

# Portfolio Liv Knapen



Media student  
22 years old  
Fontys ICT

*Table of Contents*

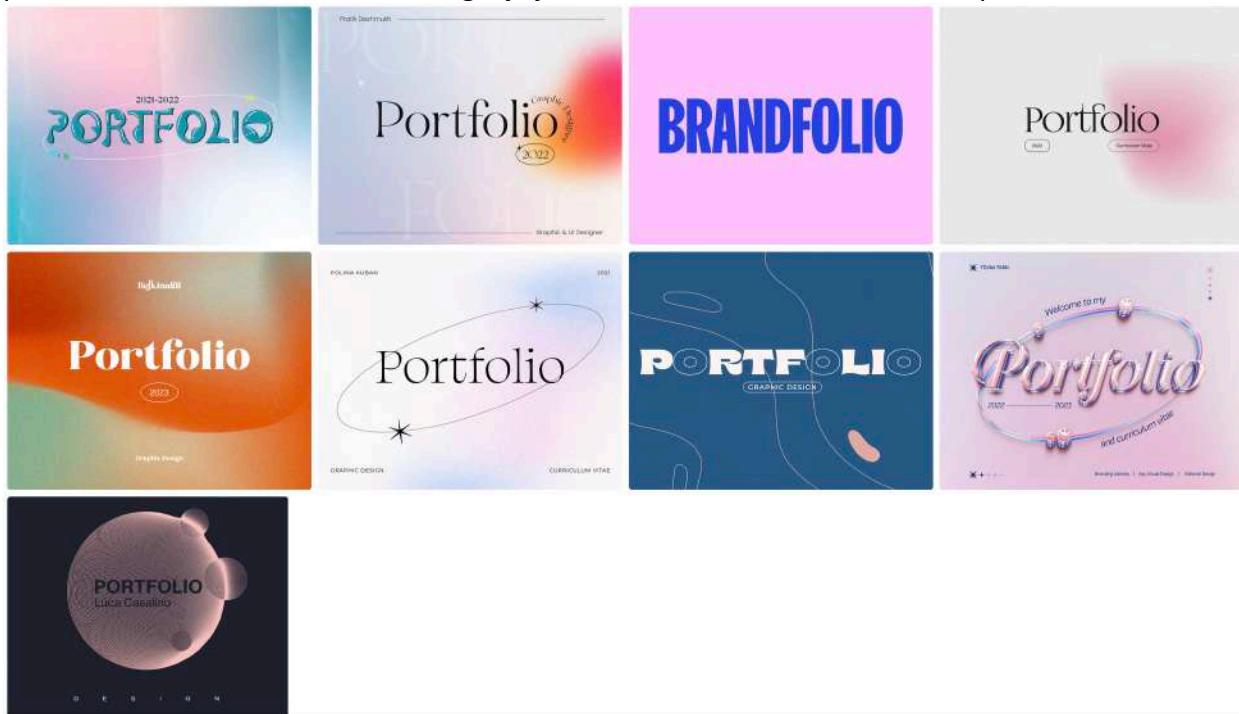
<b>PORTFOLIO .....</b>	<b>4</b>
Inspiratie voor portfolio.....	4
Website inspiratie: .....	8
Design portfolio.....	9
Desktop versie.....	14
Mobile versie .....	16
Logo design .....	17
Development.....	18
Feedback.....	19
<b>DOUBLE LIFE POSTER .....</b>	<b>21</b>
Inspiratie .....	21
Iteraties.....	21
Resultaat.....	22
Feedback poster .....	22
<b>BRAND A BAND.....</b>	<b>23</b>
Communicatie van de groep .....	23
Styleguides argumentatie .....	23
Groupfeedback.....	24
CD-cover.....	25
Photoshop.....	25
Brandguide.....	26
Presentatie tussendemo .....	27
Feedback tussendemo .....	27
Logo design .....	28
Merch design.....	29
Groupfeedback.....	30
Merch design.....	30
Lp-design.....	32
Presentatie einddemo .....	34
Feedback einddemo .....	34
<b>UX-design .....</b>	<b>35</b>
Communicatie met de groep .....	35
Research websites .....	36

<b>Conclusie van de research naar website.....</b>	<b>50</b>
<b>Onderzoek naar de invalshoek: goedkoop .....</b>	<b>51</b>
<b>Card sorting.....</b>	<b>53</b>
<b>Usability test .....</b>	<b>54</b>
<b>Design .....</b>	<b>56</b>
<b>Feedback project tussendemo .....</b>	<b>63</b>
<b>Design .....</b>	<b>64</b>
<b>Feedback.....</b>	<b>68</b>
<b>Design .....</b>	<b>69</b>
<b>User test web prototype Auto Huren Curaçao.....</b>	<b>70</b>
<b>Feedback project einddemo .....</b>	<b>73</b>
<b>Workshop kattenklikker .....</b>	<b>74</b>
<b>UX-design development .....</b>	<b>76</b>
<b>Communicatie met groepsgenoot.....</b>	<b>76</b>
<b>Development.....</b>	<b>76</b>
<b>Feedback project .....</b>	<b>77</b>
<b>Eindproduct.....</b>	<b>84</b>
<b>Feedback einddemo .....</b>	<b>86</b>
<b>ProjectX.....</b>	<b>87</b>
<b>ProjectX plan (experience website).....</b>	<b>87</b>
<b>Snel design gemaakt:.....</b>	<b>89</b>
<b>Onderzoek three.js: .....</b>	<b>90</b>
<b>Onderzoek naar design:.....</b>	<b>93</b>
<b>Feedback .....</b>	<b>94</b>
<b>Streetfighter scene background: .....</b>	<b>95</b>
<b>Onderzoek naar teleporting in a new scene:.....</b>	<b>96</b>
<b>Onderzoek naar Tweenjs .....</b>	<b>99</b>
<b>Eindproduct.....</b>	<b>100</b>
<b>Professional Identity .....</b>	<b>101</b>
<b>Zelfreflectie .....</b>	<b>101</b>
<b>Talenten en valkuilen.....</b>	<b>101</b>
<b>Feedback .....</b>	<b>101</b>
<b>Timeline .....</b>	<b>102</b>

# PORTFOLIO

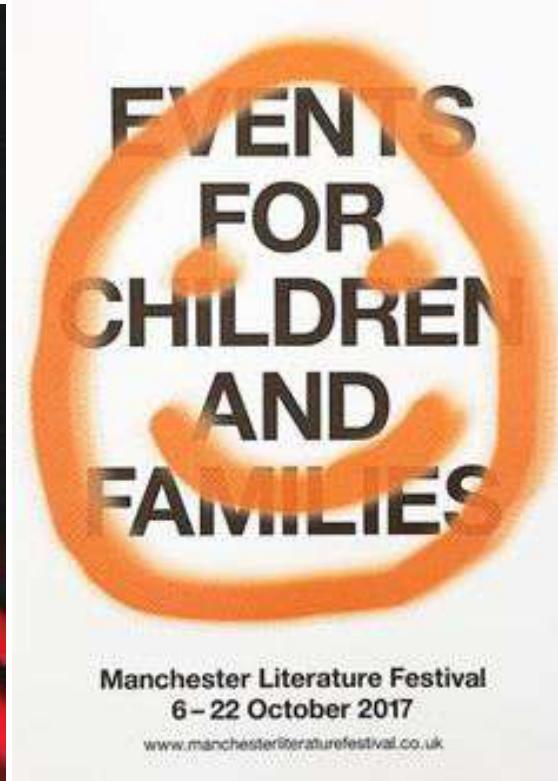
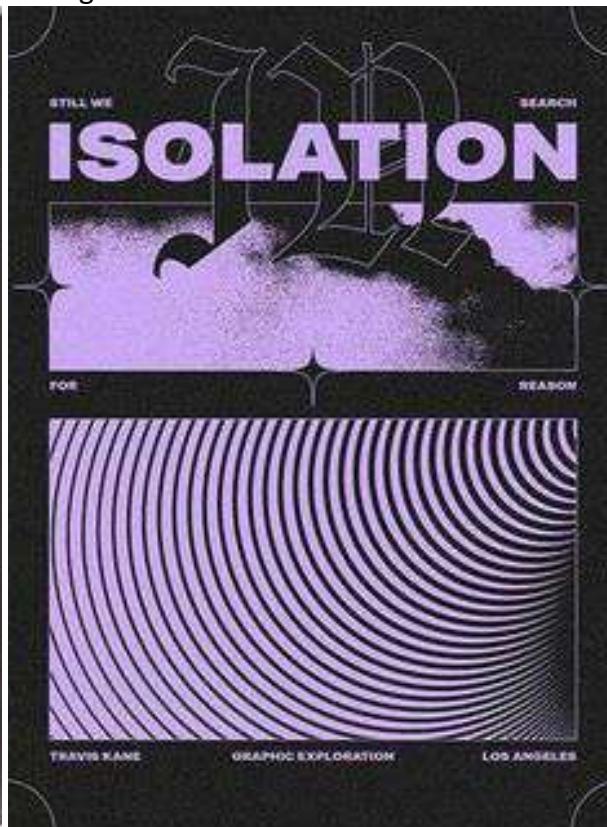
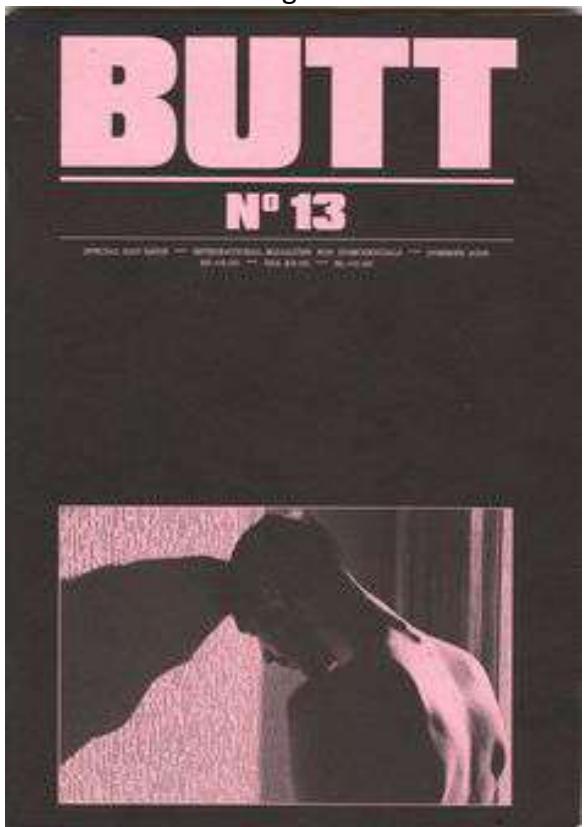
## Inspiratie voor portfolio

