



# Project Digital

Scriptie HBO-ICT & Media Design

**Naam:** Jens van Lierop

**Datum:** 11-01-2022

# **AFSTUDEERSTAGE VOOR FONTYS HOGESCHOOL ICT**

## **Gegevens student(e):**

**Naam:** van Lierop, J.

**Studentnummer:** 2699605

**Afstudeerrichting:** HBO-ICT & Media Design Voltijd

Afstudeerperiode datum van 30-08-2021 t/m 02-02-2022 (94 werkdagen)

## **Gegevens bedrijf:**

**Naam bedrijf/instelling:** Laméco Development B.V.

**Afdeling:** Adviesteam & Development

**Plaats:** Eindhoven

**Naam bedrijfsbegeleid(st)er:** Verheggen, M.

**Functie bedrijfsbegeleid(st)er:** Operationeel Manager

## **Gegevens docentbegeleid(st)er:**

**Naam docentbegeleid(st)er:**

## **Gegevens afstudeerproject:**

**Titel:** Project Digital

**Datum uitgifte:** 11-02-2022

Getekend voor gezien door bedrijfsbegeleid(st)er:

Datum:



De bedrijfsbegeleid(st)er

## **Let op!**

Dit document is de pdf versie van mijn scriptie.

**Voor een optimale leeservaring ga je naar [Digitale versie](#) van deze scriptie**

-Jens

# Voorwoord

Beste lezer,

Dit verslag beschrijft het afstudeertraject dat ik heb doorlopen in de periode van 30 augustus t/m 2 februari. Mijn naam is Jens van Lierop en ik ben een laatstejaars student van de opleiding HBO-ICT & Media Design aan de Fontys Hogeschool ICT in Eindhoven.

Ik heb mijn afstudeerstage gelopen bij Laméco (voluit Laméco Development B.V.), een online mediabureau en ICT-dienstverlener gevestigd aan de Scherpakkerweg in Eindhoven.

Allereerst wil ik Laméco bedanken voor de vrijheid en het vertrouwen dat ze me gegeven hebben gedurende deze stageperiode. Ik heb hierdoor de kans gehad om de stageopdracht zonder belemmeringen uit te voeren en mezelf door te kunnen ontwikkelen.

Daarnaast wil ik alle collega's bij Laméco graag willen bedanken voor de samenwerking en de enorm prettige werksfeer op het kantoor, welke absoluut heeft bijgedragen aan mijn motivatie en ontwikkeling.

In het bijzonder zou ik Luc Engelen en Martin Verheggen willen bedanken voor hun betrokkenheid, ondersteuning en de heldere communicatie.

Als laatste wil ik mijn waardering naar mijn afstudeercoach Jo-An Kamp uitspreken, voor de begeleiding gedurende dit semester en de waardevolle feedback die ik heb mogen ontvangen.

De lezer van dit document wens ik graag veel leesplezier toe en mocht je aan het einde meer willen weten over dit project, voel je vrij om contact op te nemen.

# Samenvatting

In de periode van 30 augustus t/m 2 februari heb ik mijn afstudeerstage gelopen bij Laméco, een online mediabureau en ICT-dienstverlener in Eindhoven. Laméco heeft een aantal bedrijfseigen tools ontwikkeld waaronder Project Digital. Dit is een content creatie platform, waarmee gebruikers gemakkelijk responsive webcontent kunnen maken. De content wordt automatisch voorzien van de juiste huisstijl waarna het online wordt gepubliceerd. Project Digital is een instapvriendelijk middel dat de afstand moet overbruggen tussen simpele e-mails/pdf's en volledige websites.

Momenteel wordt dit pakket enkel binnen de bestaande klantenkring van Laméco aangeboden en zijn er slechts 4 gebruikers van de software. De opdracht was om uit te zoeken hoe dit product op grotere schaal aangeboden kan worden. Er moest worden uitgezocht wat een passende doelgroep is voor het platform en welke wijzigingen er aan de software doorgevoerd moesten, zodat het op de markt gebracht kan worden. De hoofdvraag luidt als volgt:

**Wat is een passende doelgroep voor Project Digital? En hoe kan er een versie van Project Digital gerealiseerd worden waarmee Laméco nieuwe gebruikers uit deze groep kan werven en behouden?**

Als eerste is er een doelgroeponderzoek uitgevoerd. In dit onderzoek kwamen B2B marketeers naar voren als de meest veelbelovende doelgroep. Vervolgens is er onderzoek gedaan naar de behoeften van de doelgroep en de concurrentie van Project Digital. De concurrenten van Project Digital hebben aandacht voor veelal dezelfde gebieden: Analytics, integraties van marketingtechnologieën en de presentatie van de content zelf. Behoeften van B2B marketeers waar minder in wordt voorzien zijn customer experience, klantsegmentatie, marketing personalisatie en content outsourcing. Daarnaast zijn er een aantal hygiene factoren waar Project Digital nog niet aan voldoet, met als belangrijkste de mogelijkheid tot het genereren van traffic en leads.

Om het bereik van Project Digital te vergroten is er vervolgens onderzoek gedaan naar Software-as-a-Service (SaaS) en de manier waarop Project Digital omgebouwd zou kunnen worden tot een SaaS-platform. Het resultaat van dit onderzoek was dat de architectuur van Project Digital voldoet aan vereisten, maar dat er nog een aantal randservices geïmplementeerd moeten worden om het tot een volwaardige SaaS te maken. De ontbrekende randservices zijn een koppeling met een billing systeem, een onboarding proces en de implementatie van metrics en analytics voor individuele gebruikersgroepen.

Alle onderzoeksresultaten samen hebben geleid tot een lijst aan requirements en uiteindelijk een redesign van de software, die meer passend is voor de nieuwe doelgroep. Het redesign bestaat uit twee versies: één tussentijdse versie voor de nabije toekomst en één uiteindelijke versie als streefbeeld. Daarna is er voor het bestaande Project Digital een volledige implementatie voor call-to-actions en nieuwe huisstijl opties ontwikkeld en getest, omdat dit de meest dringende functionaliteit was.

Het resultaat van deze opdracht is een vertrekpunt van waaruit doorontwikkeling en mogelijke herstructurering van Project Digital kan plaatsvinden.

# **Summary**

In the period from August 30 to February 2, I had my graduation internship at Laméco, an online media agency and ICT service provider in Eindhoven. Laméco has developed a number of tools, including Project Digital, a content creation platform, which allows users to easily create responsive web content. All content is automatically provided with the correct branding after which it is published. Project Digital is an entry-friendly tool that bridges the gap between simple emails/PDFs and full-featured websites.

Currently, this package is only offered within the existing customer base of Laméco and there are currently just 4 users of the software. The assignment is therefore to find out how this product can be offered on a larger scale. It was necessary to find a suitable target group for the platform and to find out which changes had to be made to the software, so that it would be market-ready. The main question is as follows:

## **What is an appropriate target audience for Project Digital? How can a version of Project Digital be realized which allows Laméco to attract and retain new users from this group?**

First, a target audience study was conducted. In this research, B2B marketers emerged as the most promising target audience. Subsequently, research was conducted into the needs of the target group and the competition of Project Digital. Project Digital's competitors focus on mostly the same areas: Analytics, integrations of marketing technologies and the presentation of the content itself. The needs of B2B marketers that are less met are customer experience, customer segmentation, marketing personalization and content outsourcing. In addition, there are a number of hygiene factors that Project Digital does not yet meet, the most important of which is the ability to generate traffic and leads.

Also, in order to expand the reach of Project Digital, research was carried out into Software-as-a-Service (SaaS) and the way in which Project Digital could be converted into a SaaS platform. The results were as follows: Project Digital's architecture meets the requirements, but a number of additional services still need to be implemented to make it a full-fledged SaaS. These services are the connection billing system, an onboarding process and the implementation of metrics and analytics for individual user groups.

All research results together have led to a list of requirements and ultimately a redesign of the software, which is more suitable for the new target group. The redesign consists of two versions: One interim version for short term development and one final version as a future vision. After that, a full implementation for call-to-actions and corporate identity options was developed and tested for the existing Project Digital software, because this was the most urgent functionality.

The result of this assignment is a starting point from which the further development and possible restructuring of Project Digital can take place.

# Verklarende woordenlijst

## B

- **Back End:** De achterkant van een softwaresysteem: Dit bevat meestal de logica van de applicatie en is verantwoordelijk voor het ophalen en verwerken van data.
- **Business-to-business (B2B):** Wanneer een bedrijf zich op andere bedrijven/de zakelijke markt richt.
- **Business-to-customer (B2C):** Wanneer een bedrijf zich op de consument richt.

## C

- **Call-to-action:** Een onderdeel van een website die een bezoeker vraagt onmiddellijk een bepaalde handeling uit te voeren.
- **Content:** Engelse term voor inhoud die wordt weergegeven via een medium, zoals afbeeldingen, tekst of videos.
- **Content Experience Platforms:** Platforms voor het maken van interactieve webcontent
- **Content Management Systeem (CMS):** Een softwaresysteem voor het creëren, aanpassen en beheren van content (voor websites).

## F

- **Front end:** De voorkant van een softwaresysteem: Dit is het gedeelte waarmee de gebruiker interactie heeft, zoals een webformulier of mobiele applicatie.

## G

- **Git:** Open source versiebeheer systeem voor software applicaties.

## I

- **Integrated development environment (IDE):** Een computer applicatie die programmeurs uitgebreide functionaliteit biedt voor de ontwikkeling van software.

## M

- **Minimum Viable Product (MVP):** Een product die enkel de minimaal vereiste basisfunctionaliteit bevat.
- **Multitenancy:** Een softwarearchitectuur waarbij een enkele instantie van de software meerdere gebruikersgroepen tegelijkertijd voorziet.

## M

- **Responsive:** Wanneer een internetapplicatie of webpagina automatisch meeschaalt met het scherm van de gebruiker.

## S

- **Software-as-a-service (SaaS):** Een softwarelicentie- en distributiemodel waarbij software op abonnementsbasis wordt aangeboden en centraal wordt gehost.

## T

- **Tenant:** Een 'huurder' van je systeem: Dit is een groep gebruikers van bijvoorbeeld dezelfde organisatie.

# Inhoudsopgave

## Project Digital

Scriptie HBO-ICT & Media Design

AFSTUDEERSTAGE VOOR FONTYS HOGESCHOOL ICT

Gegevens student(e):

Gegevens bedrijf:

Gegevens docentbegeleid(st)er:

Gegevens afstudeerproject:

## Let op!

Voor een optimale leeservaring ga je naar Digitale versie van deze scriptie

## Voorwoord

## Samenvatting

## Summary

## Verklarende woordenlijst

B

C

F

G

I

M

M

S

T

## Inhoudsopgave

### 1. Inleiding

### 2. Bedrijf

Omschrijving

Kernwaarden

Organisatiestructuur

### 3. De opdracht

Probleemstelling

Opdrachtomschrijving

Hoofdvraag

Deelvragen

Doelen van de opdracht

Scope

Project Management

### 4. Literatuuronderzoek

Aanpak

Resultaten

Persona's

B2B & B2C Marketing

Digitale uitgevers

Interne communicatie

Nieuwsredacties

Doelgroep spectrum

Conclusie

### 5. Interviews

Aanpak

Interview Content Marketing

Belangrijkste bevindingen

Interview Project Digital

Belangrijkste bevindingen

## 6. Concurrentieanalyse

Aanpak

Resultaten

Conclusie

SWOT-analyse

## 7. SaaS Onderzoek

Aanpak

Resultaten

SaaS Architectuur

Tenant Isolation

Conclusie

## 8. Stakeholder presentatie

Aanpak

Resultaten

## 9. Requirements

Aanpak en Resultaten

Competitive landscape

Conclusie

Action Priority Matrix

## 10. Design

Aanpak

Resultaten

Publicaties (Nieuwe naam: Campagnes)

Oude versie

Tussentijdse versie

Uiteindelijke versie

Edities (Nieuwe naam: Publicaties)

Oude versie

Tussentijdse versie

Uiteindelijke versie

Publicatie instellingen

Oude versie

Tussentijdse versie

Uiteindelijke versie

Branding

Oude versie

Tussentijdse versie

Uiteindelijke versie

Klant instellingen

Oude versie

Tussentijdse versie

Uiteindelijke versie

Gebruiker instellingen

Oude versie

Tussentijdse versie

Uiteindelijke versie

Gebruikers

Oude versie Tussentijdse versie

- Nieuw artikel
- Oude versie
- Uiteindelijke versie
- Artikel types
  - Call-to-actions
  - Formulieren
  - Overige

## **11. Development**

- Aanpak
  - Tooling
  - Development dependencies
  - Gitflow
  - MVC patroon
- Resultaten
  - Uitgebreide huisstijl
    - Admin panel
    - Oude versie
    - Nieuwe versie
    - Editie
    - Oude versie
    - Nieuwe versie
  - Call-to-actions
    - Artikel editor
    - Artikel weergave
- Conclusie en aanbevelingen

## **12. Usability Test**

- Aanpak
- Resultaten
  - Scenario 1: Whitepaper
  - Scenario 2: Nieuwsbrief
  - Scenario 3: Huisstijl wijzigen
  - Belangrijkste bevindingen

## **13. Conclusies en Aanbevelingen**

### Evaluatie

### Bijlagen

# **1. Inleiding**

Wat hebben word, pdf en powerpoint bestanden met elkaar gemeen? Het zijn allemaal statische bestandstypes uit de vorige eeuw. Het zijn bestanden die er alleen fatsoenlijk uitzien op een computer en altijd verloren gaan ergens in een willekeurige map op Dropbox of als bijlage in een mailtje van 3 maanden terug.

Maak kennis met Project Digital. Een platform voor het maken van dynamische webcontent. Deze documenten zijn via een link altijd online beschikbaar, up-to-date en geoptimaliseerd voor elk type toestel. Het beste van alles? Iedereen kan er gebruik van maken. Je hoeft geen voorkennis van websites, blogs of CMS-systemen te hebben, je kunt simpelweg een document in elkaar klikken.

Project Digital is een tool ontwikkeld door Laméco, die met slechts 4 gebruikers, nog in de beginfase van zijn levenscyclus staat. Het is de bedoeling dat de software verder wordt doorontwikkeld en uitgroeit tot een op zichzelf staand product in plaats van een aanvulling op de bestaande dienstverlening. Aan mij is daarom de opdracht om uit te zoeken voor welke doelgroep en in welke vorm dit op de markt gebracht kan worden.

In de aankomende hoofdstukken worden chronologisch onderdelen van deze opdracht doorgelopen:

In hoofdstuk 2 wordt informatie gegeven over het stagebedrijf. In hoofdstuk 3 wordt de probleemstelling en de opdracht uiteengezet. In hoofdstuk 4 komt er een literatuuronderzoek aan bod waarin mogelijke doelgroepen voor Project Digital in voorkomen. Hoofdstuk 5 gaat over interviews met betrekking tot Project Digital en content marketing. Hoofdstuk 6 bevat een concurrentieanalyse. In hoofdstuk 7 wordt een literatuuronderzoek over Software-as-a-Service behandeld. In hoofdstuk 9 worden alle onderzoeksresultaten samengevat en uitgewerkt tot een lijst aan software requirements, welke vervolgens in hoofdstuk 10 worden verwerkt in een design. Hoofdstuk 11 geeft details over de ontwikkeling van nieuwe functionaliteit, die in hoofdstuk 12 worden getest. Als laatste wordt er in hoofdstuk 13 een conclusie getrokken en worden er aanbevelingen gedaan voor de doorontwikkeling van Project Digital.

## 2. Bedrijf

### Omschrijving

Laméco (voluit Laméco Development B.V.) is een IT-ontwikkelaar en -dienstverlener gevestigd in hartje Eindhoven. Ze leveren online maatwerk oplossingen aan zakelijke opdrachtgevers uit de (high)tech industrie, zakelijke dienstverlening en maakindustrie. Ze zien zichzelf als vooruitkijkers en vooroplopers en ze hebben nauwe samenwerkingen met hun opdrachtgevers.

Door toonaangevende internetapplicaties te ontwikkelen die echt van (maatschappelijke) toegevoegde waarde zijn, zorgen ze ervoor dat hun opdrachtgevers succesvol zijn op online gebied en daarmee een voorsprong behalen in de branches waarin ze opereren. Laméco werkt voornamelijk voor bedrijven met dezelfde vooruitstrevende mentaliteit: Organisaties marktleider zijn of dat willen worden.

