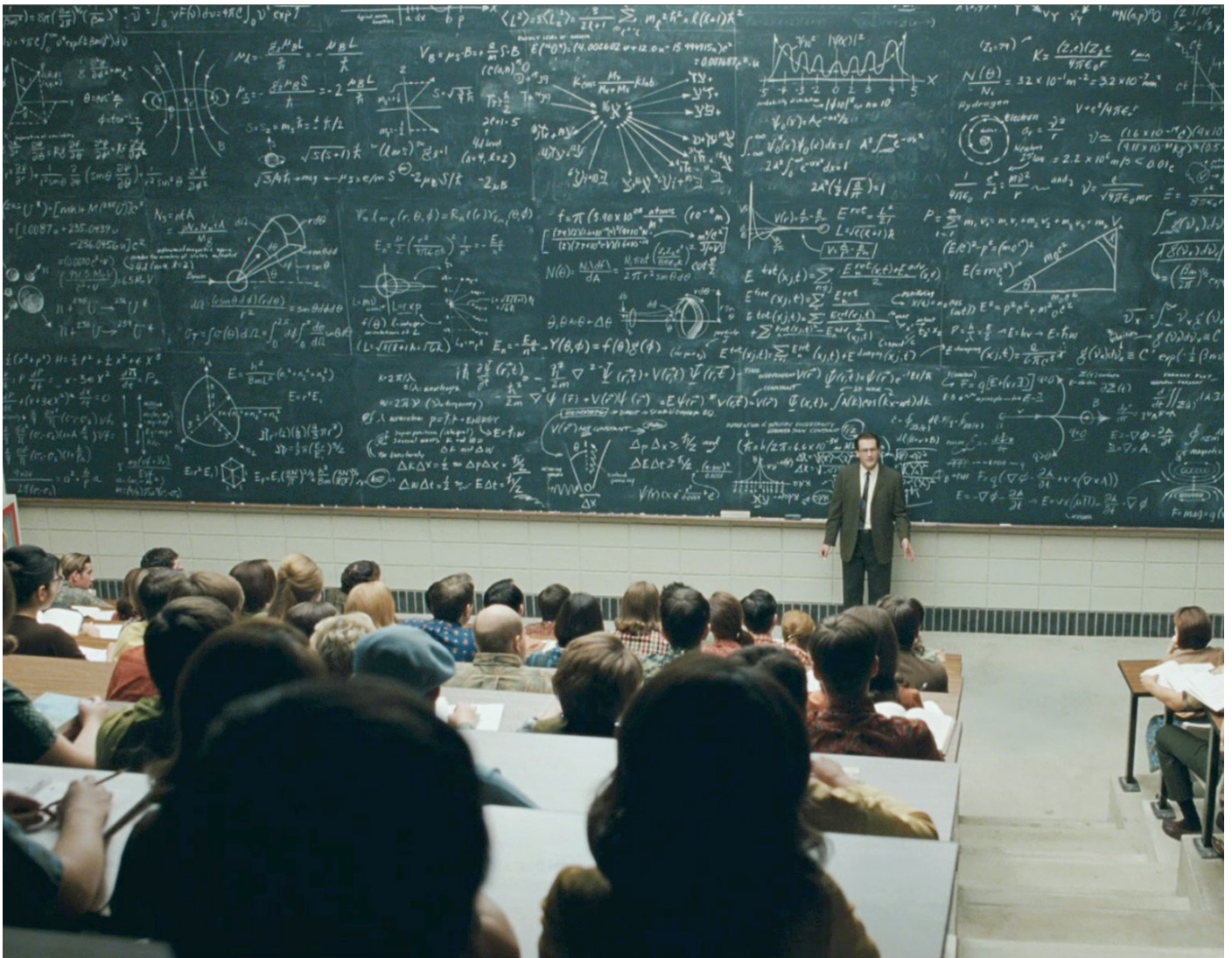


GROEPSOPDRACHT

WEEK 3



ASHWIN BARENDREGT

11045906

JOEP HARMSSEN

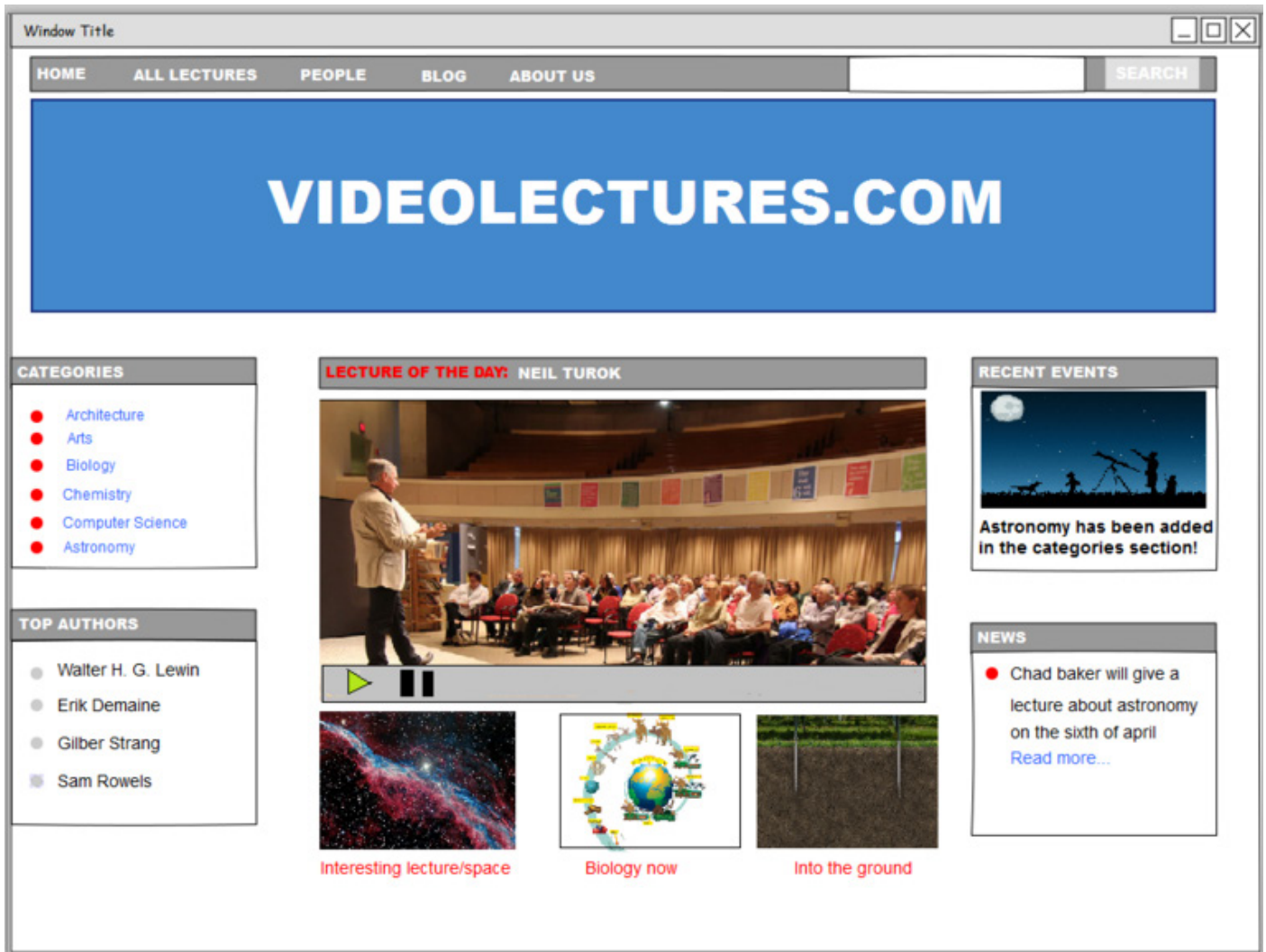
10813349

LEX KONING

10996990

MMIO

INTERACTIE



Om deze site zo goed mogelijk te verbeteren is er een userstory gemaakt. Wat is wil de gebruiker precies en hoe gaat hij/zij dat doen. Het doel is natuurlijk om meer mensen aan te trekken om video's op deze site te laten kijken. Dit kan doormiddel van een veel strakker design, en het er makkelijker uit te laten zien voor mensen. Er is bijvoorbeeld op de site totaal geen tot weinig whitespace. Dit moet er duidelijk in. Ook ziet het er heel slordig uit en mensen kunnen hierdoor verward raken.

Om de problemen duidelijker in kaart te brengen is er een user test opgezet. Bij deze test was het de bedoeling dat iemand naar de site "videlectures.net" ging en daar 2 specifieke filmpjes moest opzoeken. Er waren 2 testpersonen, allebei academisch van afkomst. Deze mensen zijn gekozen omdat de site zelf ook voor het grootste gedeelte gericht is op mensen die een universitaire opleiding volgen, of in het bezit zijn van een universitair diploma. Het eerste wat allebei de testpersonen vertelden (hardop) is dat de site slordig oogde

en dat het onoverzichtelijk was. Ook lukte het ze niet om het specifieke filmpje te vinden. Nadat ik hen vertelde tot welke categorie het behoorde lukte het ze wel. Met deze informatie kon ik een ontwerp maken. Deze is hieronder te vinden:

Deze wireframe is veel overzichtelijker dan de originele site. Er is een filmpje in het midden toegevoegd zodat je meteen van start kunt gaan. De side menu's zijn ook iets overzichtelijker in dit concept. Ook is er meer whitespace en dat geeft een rustigere uitstraling. Het is dus nu veel overzichtelijker waar je kan zijn en heen moet. De interactie met de gebruiker zal hierdoor verbeteren. Ook lokt het filmpje de gebruiker om te kijken. Dat is de bedoeling.