Als inspiratie heb ik opgezocht want mij aansprak. De kleuren die overlopen in elkaar vind ik wel een leuk effect. Een soort gradiënt met kleuren. Oranje en blauw vond ik wel goed bij elkaar passen door het contrast. Dit heeft gelijk je aandacht omdat het elkaar complimenteert.

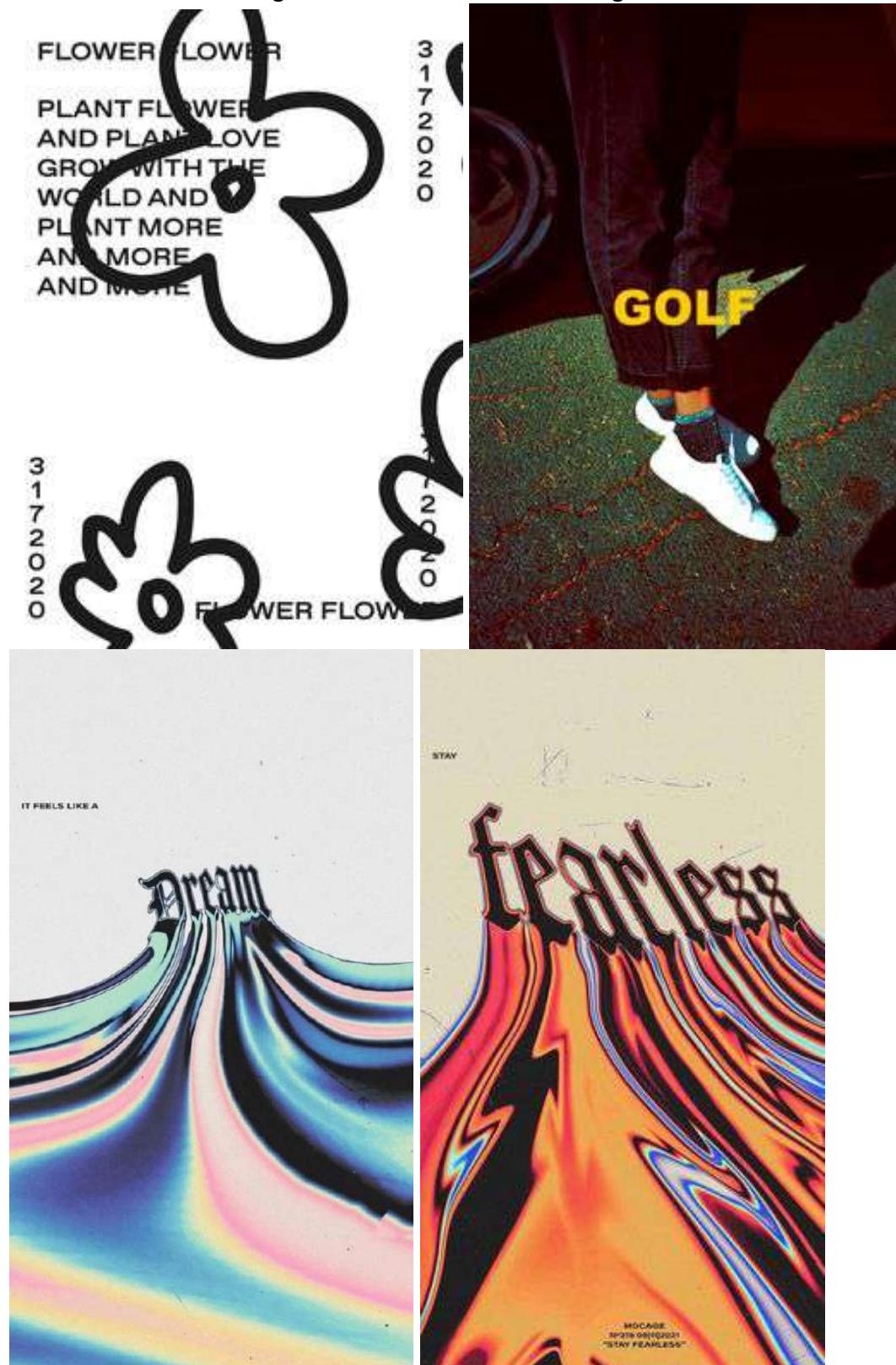


A screenshot of a Pinterest search results page for "blue orange gradient". The search bar at the top shows the query. Below the search bar is a navigation bar with links like "Startpagina", "Maken", and "Alle pins". The main area displays a grid of pins related to the search term. The pins include various images and videos showing different uses of the blue and orange gradient, such as backgrounds, palettes, and aesthetic examples. Some pins have descriptive text below them, like "Trendkleur 2024 California Mauve" and "Blue to Orange gradient for iPhone by @Hk3ToN on Twitter". The interface includes a sidebar with "Related searches" and a footer with a question mark icon.

Het effect van een donkere achtergrond met de rest op de voorgrond in dezelfde kleur vind ik er ook mooi uitzien. Dit geeft een stoerdere uitstraling.



Door wat tekeningen over de tekst te plaatsen, krijg je een speelse vibe. Het uitvagen van de woorden naar beneden geeft ook een rebelse uitstraling.





?

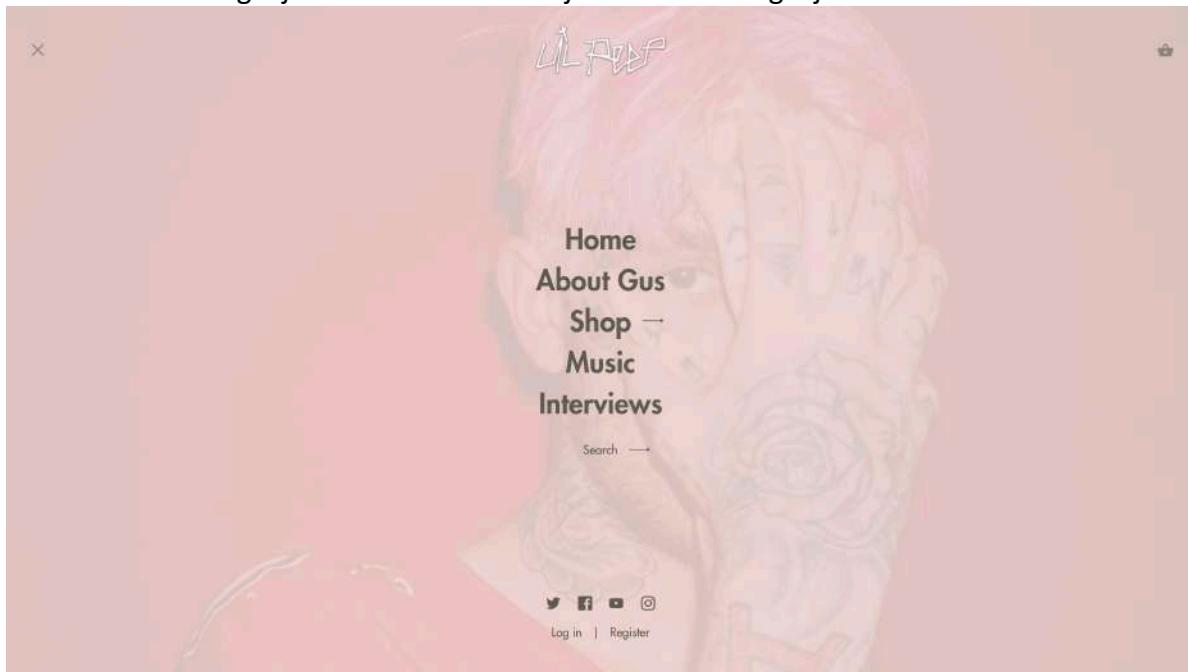
**Website inspiratie:**

<https://lilpeep.com>

Het idee van een foto volledig op de pagina vind ik er nice uitzien, je krijgt gelijk een hele pagina met iets waar je naar opzoek bent en heb je een persoonlijk beeld. Minimalistisch met alleen een hamburgermenu en de kassa. En het logo in beeld.