### Kernwaarden

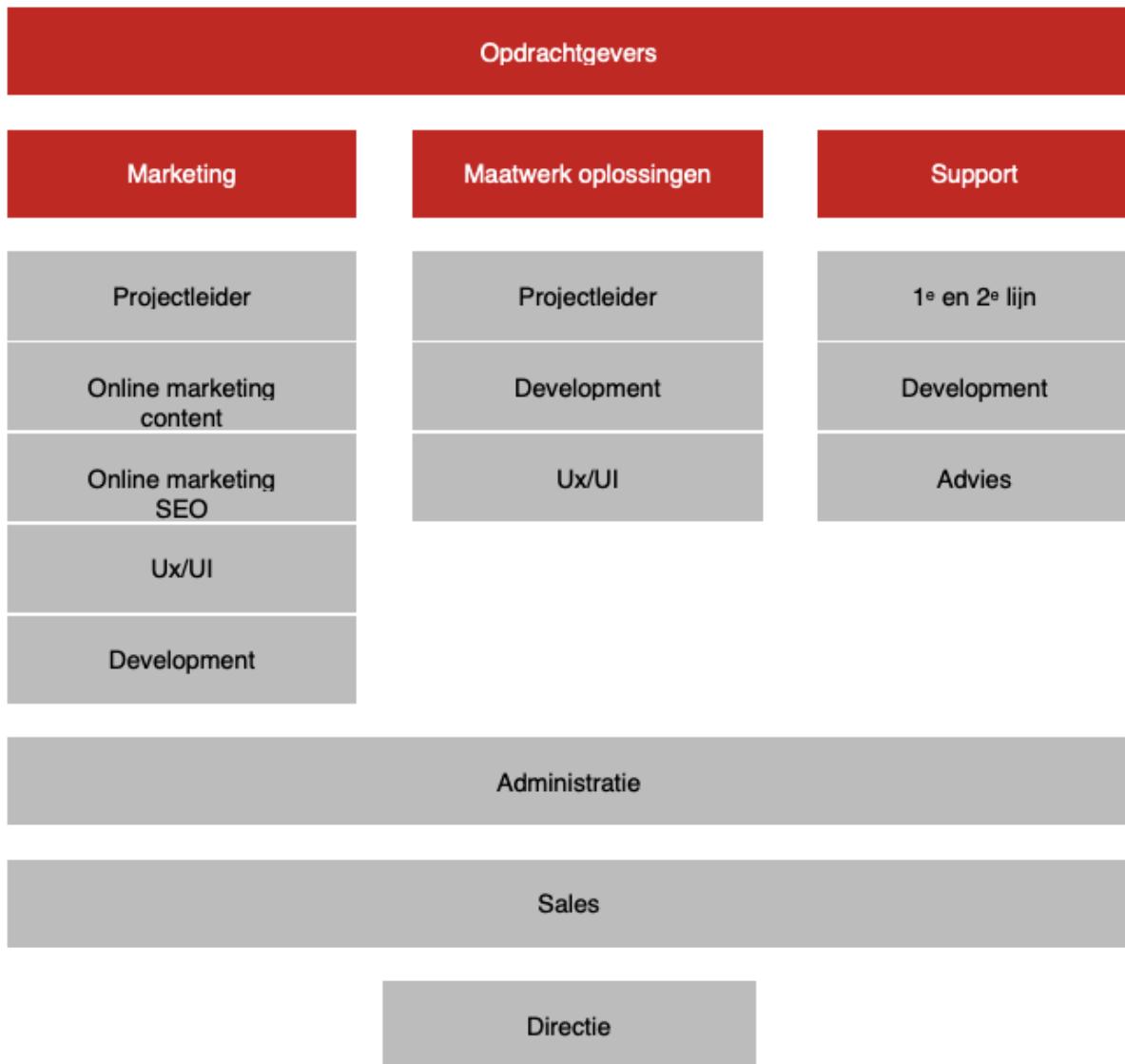
Laméco hecht veel waarde aan de volgende kernwaarden:

- **Betrouwbaar:** Het nakomen van afspraken staat bovenaan de prioriteitenlijst van Laméco. Er worden dan ook geen opdrachten aangenomen waarvan ze niet zeker weten of het haalbaar is en deadlines worden 100% van de tijd behaald.
- **Betrokken:** Ze zijn erg betrokken bij de klant en zijn/haar bedrijf, de omliggende processen en de opdracht. Door nauw samen te werken weten ze het maximale resultaat te behalen.
- **Vooruitstrevend/Competitief:** Laméco is geen bedrijf dat de kantjes ervan afloopt. Er wordt continu getracht de hoogst mogelijke kwaliteit op te leveren.

### Organisatiestructuur

Laméco specialiseert zich in maatwerk oplossingen. Dit zijn software en websites die je niet ‘in een doosje’ kan kopen, maar die elk uniek, op basis van behoeftes van de opdrachtgever, worden ontwikkeld.

Het bedienmodel van Laméco ziet er als volgt uit:



#### **Bedienmodel** (*Lameco Development B.V., 2019*)

Het bedrijf is opgedeeld in 3 teams: Het marketing team, het development team en het support/advies team.

- **Het marketing team** houdt zich bezig met ‘slimme websites’. Dit zijn maatwerk websites met achterliggende Content Management Systemen.
- **Het development team** richt zich op maatwerk applicaties. Deze kunnen erg uiteenlopend zijn, van webapplicaties tot track & trace systemen.
- **Het advies team** is er ter ondersteuning van klanten en het verhelpen van mogelijke problemen. Hier komen de meest uiteenlopende zaken aan bod.

### 3. De opdracht

Afgelopen jaar heeft Laméco een aantal bedrijfseigen tools ontwikkeld, waaronder een platform genaamd Project Digital. Dit is een content creatie platform, waarmee klanten responsive publicaties voor het web kunnen maken. Deze publicaties worden automatisch voorzien van de juiste huisstijl en vervolgens online gepubliceerd.

Kort door de bocht: Het is een online magazine. Project Digital moet de afstand overbruggen tussen simpele e-mails/pdf's en volledige websites. Het is dan ook relatief laagdrempelig middel dat zodanig is ingericht dat personen zonder veel voorkennis van IT of marketing hiervan gebruik kunnen maken.

The screenshot shows the 'Project Digital' dashboard for creating a 'Je eerste magazine'. The left sidebar lists sections like 'Voorpagina', 'Hulp nodig?', 'Inhoudsopgave', 'Wat is het verschil tussen een Publicatie en Editie?', 'In 3 stappen je eerste magazine', and 'Colofon', each with a 'Pagina bewerken' button. The main area displays preview cards for these sections, each featuring a thumbnail image and a green 'Pagina bewerken' button. The top navigation bar includes links for 'ProjectDigital Je eerste magazine', 'development@lameco.nl', 'Gebruikers', and 'Uitloggen'.

### Probleemstelling

Momenteel biedt Laméco Project Digital alleen aan binnen hun bestaande klantenkring, waarbij de verkoop van deze aanvullende software voortkomt uit face-to-face contact met deze klanten. Wanneer een klant interesse in het product heeft, kan die klant het bij Laméco als abonnement afnemen en wordt er een nieuwe klantenomgeving ingericht. Ondanks de positieve reacties van de huidige gebruikers van Project Digital, loopt de verkoop van de software niet heel vlot en zijn er slechts 4 klanten die er momenteel gebruik van maken. Laméco zou graag meer gebruikers van de software hebben.

Het businessmodel van Laméco bestaat momenteel uitsluitend uit het leveren van maatwerk, waarbij in essentie uren die benodigd zijn voor een bepaalde opdracht worden weggezet tegen een bepaald tarief. Hierdoor is het bedrijf direct afhankelijk binnenkomende opdrachten. Wanneer er geen nieuwe opdrachten zijn, loopt het bedrijf inkomsten mis. Om de toekomstvastigheid van het bedrijf te kunnen garanderen en nieuwe innovatie te financieren wil Laméco haar bestaande omzet aanvullen met een vaste inkomstenbron, zodat ze minder risico lopen. Dit betekent niet dat Laméco als bedrijf wil afstappen van maatwerk software, maar wel dat ze meer software willen aanbieden in abonnementsvorm.

# Opdrachtomschrijving

Ondanks dat Project Digital een compleet werkend product is, is het in feite nog een MVP (Minimal Viable Product). De opdracht is om te onderzoeken wat ervoor nodig is om dit product op grotere schaal te kunnen aanbieden. Dit heeft niet alleen betrekking op de distributie van de software, maar ook op het product zelf.

## Hoofdvraag

**Wat is een passende doelgroep voor Project Digital? En hoe kan er een versie van Project Digital gerealiseerd worden waarmee Laméco nieuwe gebruikers uit deze groep kan werven en behouden?**

## Deelvragen

Het deelvragen van deze opdracht kunnen onderverdeeld worden in de volgende 3 deelaspecten:

### Doelgroep/Concurrentieanalyse

- Wat zijn de mogelijke doelgroepen van Project Digital? Wat is de meest kansrijke doelgroep?
- Wie zijn de huidige gebruikers van Project Digital? In welk type organisatie werken deze personen?
- Met welk doel gebruikt deze groep het platform? Is het alleen voor intern of ook voor extern gebruik?
- Hoe ziet de concurrentie van Project Digital eruit? Hoe kan Project Digital zich onderscheiden?

### Project Digital

- Wat is de status van Project Digital? Is het compleet en werkend in de huidige staat?
- Welke aanvullende functionaliteit moet er gebouwd worden om de doelgroep te voorzien in hun behoeften?
- Hoe komt deze functionaliteit eruit te zien?
- Hoe kan deze functionaliteit in het bestaande framework geïmplementeerd worden?

### Software-as-a-Service

- Wat is ervoor nodig om een Software-as-a-Service omgeving te bouwen? Wat is ervoor nodig om een bestaande applicatie om te zetten?

## Doelen van de opdracht

Het primaire doel van de opdracht is om te ontdekken op welke manier Project Digital in de markt kan worden gebracht. Er moet ontdekt worden welke doelgroep geschikt zijn om te benaderen en welke aanpassingen er nodig zijn aan de software om deze geschikt te maken voor deze groep.

Het secundaire doel is om kennis en ervaring op te doen op het gebied van SaaS. Door met Project Digital de eerste stap te zetten, kan er ontdekt worden of uitbreiding naar meerdere platforms mogelijk is. Hiervoor zouden de andere bestaande of nieuwe softwarepakketten van Laméco als basis kunnen dienen.

Op lange termijn zou het succesvol lanceren van een SaaS platform een aantal overige voordelen met zich mee kunnen brengen. Niet wordt er alleen een nieuwe inkomstenbron gecreëerd, maar ook zou Laméco een hogere naamsbekendheid en goede reputatie kunnen vergaren, wanneer ze goed werkende software op de markt brengen.

## Scope

Onderstaande tabel geeft de scope van de opdracht weer zoals deze is gedefinieerd aan het begin van de stageperiode en de status van alle taken aan het eind van de stage.

Taak	Deliverable	Prioriteit	Status
Doelgroep- en concurrentieanalyse	Adviesrapport	Must	✓ Doelgroep- en concurrentieanalyse met bijbehorende figuren en persona's
Onderzoek naar SaaS	Adviesrapport	Must	✓ Document met algemene SaaS richtlijnen en uitwerking voor de SaaS migratie van Project Digital
Ontwerpen van nieuwe functionaliteit	Design/Prototype	Must	✓ Design nieuwe call-to-action's en formulieren
Ontwikkelen van nieuwe functionaliteit	Code implementatie	Should	✓ Implementatie call-to-action's, formulieren en huisstijl opties
Ontwerpen SaaS platform	Design/Prototype	Should	✓ Volledig redesign Project digital, Urenschatting voor doorontwikkeling
Ontwikkelen SaaS platform	Code implementatie	Could	✗
Lanceren Project Digital	n.v.t.	Won't	n.v.t.

### Verklaring Moscow prioriteit:

Must – Moet volledig worden opgeleverd

Should – Moet minimaal als een prototype of proof-of-concept worden opgeleverd

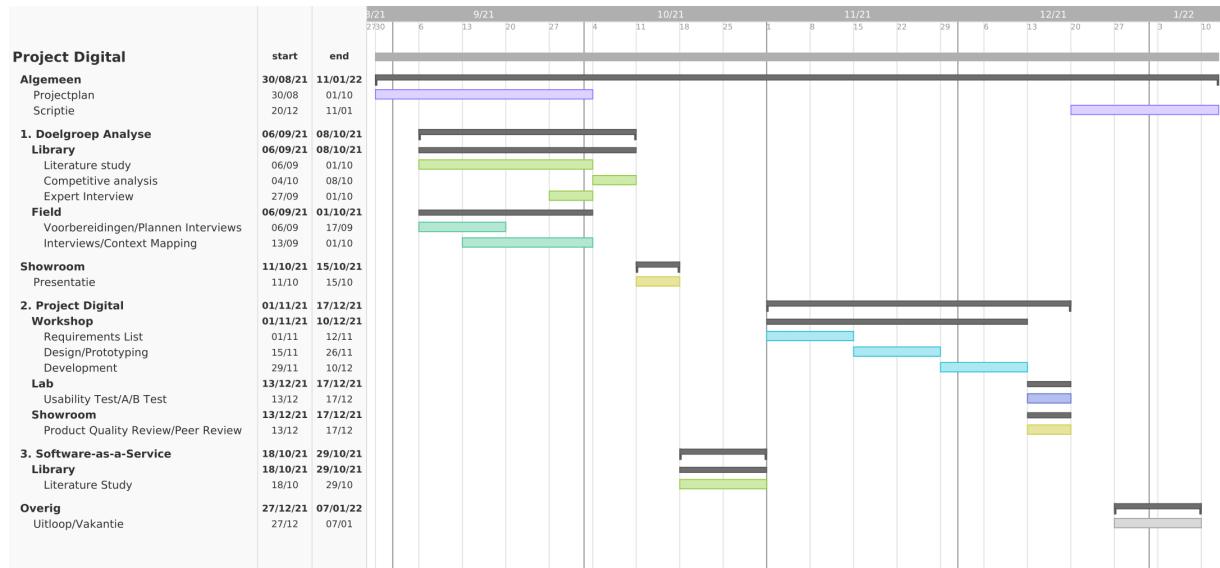
Could – Optioneel onderdeel

Won't – Valt niet onder de stage

# Project Management

Als projectmethode wordt de watervalmethode toegepast, omdat het project in 3 fasen opgedeeld is die lineair doorlopen worden. Daarnaast is er een aantal verschillende stakeholders betrokken en moet er goed gepland worden, dus is er minder ruimte voor flexibele sprints.

Alle activiteiten over de hele periode zijn opgenomen in een Gantt chart (zie onderstaande figuur) en ingedeeld per projectfase.





## 4. Literatuuronderzoek

Dit project is gestart met een literatuuronderzoek naar content creatie. Content creatie is het maken van uitingen, waarmee iemand een bepaalde doelgroep probeert te bereiken. Dit kunnen bijvoorbeeld teksten, foto's en video's zijn. Om een beter beeld te krijgen over de markt, waar Project Digital zich als content creatie tool wil begeven, wordt er onderzocht welke doelgroepen veel te maken hebben met content creatie en wat de doelen en prioriteiten van deze groepen zijn. Er wordt gekeken naar de content types die deze groepen maken en welke middelen ze gebruiken.

### Deelvraag

Wat zijn de mogelijke doelgroepen van Project Digital? Wat is de meest kansrijke doelgroep?

## Aanpak

Uit de oriëntatiefase zijn 7 mogelijke industrieën verkregen die vaak te maken hebben met het creëren van content: B2B & B2C marketing, Interne communicatie, Digital Publishing, Nieuwsredacties, E-commerce, Marketingbureaus en Human Resources.

Vooral de eerste 4 categorieën zijn belangrijk, omdat de voor de overige 3 geen relevant statistieken zijn verkregen, of omdat de uitdagingen van deze laatste 3 groepen weinig tot niks met content creatie te maken hebben. Voor de eerste 4 categorieën is er via online zoekopdrachten gezocht naar zoveel mogelijk relevante data die betrekking heeft op het onderwerp.

## Resultaten

### Persona's

De resultaten uit dit de eerste 4 categorieën zijn samengevat in de onderstaande persona's. Deze geven een globale weergave van elke doelgroep en alle bijbehorende cijfers.

## B2B & B2C Marketing

**Johan van Meer**  
Online Marketeer



**FTE**  Organisatie:  
Marketing Team: 60  
1

**Vaardigheden**  Content creation/writing  
SEO & Web analytics

Tools	Distributiekanalen	Content types
Web analytics 88%	1 Social Media	1 Artikelen/Blog posts
Social Media Tools 73%	2 Email	2 Presentaties
Email Marketing Software 71%	3 Website	3 Documentatie
Content Creation Workflow 53%	4 Evenementen	4 Nieuwsbrieven
Content Management Systeem (CMS) 43%	5 Gastpublicaties	5 Videos
Customer Relationship Management (CRM) 24%	6 Influencers	6 Websites
	7 Social spaces	7 How-to guides
	8 Podcasts	8 Case studies

**Doelen & Prioriteiten**

- Search Engine Optimisatie
- Update en hergebruiken van content
- Content creatie - Diversificatie, meer visuals, meer educatieve content
- Verbeteringen in de websites
- Distributie - Zowel organisch als betaald

**Uitdagingen**

- Verkrijgen van meer traffic
- Kwaliteitaleads verkrijgen
- Passende content creeren - Met een consistente branding en tone-of-voice
- Aantonen van ROI
- Slechte onderlinge communicatie - Het onstaan van content silo's

## Digitale uitgevers

**Jeffrey de Bever**  
(Digitale) uitgever



**Traffic**  Bezoekers per maand: 120.000

**Frequentie**  Aantal artikelen per week: 5

Tools	Distributiekanalen	Content types
Email Marketing Software 90%	1 Website	1 How-to guides
Web Analytics 89%	2 Geprinte media	2 Lijsten
Social Media Tools 79%	3 App	3 Nieuws en Trends
SEO tools 69%	4 Email	4 Ebooks
Content Management Systeem (CMS) 67%	5 Podcast	5 Handleidingen
Customer Relationship Management (CRM) 62%	6 Evenementen	6 Betoog
	7 Ecommerce	7 Interview
	8 OTT video (TV)	8 Afgeschermd content

**Doelen & Prioriteiten**

- Diverse inkomstenstromen - Voornamelijk dmv advertenties en gesponsorde content
- Up-to-date houden van bestaande content
- Emailmarketing
- Investeren in technologieën
- Content types voor mobiele toestellen

**Uitdagingen**

- Verbeteren van traffic naar de website
- Email database vergroten
- Aantonen van ROI aan investeerders
- Meer omzet genereren met advertenties
- Kwalitatieve data verkrijgen over lezers middels analytics

## Interne communicatie



## Nieuwsredacties

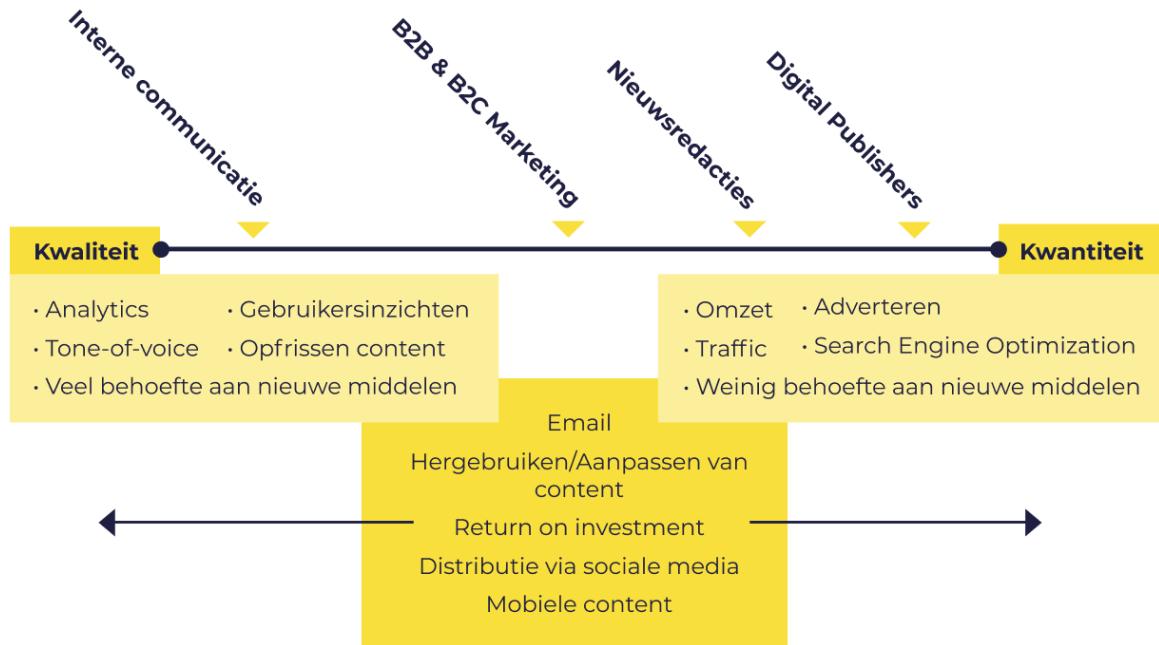


tip:

Een diepere toelichting en onderbouwing van de persona's is terug te vinden in de bijlagen

## Doelgroep spectrum

De 4 persona's zou je op een spectrum kunnen plaatsen. Links ligt de nadruk op hoge kwaliteit publicaties met een consistente vormgeving en het verkrijgen van kwalitatieve inzichten van gebruikers door middel van analytics. Rechts ligt de nadruk op het genereren van zoveel mogelijk traffic naar de website door middel betaalde en organische (SEO) zoekresultaten en geld verdienen door te adverteren.