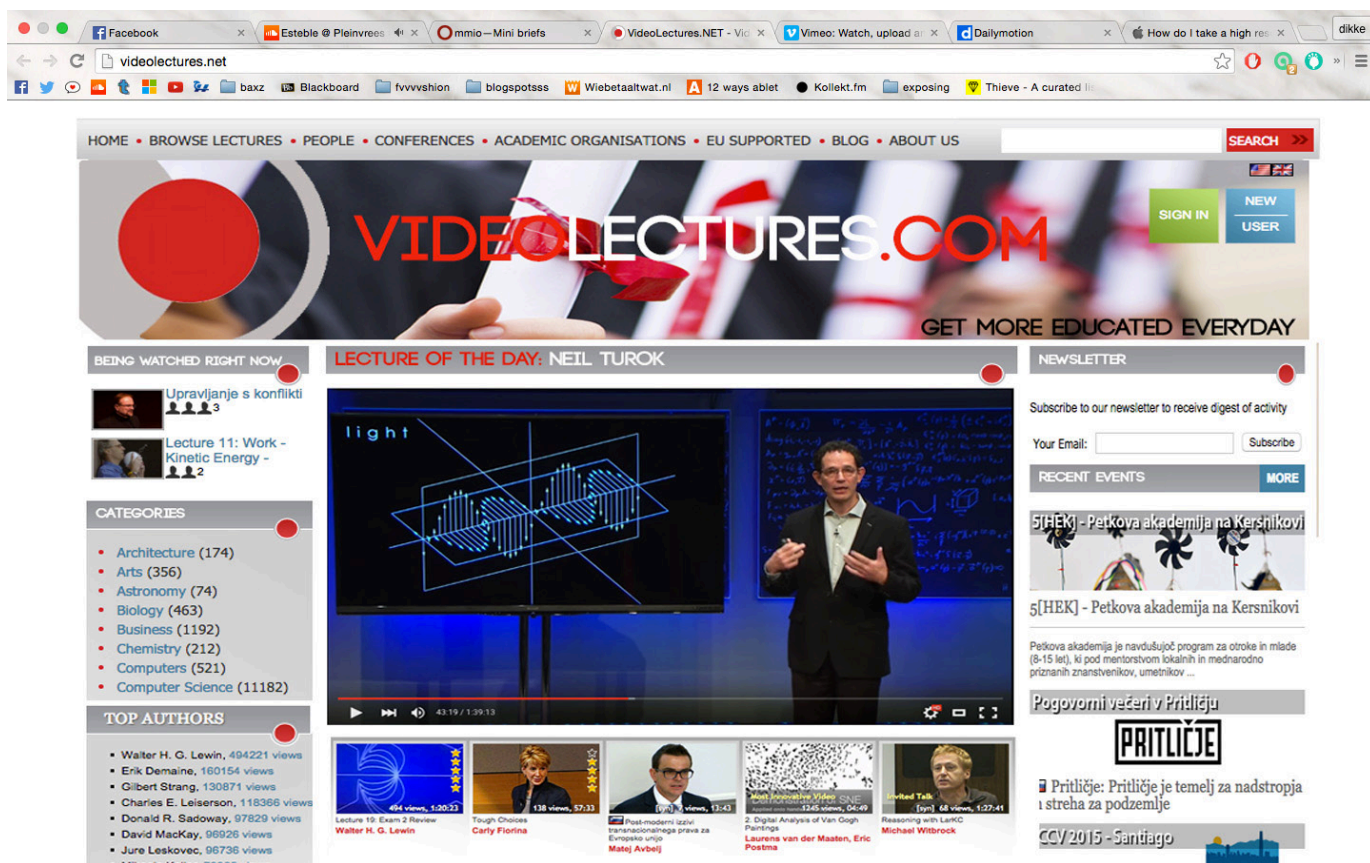
GRAFISCH

Het eerste wat opvalt bij het design van de website van videlectures.net is dat de site er verouderd uitziet. Er is geen punt waar de aandacht gelijk heen gaat en het is moeilijk om op het eerste gezicht overzicht te houden op de webpagina. Er wordt gebruik gemaakt van een header, verschillende kolommen en kleine thumbnails van videos. Op de hoofdpagina bevindt zich geen enkele afbeelding. Er is veel zwarte tekst tegen een witte achtergrond en er is nauwelijks gebruik gemaakt van kleur. Wat ook opvalt is dat het gehele venster van de webpagina niet opgevuld wordt. Zowel links als rechts van de centrale onderdelen van de website zijn grote witte leegtes.

De doelgroep van videlectures.net is in eerste instantie lastig in beeld te krijgen. Een allesomvattend woord voor de doelgroep is intellectuele mensen. Dit kunnen natuurlijk mensen van verschillende leeftijden, culturen en rassen zijn. Een tweede blik op de groep gaf ons het inzicht dat colleges voornamelijk door studenten bekeken worden. De gemiddelde leeftijd van deze groep ligt rond de 23 jaar. Dit resulteerde in een plan om de website aantrekkelijk te maken voor een jonger publiek en de 'stoffigheid' van de huidige website weg te nemen. De doelgroep studenten houden van overzichtelijke, speelse websites. Het blijft natuurlijk wel een educatieve website.

Het grafische ontwerpproces bestond uit twee onderdelen. Het verbeteren van de stijl van de website en het verbeteren van de grid en de indeling van de website. De stijl die we de verbeterde site hebben gegeven is strakker en kleurrijker. We hebben voor een strak en duidelijk lettertype gekozen om het logo van de site aan te vullen. Hetzelfde lettertype komt terug in de koptekst van de kolommen. Daarnaast hebben we de kleuren wit en rood veel gebruikt om de site een vrolijkere uitstraling te geven. Het logo van de site is uitvergroot en combineert met een grote relevante afbeelding die als header functioneert. Als laatste toevoeging hebben we een slogan toegevoegd rechtsonder in de header die de titel van de website ondersteunt en het idee achter de website snel duidelijk maakt.