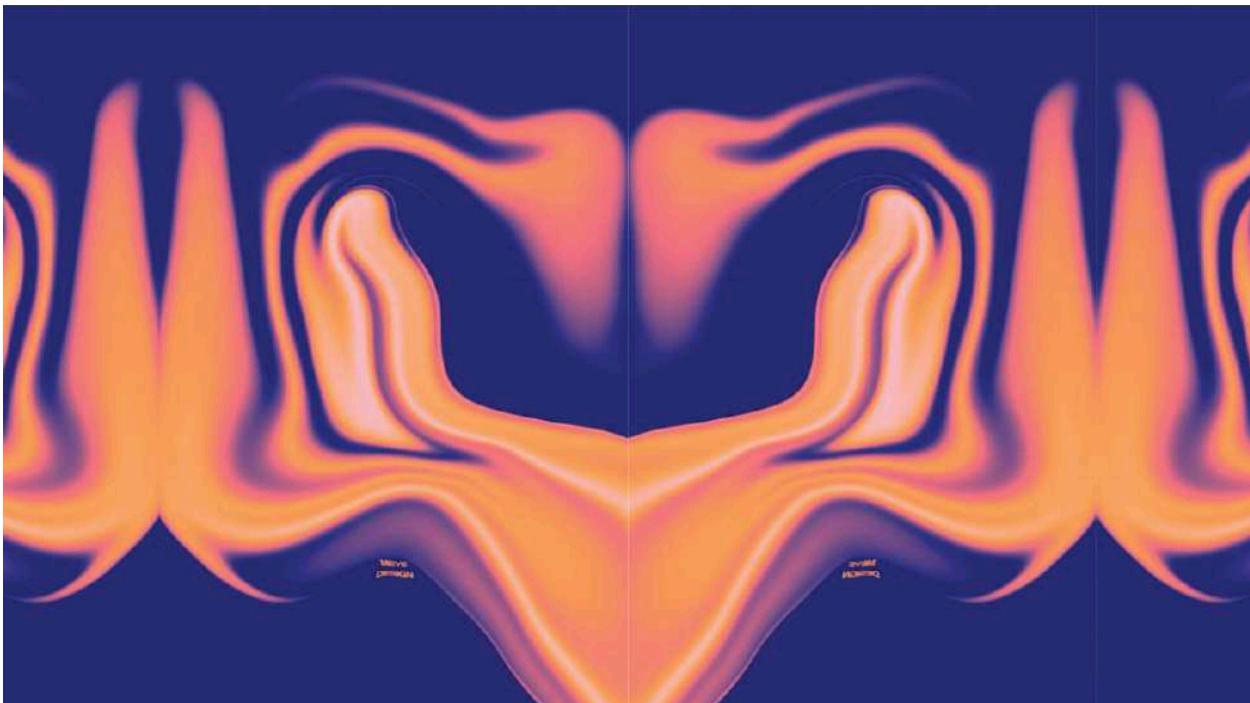
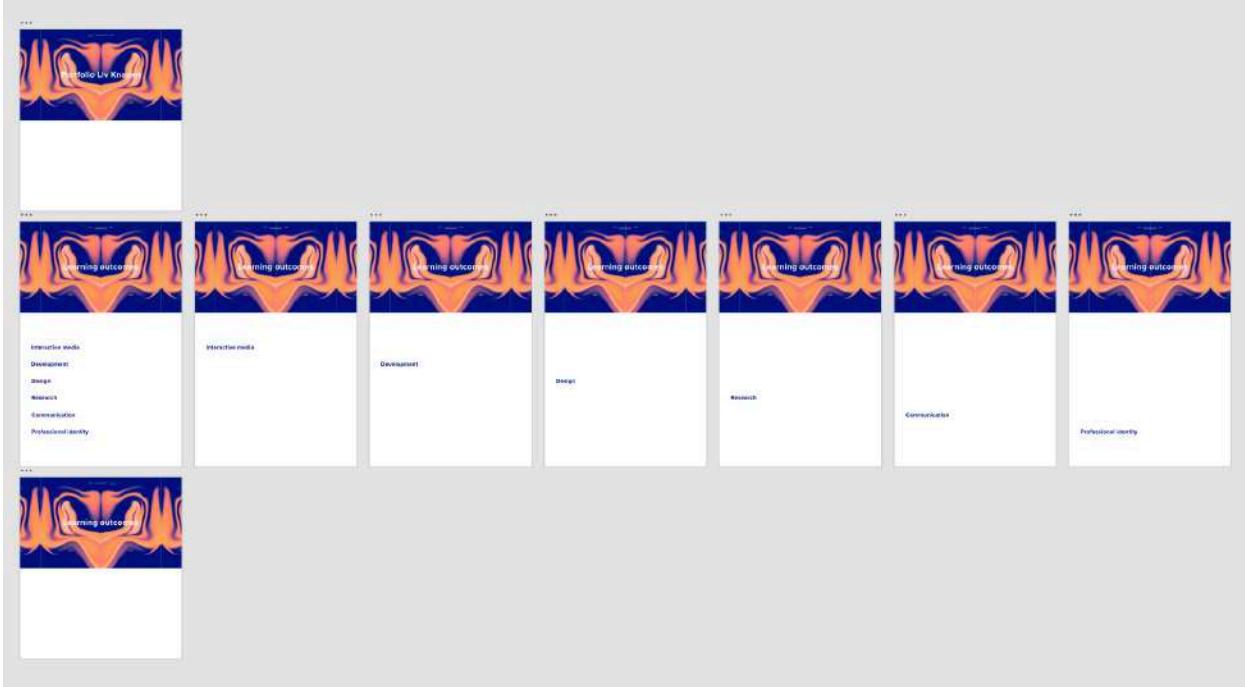


De overlay, als je op het menu klikt, daarna van de hele pagina vind ik erg handig en clean eruitzien. Je hebt gelijk alle tabs midden in je beeld en kan gelijk zoeken.



## Design portfolio

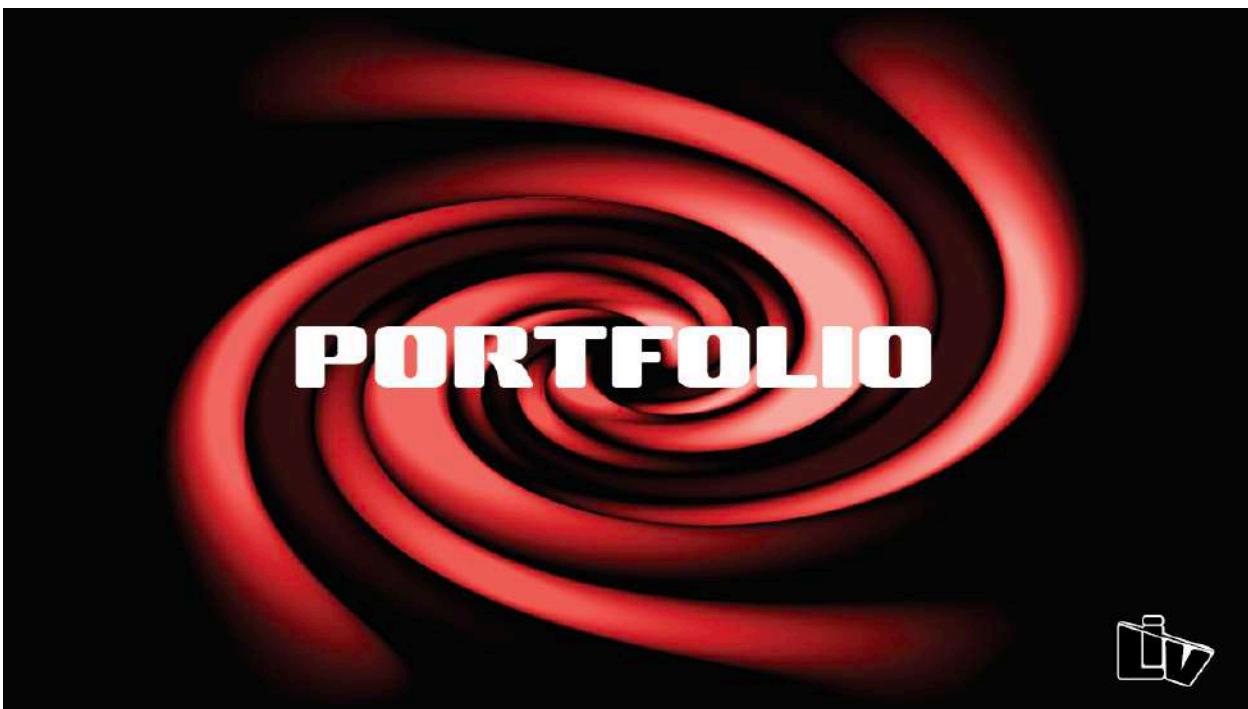
Voor mijn portfolio website heb ik een foto van Pinterest gepakt en aan elkaar gemaakt, die foto krijg je dan gelijk te zien als je op de website komt. Het uitvagen en de gradiënt met de kleuren wat uit mijn inspiratie komt, heb ik voor dit ontwerp gekozen.