## Conclusie

**De meest passende (Primaire) doelgroep voor Project Digital is online/content marketeers.**

Deze groep is actief bezig met het optimaliseren en uitbreiden van hun bestaande marketing door middel van nieuwe content typen, meer visuals en een consistente branding en tone-of-voice. Daarnaast heeft deze groep in tegenstelling tot digital publishers relatief weinig content creatie middelen in gebruik en zijn ze actief bezig adoptie van nieuwe technologieën. In slechts de helft van de gevallen wordt er specifieke tooling of workflows voor content creatie toegepast.

Daarbij zijn content marketing teams doorgaans erg klein en bestaan ze in veel gevallen uit een tot enkele personen die hier full-time mee bezig zijn. Er wordt dan ook veel werk uitbesteed, voornamelijk op het gebied van schrijven en grafische vormgeving.



## 5. Interviews

Ter controle van de eerdere onderzoeksresultaten en om diepere inzichten te verkrijgen in content creatie is er een tweetal interviews gehouden. Het eerste interview is met een huidige gebruiker van Project Digital, het tweede interview is gehouden met een B2B marketeer.

### Aanpak

In de interviews is een trechtervormige structuur toegepast: De interviews beginnen met algemene vragen over de kandidaat zelf, hun functie binnen het bedrijf en de teamopstelling waarin ze werken. De vragen worden gedurende het interview steeds verder toegespitst tot het daadwerkelijke onderwerp. Er worden enkel open vragen gesteld en er wordt door gevraagd op antwoorden die relevant (zouden kunnen) zijn voor de deelvraag van het interview. Voorafgaand aan het interview wordt er zo weinig mogelijk informatie gegeven, zodat de kandidaat er zo open mogelijk in staat.

### Interview Content Marketing

#### Info

**Naam:** Remco Wefels

**Bedrijf:** ACA IT-Solutions BV

**Functie:** B2B marketeer

**E-mail:** r.wefels@aca-it.nl

**Deelvraag:** Wat zijn de doelen en prioriteiten van B2B marketeers? Hoe wordt content marketing door deze groep ingezet?

### Belangrijkste bevindingen

De antwoorden op de interviewvragen kwamen erg overeen met de resultaten uit het literatuuronderzoek.

- De prioriteit van zowel ACA IT-Solutions zelf als hun moederbedrijf Crowe Foederer ligt bij het delen van hun kennis en expertise om op deze manier thought leader binnen hun branche te worden. Content wordt via zakelijke kanalen zoals LinkedIn, of partnernetwerken gedeeld.
- Door beide bedrijven wordt er veel aandacht besteed aan de uitstraling van het bedrijf. Een consistente huisstijl en tone-of-voice spelen hierbij een grote rol.
- (Het marketingteam van) ACA IT-Solutions is actief bezig met de adoptie van nieuwe middelen.
- SEO & Online vindbaarheid (op langere termijn) zijn volgens Remco de belangrijkste aspecten van content marketing. Sommige content wordt vernieuwd, zodat het op langere termijn up-to-date blijft.
- Marketing automation is iets waarmee ACA IT-Solutions zich steeds meer bezighoudt.

# Interview Project Digital

## Info

**Naam:** Marjolein Hartsuiker

**Bedrijf:** Wesselman Accountants | Adviseurs

**Functie:** HR consultant

**E-mail:** marjolein.hartsuiker@wesselman-info.nl

**Deelvraag:** Hoe wordt Project Digital momenteel gebruikt? Wat zijn de voor- en nadelen van de software?

## Belangrijkste bevindingen

Uit de antwoorden op de interviewvragen kwamen specifieke verbeterpunten naar voren.

- Bij Wesselman wordt Project Digital gebruikt voor het maken van HR-magazines (kennisdeling) en digitale personeelshandboeken voor hun klanten. De HR-Magazines worden gedeeld via LinkedIn.
- Er werden twee grote voordelen aan de software benoemd: Ten eerste is de content online beschikbaar en daarom ook altijd up-to-date. Ten tweede ziet de content er goed uit en is het daardoor net een stapje verder dan de standaard dienstverlening.
- Een van de grootste tekortkomingen van de software is volgens Marjolein dat het op dit moment nog niet mogelijk is edities te kopiëren/dupliceren. Daarom moet je elke keer weer opnieuw beginnen.
- Wat Marjolein daarnaast miste, vanuit haar achtergrond als grafisch vormgever, zijn extra mogelijkheden tot personalisatie en meer variatie in de pagina templates.

**Meer informatie? Bekijk de onderstaande bijlage(n)**

[Interview Content Marketing](#)

[Interview Project Digital](#)



## 6. Concurrentieanalyse

Om te ontdekken wie de concurrentie van Project Digital is, is er een concurrentieanalyse opgesteld. Op deze manier kan er gepeild worden hoe Project Digital zich tot de rest van de tools verhoudt en waar een mogelijk gat in de markt zit, oftewel een unieke insteek voor Project Digital om op in te spelen. Er is gezocht naar ‘Content Experience Platforms’, omdat de term ‘Content Creation Platforms’ niet specifiek genoeg is en in veel gevallen geen rekening houdt met de interactieve aard van de content.

### Deelvraag

Hoe ziet de concurrentie van Project Digital eruit? Hoe kan Project Digital zich onderscheiden?

## Aanpak

Op het internet is gezocht naar tools die sterk overeenkomen met Project Digital; Dit houdt in dat het creëren van interactieve, responsive webcontent de primaire focus van de software moet zijn. Content Management Systemen en allesomvattende marketing platforms worden uitgesloten van de vergelijking.

De websites van alle competitors worden doorgenomen, zodat er een goed beeld ontstaat van wat een software allemaal precies kan.

Ook wordt er gebruik gemaakt van online reviews om te bepalen wat de voor- en nadelen van bepaalde software zijn.

Alle resultaten worden per software samengevat in een profiel.

## Resultaten

Onderstaande tabel geeft in grote lijnen de resultaten van 6 platforms op de shortlist weer.

Competitor			
<b>Naam</b>	Foleon	Shorthand	Relayto
<b>Omschrijving</b>	Content Creation Platform	Visual Storytelling Platform	Document Experience platform
<b>Primaire doelgroep</b>	B2B Marketeers	Media & Journalisme	Marketing & Sales
<b>Primaire doel</b>	Content Marketing	Visual Storytelling	Content ROI
<b>Beste feature(s)</b>	Software-integraties	Uitgebreide scroll animaties	Analytics + AI pdf conversie

Competitor			
<b>Naam</b>	Tiled	Turrl	Ion
<b>Omschrijving</b>	Interactive Content Platform	Enterprise Content Automation	Interactive Content Marketing Platform
<b>Primaire doelgroep</b>	Enterprise – Sales, Marketing, HR, Design	Enterprise – Sales, Marketing en interne comms	Marketing
<b>Primaire doel</b>	Interactieve content	Gepersonaliseerde, meetbare content	Content Marketing
<b>Beste feature(s)</b>	Design tool compatibiliteit en variaties	Analytics	Interactieve content + Code ondersteuning

### Tip

Een volledig profiel van elke concurrent is terug te vinden in de bijlagen.

# Conclusie

Project Digital kent een aantal gelijksoortige tools als competitors.

De platforms bieden een Drag & Drop of een Block editor aan, waarmee niet-technische personen gemakkelijk digitale web content kunnen creëren. Deze editors zijn vaak óf heel instapvriendelijk en beperkt of juist iets uitgebreider maar minder toegankelijk.

Er zijn een aantal doelgroepen die de uitgevers van de tools proberen te benaderen. Het gaat voornamelijk om marketing, sales en corporate communicatie/HR, maar ook komen vaak het hoger onderwijs en non-profit organisaties aan bod.

De nadruk bij deze tools ligt voornamelijk op het meetbaar maken van content door middel van uitgebreide analytics opties en op het integreren van andere marketing, social sharing en analytics software. Er is minder aandacht voor customer experience, marketing personalisatie en touchpoint management.

## SWOT-analyse

Onderstaande SWOT-analyse geeft de huidige staat van de markt rondom content creatie tools weer. Het figuur is dus ook niet vormgegeven vanuit Project Digital, maar van de het gemiddelde van alle competitors.



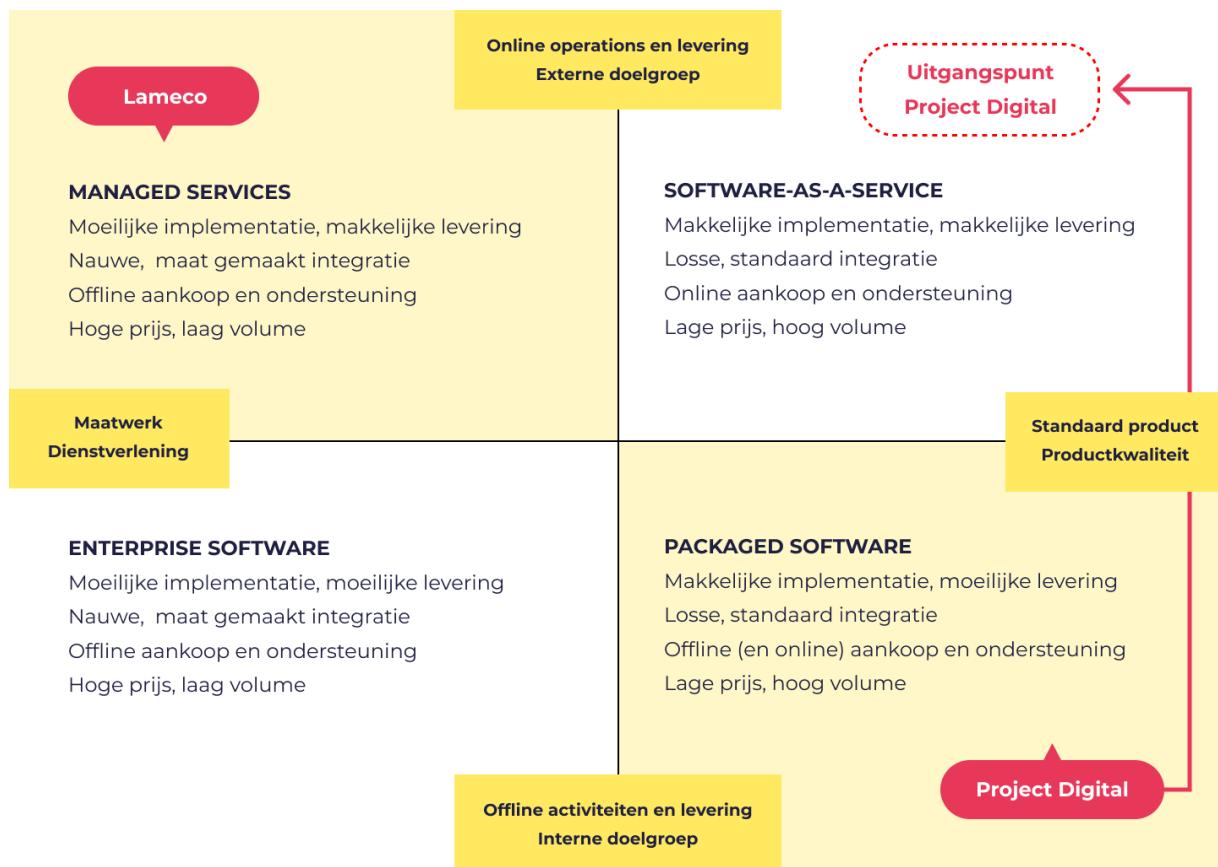
Vooral de strengths en opportunities zijn belangrijk. Dit zijn punten waar Project Digital op kan inspelen. De punten uit de strengths moeten worden gevuld om gelijk te spelen met de rest. En de opportunities zijn punten waarmee Project Digital een voorsprong zou kunnen behalen op de andere tools.



## 7. SaaS Onderzoek

Software-as-a-service (SaaS) is een softwaredistributiemodel, waarbij software centraal wordt gehost en op abonnementsbasis wordt aangeboden aan de gebruiker. SaaS staat ook bekend als "on-demand software" en webgebaseerde/webgehoste software.

Om zoveel mogelijk gebruikers aan boord te krijgen van Project Digital is de online beschikbaarheid van de software een topprioriteit. Beschouw het onderstaande figuur, Project Digital bevindt zich momenteel rechtsonder in de matrix. De software wordt enkel offline aan bestaande klanten aangeboden, waardoor de software een niet heel groot bereik heeft, omdat het moeilijk aan te bieden is.



**SaaS: Alignment matrix** – *Notitie: Samenvoeging en adaptatie 'Technology, economics, business model en customer need alignment' diagrammen (York, 2017)*

Om een grotere doelgroep te bereiken en daarmee het volledige potentieel van Project Digital te bereiken is de transitie van packaged product naar SaaS noodzakelijk. Daarom wordt er in dit hoofdstuk onderzoek gedaan naar deze vorm van softwaredistributie.

### Deelvraag

Wat is ervoor nodig om een Software-as-a-Service omgeving te bouwen? Wat is ervoor nodig om een bestaande applicatie om te zetten?

## Aanpak

Via online zoekopdrachten wordt er gezocht naar relevante informatie die betrekking heeft op het migreren naar een SaaS platform. De benodigde informatie dient globaal en praktisch toepasbaar te zijn. Na het verzamelen en verwerken van de informatie, worden de ontwikkelaars van Project Digitaal bevraagd over de huidige opbouw en functionaliteit van Project Digital en welke overwegingen een rol hebben gespeeld bij de implementatie. De online gevonden informatie dient als basis voor deze gesprekken. Als laatste worden de verschillen tussen de gewenste situatie en de huidige situatie in kaart gebracht en op een rij gezet.

## Resultaten

### SaaS Architectuur

Om een bestaande applicatie uit te kunnen rollen als een SaaS-product, is er meer nodig dan alleen de oorspronkelijke software. De software moet namelijk omgeven worden door aanvullende services om voldoende voorzieningen te bieden voor de beheerders en tenants van het systeem. Deze services bestaan uit:

- **Onboarding:** voor het in werking stellen van alle processen die nodig zijn voor het aanmelden van nieuwe tenants.
- **Automatische deployment:** voor het aanmaken en uitrollen van omgevingen voor nieuwe tenants.
- **Identity/Authentication:** voor het koppelen van gebruikers aan tenants en het authenticeren van gebruikers voor de juiste omgeving.
- **Management and monitoring:** voor het beheren van alle tenants binnen het systeem (administrator) en voor het opsporen van fouten.
- **Metrics & Analytics:** voor het meten van de status van de individuele tenants en de impact die ze hebben op het systeem als geheel.
- **Billing:** voor automatiseren van betalingen, waarbij eventueel het gebruik van resources (zie voorgaand punt) wordt gebruikt voor het maken van een prijsopgave.

