers, ict-ers op een kleine schaal. Ik gebruik graag de universiteit. Ook vraag ik hulp aan bezithebbende van een betaalrekening, hoe zij transacties en bonnen ervaren, ik wil weten welke bank zij gebruiken, en wanneer er iets misgaat. Ook vraag ik peers om hun mening als het om een ux probleem gaat.

Image 1- Stakeholder Mapping

Roadmap

Beschrijving van de Discovery fase

In deze 2 delige Roadmap laat ik het proces zien waarin ik divergeer en convergeer. Dit sluit aan bij de planning in Jira. Jira is een tool waar ik allerlei tickets kan aanmaken met elk een eigen status. Zo heb ik to-do's, done, deadlines en in progress. Dit komt later naar voren. De roadmap dient om de stappen in kaart te brengen, ik vind het fijn om een roadmap te gebruiken omdat ik hierop kan inzoomen afhankelijk van de fase waarin ik zit. Een roadmap is dus mijn plan naar het product toe. De eerste afbeelding is de discovery fase. Hierin gebeurt al het onderzoek en het verkennen van het probleem, de doelgroep en het vergaderen van informatie voordat na kan denken over een product.

Product discovery

Image 2- Product Discovery

Roadmap

Beschrijving van de Delivery fase

De tweede afbeelding gaat over de fase waarin ik het prototype en documenten wil aanleveren. De mijlpalen, deliverables en het uiteindelijke product. Hierin gebeuren alle product iteraties als het product wat meer concreet is om mee verder te gaan. Ik ga in op de functies, ervaringen en Key Performance Indicators. Hier komt het onderzoek samen in een product. Daar heb ik het Proof of Concept gekozen en werk ik richting de delivery toe. Ik gebruik tools zoals Sketch en houd dit in Jira bij samen met de product biografie.

Product delivery

Image 3- Product Delivery

Design Challenge

"Hoe kan er een interactief product worden gemaakt voor het bijhouden van transactie bewijzen, waarin kleine uitbestedingen van consumenten op één plek staan door het te digitaliseren en te bewaren, zodat het bereikbaar blijft en makkelijker wordt om te gebruiken, als de consument hun aankoop wilt herzien?"

Deelvragen en subvragen

Wat zijn de pijnpunten als het gaat om het gebruiken van bonnetjes?

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

Methodes: Interviews, Empathy map en observeren

Hoe ervaart de doelgroep bonnetjes en het ecologische effect?

- Is de consument bewust van hun eigen bonnetjes verbruik?
- Ziet de consument bonnetjes als een probleem voor het milieu?
- Kan het benoemen of gebruiken van dit ecologische probleem de gebruikerservaring veranderen?

Methodes: Customer Journey, Bag Tour, Survey, Interviews

In welke scenario's kan dit digitale product gebruikt worden?

- Welke gebruikers hebben de meeste behoefte aan dit product?
- Wat zijn de (context) d.e.t.a.i.l.s tijdens het gebruiken van het product?
- Waar kan het product gebruikt worden?

Methodes: Desk Research, Competive Analysis en observeren

Wie is de doelgroep?

- Wat gebruikt de doelgroep voor hun betalingen?
- Wat zijn de belangen, behoeftes en angsten van de doelgroep?
- Wie heeft het meest te maken met kleine betalingen?
- Welke sectoren passen bij de doelgroep?

Methodes: Interview, Expert Interview, Desk Research, Persona

Hoe ziet de interactie/relatie tussen een bank en pinnen er uit?

- Hoe pinnen gebruikers?
- Wat voor methodes zijn er om te pinnen?
- Wat kan ik gebruiken als synchronisatie voor een digitaal product?
- Wat voor stappen zijn er tijdens een aankoop?

Methodes: Expert Interview, observeren, Co-reflection

Hoe kan de consument een digitaal product vertrouwen met hun betalingsbewijs?

- Kan het digitaliseren van kleine uitbestedingen het vertrouwen veranderen?
- Wanneer vertrouwd de consument een product?
- Wat zijn de risico's van dit digitale product?
- Hoe denkt de consument na over hun gegevens?

Methodes: Requirement List, Survey, MoSCoW

Waarom?