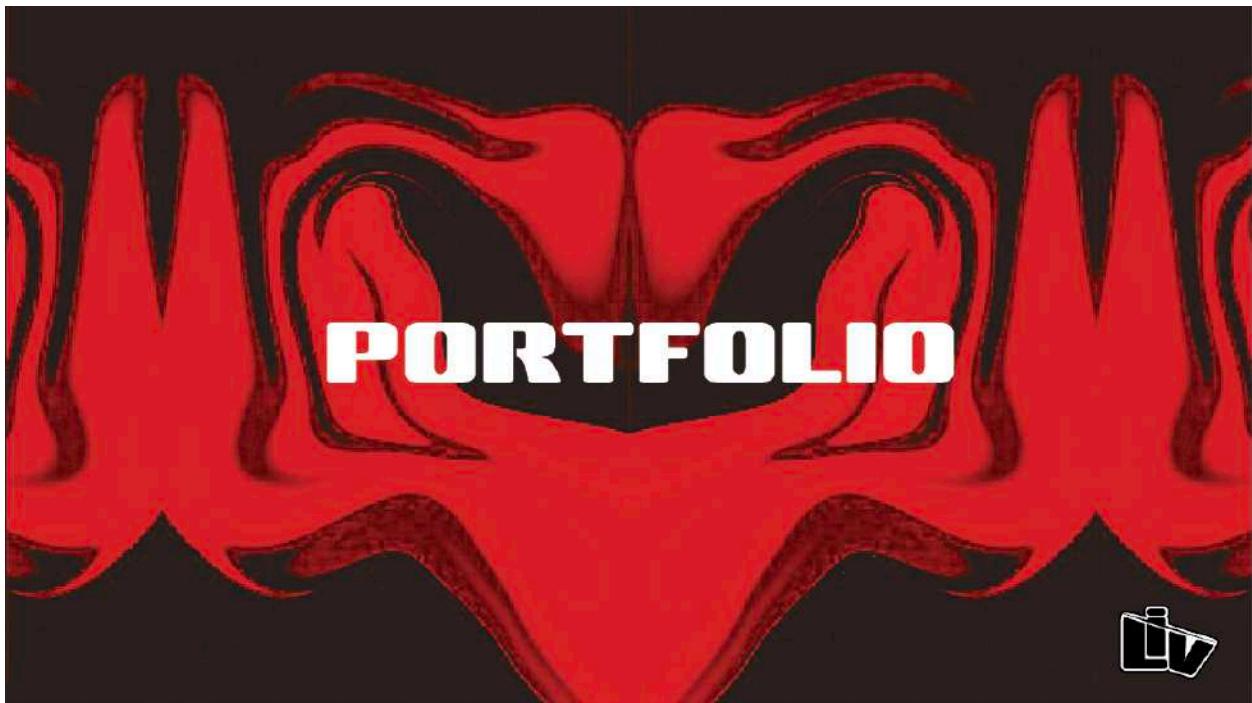
Verder heb ik ook een eigen achtergrond gemaakt met daarbij de bloemen vanuit mijn inspiratie. Hierbij ook gekeken met tekst voor en achter de bloemen.



Daarna heb ik zelf nog geëxperimenteerd met een eigen achtergrond te maken. De kleuren rood, zwart en wit vind ik mooi bij elkaar passen. Rood is daarbij ook mijn favoriete kleur dus is het gelijk persoonlijk. Hierbij komt de gradiënt van kleuren en de tekst erover ook weer terug van mijn inspiratie.



Rood wilde ik graag terug laten komen en heb dit dus verwerkt in een eerder uitgekozen foto en hiermee geëxperimenteerd.



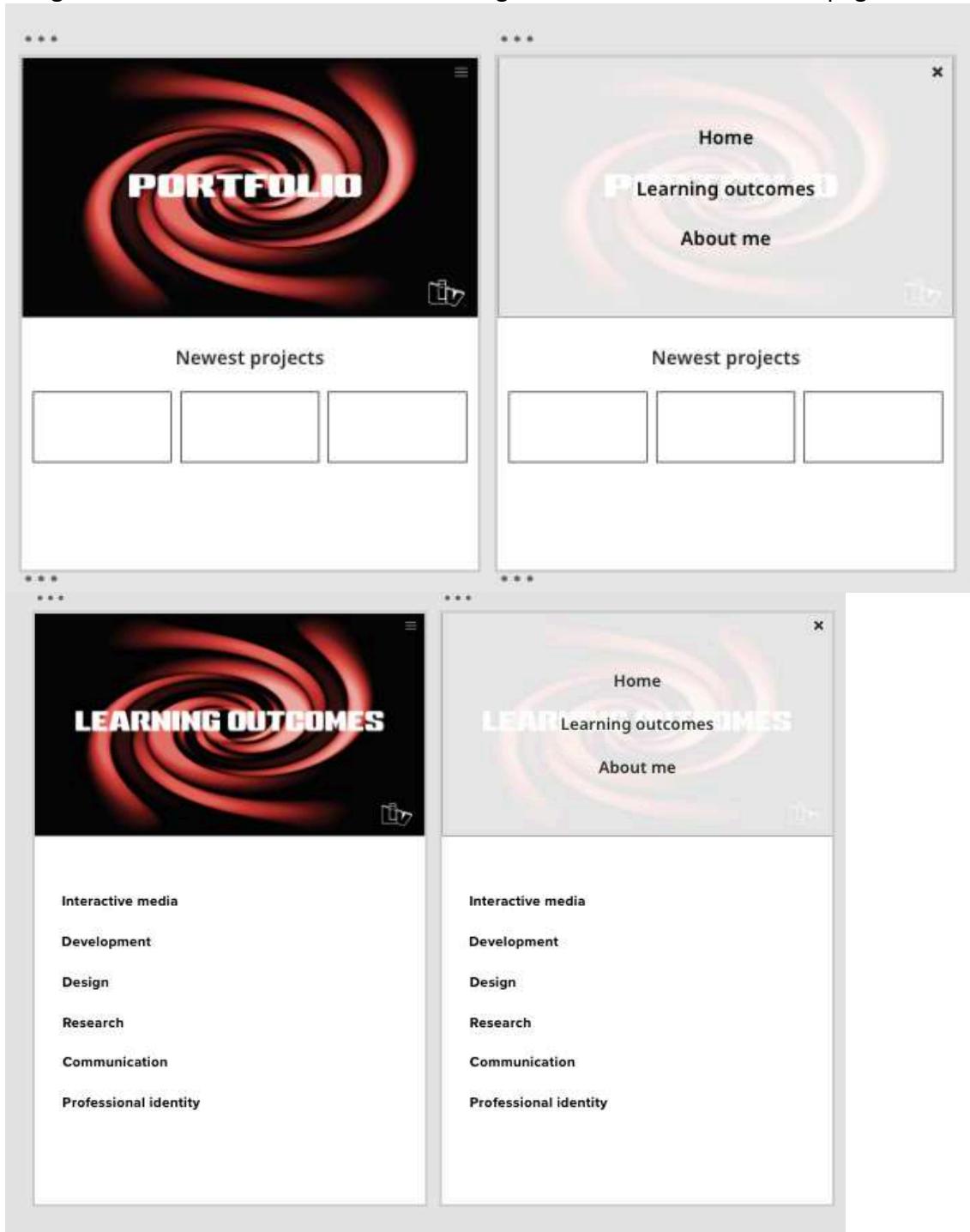
Als laatste nog gekeken naar een witte achtergrond en dan het woord in een rode kleur.

# **PORTFOLIO**



## **Desktop versie**

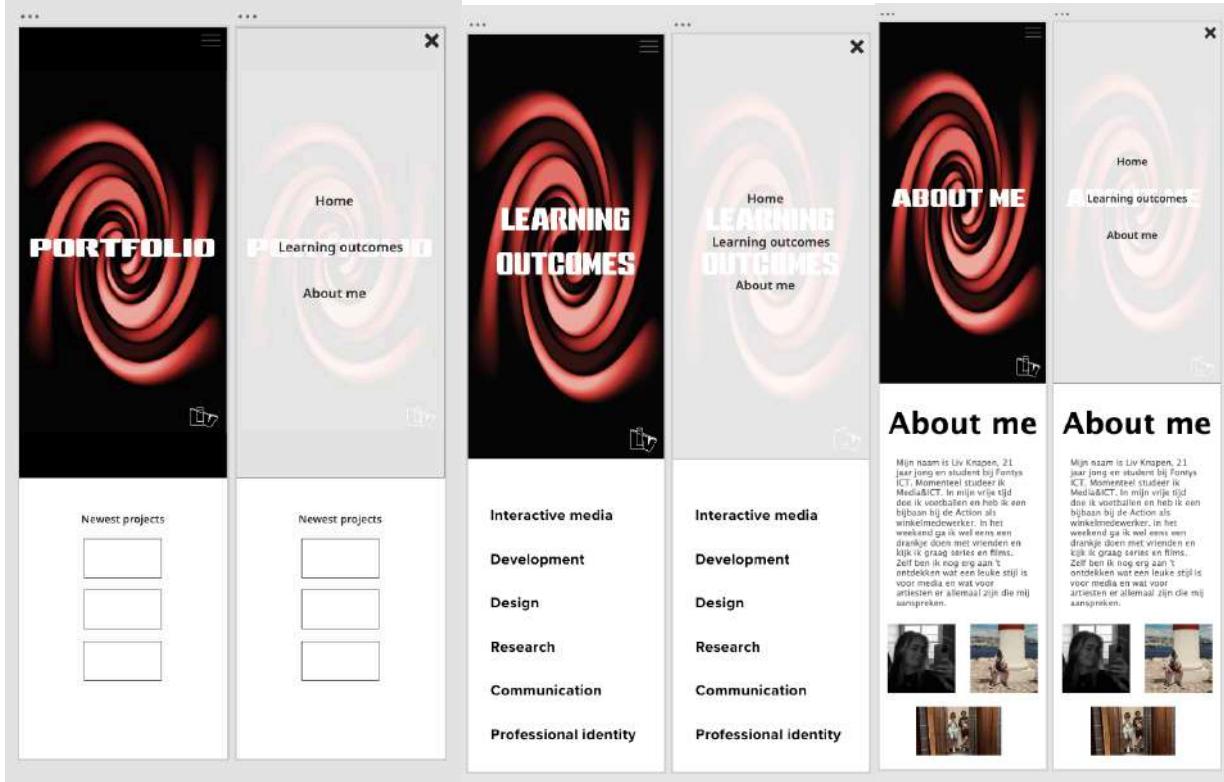
Uiteindelijk heb ik voor dit design gekozen. Die sprak mij het meeste aan omdat de rode kleur persoonlijk voor mij is en het een gevoel geeft dat je erin wordt meegenomen door de swirls. De overlay wat ik als inspiratie had, heb ik ook verwerkt in mijn design. Op de homepagina wil ik direct laten zien wat mijn nieuwste projecten zijn die ik heb gemaakt zodat je hier gelijk naartoe kan gaan. Je kan doorklikken naar de learning outcomes en een about me pagina.