### Tenant Isolation

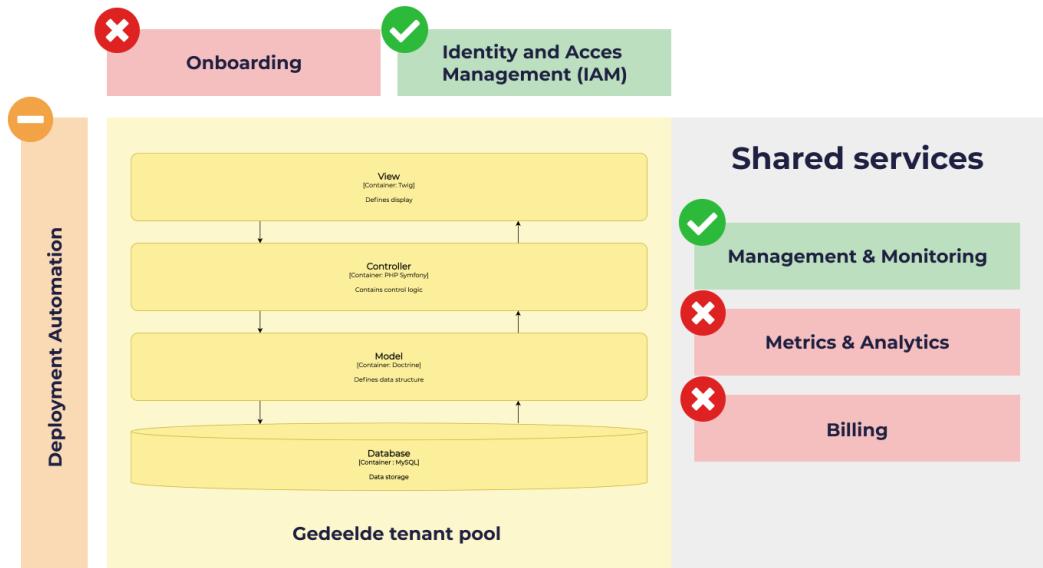
Daarnaast is tenant isolation een van de belangrijkste aspecten op het gebied van SaaS. Dit is de splitsing van gebruikers binnen 1 systeem, zodat ze niet bij elkaar gegevens kunnen. Om tenants van elkaar te isoleren zijn er 4 verschillende strategieën mogelijk:

<b>Silo model</b>	<b>Pool model</b>
<p><i>Een aparte omgeving voor elke tenant.</i></p> <p><b>Voordelen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grove scheiding tussen tenants</li> <li>• Geen performance issues tussen tenants</li> <li>• Weinig aanpassingen aan bestaande code</li> <li>• Goede beheerbaarheid over individuele tenant omgevingen</li> </ul> <p><b>Nadelen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Minder flexibiliteit</li> <li>• Grottere kosten van infrastructuur</li> <li>• Slechte beheerbaarheid van het system als geheel</li> </ul>	<p><i>Een gedeelde omgeving voor alle tenants.</i></p> <p><b>Voordelen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grottere flexibiliteit</li> <li>• Lagere kosten van infrastructuur</li> <li>• Hogere beheerbaarheid van het system als geheel</li> </ul> <p><b>Nadelen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fijne scheiding tussen tenants</li> <li>• Veel aanpassingen aan bestaande code</li> <li>• Grote kans op peformance issues tussen tenants</li> <li>• Slechte beheerbaarheid van individuele tenant omgevingen</li> </ul>
<p><b>Bridge model</b></p> <p><i>Een omgeving waarin tenants een enkele onderdelen delen en andere onderdelen ieder voor zichzelf hebben.</i></p> <p><b>Voordelen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Incrementele veranderingen</li> <li>• Maar relatief weinig wijzigingen nodig aan de code</li> </ul> <p><b>Nadelen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Minder flexibiliteit</li> <li>• Moeilijk te managen</li> </ul>	<p><b>Hybrid model</b></p> <p><i>Een combinatie van meerdere modellen waarin bepaalde tenants een hele eigen omgeving hebben terwijl andere tenants er een delen.</i></p> <p><b>Voordelen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tenants die meer betalen kunnen ondergeplaatst worden in een aparte omgeving</li> <li>• Makkelijker om te voldoen aan bepaalde SLA's of policies</li> </ul> <p><b>Nadelen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bijzonder moeilijk te managen door de combinatie van meerdere modellen</li> </ul>

**Tenant isolation strategies** - (Amazon Web Services, Inc. & Golding, 2020), (Chong et al., 2006), (Krebs et al., 2015)

## Conclusie

Onderstaande figuur geeft de huidige status van Project Digital als SaaS-oplossing weer. De architectuur voldoet aan de voorwaarden, maar de implementatie van randservices is nog niet compleet.



**Project Digital SaaS architectuur** – Notitie: Adaptatie van ‘SaaS architecture’ diagram (Golding, 2020)

- Op het gebied van architectuur is er al rekening gehouden met meerdere tenants en gebruikers. Het pool model waarop de structuur is gebaseerd, verleent zich prima voor een SaaS applicatie.
- Op het gebied van Identity & Acces Management zijn er maatregelen genomen om ongeautoriseerde toegang te voorkomen. Omdat deze handmatig zijn aangelegd, is het wel belangrijk om deze periodiek te controleren en herzien. Ook zijn frequente backups van de database van belang, omdat meerdere gebruikers de database delen en er dus mogelijk data verloren kan gaan.
- Ook op management en monitoring vlak is Project Digital voorzien. Alle tenants bevinden zich in hetzelfde systeem, dus de reguliere monitoring van de server is in dit geval genoeg. Ook is er op softwareniveau al een admin panel gebouwd om tenants te beheren.
- Deployment automation is bijna compleet. De functies om nieuwe tenants en gebruikers aan te maken bestaan al, maar deze moeten wel beide vanuit een centraal punt aangeroepen kunnen worden, wanneer een nieuwe tenant zich aanmeldt.
- Op korte termijn moet er een koppeling tot stand gezet worden met een billing provider en op langere termijn moeten metrics en analytics geïmplementeerd worden, om de status en het verbruik van individuele tenants te kunnen meten.
- Als laatste moet er een onboarding mechanisme worden ontwikkeld, die de omgeving inricht en de koppeling met het billing systeem in werking zet.



## 8. Stakeholder presentatie

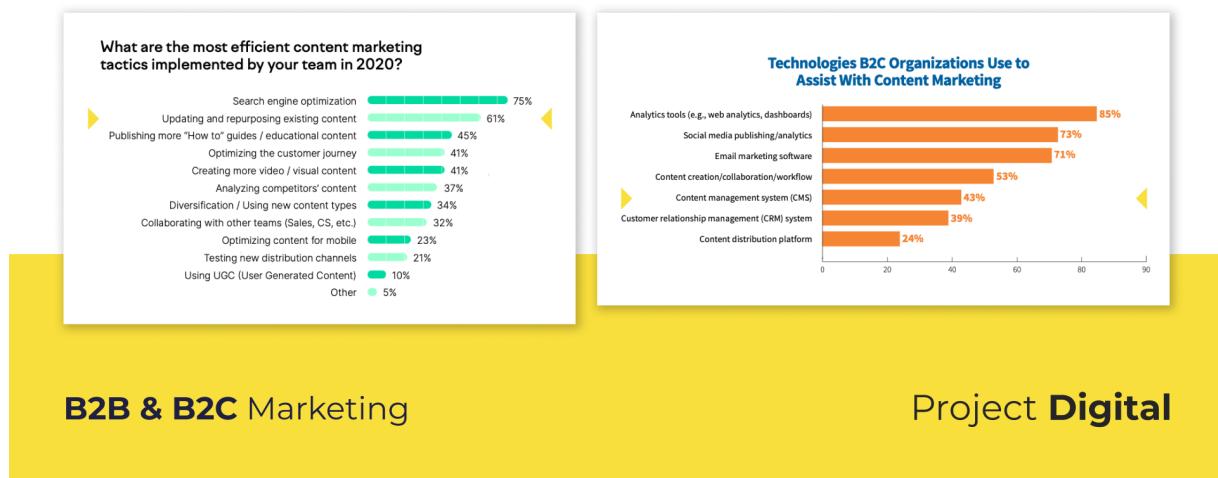
### Deelvraag

Wat is de meest kansrijke doelgroep?

### Aanpak

Alle onderzoeksresultaten zijn gepresenteerd aan Laméco. In deze presentatie zijn de meest relevante statistieken aangehaald, zodat alle deelnemers een eigen mening konden vormen.

**60%** van de marketeers zegt oude content te hergebruiken/updateen terwijl maar **40%-50%** een CMS gebruikt



B2B & B2C Marketing

Project Digital

### Resultaten

Er is unaniem besloten dat B2B marketeers de meest kansrijke doelgroep is. Niet alleen vanwege de aard van het product, maar omdat Laméco zichzelf op B2B bedrijven richt en daarmee dus niet te ver afwijkt van een doelgroep waar ze al bekend mee zijn.



## 9. Requirements

Voorbereidend op de design- en ontwikkelfase wordt er een concrete lijst met requirements opgesteld.

Deze lijst komt voort uit een verzameling en verdieping van eerdere onderzoeksresultaten (literatuuronderzoek, concurrentieanalyse en de interviews).

### Deelvraag

Welke aanvullende functionaliteit moet er gebouwd worden om de doelgroep te voorzien in hun behoeften?

## Aanpak en Resultaten

### Competitive landscape

In de onderstaande competitive landscape wordt er een terugblik gedaan naar de competitive analysis en de manier waarop bestaande tools invulling geven aan de behoeften van de doelgroep. Op de horizontale as zijn Project Digital en haar concurrenten geplaatst, op de verticale as zijn alle behoeften van de doelgroep uiteengezet. Deze aspecten/behoeften komen voort uit het eerdere [doelgroeponderzoek](#) en aanvullende literatuur.

Aspect	Project Digital	Magir	Foleon	Shorthand	RELAYTO	Tiled	Turtl	ION
Thought leadership	○	○	○	○	○	○	○	○
Outsourced B2B Content	○	○	○	○	○	○	○	○
Brand & Content differentiation	●	●	●	●	●	●	●	●
Brand consistency	●	●	●	●	○	○	●	●
Brand awareness	○	○	○	○	○	○	○	○
Customer experience	○	○	○	○	○	○	○	○
Marketing personalization	○	○	○	○	○	○	○	○
Online relationships	○	○	○	○	○	○	○	○
ROI	●	●	●	●	●●	●	●●	●
Segmenting markets / customers	○	○	○	○	○	○	○	○
Account based marketing	○	○	○	○	○	○	○	○
Integrations	○	●	●●	●	●	●	●	●
Ecosystem updates	○	○	○	○	○	○	○	○
Sales & Marketing Alignment	●	●	●	●	●	●	●	●
Website Traffic	○	●	●●	●	●	●	○	●
Lead generation & conversion	○	●	●	○	●	●	●	●
Engaging content	●	●	●	●●	●	●	●	●
Budget, resources, or time constraints	○	○	○	○	○	○	○	○

#### Legenda:

- - Uitstekende invulling van de behoefte
- - Volledige invulling van de behoefte
- - Gedeeltelijke invulling van de behoefte
- - Geen invulling van de behoefte
- - Impact onbekend

#### Tip

Een volledige omschrijving van alle aspecten is terug te vinden in de bijlagen.

## Conclusie

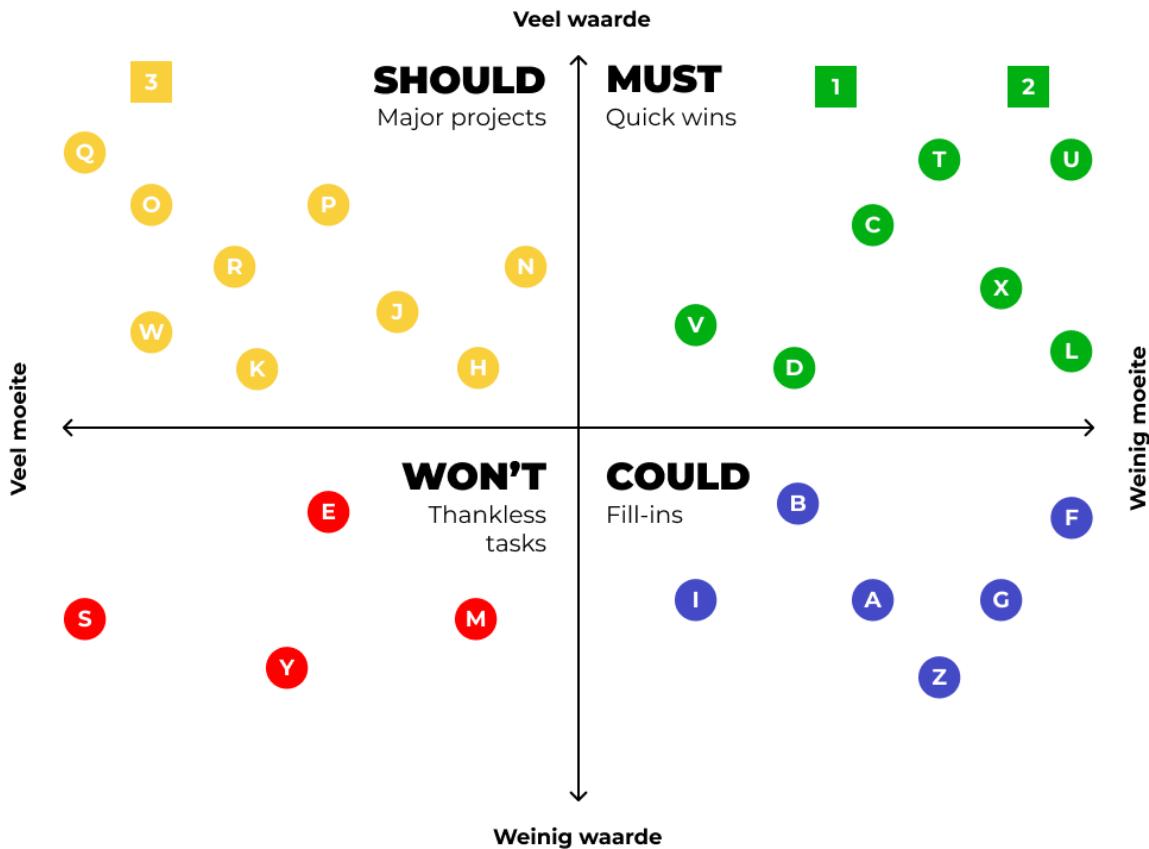
### Action Priority Matrix

Als mogelijke oplossing voor de bovengenoemde aspecten, zijn er en aantal functionaliteiten uitgedacht en opgenomen in onderstaande priority matrix.

In dit figuur wordt weergegeven welke functionaliteiten de meeste waarde leveren voor de hoeveelheid tijd en moeite die erin gestoken moet worden. De waarde wordt bepaald op basis van de prioriteiten van B2B marketeers en de mate waarin Project Digital en concurrenten hier al aan voldoen. De hoeveelheid moeite is een grove ureninschatting door mijzelf en de webontwikkelaars

van Laméco.

Behalve user requirements zijn ook de technische requirements uit het [SaaS onderzoek](#) meegenomen in dit figuur.



#### SaaS requirements

- 1** Billing
- 2** Onboarding
- 3** Metrics & Analytics

#### User requirements

- |                                  |                                    |                                 |
|----------------------------------|------------------------------------|---------------------------------|
| (A) Gerelateerde artikelen       | (J) Personalisatie strategieën     | (S) Collaboration utilitites    |
| (B) Geautomatiseerde briefings   | (K) Ingebouwde chat                | (T) Formulieren                 |
| (C) Content type templates       | (L) Contactopties/ Contactpagina   | (U) Call-to-actions             |
| (D) Meerdere block types         | (M) A/B Testing/Varianten          | (V) Uitgebreide branding opties |
| (E) Interactieve content         | (N) SEO tooling                    | (W) Digital Asset Management    |
| (F) Bedrijfsinformatie           | (O) Marketing platforms integratie | (X) Kopiëren van publicaties    |
| (G) Auteur informatie            | (P) Google Analytics integratie    | (Y) Editorial kalender          |
| (H) Touchpoint management system | (Q) Interne analytics              | (Z) Outdated content alert      |
| (I) Content campagnes            | (R) Website/CMS embedding          |                                 |

De quick wins hebben een 'must' prioriteit en zijn in veel gevallen essentieel. Major projects hebben een 'should' prioriteit en zijn grotere opgaven die later aan bod kunnen komen in de doorontwikkeling van Project Digital. Fill-ins zijn leuke extra's die met relatief weinig moeite geïmplementeerd kunnen worden en hebben een 'could' prioriteit.

De belangrijkste functionaliteit voor op dit moment is het implementeren van call-to-action, formulieren en content templates.



## 10. Design

In dit hoofdstuk komt het design van Project Digital aan bod. Tot nu toe is Project Digital een Agile project geweest. Dit houdt in dat de software in losse stappen is opgebouwd en dat er incrementeel nieuwe features worden ontwikkeld. Het voordeel hiervan is dat je in kleine stappen steeds naar een tussenproduct toe werkt. Het nadeel is echter, dat een langetermijnvisie ontbreekt.

Omdat er een nieuwe richting aangenomen wordt met B2B marketeers als doelgroep, is er een volledig redesign van Project Digital gemaakt. Hierdoor moet duidelijk worden waar naartoe gewerkt wordt, wat de impact is van de doelgroep op het systeem als geheel en waar de nieuwe functionaliteit het beste past. Ook moet het gaan bijdragen aan de uitstraling van het systeem en daardoor aantrekkelijker worden voor de (potentiële) gebruikers.

Alle 'Must' en 'Could' requirements uit het [vorige hoofdstuk](#) worden meegenomen in het ontwerp. Alle 'Should' requirements zijn op zichzelf staande projecten en hebben eigen design sprints nodig. ('Won't' requirements worden uiteraard niet meegenomen in het ontwerp).

Bij het redesign is rekening gehouden met de originele insteek van Project Digital: De software moet gemakkelijk te gebruiken zijn door niet-technische personen.

### Deelvraag

Hoe komt deze functionaliteit eruit te zien?

## Aanpak

Er is in de prototyping tool Figma een nieuw bestand aangemaakt, waarin een globaal design system is geconfigureerd.

Op basis van de reeds gebruikte kleuren (geel en zwart-blauw) is er een kleurenpalet aangemaakt met verschillende tinten en complementaire kleuren voor rood en groen.

De typografie opgezet met de meest gebruikte tekst types.

Ook zijn er op basis van het [Uber Base Design system](#) enkele standaard componenten ontworpen, zoals knoppen, toggles en invoervelden, die door heel de applicatie heen herbruikbaar zijn.

Uitgebreidere componenten, zoals list items en cards zijn gedurende het design proces ontworpen en toegevoegd aan een verzameling van componenten.