Daarnaast hebben we de indeling van de website omgegooid. De site vult nu de gehele pagina en heeft twee punten waar de gebruiker gelijk op kan focussen. De header en de 'Lecture of the day'. De knoppen voor het inloggen en registreren zijn bevinden zich niet meer los op de pagina maar staan in de header. Onder de header staat de 'Lecture of the day'. Dit is het centrale punt van de nieuwe website. De gebruiker wordt gelijk uitgenodigd om te beginnen met kijken. Belangrijke onderdelen zoals de category kolom, de zoekbar en de nieuwsbrief subscriptie zijn nog steeds aanwezig rondom het centrale punt. Onder de video staan genoeg andere videos waar de gebruiker bijvoorbeeld op door kan klikken.



TECHNISCH

Bij het ontwerpen van een webpagina zijn veel aspecten van belang (Tan, G. W., & Wei, K. K. 2007).

Consistentie

Er moeten niet te veel verschillende of afwijkende elementen in zitten, kijkend naar de standaard in internet design. Hierbij kun je denken aan navigatiebalken die op een bekende en zichtbare plek op de website staan. Dat bepaalde onderdelen makkelijk te vinden en te onderscheiden zijn. Op deze manier kan de gebruiker zonder enig probleem door de website navigeren en heeft het een idee van het uiterlijk van een volgende pagina op de website.

Goed grafisch uiterlijk

Bij het grafisch uiterlijk gaat het vooral over het invoegen van afbeeldingen. Er wordt vaak gezegd dat een afbeelding meer kan zeggen dan 1000 woorden. Door het goede gebruik van afbeeldingen maak je het voor de gebruiker gemakkelijker om de inhoud te begrijpen. Bovendien vallen afbeeldingen veel meer op. Het kan namelijk heel goed gebeuren dat een gebruiker belangrijke informatie over het hoofd ziet omdat het in een stuk tekst staat.

Leesbaarheid

Je kan uiteraard niet een website helemaal vullen met afbeeldingen. Bij het invoegen van tekst op je pagina moet ervoor gezorgd worden dat het leesbaar is. De stukken tekst moeten niet te lang zijn. De gebruiker zal snel afhaken als er van hem gevraagd wordt om een grote hoeveelheid informatie te lezen. De opmaak van de tekst zorgt ook voor een betere leeservaring. Hierbij gaat het vooral om lettertype, lettergrootte, regelafstand en witregels.

Verder blijkt uit verschillende wetenschappelijke artikelen dat een website met een goede usability van groot belang is. Het kan bijvoorbeeld invloed hebben op het wel of niet opnieuw bezoeken van een website (Flavián, C. et al 2006), de loyaliteit tegenover webservices als e-banking (Casaló, L. V. et al 2008) en het succes bij online verkoop (Bai, B., Law, R., & Wen, I. 2008).

Literatuur:

- Tan, G. W., & Wei, K. K. (2007). An empirical study of Web browsing behaviour: Towards an effective Website design. *Electronic Commerce Research and Applications*, 5(4), 261-271.
- Flavián, C., Guinalíu, M., & Gurrea, R. (2006). The role played by perceived usability, satisfaction and consumer trust on website loyalty. *Information & Management*, 43(1), 1-14.
- Casaló, L. V., Flavián, C., & Guinalíu, M. (2008). The role of satisfaction and website usability in developing customer loyalty and positive word-of-mouth in the e-banking services. *International Journal of Bank Marketing*, 26(6), 399-417.
- Bai, B., Law, R., & Wen, I. (2008). The impact of website quality on customer satisfaction and purchase intentions: Evidence from Chinese online visitors. *International Journal of Hospitality Management*, 27(3), 391-402.