## Mobile versie

Ook ben ik gelijk begonnen met een versie voor mobile zodat de website responsive is en dus ook te bezoeken is via de mobiel.



## **Logo design**

Zoals je bij eerdere designs voor mijn website had kunnen zien, stond er een logo van mijn naam rechts onderin. Hiermee heb ik ook wat designs gemaakt om te kijken wat erbij past. Uiteindelijk is het wit/zwarte logo eruit gekomen wat ook op de website past.

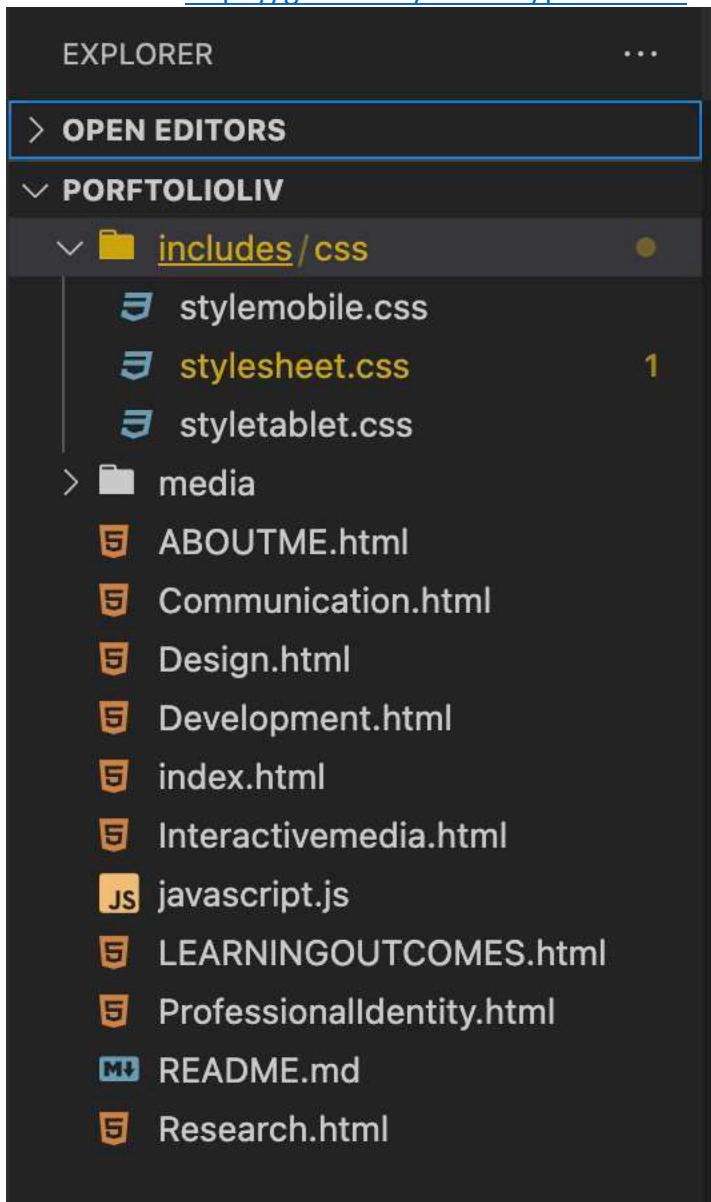


## **Development**

Voor mijn portfolio heb ik met HTML, CSS en JS een website gemaakt. Alle iteraties kun je terugzien in commits in Git.

Link naar website: <http://i505851.hera.fhict.nl/portfolio/>

Link naar Git: <https://git.fhict.nl/I505851/porftolioliv>



## **Feedback**

**Feedback Guido portfolio:** geef aan dat je pagina verder scrollbaar is, bij de leeruitkomsten aangeven dat je verder kan klikken naar een pagina/pdf waar het project dan staat uitgeschreven. De achtergrond is nog vrij leeg, probeer hier iets meer mee te doen en misschien is het leuk om de rode kleur terug te laten komen als koptitel en speel hier ook mee. Je bent goed op weg. Je kan gerichte vragen stellen aan de docenten waar je een review bij hebt.

**Feedback Anke portfolio:** Double life poster, geef in dat kleine stukje aan wat je hiervan hebt geleerd. Brand a band, geef een kleine introductie van wie de band is en hoe dit terugkomt in het design. UX design, geef aan hoe dat je je invalshoek heb laten terugkomen, de research kan je onder 2 kopjes verdelen (CTA en onderzoek, CMD method). Communicatie kan je voor de groep/docent communicatie en vergelijken een apart kopje maken.

**Feedback Guido portfolio:** Het is prima dat alles in een groot document staat, goed dat er gelijk gelinkt wordt naar de pagina waar je op klikt ook. Zet bij elk kopje neer wat/wie het is, wat je hebt gemaakt en wat je er uiteindelijk van hebt geleerd: zo zien we in één oogopslag wat het project inhield en als we twijfelen we naar het bestand kunnen gaan. Houd het wel bij alleen de hoofdlijnen zodat er niet een groot stuk tekst staat.

**Feedback Anke portfolio:** Je kan bij elk kopje de inhoud en je leerproces even apart zetten, bv met een enter voor duidelijkheid. Zet in het document alles in chronologische volgorde: onderzoek - design - feedback, onderzoek - nieuw design van de feedback - feedback etc.

Deze feedback heb ik allemaal tussendoor aangepast bij wat er allemaal al stond. Daarom staat het als laatste aangegeven aangezien het kleine dingen zijn in de documentatie vooral. Met deze feedback ben ik verder gegaan aan het document.

**Feedback review1:** Liv, je portfolio bevat een aantal deelproducten die we zouden verwachten in dit stadium. Wat ik nog mis is: - een onderbouwing op basis van theorie - een methodiek die ideaal gezien getrianguleerd is (DOT framework) - een validatie 'in de praktijk' (waar mogelijk) - een reflectie. (**YELLOW**)

**Feedback review2:** Allereerst: tof design en interacties op je portfolio! De double life poster heeft iteraties, goed bezig. Zorg dat je meer interactieve producten gaat maken en je dus prototypes maakt van de website voor Autoverhuur Curacao; ik zou zelfs aanraden dat iedereen in je groep dat doet.

Je Brand a Band werk onder design heeft iteraties, dat zien we graag. Je uitwerkingen zien er daarnaast professioneel uit en je presenteert ze duidelijk in je PDF met argumentatie. Zorg dat je je "goedkope" versie voor de Autoverhuur website ook een prototype maakt. Wellicht heb je nog iteraties die je daar in kunt laten zien of wat user research? Zorg dat je die card sorting techniek ook bij je leeruitkomst "Research" neerzet; echt sterk. Je mag gerust de Figma linken in je PDF zodat we het prototype kunnen zien. Je hebt veel onderzocht en ook verschillende kleine website componenten onderzocht; daaruit blijkt een onderzoekende houding.

Je laat communicatie zien met de stakeholder, dat is goed. Laat meer communicatie zien; bijv ook tussen groepsleden. Ik kan je pagina voor Professional Identity niet zien: <https://i.imgur.com/CbPLNox.png> Links to an external site.