The screenshot shows the Figma interface with the following sections:

- Logo's**: Displays two versions of the "Project Digital" logo.
- Kleurenpalet**: A color palette grid with four rows of six colors each, ranging from dark yellow/gold to teal.
- Typografie - Kopteksten**: A section for headings with examples of Heading 1 through Heading 6.
- Typografie - Body tekst**: A section for body text with examples of Label 1, Label 2, Paragraph 1, and Paragraph 2.
- Componenten - Inputs**: A section for input fields with examples of Invoerfeld, Zoekveld, and Toggle label.
- Componenten - Knoppen**: A section for buttons with examples of Knop groot, Knop middel, Knop klein, and FAB knop label.

The sidebar on the left lists various components and their sub-components, such as "Huisstijl", "Sitemap", "Redesign", etc. The right sidebar contains a "Design" tab with "Text Styles" and "Background" settings, and a "Color Styles" section.

Vervolgens zijn er screenshots gemaakt van alle bestaande schermen van Project Digital en zijn er voor elk scherm 2 opeenvolgende versies ontworpen:

Eén verbeterde versie voor implementatie op korte termijn en een optimale versie voor implementatie op lange termijn.

The screenshot shows a grid of wireframes for different sections of the application:

- Pages**: Includes wireframes for "Pagina Sl...", "Pagina", and "Icons".
- Gebruiker inst... / Gebruikers**: Includes wireframes for "Gebruiker inst...", "Gebruikers", and "Branding".
- Klant instell... / Klant instellen**: Includes wireframes for "Klant instell...", "Klant instellen", and "Branding".
- Publicatie inst... / Publicatie instellingen**: Includes wireframes for "Publicatie inst...", "Publicatie instellingen", and "Branding".
- Campagne**: Includes wireframes for "Campagne", "Publicaties li...", "Publicaties li...", and "Nieuwe pag...".
- Branding**: Includes wireframes for "Branding", "Publicaties li...", and "Nieuwe pag...".
- Publicaties li... / Publicaties lijstweergave**: Includes wireframes for "Publicaties li...", "Publicaties lijstweergave", and "Campagnes lijstweergave".
- Campagnes lijstweergave**: Includes wireframes for "Campagnes lijstweergave" and "Campagne".

The sidebar on the left lists components like "Icons", "Gebruiker instellingen", "Gebruiker instellingen", etc. The right sidebar contains a "Design" tab with "Text Styles" and "Background" settings, and a "Color Styles" section.

## Resultaten

### Publicaties (Nieuwe naam: Campagnes)

## Oude versie

Project **Digital**

development@lameco.nl | Gebruikers | Uitloggen

### Publicaties

Publicatie toevoegen

Naam	Bewerken	Instellingen	Verwijderen
Lameco	Bewerken	Instellingen	Verwijderen
Publication 1	Bewerken	Instellingen	Verwijderen
Publication 2	Bewerken	Instellingen	Verwijderen
Publication 3	Bewerken	Instellingen	Verwijderen
Publication 4	Bewerken	Instellingen	Verwijderen
Project X	Bewerken	Instellingen	Verwijderen
Project Y	Bewerken	Instellingen	Verwijderen
Test publicatie	Bewerken	Instellingen	Verwijderen
Jaarverslag	Bewerken	Instellingen	Verwijderen
ProjectDigital	Bewerken	Instellingen	Verwijderen

## Tussentijdse versie

Er bestaat geen tussentijdse versie voor campagnes, omdat deze wijziging dusdanig groot is, dat dit niet op korte termijn gerealiseerd kan worden.

## Uiteindelijke versie

Project **Digital**

Zoeken...

Peter Pan  
Administrator

Dashboard

Publicaties

Allé publicaties

Recente publicaties

Overige publicaties

Campagnes

Bedrijf

Gebruikers

Settings

+ Nieuwe publicatie

Dit is een > Kruimelpad naar deze > pagina

<< Terug naar [vorige pagina]

**Campagne 1**

Beschrijving vd pagina

Online: Deze campagne is in werking Lanceerdatum: 14-02-2022

Titel: Campagne 1

Toevoegen aan menu balk

Touchpoint 1

Touchpoint 2

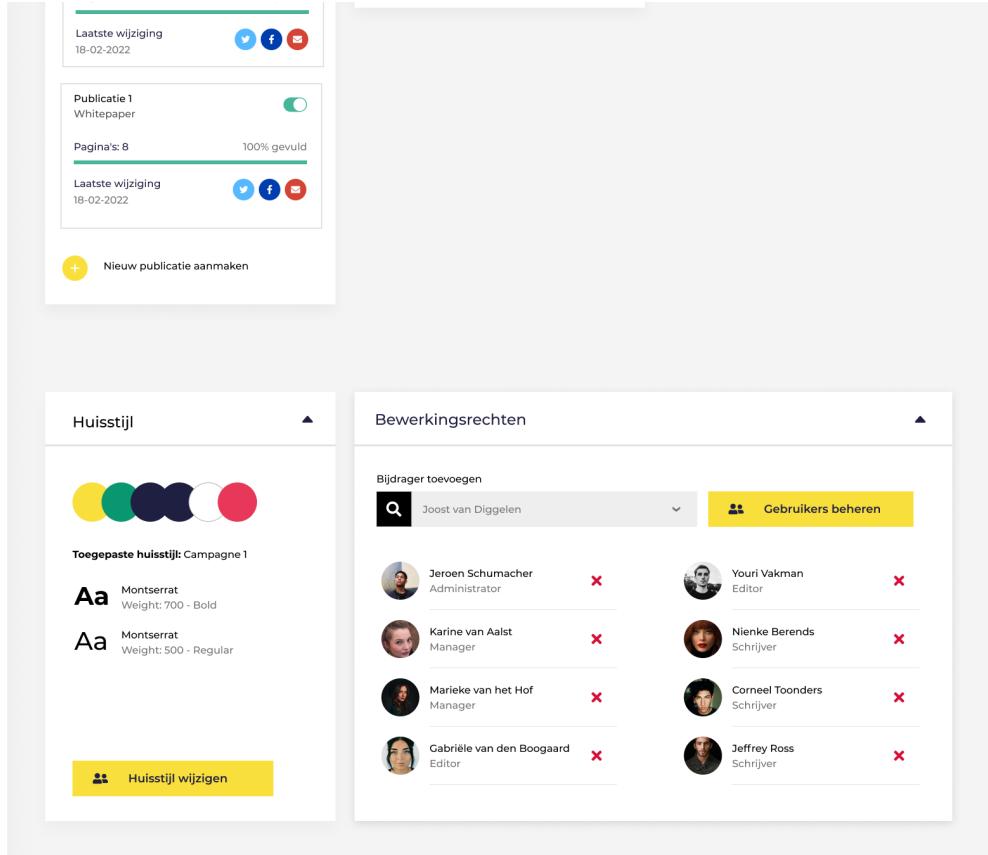
Nieuw touchpoint aanmaken

Touchpoint 3

Touchpoint 4

Nieuw publicatie aanmaken

Menu inklappen



### Toegepaste UI Design patterns

- Accordion Menu
- Breadcrumbs
- Cards
- Completeness Meter
- Favorites
- Thumbnail

(Toxboe, z.d.)

### Edities (Nieuwe naam: Publicaties)

## Oude versie

Project **Digital**

development@lameco.nl | Gebruikers Uitloggen

Lameco

Editie toevoegen

< Terug naar overzicht

Naam	Gepubliceerd	
<span>●</span> <b>Editie 01</b> ● Online	05-11-2021	<span>Bewerken</span> <span>Bekijken</span> <span>🔒</span> <span>◀</span> <span>⚙️</span> <span>✖</span>
<span>○</span> <b>Editie 4</b> ● Offline	-	<span>Bewerken</span> <span>Bekijken</span> <span>🔒</span> <span>◀</span> <span>⚙️</span> <span>✖</span>
<span>○</span> <b>test</b> ● Offline	-	<span>Bewerken</span> <span>Bekijken</span> <span>🔒</span> <span>◀</span> <span>⚙️</span> <span>✖</span>
<span>○</span> <b>Test</b> ● Offline	-	<span>Bewerken</span> <span>Bekijken</span> <span>🔒</span> <span>◀</span> <span>⚙️</span> <span>✖</span>
<span>○</span> <b>TestT</b> ● Offline	-	<span>Bewerken</span> <span>Bekijken</span> <span>🔒</span> <span>◀</span> <span>⚙️</span> <span>✖</span>

## Tussentijdse versie

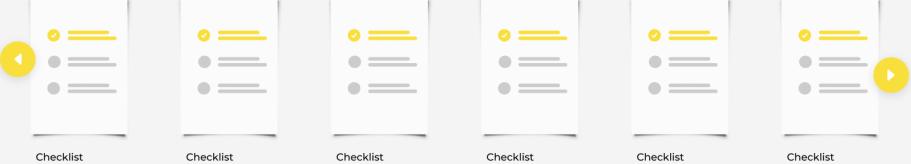
Project Digital  Zoeken...   Peter Pan Administrator

Dit is een > Kruimelpad naar deze > pagina [Terug naar \[vorige pagina\]](#)

### Mijn publicaties

Beschrijving vd pagina

Templates  
Nieuwe publicatie aanmaken op basis van een bestaande template



Online	Titel	Gepubliceerd/Gewijzigd	SEO	Opties
<input checked="" type="checkbox"/>	Publicatie 1 Whitepaper	14-02-2022 / 03-01-2022	<span>Uitstekend</span>	<a href="#">Bewerken</a> <a href="#">Bekijken</a>   
<input checked="" type="checkbox"/>	Publicatie 2 Checklist	14-02-2022 / 03-01-2022	<span>Uitstekend</span>	<a href="#">Bewerken</a> <a href="#">Bekijken</a>   
<input checked="" type="checkbox"/>	Publicatie 3 Nieuwsbrief	14-02-2022 / 03-01-2022	<span>Uitstekend</span>	<a href="#">Bewerken</a> <a href="#">Bekijken</a>   
<input checked="" type="checkbox"/>	Publicatie 4 Whitepaper	14-02-2022 / 03-01-2022	<span>Uitstekend</span>	<a href="#">Bewerken</a> <a href="#">Bekijken</a>   
<input checked="" type="checkbox"/>	Publicatie 5 Product showcase	14-02-2022 / 03-01-2022	<span>Uitstekend</span>	<a href="#">Bewerken</a> <a href="#">Bekijken</a>   
	Nieuw publicatie aanmaken			

## Uiteindelijke versie

The screenshot shows the final user interface of the digital marketing dashboard. At the top, there's a header with the project name 'Project Digital', a search bar, and a user profile for 'Peter Pan Administrator'. Below the header is a sidebar with navigation links: Dashboard, Publicaties (Alle publicaties, Recente publicaties, Overige publicaties), Campagnes, Bedrijf, Gebruikers, and Settings. A prominent button '+ Nieuwe publicatie' is located at the bottom of the sidebar. The main content area is titled 'Mijn publicaties' and includes a breadcrumb trail: Dit is een > Kruimelpad naar deze > pagina. It features a 'Beschrijving vd pagina' section and a 'Templates' section showing six checklist templates. Below these are tabs for 'Recente publicaties', 'Alle publicaties', 'Campagnes' (which is selected and highlighted in yellow), and 'Overige publicaties'. The 'Campagnes' tab displays a list of campaigns: 'Campagne 1' (with five publications: 'Publicatie 1' to 'Publicatie 5'), 'Campagne 2', 'Campagne 3', and 'Campagne 4'. Each campaign entry includes a toggle switch, publication title, date, SEO status, and action buttons for 'Bewerken' and 'Bekijken'. A 'Nieuw publicatie aanmaken' button is also present. The interface uses a light blue and white color scheme with yellow highlights for selected items.

### Toegepaste UI Design patterns

- Accordion Menu
- Adaptable View
- Alternating Row Colors
- Breadcrumbs
- Pagination

(Toxboe, z.d.)

## Publicatie instellingen

### Oude versie

Project **Digital** Lameco development@lameco.nl Gebruikers Uitloggen 

### Editie toevoegen

[« Terug naar overzicht](#)

**Naam**

Deel knop verbergen

**Opslaan**

Project **Digital** development@lameco.nl Gebruikers Uitloggen 

### Editie wachtwoord

[« Terug naar overzicht](#)

Het huidige wachtwoord verwijderen? Laat de velden leeg en klik op opslaan.

Wachtwoord  
 Wachtwoord controle

**Opslaan**

## Tussentijdse versie

This screenshot shows the 'Publicatie 1 - Instellingen' (Publication 1 - Settings) page. At the top, there's a navigation bar with 'Project Digital', a search bar, and user information for 'Peter Pan Administrator'. Below the header, the breadcrumb trail shows 'Dit is een > Kruimelpad naar deze > pagina'. On the right, there are links for 'Terug naar [vorige pagina]' (Back to previous page) and 'Help'.

The main content area is divided into several sections:

- Bewerkerrechten** (Editor permissions): A sidebar listing users with edit permissions, each with a delete icon. It includes Jeroen Schumacher (Administrator), Karine van Aalst (Manager), Marieke van het Hof (Manager), Gabriëlle van den Boogaard (Editor), Youri Vakman (Editor), Nienke Berends (Schrijver), and Corneel Toonders (Schrijver). A yellow button at the bottom says 'Gebruikers beheren' (Manage users).
- Titel**: 'Publicatie1'
- Campagne**: 'Voorjaar 2021'
- Slug - Deelbare link**: 'domain.projectdigital.com/publicatie1' with a copy icon.
- Toegang**:
  - A toggle switch for 'Toegang tot deze publicatie beveiligen door middel van een wachtwoord' (Protect this publication by securing it with a password).
  - Two password fields: 'Wachtwoord' and 'Wachtwoord (herhaling)' (Password repetition) with copy icons.
- Delen**: Social sharing icons for Twitter, Facebook, Email, LinkedIn, and a blue circular icon.
- Deelnoppen voor lezers van de publicatie**: A toggle switch for sharing buttons.

## Uiteindelijke versie

This screenshot shows the final version of the 'Publicatie 1 - Instellingen' page. The layout is similar to the intermediate version, but with some visual improvements and additional features.

The main content area includes:

- Bewerkingen** (Actions): A sidebar on the right with a large forest image at the top. It lists actions:
  - Bekijken (View)
  - Bewerken (Edit)
  - Een kopie maken (Create a copy)
  - Briefing genereren (Generate a brief)
  - Opslaan als template (Save as template)
  - Publicatie verwijderen (Delete publication) - highlighted in red
  - Wijzigingen opslaan (Save changes) - highlighted in dark blue
- Online: Deze publicatie is zichtbaar** (Online: This publication is visible)
- Publicatiedatum: 14-02-2022** (Publication date: 14-02-2022)
- Titel**: 'Publicatie1'
- Campagne**: 'Voorjaar 2021'
- Slug - Deelbare link**: 'domain.projectdigital.com/publicatie1' with a copy icon.
- Toegang**:
  - A toggle switch for 'Online: Deze publicatie is zichtbaar' (Publication is visible online).
  - Two password fields: 'Wachtwoord' and 'Wachtwoord (herhaling)' (Password repetition) with copy icons.
- Delen**: Social sharing icons for Twitter, Facebook, Email, LinkedIn, and a blue circular icon.
- Deelnoppen voor lezers van de publicatie**: A toggle switch for sharing buttons.

The screenshot displays a user interface for managing a publication's security, permissions, SEO, and branding.

**Top Bar:** A toggle switch is set to "Toegang tot deze publicatie beveiligen door middel van een wachtwoord" (Secure access to this publication using a password). Below it are two input fields for entering a password: "Wachtwoord" and "Wachtwoord (herhaling)" (Password repetition), each with a yellow "OK" button.

**Bewerkingsrechten (Permissions):** A section titled "Bewerkingsrechten" shows a search bar for "Bijdrager toevoegen" (Add contributor) with "Joost van Diggelen" selected. A yellow button labeled "Gebruikers beheren" (Manage users) is highlighted. Below is a list of contributors with their roles and profile pictures:

- Jeroen Schumacher (Administrator)
- Youri Vakman (Editor)
- Karine van Aalst (Manager)
- Nienke Berends (Schrijver)
- Marieke van het Hof (Manager)
- Corniel Toonders (Schrijver)
- Gabriëlle van den Boogaard (Editor)
- Jeffrey Ross (Schrijver)

**SEO (Search Engine Optimization):** A section titled "SEO" contains the following status indicators:
 

- Positieve statusindicatie (Positive status indicator) - 2 items
- Waarschuwend statusindicatie (Warning status indicator) - 1 item
- Negatieve statusindicatie (Negative status indicator) - 1 item

 Below these are fields for "Focus keyphrase" (Grasmaaiers), "SEO Title" (Grasmaaiers), "Meta description" (Grasmaaiers), "Meta keywords" (Grasmaaiers), and "Statusindicatie over de ingevoegde waarde" (Status indicator over the entered value).

**Huisstijl (Branding):** A section titled "Huisstijl" featuring a logo composed of five colored circles (yellow, green, dark blue, white, red). It lists the applied branding: "Toegepaste huisstijl: Campagne 1". It also shows two font samples of "Montserrat" in bold and regular weights, both labeled "Aa". A yellow button at the bottom right says "Huisstijl wijzigen" (Change branding).

## Toegepaste UI Design patterns

- Accordion Menu
- Breadcrumbs
- Chunking
- Copy Box
- Settings
- Thumbnail

(Toxboe, z.d.)