De vragen die ik wil onderzoeken zijn essentieel voor de volledigheid van het product. Door een aantal keywords te gebruiken voor mijn vragen, zoals de veiligheid, ervaring en behoeften probeer ik het onderzoek te doen. Ik hoop antwoorden te vinden over het gedrag van consumenten, het vertrouwen naar hun bankapps toe, wat waar wanneer waarom een bon in beeld komt. Wat de pijnpunten zijn en waar verbetering in kan zitten. Hier zou ik graag antwoorden op willen.
Ik verwacht een hoop te weten te komen door field en desk research te doen.

Methodes

Verkenningsfase

Expert Interview - Geinformeerd worden door bankiers
Interviews* - Interviews met de doelgroep, concurrentie
Survey - Enquetes houden met de doelgroep, en peers
Desk Research - Online onderzoek doen naar het probleem, doelgroep en banken
Deelvragen - Methodes uit de deelvragen

Definieringsfase

Context mapping - d.e.t.a.i.l.s van de gebruiker
Customer Journey* - gebruikerservaring en touchpoints tijden het bijhouden van een bon
Persona* - een concreet voorbeeld van de consument
Empathy map* - bevindingen van het denkproces tijdens een transactie en bonnen bewaren
Stepping Stones/Desk Research uit deelvragen

Idee genereerfase

Sketching - ideeen uitproberen en stapssgewijze handelingen en features van het product op mobile schermen
MoSCoW* - alle requirements en behoeften van het product
Comparison chart* - vergelijking van ideeen, functies en karakteristieken
Business model canvas - gaten in de markt die ik kan benutten als ideeen voor bonnen digitaliseren

Conceptualiseringsfase

Concept - verschillende concepten hoe ik bonnen digitaal kan maken
Design Specification - alle specificaties van het concept
Risk analysis - een schatting van de risico's van de app zoals de gegevens, en wat het effect kan zijn

Valideren

Requirements List* - een lijst met product eisen
Field Trial - trial en error van het product
Proof of concept - bevestiging van het success
Expert Review - eerste check met de stakeholder

Evalueren

Peer Review - verbeteringen vanuit ux feedback
USP's - alle unique selling points van bonnen digitaliseren
Expert Review* - review en goedkeuring van één of meerdere banken over het product

Testfases

Prototype - een prototype halverwege en aan het einde van het project
Usability Testing - de usability en correctie van de app
A/B Testing - kijken welke versies beter aansluiten volgens de gebruiker

Deliveryfase

Pitch - pitchen van het product aan de stakeholders
Quality Review - de laatste kwaliteitscheck van het product
KPI's - Key Performance Indicators

Bronnen

Field research (surveys, interviews met de doelgroep)
Field research en expert reviews met bankiers (ING, ABN Ambro)
Desk research via boekhouding pdf's en libraries
Het gebruiken van de cmd methods via www.cmdmethods.nl
Marktonderzoek naar Yuki, Tikkie
Product research via Google App Store en internet
Analytics tools zoals Hotjar en user sessies

Productvisie

Beschrijving

Ik hoop met dit product de ervaring te veranderen van het bewaren van een betaal bewijs en een impact te hebben op het milieu. Ook zou ik een toevoeging willen maken aan traditionele bonnetjes door dit de digitale wereld in te brengen. En wat ik voor mij zie is dat het interactief kan worden, wat je kunt delen als bewijs voor vertrouwen onderling. Voor consumenten, zzp'ers en kennissen. En wat als product in de Google Play Store past. De uiteindelijke visie van mijn product is om één samenwerking aan te gaan met een bank waardoor er een naadloze synchronisatie in de app ontstaat voor tevredenheid van de gebruiker. Ik wil ervoor zorgen dat het een ecologische verbetering is die papieren bonnetjes onnodig maakt. Als er veel downloads en gebruik wordt gemaakt van het product worden zij bewust van een betere methode die ook nog eens helpt met het milieu.