Je portfolio 'loopt' niet helemaal lekker qua UX. Als ik in een leeruitkomst zit moet ik → menu → scroll → klik naar de volgende. Misschien kun je dat nog even user testen 😊. Daarnaast: comprimeer je PDF eventjes; duurt vrij lang om te laden. (**GREEN**)

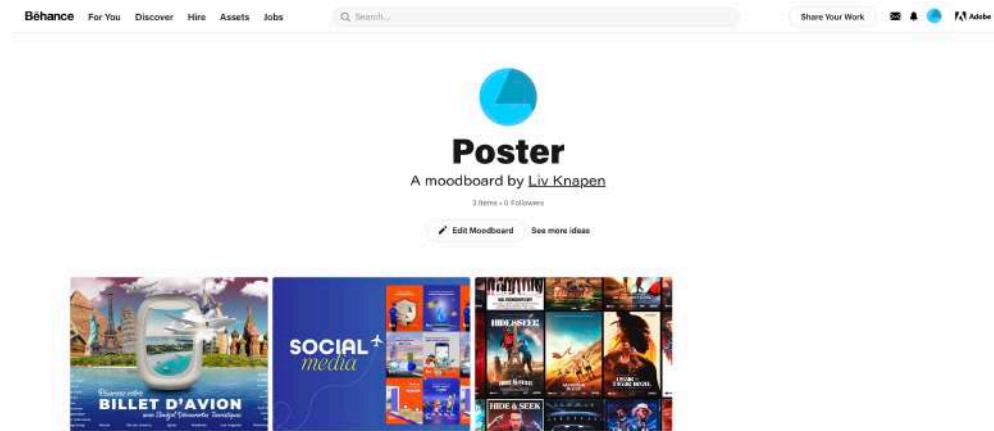
### **Feedback review3:**

Ik vind het eigenlijk heel sterk, hoewel we nu alleen het 'masterdocument' zien. Wat ik nog soms mis is de 'why' van je keuzes, en andere keren ben je daar goed in. Er zijn wel eens dingen zonder bronvermelding in je document, let daarop. Zeker met de site erbij vind ik het echt heel sterk, maar zorg wel dat je dus bronnen benoemt en ons meeneemt in het proces. Er zitten soms echt gaten in waardoor je proces moeilijk te volgen is. Connectie icoontjes en startscherm. algemeen feedback, letterlijk er in gezet, korter en wat doe je ermee. Interactieve media: double life challenge zou ik bij design zetten. wat doen de pijltjes op je portfolio. Interactieve media: beschrijving jouw prototype, onlogisch structuur document. user test, korte beschrijving portfolio let op je schrijfwijze. User test document: scenario's zijn taken en geen scenario's. Laat meerdere personen alle scenario's testen, ik mis een conclusie. waarom staat de user test van filters er niet in en Cardsorting: is goed, maar wat kun je ermee? dev: zorg voor een readme (staat ook in feedback). wat doe je met de feedback. Welke stappen heb je gemaakt? dev portfolio wat ga je met de pijltjes doen. Design: vergelijken sites, ik mis een conclusie wat kun je ermee voor jullie site. Design op dit moment in orde. Research: conclusie voor vergelijking sites. Card sorting te minimaal, wat is je conclusie. Filter test: hoeveel mensen? Niet duidelijk hoe je hebt getest: A/B -test? Communicatie mis ik reflectie bij contact met Ian etc.. Je doet dit algemeen, ik zie het liever per project dan is het specifieker. Goed stuk bij prof. identity! (**GREEN**)

## DOUBLE LIFE POSTER

### Inspiratie

Voor inspiratie ben ik gaan kijken op behance.net waar ik uit kwam bij een paar poster ideeen waar ik een goed beeld bij kreeg wat ik precies wilde gaan maken. Ik vond het idee van een vliegtuigraam wel vet om te gebruiken. Hiermee ben ik dan ook verdergegaan.



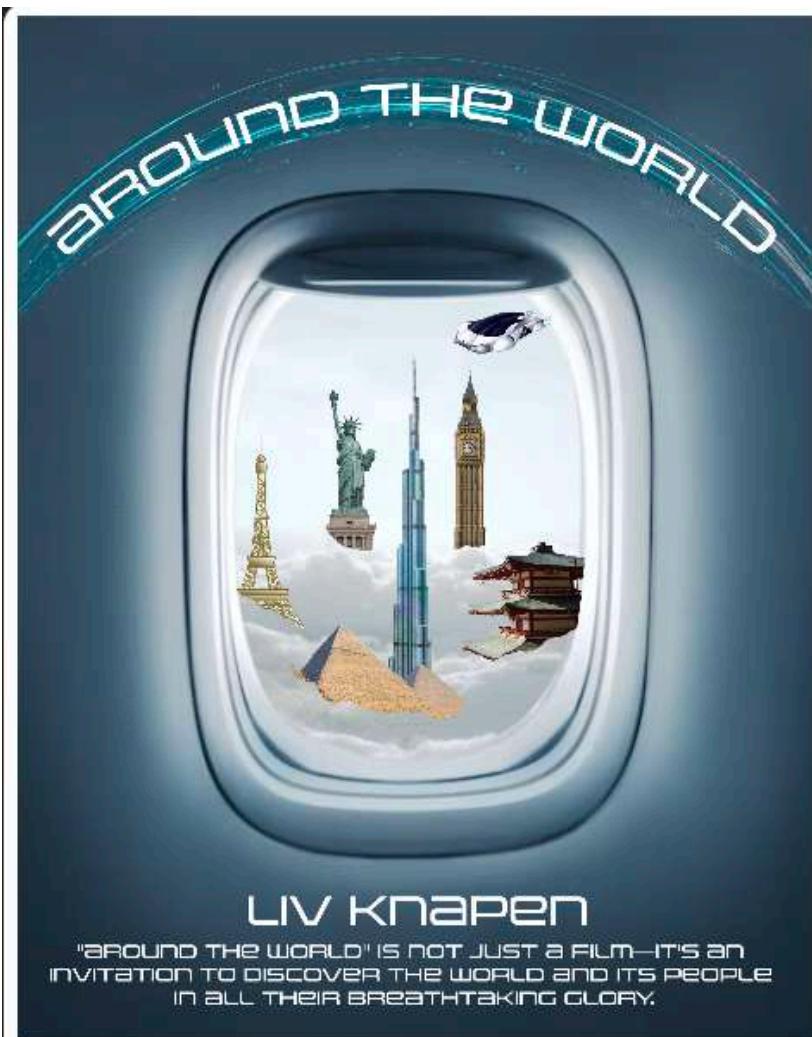
### Iteraties

Bij het maken van mijn filmposter ben ik begonnen met een vliegtuigraam waar ik in de achtergrond allemaal grote gebouwen van grote steden wilde terug laten komen. Ik heb allemaal foto's opgezocht van bekende gebouwen in grote steden over de hele wereld. Door de verschillende iteraties door had ik de gebouwen eerst heel plat op de voorgrond staan. Uiteindelijk heb ik deze een beetje tussen de wolken gezet en als laatste een titel, datum en kleine intro in gezet.



## **Resultaat**

Een poster over het rondreizen van de hele wereld met het vliegtuig. Door het vliegtuigraam zie je een aantal grote gebouwen die in landen/steden staan die ik graag een keer wil gaan bezoeken.



## **Feedback poster**

**Feedback Jo-An:** de styles capes zijn allemaal verschillend, elke geeft wel een gevoel. De double life poster was goed bedacht, het vliegtuigraam was nog niet direct duidelijk door de tekst erboven maar het stoort niet. Tip: de gebouwen hadden anders geschaald kunnen worden waardoor het een betere verhouding kan krijgen.

## **BRAND A BAND**

### **Communicatie van de groep**

In het begin hebben we als groep een groepsapp aangemaakt zodat we elkaar makkelijk konden bereiken. Elke dag zagen we elkaar en hadden we een standup zodat we wisten waar iedereen mee bezig is en bezig mee gaat zijn.

### **Styleguides argumentatie**



Argumentatie: door de kleuren roze en blauw te gebruiken, krijg je een lichte indruk die een zachte uitstraling geeft. Het font is een beetje grof dat uitstraalt dat het rebels is.



Argumentatie: door de fotoshoot, ben ik kleuren gaan mengen met geel. Deze drie kleuren komen er sterk uit en geven een retro look, wat ook de uitstraling is van de outfits. Het font is een dikker lettertype en laat de naam er goed uitkomen.



Argumentatie: door 'Spijbelaar' krijg je het gevoel van jongeren die rebels zijn -> graffiti sputten, art maken. Door het font 'Urban sign' te gebruiken, krijg je ook het idee dat het met graffiti is gedaan, dit geeft een urban look en dus bij jullie naam past. De kleuren rood en blauw zie je veel terug bij Amerikaanse scholen wat dus terugvalt bij spijbelen uit de les. Het is ook een sterk contrast.

## **Groupfeedback**

-Voor donderdag moet de stylescapes af zijn, dan gaan we ze vergelijken en samenvoegen en vervolgens opsturen naar Ian voor feedback. Op basis van de feedback kunnen we nog eventueel aanpassingen maken. Liv heeft een bericht naar Anke gestuurd voor het nummer van Ian zodat we met hem contact kunnen opnemen.

-Vandaag hebben we de team charter opgesteld en ingeleverd. Op basis van de feedback op de stylescapes hebben we nog wat dingen verbeterd en anders uitgewerkt. Qua planning zitten we goed op weg. We gaan ook een mail sturen naar Ian voor de foto's van de fotoshoot en de verdere communicatie

Let op dat als je dingen gaat designen/uitwerken, dat je vanuit hetzelfde vertrekpunt gaat.

Maak samen een keuze hoe je de artiest positioneert en ga dan itereren. Variatie is goed, maar je moet het wel uit kunnen leggen. Zorg ook voor onderbouwing van je keuzes en durf de letterlijke input los te laten!