## Branding

### Oude versie

Project **Digital** ProjectDigital development@lameco.nl Gebruikers Uitloggen ↗

#### Publicatie instellingen

« Terug naar overzicht

**Naam**  
ProjectDigital

**Lettertype**  
Poppins

**Letter grootte**  
16

**Primaire kleur**  
#FFEB3B

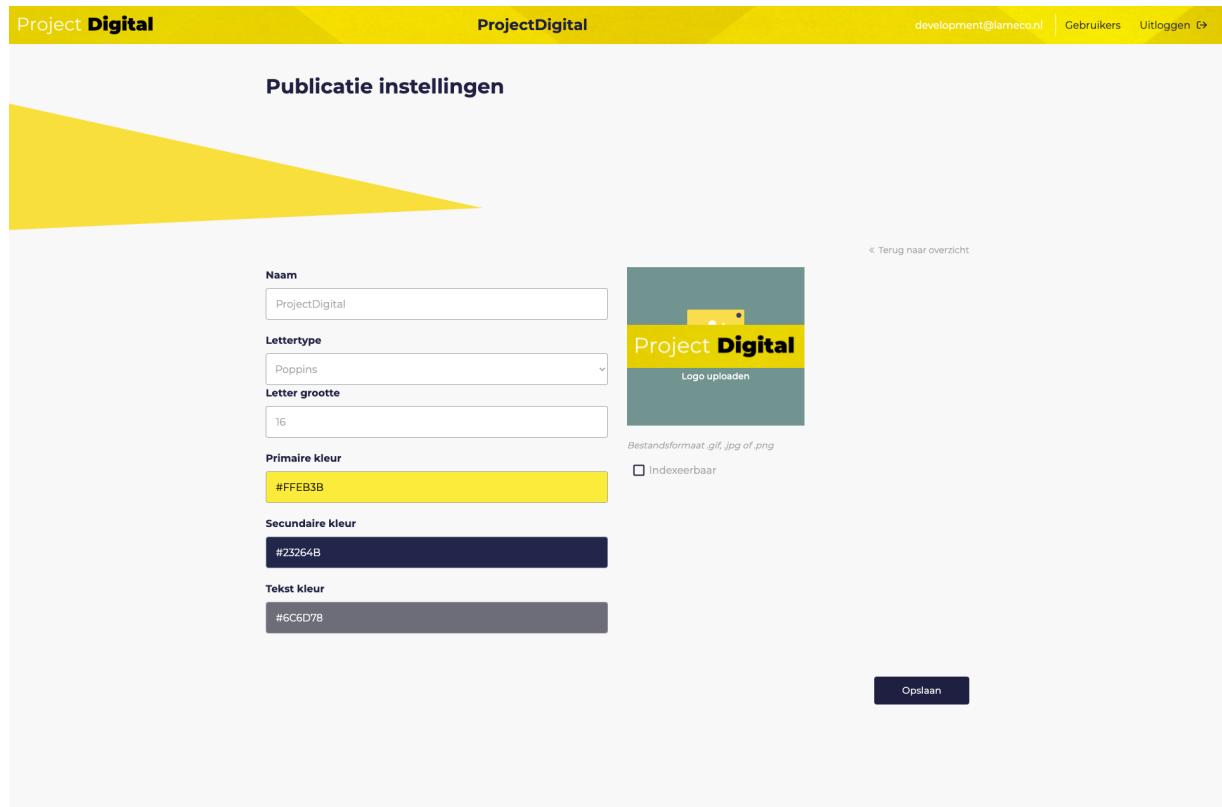
**Secundaire kleur**  
#23264B

**Tekst kleur**  
#6C6D78

Bestandsformaat: gif, jpg of png  
 Indexeerbaar

**Logo uploaden**

Opslaan



## Tussentijdse versie

This screenshot shows the 'Publicatie huisstijl' (Publication Style) section of the temporary version. At the top, there's a navigation bar with 'Project Digital' and a search bar. Below it, a breadcrumb trail shows the current page path. On the right, a user profile for 'Peter Pan' is visible.

The main area starts with a 'Titel' (Title) input field containing 'Publicatie 1'. To its right is a preview area with a green background showing a yellow logo placeholder and a 'Nieuwe afbeelding toevoegen' (Add new image) button. Below this is a note about file formats: 'Bestandsformaat .gif, jpg of .png'.

Underneath the title is a 'Kleurenpalet' (Color palette) section with four colored circles: Primaire kleur (#FB9A2A), Secundaire kleur (#FB9A2A), Accent kleur (#FB9A2A), and Waarschuwingskleur (#FB9A2A).

The interface is divided into two columns for 'Kopteksten' (Headlines) and 'Body tekst' (Body text). Each column has settings for 'Lettertype' (Font family), 'Kleur' (Color), and 'Font-weight' (Font weight). In the 'Kopteksten' column, 'Montserrat' is selected for both font families, while in the 'Body tekst' column, '16px' is specified for the body font size.

At the bottom right are 'Standaardwaarden herstellen' (Reset standard values) and 'Opslaan' (Save) buttons.

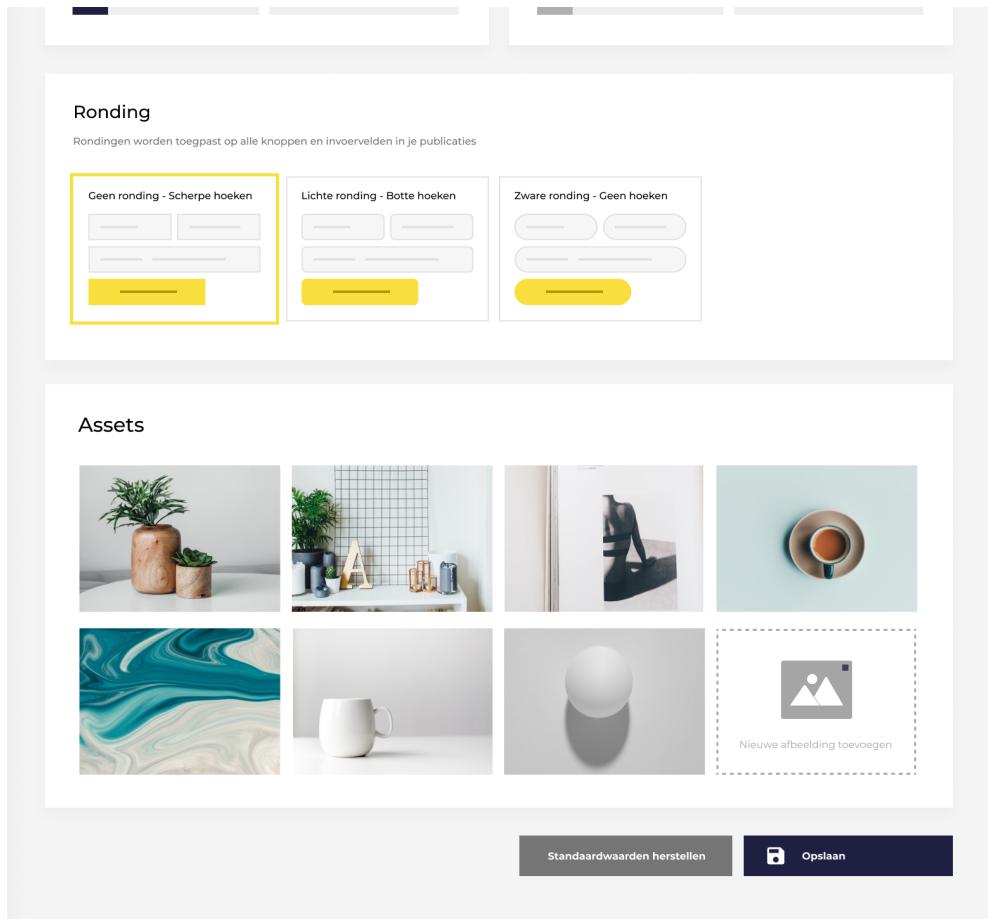
## Uiteindelijke versie

This screenshot shows the 'Globale huisstijl' (Global Style) section of the final version. The left sidebar includes a 'Dashboard' button and links for 'Publicaties', 'Campagnes', 'Bedrijf', 'Gebruikers', and 'Settings', along with a '+ Nieuwe publicatie' (New publication) button.

The main content area features a 'Logo's' section with three logo variants: 'Logo primair (Op witte achtergrond)' (Primary logo (On white background)), 'Logo licht (Op donkere achtergrond)' (Light logo (On dark background)), and 'Favicon'.

Below this is a 'Kleurenpalet' (Color palette) section with six colored circles: Primaire kleur (#FB9A2A), Secundaire kleur (#FB9A2A), Accent kleur (#FB9A2A), Donkere kleur (#FB9A2A), Witte kleur (#FB9A2A), and Waarschuwingskleur (#FB9A2A).

The interface is again divided into 'Kopteksten' and 'Body tekst' sections. The 'Kopteksten' section shows 'Montserrat' as the font family and '500 - regular' as the font weight. The 'Body tekst' section shows 'Montserrat' as the font family, '16px' as the font size, and '500 - regular' as the font weight.



### Toegepaste UI Design patterns

- Accordion Menu
- Breadcrumbs
- Chunking
- Pagination
- Thumbnail

(Toxboe, z.d.)

## Klant instellingen

### Oude versie

## Klant bewerken

< Terug naar overzicht

**Naam****Domein****Tracking code**

**Opslaan**

## Tussentijdse versie



Dit is een &gt; Kruimelpad naar deze pagina

&lt;&lt; Terug naar [vorige pagina]

## Jan Janssen BV - Instellingen

Klantinstellingen aanpassen

[? Help](#)

**Naam bedrijf**  
Jan Janssen BV

**Domeinnaam**  
domain.projectdigital.com 

Domeinnaam wijzigen? Vraag [hier](#) je nieuwe domeinnaam aan



### Contactopties

Deze gegevens worden enkel gebruikt in de contactpagina van uw publicaties en voor het linken naar uw website

**Emailadres** jan@janjanssen.nl**Telefoon** 06-123-45-678**Adres** Schepakkerweg 20**Website** https:// www.janjanssen.nl

Doorverwijzingen naar onbeveiligde http domeinen is niet mogelijk

### Team

**Team grootte:** 14/16 gebruikersU heeft nog 2 beschikbare plaatsen in uw team. Meer gebruikers toevoegen?  
[Bekijk hier uw plan](#) [Gebruikers beheren](#)

### Tracking code

```
<head>
<title>Title of the document</title>
<style>
body {
background-color: #d3d3d3;
}
p {
color: #1c87c9;
}
a {
color: red;
}
</style>
</head>
```

Hier kunt u codes voor Google Analytics, Google Tag Manager en eigen styling toevoegen

 [Tracking code wijzigen](#)

### Templates

Titel	Gebruiker	Opties
Whitepaper dienst	Youri Vakman	 
Whitepaper product	Youri Vakman	 
Whitepaper services	Youri Vakman	 
Checklist binnendienst	Youri Vakman	 
Checklist buitendienst	Youri Vakman	 

[Klant verwijderen](#)[Wijzigingen opslaan](#)

## Uiteindelijke versie



[Dashboard](#)

- [Publicaties](#)
  - Alle publicaties
  - Recente publicaties
  - Overige publicaties
- [Campagnes](#)
- [Bedrijf](#)
- [Gebruikers](#)
- [Settings](#)

[+ Nieuwe publicatie](#)

[Menu inklappen](#)

It is a > Kruimelpad naar deze pagina

## Jan Janssen BV - Instellingen

Klantinstellingen aanpassen

[Help](#)

**Actief:** De klant kan gebruik maken van het systeem

Laatste incasso: 29-11-21

### Bedrijfsprofiel

Beschrijving bedrijf

Publicatie 1

[Klant verwijderen](#)

[Wijzigingen opslaan](#)

### Contactopties

Deze gegevens worden enkel gebruikt in de contactpagina van uw publicaties en voor het linken naar uw website

Emailadres: jan@janjanssen.nl

Telefoon: 06-123-45-678

Adres: Schepakkerweg 20

Website: https://www.janjanssen.nl

Doorverwijzingen naar onbeveiligde http domeinen is niet mogelijk

### Tracking code

```
<head>
<title>Title of the document</title>
<style>
body {
background-color: #d3d3d3;
}
p {
color: #1c87c9;
}
a {
color: red;
}
</style>
</head>
```

Hier kunt u codes voor Google Analytics, Google Tag Manager en eigen styling toevoegen

[Tracking code wijzigen](#)

### Team

Team grootte: 14/16 gebruikers

U heeft nog 2 beschikbare plaatsen in uw team. Meer gebruikers toevoegen? Bekijk hier uw plan

[Gebruikers beheren](#)

### Huisstijl

Toegepaste huisstijl: Geen

Er is nog geen huisstijl ingesteld

[Huisstijl wijzigen](#)

### Templates

Titel	Gebruiker	Opties
Whitepaper dienst	Youri Vakman	<a href="#">Bekijken</a> <a href="#">Wijzigen</a>
Whitepaper product	Youri Vakman	<a href="#">Bekijken</a> <a href="#">Wijzigen</a>
Whitepaper services	Youri Vakman	<a href="#">Bekijken</a> <a href="#">Wijzigen</a>
Checklist binnendienst	Youri Vakman	<a href="#">Bekijken</a> <a href="#">Wijzigen</a>
Checklist buitendienst	Youri Vakman	<a href="#">Bekijken</a> <a href="#">Wijzigen</a>

## Toegepaste UI Design patterns

- Accordion Menu
- Breadcrumbs
- Chunking
- Copy Box
- Settings
- Thumbnail

(Toxboe, z.d.)

## Gebruiker instellingen

### Oude versie

The screenshot shows a user addition form titled "Gebruiker toevoegen". At the top right, there are links for "development@lameco.nl", "Gebruikers", and "Uitloggen". A yellow navigation bar at the top left says "Project Digital". Below the title, there are fields for "E-mailadres", "Voornaam", "Achternaam", "Publicaties" (with a dropdown menu showing "Lameco" and "Publication 1"), and "Rollen" (with a dropdown menu showing "Client"). A "Opslaan" button is located at the bottom right.

## Tussentijdse versie

The screenshot shows the temporary version of the application interface. At the top, there is a yellow header bar with the text "Project Digital" and a search bar. On the right side of the header, there are notifications (4) and a user profile for "Peter Pan Administrator". Below the header, the main content area has a light gray background.

**User Settings Section:**

- Voornaam:** Jan
- Achternaam:** Janssen
- Email:** jan@janjansen.nl
- Rol:** Schrijver
- Toegang tot eigen publicaties. Geen toegang tot campagnes.

**Wachtwoord Section:**

Er is een wachtwoord ingesteld voor deze gebruiker. Druk op onderstaande knop om het wachtwoord te herstellen. Een herstellink wordt naar het hierboven opgegeven emailadres gestuurd.

**Publicaties Section:**

**Publicaties toevoegen:** Publicatie 1

Publicatie 1	Checklist	Campagne: Voorjaar 2021	X
Publicatie 2	Checklist	Campagne: Voorjaar 2021	X
Publicatie 3	Checklist	Campagne: Voorjaar 2021	X
Publicatie 4	Checklist	Campagne: Voorjaar 2021	X
Publicatie 5	Checklist	Campagne: Voorjaar 2021	X

**Action Buttons:**

- Klant verwijderen (Red button)
- Wijzigingen opslaan (Dark blue button)

## Uiteindelijke versie

**Project Digital**

Zoeken...

Peter Pan  
Administrator

Dashboard

- Publicaties
  - Alle publicaties
  - Recente publicaties
  - Overige publicaties
- Campagnes
- Bedrijf
- Gebruikers
- Settings

+ Nieuwe publicatie

Menu inklappen

Dit is een > Kruimelpad naar deze > pagina

**Gebruiker - Instellingen**

Instellingen van deze gebruiker aanpassen

<< Terug naar [vorige pagina]

Help

**Gebruikersprofiel**

Voornaam: Jan Achternaam: Janssen

Email: jan@janjansen.nl

Rol: Schrijver Toegang tot eigen publicaties. Geen toegang tot campagnes

**Wachtwoord**

Er is een wachtwoord ingesteld voor deze gebruiker. Druk op onderstaande knop om het wachtwoord te herstellen. Eenherstellink wordt naar het hierboven opgegeven emailadres gestuurd

Wachtwoord herstellen

**Publicaties**

Publicaties toevoegen

Publicatie	Campagne	Actie
Publicatie 1 Checklist	Voorjaar 2021	X
Publicatie 2 Checklist	Voorjaar 2021	X
Publicatie 3 Checklist	Voorjaar 2021	X
Publicatie 4 Checklist	Voorjaar 2021	X
Publicatie 5 Checklist	Voorjaar 2021	X

**Campagnes**

De gebruiker krijgt automatisch toegang tot alle publicaties die tot deze campagne behoren.

Campagnes toevoegen

Campagne	Actie
Campagne 1	X
Campagne 2	X
Campagne 3	X
Campagne 4	X

**Gebruiker verwijderen**

**Wijzigingen opslaan**

Titel: Publicatie 1

Bio: Publicatie 1

## Toepaste UI Design patterns

- Accordion Menu
- Breadcrumbs
- Chunking
- Settings
- Thumbnail

(Toxboe, z.d.)

## Gebruikers

### Oude versie

Project **Digital** development@lameco.nl Gebruikers Uitloggen ↗

### Gebruikers

Gebruiker toevoegen

Naam	E-mailadres	Bewerken	Verwijderen
development@lameco.nl	development@lameco.nl		
User 0	user0@projectdigital.nl		
User 1	user1@projectdigital.nl		
User 2	user2@projectdigital.nl		
User 3	user3@projectdigital.nl		
User 4	user4@projectdigital.nl		
Kevin Sleegers	kevin@lameco.nl		
Stijn Vinke	s.vinke@lameco.nl		

### Tussentijdse versie

Project **Digital** Zoeken... 4 4 Peter Pan Administrator ▾

Dit is een > Kruimelpad naar deze > pagina << Terug naar [vorige pagina]

### Gebruikerbeheer

Beschrijving vd pagina

?

### Gebruikers

Naam	Email	Rol	Aanmaakdatum	Opties
Jeroen Schumacher	jeroen@janjansen.nl	Administrator	14-02-2022	
Youri Vakman	youri@janjansen.nl	Editor	14-02-2022	
Nienke Berends	nienke@janjansen.nl	Editor	14-02-2022	
Corneel Toonders	jeroen@janjansen.nl	Schrijver	14-02-2022	
Gabriëlle van den Boogaard	gabriele@janjansen.nl	Schrijver	14-02-2022	

Nieuw gebruiker + aanmaken

◀ Vorige 2 van 4 Volgende ▶

## Uiteindelijke versie

Naam	Email	Rol	Aanmaakdatum	Opties
Jeroen Schurmacher	jeroen@janjansen.nl	Administrator	14-02-2022	
Youri Vakman	youri@janjansen.nl	Editor	14-02-2022	
Nienke Berends	nienke@janjansen.nl	Editor	14-02-2022	
Corneel Toonders	jeroen@janjansen.nl	Schrijver	14-02-2022	
Gabriëlle van den Boogaard	gabriele@janjansen.nl	Schrijver	14-02-2022	

### Toegepaste UI Design patterns

- Accordion Menu
- Alternating Row Colors
- Breadcrumbs
- Pagination

(Toxboe, z.d.)