Om wat specifieker in te gaan op de app. Ik wil ervoor zorgen dat het product verschillende weergaves heeft als dit uit onderzoek naar voren komt. Daarnaast moet de gebruiker in controle zijn, zij moeten keuzes hebben in alle sectoren en wanneer zij notificaties ontvangen en continuiteit in de app. Ik zie een cross ux platform voor mij. Interactie met IoT. Content synchronisatie en een volledig intuitieve app. Daar bedoel ik mee dat de stappen gevoelsmatig en klein zijn. Waar transacties gauw verbinden met jouw telefoon waar jij toezegging op kunt geven. Het beheren en automatisch updaten en verwijderen van bonnetjes zodat het nooit rommelig kan worden. Ik verwacht een simpel en veilig product met een verfijnde onboarding. Ik ben ervan overtuigd dat het waardevol is en ik hoop daarom ook op een product die de consument wilt delen met hun vrienden en graag zou installeren. Over de functies van de app draait het natuurlijk om het opslaan de betalingsbewijs door het te accepteren, met zo weinig mogelijk risico van hun dat gegevens. Uiteindelijk wil ik ervoor zorgen dat het voldoet aan een paar kpi's, het product compleet is en proces documentatie navolgbaar blijft. Ik wil dat het een oplossing kan worden voor de gebruiker en het milieu.

Bestaande oplossingen

Er zijn geen bestaande oplossingen

Niveau validatie

Schatting van het niveau

Ik denk dat dit project zich op een complex niveau bevind. Aangezien het uitdagend is, er veel onderzoeksvragen zijn, en veiligheid een grote rol speelt. Er zijn veel richtingen om te verkennen, op ecologisch gebied, gebruiksgemak en het delen. Door de huidige norm van bonnetjes bewaren, gegevens van de gebruiker, en de concurrentie in een andere niche. Ik moet uitgebreid onderzoek doen om te zien waar kansen zich bevinden. Zo kan ik de oplossing concreet maken als de gebruikersbehoeften één op een aansluiten met het gewenste resultaat. Hiernaast is het complex omdat het product waterdicht moet zijn, ik moet rekening houden met de wensen omdat de gebruiker key is, maar ook omdat het over de gevoeligheid van de gegevens van de gebruiker gaat. En zeker belangrijk een **bankpartner.**

Het product moet zo worden gemaakt dat de gebruiker zich over deze veiligheids drempel heen kan zetten en geen risico loopt. Het moet hun ervaring gemakkelijker maken en efficient. Ik wil de applicatie succesvol maken zodat het ook het ecologische probleem aanraakt en kan veranderen. Conclusie dit is een uitdagend project. Ik wil kijken of ik het gebruiksgemak kan vereenvoudigen en tegelijkertijd een ecologisch probleem kan veranderen. Daarom schat ik het in als complex.

Image 4- Niveau validatie complex

Complex	Profileren	Afstuderen	Excelleren	Excelleren
Enigszins complex	Profileren	Profileren	Afstuderen	Excelleren

Product Impact

Wat kan dit product betekenen?

Dit product kan de gebruikerservaring van de consument verbeteren. Daarnaast kan het een ecologische impact maken door de afname van bonnetjes. Het wordt gedigitaliseerd en een hooponnodig papierwerk verdwijnt in een ideale situatie. In de toekomst heeft het impact op het delen van kosten met mensen. Dat betekend dat er meer vertrouwen ontstaat. Dit is een van de functies die mij aanspreekt in dit idee. Nu is het plan om bonnetjes te digitaliseren, en als het succsesvol wordt heeft dit een positief effect op het milieu. Als impact van het product denk ik dat het ook goed aansluit bij huidige trends, waar alle bankier en kosten-split apps nog geen sterk bewijs gebruiken kan er nu iets worden gedaan met het transactie bewijs. Een nieuwe trend.

Tijdens dit project wordt het belangrijk voor de consument met kleine betalingen, dit is mijn doelgroep. Dit past in het kader van het project omdat het concreet is, ik bepaalde sectoren kan uitsluiten en omdat het beter is voor de testfase, het vertrouwen word versterkt en het risico als er een bon kwijtraakt heeft minder gevolgen. Het product heeft impact en het kan ook positief zijn voor het milieu.

Over de ethische gevolgen denk ik na over veiligstellen van de gegevens van de gebruiker en wat op één staat. Ik moet ervoor zorgen dat gegevens niet worden blootgesteld, en worden beschermd door beveiliging en privacy. Daarnaast denk ik na over geen ongewenste notificaties krijgen en gebruikersacties die alleen zij willen, zoals het kiezen van de bonnen die zij willen bewaren. Ook probeer ik het product ethisch te bedenken door het niet commercieel te maken. Zo denkt de consument met een goed moreel na over duurzaam bonnen bewaren en het als handige tool te gebruiken in plaats van zorgen te maken over wat de app kost.