-Vandaag hebben we de stylescapes samen met de argumentatie in een document gezet om op te sturen naar Ian. Op basis van zijn feedback zullen we een definitieve versie maken. Als we voor morgen middag nog geen reactie hebben, zullen we een begin maken aan de structuur van de brand guide.

Goed bezig! Hou er rekening mee dat artiesten soms lastig te bereiken zijn (of niet altijd even snel reageren). Verras ze eventueel met een 'out-of-the-box' idee (artiesten weten ook lang niet altijd zelf wie of wat ze zijn: geef gevraagd en ongevraagd advies!)

-Feedback Lody: bij elke stylescape komt er wel iets terug wat jullie kunnen gebruiken. Je kan de band vragen om wat te doodelen, dit zou je dan kunnen gebruiken voor een foto bij de fotoshoot. Ga zelf ook wat doodelen/schrijven/tekenen, dit maakt het ook eigen. Ga alle elementen die bij elkaar passen, samenvoegen in een stylescape en argumenteer ook waarom je hiervoor kiest. Ze geven het gevoel van juist niet op te letten in de les, dus uit verveling bv tekeningen gaan maken in hun schrift of lesboek. Door de fotoshoot met de kleding, lijkt het op een japanse school en geven ze een uitstraling hiervoor.

Met deze feedback zijn we verdergegaan met designen. Hierbij hebben we de band ook gevraagd om doodles te maken en te sturen. Bij elke stylescape heb ik een argumentatie bijgezet zodat het ook duidelijk is voor andere mensen waarom ik hiervoor heb gekozen. Verder gaan we experimenteren met doodles, foto's en inspiratie vanuit hun perspectief.

### **CD-cover**

Door een foto van hun op de voorpagina te zetten met de band naam, krijg je gelijk een persoonlijke uitstraling van de cd-hoes en weet je gelijk wie ze zijn. De doodles op de cd zelf komen dan weer terug van het rebelse.



### **Photoshop**

Ik heb hun eigen foto gebruikt van de photoshoot. Op de gele achtergrond heb ik doodles gezet wat voor een rebelse uitstraling zorgt, dit past ook bij hen als band.



## Brandguide

De brandguide is samengesteld met hoe het logo, de kleuren en het lettertype gebruikt mag worden als band.

**Page 1: Logo & Visual Identity Guidelines**

- Logo Specifics**
- Clear space**
- Logo variation**
- Background**
- Colour Specifications**
- Typography in Use**
- Logo Best Practices**

**Page 2: Logo & Visual Identity Guidelines**

- Logo Specifics**
- Clear space**
- Logo variation**
- Background**
- Colour Specifications**
- Typography in Use**
- Logo Best Practices**

**Page 3: Logo & Visual Identity Guidelines**

- Logo Specifics**
- Clear space**
- Logo variation**
- Background**
- Colour Specifications**
- Typography in Use**
- Logo Best Practices**

**Page 4: Logo & Visual Identity Guidelines**

- Logo Specifics**
- Clear space**
- Logo variation**
- Background**
- Colour Specifications**
- Typography in Use**
- Logo Best Practices**

**Page 5: Logo & Visual Identity Guidelines**

- Logo Specifics**
- Clear space**
- Logo variation**
- Background**
- Colour Specifications**
- Typography in Use**
- Logo Best Practices**

**Page 6: Logo & Visual Identity Guidelines**

- Logo Specifics**
- Clear space**
- Logo variation**
- Background**
- Colour Specifications**
- Typography in Use**
- Logo Best Practices**

**Page 7: Logo & Visual Identity Guidelines**

- Logo Specifics**
- Clear space**
- Logo variation**
- Background**
- Colour Specifications**
- Typography in Use**
- Logo Best Practices**

### **Presentatie tussendemo**

Voor de tussendemo hebben we een presentatie gehouden met alles wat we tot nu hebben gemaakt en bedacht voor de band.



### **Feedback tussendemo**

-Vandaag hebben we onze presentatie voorgedragen aan de klas en Ian (ons contactpersoon uit de band), de presentatie ging goed en we hebben er wat feedback uit kunnen halen wat we kunnen toepassen voor de komende paar weken. De volgende punten kwamen naar voren: De designs mogen meer extreem zijn, het is voor de komende projecten handiger om eerst een doelgroeponderzoek te maken, voordat je begint met designen. Ook kunnen we veel informatie al uit de band halen, zoals wat volgends hen de doelgroep is, en wat hun verhaal achter de band is. De planning voor de komende weken was ook niet concreet genoeg dus hier kunnen we ook verbetering in brengen. Ten slotte kunnen we de powerpoint presentatie wat meer out of the box maken.

Met deze feedback gaan we verder met designen, wat meer out of the box. We hebben meer informatie nodig van de band, hiervoor hebben we een meeting gepland zodat we wat dingen kunnen vragen. Hierdoor krijgen we een beter beeld over hoe hun denken over de band.

### **Logo design**

Voor het logo heb ik wat dingen uitgeprobeerd met het maken van een 3d logo. Dit geeft wat meer uitstraling op bijvoorbeeld merch.



## **Merch design**

Het logo wat ik heb gemaakt voor op de merch.



De band gaf aan dat ze het idee leuk vonden van 'spijbelaar' met de typefout.



### **Groupfeedback**

-Vandaag hebben we feedback gekregen op de content strategie. De feedback die we ontvangen hebben was om nog wat meer voorbeelden te maken en nog wat beter te onderbouwen waarom we voor bijvoorbeeld de tone of voice hebben gekozen. Verder gaan we deze week nog wat mockups maken, de presentatie voorbereiden voor vrijdag en we willen misschien nog een paar brand tests uitvoeren.

### **Merch design**

De band gaf aan dat ze het idee leuk vonden van ‘spijbelaar’ met de typefout. Dit is nog een met een dikker lettertype.



Er werd een doodle doorgestuurd zonder content. Deze heb ik ook op de merch gezet en eronder bammetje gezet. Dit is voor de echte fans die weten dat het van de band is.



Ook het kleine logo op de merch wat snel herkenbaar kan zijn voor fans.



### Lp-design

Voor de band heb ik een aantal lp's gemaakt. Ze wilde graag de speelse kant op en minder rechte lijnen, hierdoor heb ik zelf een soort design gemaakt.



Dit design heb ik gemaakt met inspiratie van DoeMaar, aangezien ze dit bij hun vinden passen.

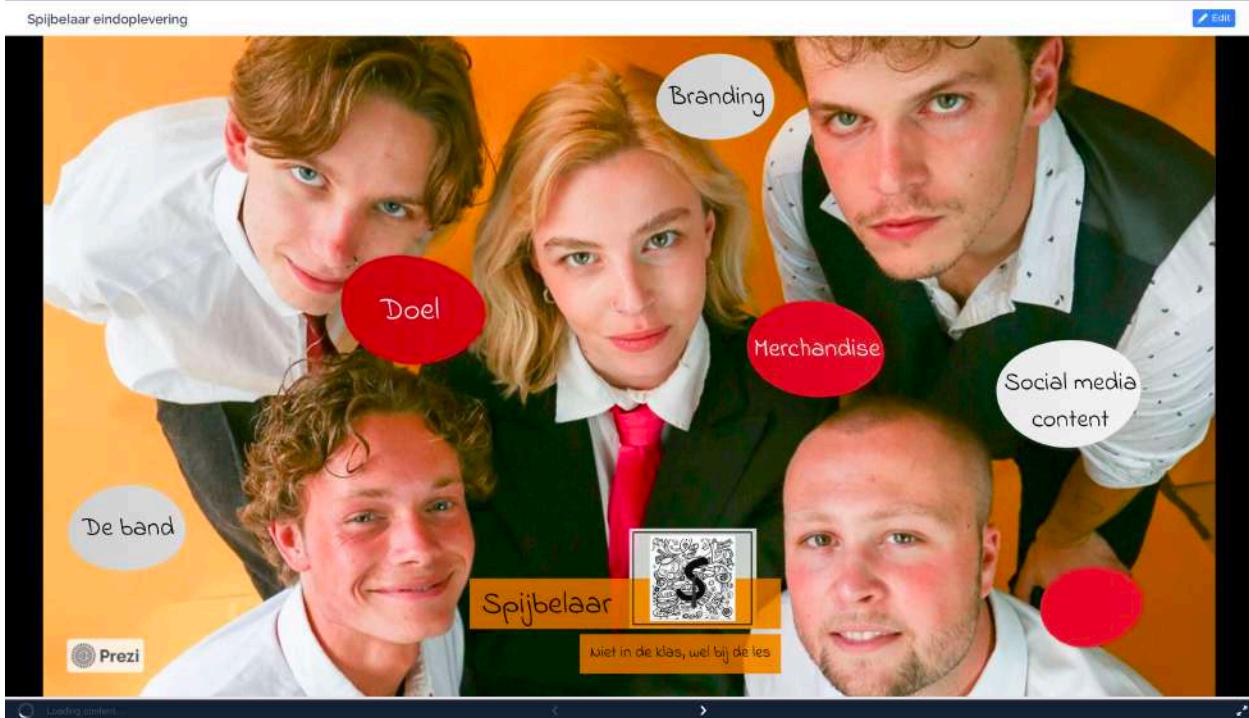


Deze foto hadden ze zelf als op hun Soundcloud gebruikt waarbij ik deze als afbeelding heb gebruikt op een lp-hoes.