## Nieuw artikel

## Oude versie

Project **Digital**

ProjectDigital Je eerste magazine

development@lameco.nl

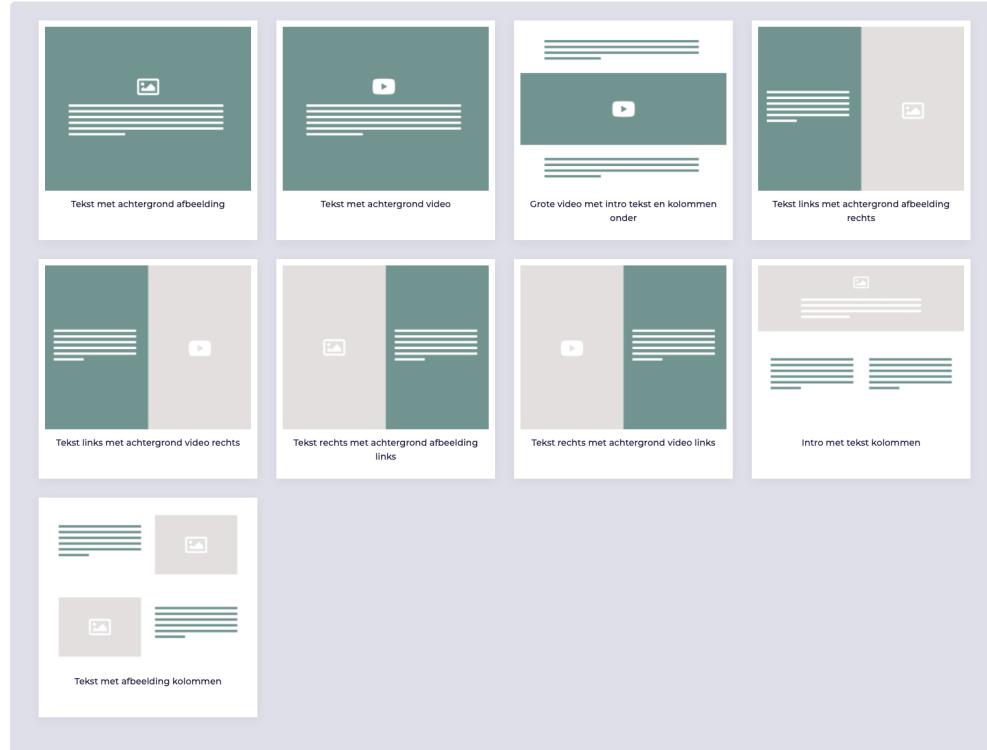
Gebruikers

Uitloggen 

### Nieuw artikel

Kies hier je template en klik daarna op opslaan om de pagina te bewerken.

Naam



Opslaan

## Uiteindelijke versie

Project Digital

Zoeken...

Dit is een > Kruimelpad naar deze > pagina

<< Terug naar [vorige pagina]

Peter Pan  
Administrator

### Nieuwe pagina

Beschrijving vd pagina

Help

Titel  
Pagina 1

Opslaan

All Afbeeldingen Videos Call-to-actions Formulieren Oude

Tekst alinea's	Tekst kolommen	Kolommen met tekst en afbeeldingen	Helft tekst, helft formulier
Helft afbeelding, helft tekst	Helft video, helft tekst	Helft afbeelding, helft call-to-action	Helft afbeelding, helft formulier
Achtergrondafbeelding met tekst	Kolommen met tekst en afbeeldingen	Achtergrondafbeelding met call-to-action	Achtergrondafbeelding met formulier
Header afbeelding met tekst kolommen eronder	Header video met tekst kolommen eronder	Header afbeelding met call-to-action eronder	Achtergrondafbeelding met formulier eronder
Intro tekst met afbeelding banner eronder	Tekst alinea's onderbroken door klein formulier	Tekst alinea's onderbroken door kleine call-to-action	Dubbele call-to-action
Achtergrondafbeelding met zwevend formulier	Tekst kolommen met zwevend formulier	Block builder: Bouw je eigen pagina's	

Opslaan

## Artikel types

## Call-to-actions

### NIEUWE CONTENT TYPEN Call-to-actions

The image shows a grid of six web page snippets, each featuring a different call-to-action button. The buttons are colored blue, yellow, or green and are labeled 'View more' or 'Meer lezen'. The snippets are arranged in two rows of three. Each snippet includes a small image at the top, some descriptive text below it, and a 'View more' button at the bottom left.

```
1 
```

## Formulieren

### NIEUWE CONTENT TYPEN Formulieren

The image shows a grid of six web page snippets, each featuring a different form. The forms have different backgrounds (dark, light, green) and contain fields for 'Name', 'Email', and 'Bericht'. Each form has a 'Verstuur' (Send) button at the bottom right. Some snippets also include a small image at the top.

```
1 
```

## Overige

### NIEUWE STATISCHE PAGINAS Bedrijfs- en auteurinformatie

The image displays two side-by-side screenshots of static web pages. The left screenshot shows a 'Project Digital BV' page with contact information and a contact form. The right screenshot shows an 'Over de auteur' (About the author) page featuring a profile picture and a related articles section.

**Over het bedrijf  
Project Digital BV.**

Lorum ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Lorum ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

**Over de auteur  
Joost Hermans**

"Lorum ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat."

**Lorum ipsum dolor sit?**

Consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod

**Vraag nu aan**

**Gerelateerde artikelen**

Lorum ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Consectetur adipiscing elit

Consectetur adipiscing elit

Consectetur adipiscing elit

Meer informatie? Bekijk de onderstaande bijlage(n)

Figma artboards: Admin panel

Figma artboards: Artikel types



# 11. Development

In dit hoofdstuk wordt er toelichting gegeven op de geschreven code voor de nieuwe features van Project Digital.

Er wordt doorontwikkeld op bestaande software, dus moet er vooral rekening gehouden worden met het correct gebruik van versiebeheer en de juiste vorm van implementatie ten opzichte van het bestaande framework.

## Deelvraag

Hoe kan deze functionaliteit in het bestaande framework geïmplementeerd worden?

## Aanpak

### Tooling

Bij het programmeren is er gebruik gemaakt van de volgende tooling:

- **Bitbucket Git server:** Versiebeheer, opslag en management van softwareprojecten.
- **PhpStorm IDE:** Volledige development software voor webontwikkeling. Biedt standaard ondersteuning voor html, css, javascript en uiteraard php. Bevat een ingebouwde GIT client, waarmee wijzigingen in de code, direct vanuit de software naar de bovengenoemde Git server gepusht (gestuurd) kunnen worden.
- **Laravel Valet:** Valet is een minimalistische ontwikkelomgeving voor macOS die continu een lokale Nginx webserver in de achtergrond draait.

### Development dependencies

Onderstaande tabel geeft alle primaire development dependencies weer.

Library	Versie	Beschrijving
php	7.4	Programmeertaal voor web development
composer	1.10.23	php Dependency manager
npm	6.7.0	Javascript package manager
yarn	1.22.17	Javascript package manager
Symfony	5.1.11	php framework voor web projecten
MySQL	5.7	Managed database service
Doctrine ORM	2.8.2	php Object-Relational-Mapper
Twig	v3.3.0	php templating language

Alle secundaire dependencies en packages worden beheerd door de bovengenoemde package- en dependency managers (yarn, npm en composer). Omdat deze pakketten niet direct relevant zijn voor de onderstaande tekst, zullen ze niet worden behandeld in dit document.

## Gitflow

Tijdens het programmeren is er gebruik gemaakt van Git als versiebeheersysteem volgens de standaard Git workflow (Gitflow) richtlijnen.

Deze richtlijnen dicteren dat er één centrale Master en één Development branch is en dat nieuwe features en hotfixes elk worden opgenomen in eigen branches.

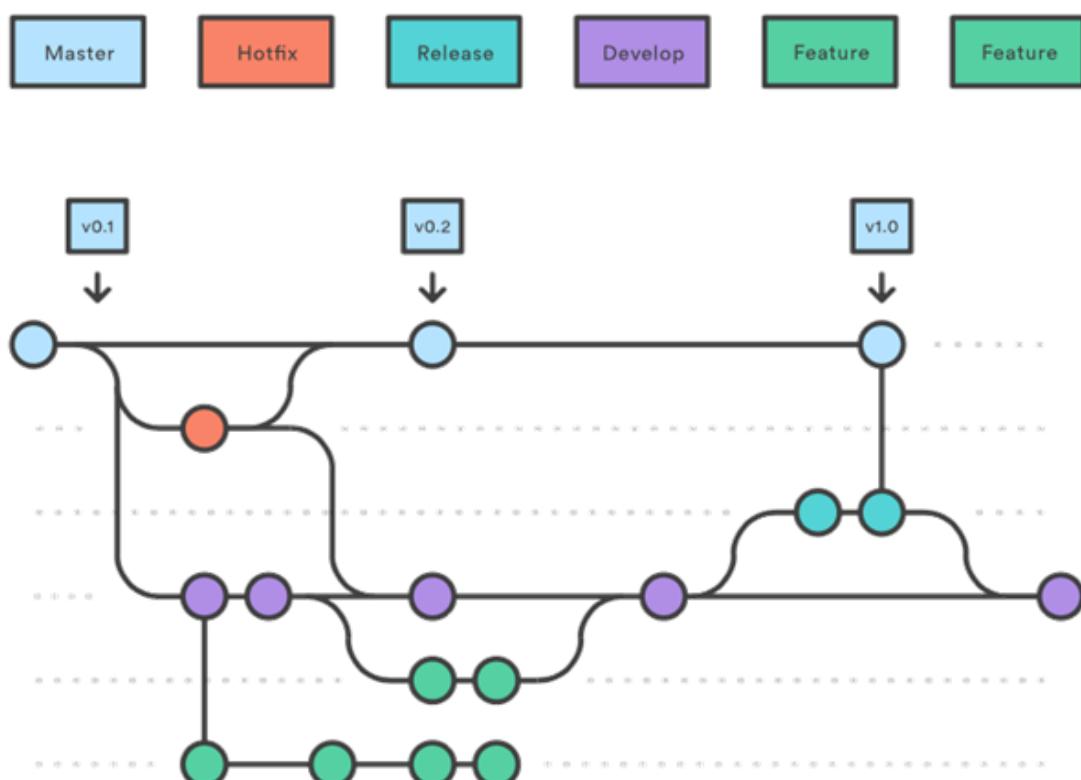
Een branch is een aftakking van de master, waarin wijzigingen aan de code plaatsvinden. Deze wijzigingen bestaan onder andere uit nieuwe functionaliteiten (features) en bugfixes.

De master is de versie die live op de productie omgeving staat, de development tak staat vaak op een staging omgeving, waarin nieuwe features getest kunnen worden.

Wanneer features in een lokale ontwikkelomgeving zijn ontwikkeld en getest, wordt de desbetreffende feature branch samengevoegd met de development branch.

Zodra de nieuwe wijzigingen ook op staging zijn getest en goedgekeurd, wordt deze samengevoegd met de master, zodat deze op de live omgeving uitgerold kan worden.

Wanneer je meerdere verschillende features tegelijkertijd bouwt kan er gebruik worden gemaakt van release branches om combinaties van verschillende features te testen en uit te rollen.



**Gitflow** (Atlassian Corporation Plc, z.d.)

In de praktijk werkt dit als volgt:

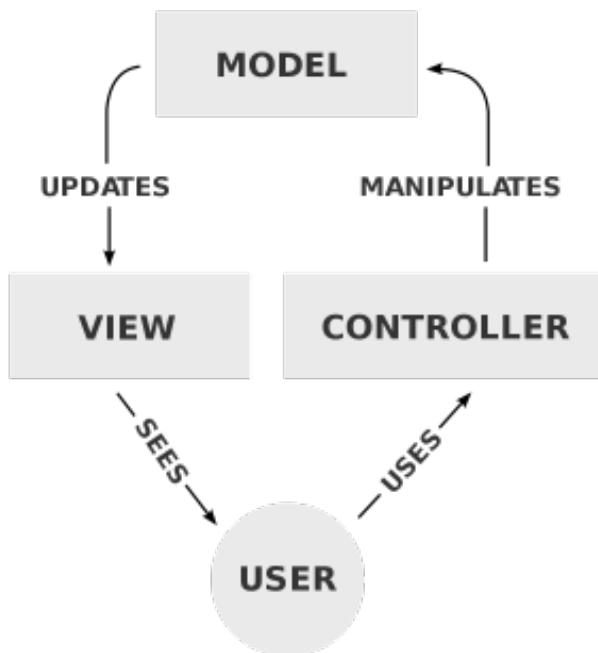
1. **Git clone:** De development branch wordt vanaf Bitbucket binnengehaald op de lokale machine (de computer waarop wordt ontwikkeld). Los daarvan moet er lokaal een kopie van de database op de staging server worden binnengehaald en gedraaid.
2. **Git checkout:** Er wordt een nieuwe aftakking gemaakt van de development branch. Deze nieuwe feature branch wordt aangewezen als de tak waarin wordt gewerkt.
3. **Git commit:** Wijzigingen worden wanneer ze compleet zijn 'opgeslagen' als een soort checkpoint.
4. **Git push:** De commits (checkpoints met wijzigingen) worden van de lokale machine naar Bitbucket toe gestuurd. Daar komen ze in een online kopie van dezelfde feature branch terecht.

5. **Pull request:** Er wordt een aanvraag ingediend om de feature branch weer samen te voegen met de development branch.
6. **Merge:** Wanneer de pull request wordt geaccepteerd, worden de branches samengevoegd en daarmee de wijzigingen in de feature branch doorgevoerd in de development branch.

## MVC patroon

Het project is gebouwd op het PHP Symfony framework en is opgebouwd volgens het MVC (Model-View-Controller) patroon. Dit patroon specificeert dat de applicatie in drie delen wordt opgedeeld, met elk een eigen functie:

- Het model (of entiteit) bevat de data structuur en de business logic.
- De view bevat de weergave/user interface.
- De controller bevat alle control logic waarmee het geheel wordt georchestreerd.



**MVC-patroon** (*Model-view-controller-model, z.d.*)

Er worden dan ook code wijzigingen in deze drie delen van de applicatie doorgevoerd.

### Tip

Een volledige toelichting op de geschreven code en een compleet overzicht van alle wijzigingen is terug te vinden in de bijlagen.

# Resultaten

## Uitgebreide huisstijl

### Admin panel

De gebruiker heeft 4 kleuren tot zijn beschikking (primair, secundair, accent en waarschuwing) die op verschillende manieren terug komen in de publicaties.

Daarnaast kan de gebruiker voor kopteksten en body teksten apart de kleur, het lettertype en het gewicht instellen.

### Oude versie

The screenshot shows the 'Publicatie instellingen' (Publication settings) page. At the top, there's a yellow header bar with the project name 'Digital' and the publication title 'Test publicatie'. On the right of the header are links for email (development@lameco.nl), users ('Gebruikers'), and logout ('Uitloggen'). Below the header, the page title 'Publicatie instellingen' is displayed in a dark blue font. To the right of the title is a preview area showing a logo for 'SMC SOLUTIONS' with a globe icon. The main form contains several input fields: 'Naam' (Name) with the value 'Content Management Systemen'; 'Lettertype' (Font) set to 'Open Sans'; 'Letter grootte' (Font size) set to '16'; 'Primaire kleur' (Primary color) set to '#FF9532'; 'Secundaire kleur' (Secondary color) set to '#234BAE'; and 'Tekst kleur' (Text color) set to '#000000'. There are also checkboxes for 'Bestandsformaat .gif, jpg of .png' and 'Indexeerbaar'. At the bottom right is a dark blue 'Opslaan' (Save) button.

## Nieuwe versie

Project **Digital**

Content Management Systemen

development@lameco.nl

Gebruikers Uitloggen 

### Publicatie instellingen

[« Terug naar overzicht](#)

Naam

Content Management Systemen

Primaire kleur



Secundaire kleur



Accent kleur



Waarschuwing kleur



Bestandsformaat .gif, jpg of .png

Indexeerbaar

#### Kopteksten

Lettertype

Montserrat

Tekst kleur

#FF9532

Letter dikte

Extra-bold - 800

#### Body tekst

Lettertype

Open Sans

Letter grootte

16

Tekst kleur

#000000

Letter dikte

Regular - 400

**Opslaan**



## Editie

Deze wijzigingen zijn ook terug te vinden in de publicaties; Niet langer zien alle teksten er hetzelfde uit, er is meer contrast. Gebruikers zijn hierdoor beter in staat een huisstijl in te stellen die overeenkomt met die van het bedrijf.

## Oude versie



## Onderdelen

Een CMS kan worden gebouwd voor een specifieke toepassing, maar er zijn ook generieke CMS'en beschikbaar. Een aantal daarvan is onder een opensourcelicentie gepubliceerd. Deze open source-oplossingen zijn volgens onderzoek voor 77% een goed alternatief<sup>[1]</sup> voor closed source-oplossing.



### Een CMS bestaat ten minste uit de volgende onderdelen:

- Een (bijna altijd afgeschermde) administratiemodule, waar gegevens kunnen worden ingevoerd, verwijderd of aangepast.
- Een database of een andere vorm van opslag van de gegevens.
- Een presentatiemodule, waar de ingevoerde gegevens door bezoekers kunnen worden bekeken.