Mijlpalen en planning

Planning van het aankomende project

Hier beschrijf ik mijn planning waar alle mijlpalen naar voren komen. Het doel van deze planning is om te kijken naar de tijd die ik kan nemen per deliverable, om te kunnen kijken in welke fase ik zit. En omdat dit actief bij te houden. Daarom gebruik ik Jira, hierin kan ik de mijlpalen en taken ofwel "tickets" slepen naar een categorie in de planning. Dus bijvoorbeeld als ik in de verkenningsfase zit sleep ik een ticket over desk research naar in progress. Dit wordt zometeen duidelijker. Ik vind het handig om niet alleen een globale planning te maken, maar daadwerkelijk een tool zoals Jira te gebruiken die ik actief kan aanpassen.

Dit is een opzet voor de komende maanden, als ik iets moet aanpassen dan kan ik altijd de deadline aanpassen en of een tweede iteratie toevoegen aan de ticket. Door de Stepping Stones te gebruiken kan ik de planning goed indelen en naar de deliverables toewerken. Om tot de onderzoeksfase en deliveryfase te komen gebruik ik de cmd methodes. Zo maak ik een planningsoverzicht, waar ik details aan kan toevoegen in de ticket.

Mijlpalen en planning

Beschrijving van de planning

Eerst licht ik een paar punten toe over wat ik gebruik. Ik gebruik 4 kolommen in Jira, namelijk to-do, in progress, done en soms in review. To do's staan op de planning in een huidige sprint. Daar moet ik dus mee aan de slag, in deze kolommen plaats ik alle mijlpalen en taken, dit zijn deliverables en formulieren. De deliverables en functionaliteiten plaats ik onder een 'Epic' status. Dit zijn de belangrijkste mijlpalen waar ik aan moet voldoen tijdens dit project. De kleinere taken plaats ik onder een 'Story' status, dit vind ik handiger om apart te houden omdat ik sneller methodes en stepping stones kan onderscheiden van de mijlpalen.

Over de sprints, ik houd sprints aan van 2 tot 3 weken voor de fases. De een kan soms wat meer uitlopen als daar ruimte voor is. Maar ik wil mij hier graag aan houden zodat ik alle deliverables in de sprint kan inleveren. De reden dat ik deze tool gebruik is omdat ik het actief kan bijhouden, sprints kan starten en afronden en om taken te slepen. Alle fases heb ik ingedeeld met deadlines, prioriteiten en labels. Dit zorgt voor complete tickets in de project planning. Hierna kun je de exacte planning bekijken van deze sprint en de backlog voor wat hierna komt. Deze planning wordt gebruikt als Agile en Scrum proces.

Image 5- Epic en Story status

Image 5- Taak prioriteit

Mijlpalen en planning

Overzicht van deze sprint in de verkenningsfase

Image 6- Overzicht van de planning

Mijlpalen en planning

Overzicht van de sprint fases in de backlog

Image 7- Overzicht van de backlog planning

Mijlpalen en planning

Overzicht van de sprint fases in de backlog

Image 8- Overzicht van de backlog planning

Mijlpalen en planning

Overzicht van de sprint fases in de backlog

Image 9- Overzicht van de backlog planning

Design Rationale oplevering

Product Biografie oplevering

Groenlicht Presentatie

De presentatie uit groenlicht

Link naar de presentatie:
https://acrobat.adobe.com/link/review?uri=urn:aaid:scds:US:e1d5be58-58d6-3150-a7c8-0c2e5f939603

Opening van de presentatie

Dia over de app

Dia van het prototype

Groenlicht materiaal

Product Biografie

Lees hier de proces documentatie als pdf

Jeffrey van Kampen_ Product Biografie_500779797.Memo.pdf 83KB
PDF

Product Biografie (Interactieve pdf)

Design Rationale

Lees hier het concrete format van mijn product

Jeffrey van Kampen_Design Rationale_500779797.pdf 4MB
PDF

Design Rationale (pdf) Groenlicht materiaal

Memo App

Studentnummer	Gemaakt door	Published on
500779797	Jeffrey van Kampen	January 2023

Memo is een app waar je elke betaalbon in kunt bewaren, ontwikkeld om de ervaring van de consument te bevorderen als zij hun producten willen herzien door middel van de bon. Met dit concept kan de consument hun bonnen efficiënt gebruiken en biedt het ook een ecologische verbetering.

Design Rationale	Versie nummer 1.0	Posting on **Gitbook**