### Een CMS bestaat ten minste uit de volgende onderdelen:

- Een zoekmodule
- Een inlogmodule voor bezoekers, als het niet gewenst is dat anonieme bezoekers toegang hebben tot de inhoud
- Een beheersmodule voor de gegevens van geautoriseerde bezoekers (en beheerders)
- Een beheersmodule voor de presentatiestemplates
- Een module om persoonlijke informatie aan de bezoeker te tonen (personalisaties)
- Een module om centraal artikelen aan te kunnen maken die op verschillende pagina's getoond kunnen worden



## Nieuwe versie



## Onderdelen

Een CMS kan worden gebouwd voor een specifieke toepassing, maar er zijn ook generieke CMS'en beschikbaar. Een aantal daarvan is onder een opensourcelicentie gepubliceerd. Deze open source-oplossingen zijn volgens onderzoek voor 77% een goed alternatief<sup>[1]</sup> voor closed source-oplossing.

### Een CMS bestaat ten minste uit de volgende onderdelen:

- Een (bijna altijd afgeschermde) administratiemodule, waar gegevens kunnen worden ingevoerd, verwijderd of aangepast.
- Een database of een andere vorm van opslag van de gegevens.
- Een presentatiemodule, waar de ingevoerde gegevens door bezoekers kunnen worden bekeken.

### Een CMS bestaat ten minste uit de volgende onderdelen:

- Een zoekmodule
- Een inlogmodule voor bezoekers, als het niet gewenst is dat anonieme bezoekers toegang hebben tot de inhoud
- Een beheersmodule voor de gegevens van geautoriseerde bezoekers (en beheerders)
- Een beheersmodule voor de presentatiestjablonen
- Een module om persoonlijke informatie aan de bezoeker te tonen (personalisaties)
- Een module om centraal artikelen aan te kunnen maken die op verschillende pagina's getoond kunnen worden



## Call-to-actions

De gebruiker kan zelf call-to-actions aanmaken. De tekst in de knop en de link zijn volledig aanpasbaar in de editor.

### Artikel editor

The screenshot shows the 'Content Management Systemen' (CMS) interface for a 'Whitepaper' project titled 'Digital'. The main content area displays the article 'Aan de slag' with the heading 'Zelf aan de slag met CMS systemen? Ga vandaag nog aan de slag'. Below the heading is the text 'Onze experts helpen u verder'. At the bottom of the article is a button labeled 'Schakel nu onze hulp in' and a URL 'http://www.smcsolutions.n'. To the right of the article, there are two floating action buttons: one for uploading a background image and another for deleting it. The left sidebar contains a navigation menu with sections like 'Magazine pagina's', 'Artikelen', and 'Onderdelen', with 'Aan de slag' currently selected. Top navigation includes 'development@lameco.nl', 'Gebruikers', and 'Uitloggen'.

### Artikel weergave

The screenshot shows the published version of the article 'Aan de slag' on a website. The article title is 'Zelf aan de slag met CMS systemen? Ga vandaag nog aan de slag'. Below the title is the text 'Onze experts helpen u verder'. At the bottom is a prominent orange button labeled 'Schakel nu onze hulp in'. The URL 'http://www.smcsolutions.n' is visible above the button. The rest of the page content is identical to the editor view, including the background image of a laptop displaying the CMS interface.

## Conclusie en aanbevelingen

Bovenstaande code geeft een tweetal nieuwe functionaliteiten weer. Op een gelijksoortige manier kunnen verdere huisstijl opties en artikel types worden toegevoegd.

Bij de doorontwikkeling van de software verdienen de volgende zaken extra aandacht.

- Wanneer er nieuwe artikel types toegevoegd worden, moeten er 8 bestanden worden gewijzigd/toegevoegd. Dit is niet erg flexibel en kan het toevoegen van nieuwe types erg remmen.  
Het is vooral opmerkelijk dat er zowel een editor template als publicatie template moet worden aangemaakt, met elk eigen styling, terwijl ze in wezen hetzelfde zijn.
- De ingebouwde Quill editor is een dynamisch javascript component, dat niet erg onderhoudsvriendelijk is, omdat het soms botst met niet dynamische MVC-structuur van Symfony.  
Het is dan ook aan te raden voor een ander patroon te kiezen, wanneer een dynamische editor het uitgangspunt van de applicatie is.
- Er is geen eenduidige manier waarop styling wordt toegepast. Een gedeelte bevindt zich in de templates in de head. Een ander gedeelte is onderbracht in losse stylesheets die elkaar soms overlappen.  
En de hele styling is bezwaard met `!important` statements, waardoor het erg moeilijk wordt om de prioriteit van verschillende regels in te schatten.



## 12. Usability Test

Dit laatste inhoudelijke hoofdstuk beschrijft een usability test, waarin de implementatie van nieuwe en bestaande functionaliteiten van Project Digital wordt doorlopen.

### Aanpak

De deelnemer van de test wordt gevraagd door een scenario's heen te lopen, waarbij een aantal vastgestelde taken voltooid moet worden. Deze taken bestaan uit het namaken van een tweetal zeer verschillende publicaties en het achteraf aanpassen van de huisstijl.

De acties en de gedachtegang van de testpersoon worden geobserveerd en vastgelegd om naderhand geëvalueerd te worden. De moderator van de test zorgt voor een soepel verloop van de test en vraagt om toelichting aan de testpersoon, wanneer er bijzonderheden optreden.

:::note Info

**Naam:** Bart van Bourgondien

**Bedrijf:** Laméco Development BV

**Functie:** Online marketeer

**E-mail:** b.vanbourgondien@lameco.nl

**Deelvraag:** Wat is de status van Project Digital? Is het compleet en werkend in de huidige staat? Is de nieuwe functionaliteit gebruiksvriendelijk?

:::

### Resultaten

- 78% van de taken werd succesvol afgerond
- 17% van de taken werd gedeeltelijk succesvol of via een omweg afgerond
- 4% van de taken konden niet worden voltooid

#### Scenario 1: Whitepaper

Taak	Beschrijving	Resultaat	Taak	Beschrijving	Resultaat
1.1	Aanmaken publicatie	Succesvol	1.6	Aanmaken call-to-action	Succesvol
1.2	Configureren huisstijl	Gedeeltelijk succesvol	1.7	Invullen call-to-action	Succesvol
1.3	Aanmaken editie	Succesvol	1.8	Controleren publicatie	Succesvol
1.4	Aanmaken artikel	Succesvol	1.9	Publiceren editie	Succesvol
1.5	Invullen artikel	Succesvol			

#### Scenario 2: Nieuwsbrief

Taak	Beschrijving	Resultaat	Taak	Beschrijving	Resultaat
2.1	Terug navigeren	Succesvol via een omweg	2.7	Aanmaken call-to-action	Succesvol
2.2	Aanmaken publicatie	Stap overgeslagen	2.8	Invullen call-to-action	Succesvol
2.3	Configureren branding	Stap overgeslagen	2.9	Controleren publicatie	Succesvol
2.4	Aanmaken editie	Succesvol	2.10	Publiceren pagina's	Niet succesvol
2.5	Aanmaken artikel	Succesvol	2.11	Publiceren editie	Succesvol
2.6	Invullen artikel	Succesvol	2.12	Publicatie delen	Succesvol

### Scenario 3: Huisstijl wijzigen

Taak	Beschrijving	Resultaat	Taak	Beschrijving	Resultaat
3.1	Terug navigeren	Succesvol via een omweg	3.3	Configureren huisstijl	Succesvol via een omweg
3.2	Wijzigen publicatie	Succesvol	3.4	Wijzigingen opslaan	Succesvol

#### Tip

Een uitgebreid overzicht van alle testcases en resultaten is terug te vinden in de bijlagen onderaan deze pagina en zal hier niet worden behandeld omdat de lengte van dit document.

### Belangrijkste bevindingen

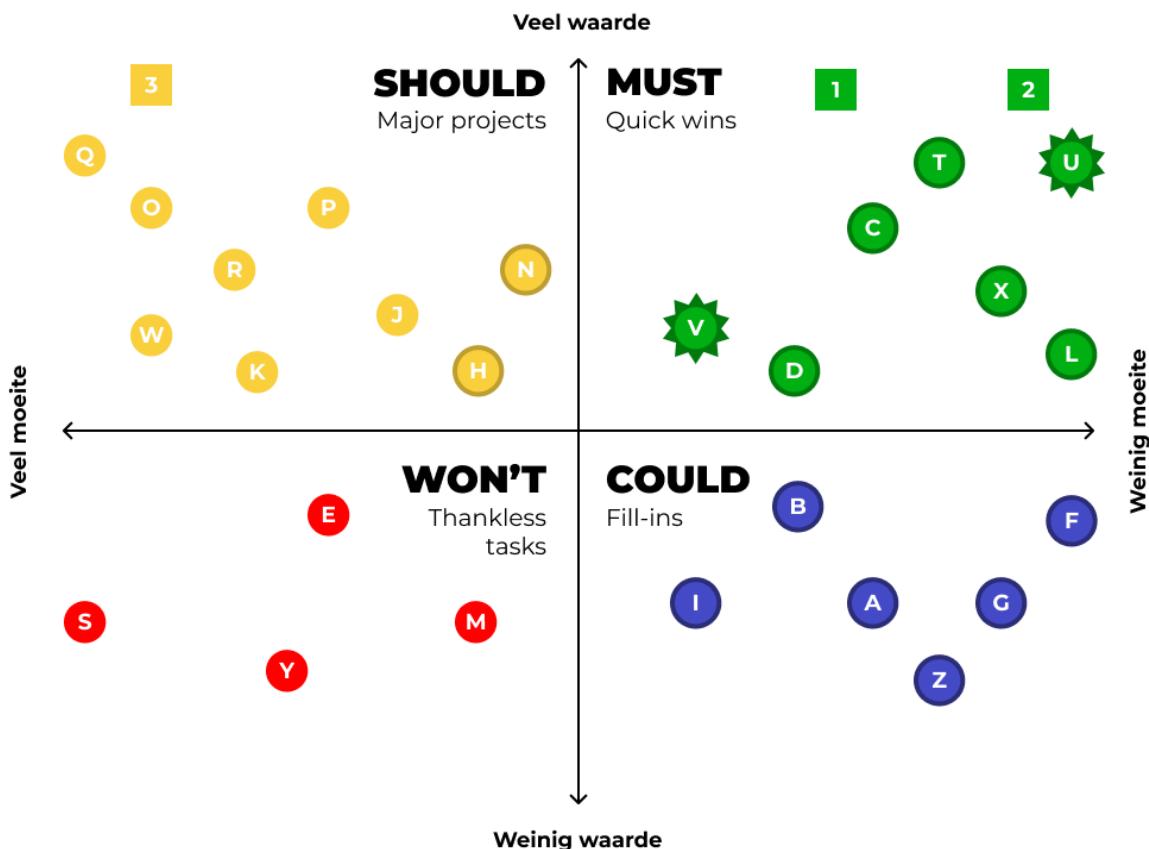
- Aan de nieuwe call-to-actions zijn geen problemen ondervonden.
- Benamingen van knoppen en invoervelden zijn vaak niet beschrijvend genoeg of zelfs niet kloppend, waardoor het onduidelijk is waarvoor ze dienen.
- De navigatie tussen de verschillende schermen is erg inconsistent en onduidelijk, soms moet er op tekst worden geklikt om door te navigeren.
- De hiërarchie tussen de publicatie pagina en de editie pagina is niet duidelijk. Het is niet duidelijk onder welke publicatie een bepaalde editie hoort.
- Bij het configureren van de huisstijl was het niet duidelijk hoe de kleuren zich zouden uiten in de publicaties.
- De voorbeelden van verschillende artikelen komen niet altijd overeen met de daadwerkelijke layout van de pagina.
- Het publiceren en depubliceren van losse pagina's is onduidelijk.

## 13. Conclusies en Aanbevelingen

**De meest passende doelgroep voor Project Digital is B2B marketeers. Door Project Digital verder uit te werken tot een volwaardig SaaS platform, dat specifiek is bedoeld voor content marketing, wordt het bereik van Project Digital groter.**

- SaaS randservices moeten worden geïmplementeerd; Op korte termijn zijn dit een koppeling met een billing systeem en een onboarding proces. Op langere termijn is dit de integratie van metrics en analytics om de impact van individuele gebruikersgroepen op je systeem te kunnen meten.
- Het is cruciaal dat er manieren worden ingebouwd om traffic en leads te genereren, waaronder call-to-actions, formulieren en contactpagina's. Zonder manieren om gebruikers door te verwijzen of vast te leggen in het systeem, heeft Project Digital weinig meerwaarde voor een B2B marketeer.
- De opzet van de applicatie moet worden gewijzigd van een typische magazine structuur naar een onderverdeling in campagnes en publicaties, omdat dit meer passend is voor de doelgroep.
- Er moet aanvullende functionaliteit worden ontwikkeld die invulling geeft aan de wensen van de doelgroep.

De onderstaande priority matrix geeft een overzicht van een aantal mogelijke features, gerangschikt op meerwaarde voor de gebruiker tegenover de moeite die het kost om deze te implementeren.



#### SaaS requirements

1 Billing

2 Onboarding

3 Metrics & Analytics

#### User requirements

- |                                  |                                    |                                 |
|----------------------------------|------------------------------------|---------------------------------|
| (A) Gerelateerde artikelen       | (J) Personalisatie strategieën     | (S) Collaboration utilitites    |
| (B) Geautomatiseerde briefings   | (K) Ingebouwde chat                | (T) Formulieren                 |
| (C) Content type templates       | (L) Contactopties/ Contactpagina   | (U) Call-to-actions             |
| (D) Meerdere block types         | (M) A/B Testing/Varianten          | (V) Uitgebreide branding opties |
| (E) Interactieve content         | (N) SEO tooling                    | (W) Digital Asset Management    |
| (F) Bedrijfsinformatie           | (O) Marketing platforms integratie | (X) Kopiëren van publicaties    |
| (G) Auteur informatie            | (P) Google Analytics integratie    | (Y) Editorial kalender          |
| (H) Touchpoint management system | (Q) Interne analytics              | (Z) Outdated content alert      |
| (I) Content campagnes            | (R) Website/CMS embedding          |                                 |

De omliggende items zijn opgenomen in het redesign van Project Digital. De items aangeduid met een ster zijn tijdens het stagetraject ontwikkeld. Onderstaande tabel geeft weer hoeveel tijd er nog in de doorontwikkeling van Project Digital geïnvesteerd zou moeten worden om tot een verbeterde versie te komen die alle 'must' requirements uit het bovenstaande figuur bevat.

<b>Activiteit</b>	<b>Front end</b>	<b>Back end</b>
Opschonen code	1 sprint - 24 uur	1 sprint - 24 uur
SaaS billing en onboarding	1 sprint - 24 uur	1 sprint - 24 uur
Nieuwe functionaliteit	2 sprints - 48 uur	1 sprint - 24 uur
<b>Totaal</b>		<b>7 sprints - 168 uur</b>

De laatste aanbeveling heeft betrekking op de doelgroep. B2B marketeers is een relatief ruime doelgroep, dus er zou in de toekomst, na de lancering van Project Digital, nog specifieker ingezoomd kunnen worden op groepen die hieronder vallen. Aan de hand van het gebruik van de live applicatie zouden daar betere, weloverwogen keuzes in gemaakt kunnen worden.

# Evaluatie

Een van de dingen die me het meest is opgevallen tijdens deze stageperiode is hoe lastig een MVP eigenlijk is als vertrekpunt. Het is nog flexibel genoeg om te wijzigen, maar onmogelijk om helemaal om te gooien, omdat er al veel tijd en geld in is geïnvesteerd.

Voor het project zelf betekende dit dat er steeds afweging moet worden gemaakt tussen het vinden van de perfecte doelgroep en het wijzigen van de software zodat het perfect wordt voor een bestaande doelgroep.

Daarnaast is erg weinig data van bestaande gebruikers beschikbaar om je keuzes op te baseren en geeft de literatuur hier ook nooit precies antwoord op.

Naar mijn idee heb ik uiteindelijk een goede middenweg weten te vinden die aansluit bij het bedrijf, heel waardevol kan zijn voor de toekomst en het originele uitgangspunt van Project Digital intact houdt.

Wat ik daarnaast heb geleerd is het belang van scoping. Het gebrek aan een goede afbakening achtervolgde me tot in de latere project fasen, waardoor ik op momenten de duidelijkheid miste die ik nodig had.

Achteraf zou het handig zijn geweest om te weten waar de focus van de opdracht lag en in hoeverre de nieuwe versie van Project Digital had mogen afwijken van de huidige versie. Daardoor zou ik beter hebben kunnen focussen op een specifiek onderdeel in plaats van dat ik van alles een klein beetje aan het doen ben.

Dit aspect vertaalt zich naar het hebben van een duidelijk doel, vooral wanneer er andere mensen bij betrokken zijn (bijvoorbeeld bij een interview of presentatie). Hierbij is het belangrijk dat je het doel niet alleen voor jezelf op een duidelijk hebt, maar dat je dit ook communiceert naar de ander, zodat de verwachtingen op één lijn liggen.

Ik heb geleerd dat gestructureerd en op een eenduidige manier werken niet alleen voor jezelf prettig is, maar vooral ook heel erg voor de ander.

Dit was vooral terug te vinden in projectstructuur van Project Digital, die ondanks de grote omvang relatief overzichtelijk was en daardoor goed te bewerken.

Overige zaken die ik heb geleerd is om kritisch zijn in welke bronnen je gebruikt, omdat commerciële bronnen zelf vanuit een bepaalde bril schrijven en daarom niet altijd de waarheid weerspiegelen.

# Bijlagen

- I. Projectdocument
- II. Literatuuronderzoek
- III. Interview Content Marketing
- IV. Interview Project Digital
- V. Concurrentieanalyse
- VI. SaaS onderzoek
- VII. Presentatie
- VIII. Requirements document
- IX. Figma artboards: Admin panel
- X. Figma artboards: Artikel types
- XI. Toelichting code
- XII. Git changelog
- XIII. Usability testverslag
- XIV. Instructie testpersoon