## **Presentatie einddemo**

Voor de einddemo hebben we de presentatie bijgewerkt en gehouden met alles wat we hebben gemaakt en bedacht voor de band d.m.v. de feedback van de vorige keer.



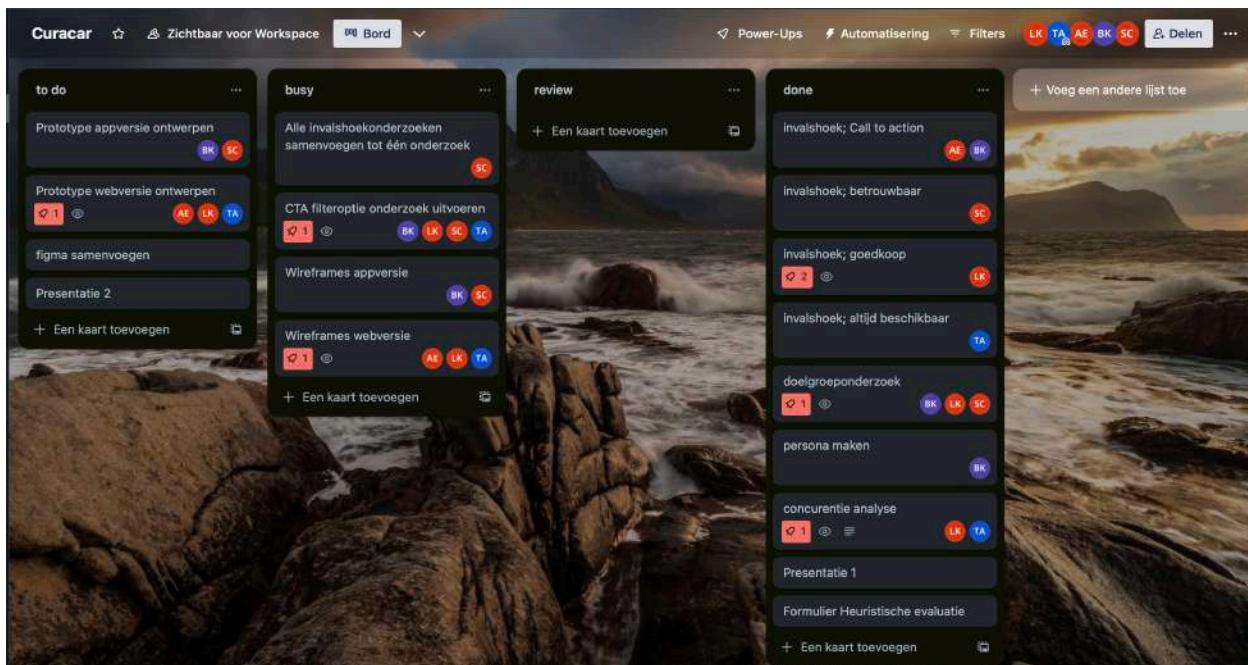
## **Feedback einddemo**

-De feedback was duidelijk, voor de volgende keer gaan we qua presentatievaardigheden zorgen dat er een betere start is van de presentatie. Ook moeten we een groepsnaam bedenken zodat het duidelijker is dan dat we zeggen dat we groep 3 heten. Voor de inhoud moeten we nog meer de balans vinden met wat we willen vertellen, met name de balans van rauwe data over balans en de balans van eindresultaat over proces.

## UX-design

### Communicatie met de groep

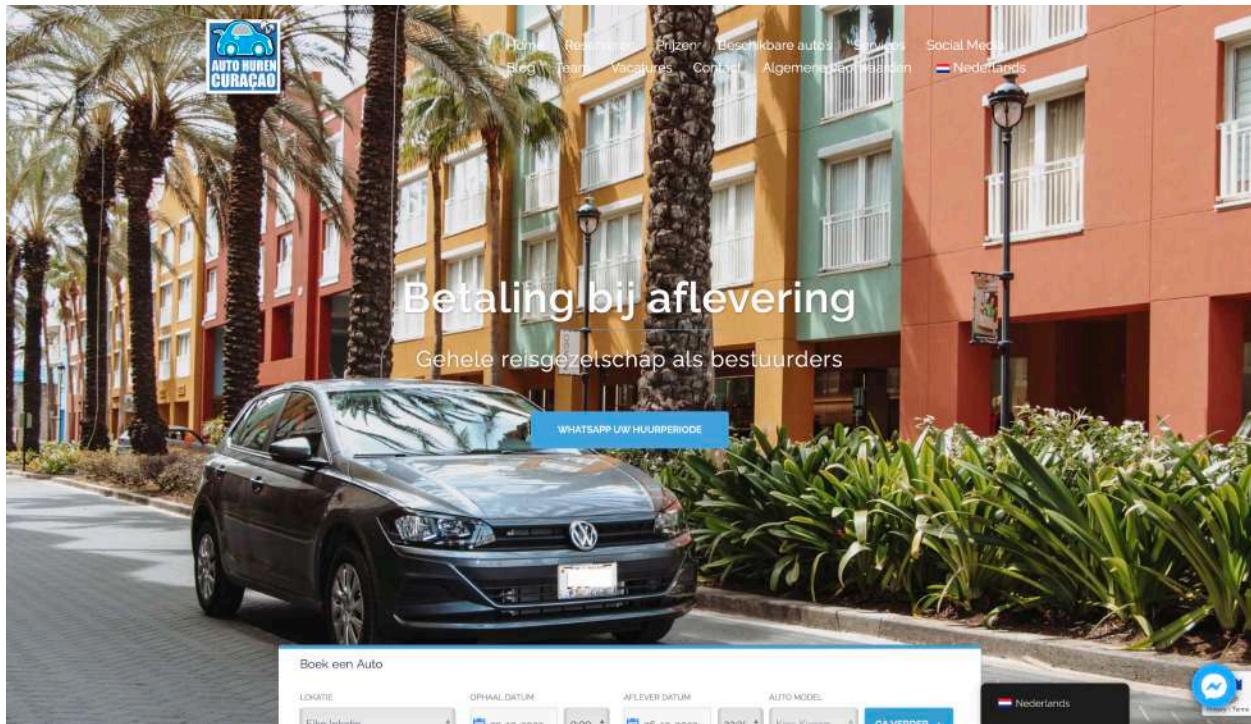
In het begin hebben we als groep een trello bord gemaakt waar we bijhouden wie wat doet en heeft gedaan. Dit zorgt voor een duidelijke planning en hierdoor weet iedereen wat de planning is. We hadden ook goed contact via Whatsapp waar we de feedback en planning met elkaar deelden.



Door alles wat we gemaakt hebben in een gedeeld figma bestand te zetten, kan iedereen elkaar werk zien en bijhouden wat er gemaakt wordt en nog gemaakt moet worden. Dit is ook handig als er werk wordt verdeeld, iedereen dezelfde elementen kan gebruiken zodat het een groot en goed geheel wordt.

## Research websites

Voordat ik begon met het designen van de website voor autohurenincuracao.nl, heb ik onderzoek gedaan naar verschillende websites. Dit zorgt ervoor dat je een beeld krijgt met wat er belangrijk is om op een pagina neer te zetten en wat de CTA's zijn op een website.



In dit onderzoek heb ik twee verschillende website onderzocht met allebei, drie vragen waarbij ik de websites goed kan ontleden en hier informatie uit kan halen wat we voor ons design kunnen gebruiken en wat er dus veel wordt gebruikt.

**De websites:** concurrent/vergelijkbaar bedrijf (sunnycars) en een verhuurwebsite (bed and breakfast).

**De onderzoeks vragen:** Wat valt op? (Call to Action), Hoe naveer je door de site heen?, Hoe is de structuur/opbouw van de website?

## 1. Concurrent/Vergelijkbaar Bedrijf

<https://www.sunnycars.nl/auto-huren/spanje/>

The screenshot shows the Sunncars.nl website's search interface for car rentals in Spain. The top navigation bar includes links for 'Zorgeloze autohuur', 'Autohuurbestemmingen', 'Autohuurtips', 'Reisinspiratie', and 'Klantenservice'. The main search form is titled 'Auto huren in Spanje' and features a yellow button labeled 'ALLES IS GEREGELD!' with the text 'Zelfs gratis annuleren tot 1 uur voor huuraanvang'. The search form includes fields for 'Ophalen' (pick-up location 'Spanje'), 'Ophaaldatum en -tijd' (pick-up date 'dinsdag 24 oktober 2023' at 10:00), and 'Inleverdatum en -tijd' (return date 'dinsdag 31 oktober 2023' at 10:00). To the right of the search form, there is a list of five benefits: 'All-in autohuurformule', 'Alle verzekeringen inbegrepen', 'Terugbetaling eigen risico bij schade', 'Gratis annuleren', and '24/7 Nederlandstalige support'. Below the search form, there are logos for ID card, Directcar, VISA, American Express, and Mastercard.

Homepage < Auto huren Je bent nu hier: Spanje

### Een zorgeloze auto huren in Spanje

Wil je een auto huren in Spanje? Una muy buena idea! Spanje is niet voor niets een populair



### - Wat valt op? (Call to Action)

Het gele blok dat valt gelijk op, dit is alleen geen knop dus je kan hier geen actie mee ondernemen. Daarna het op dat je gelijk een formulier krijgt met wat je in kan vullen om een auto te kunnen huren en de roze knop eronder om het op te zoeken. De roze knop komt op elke pagina terug als je naar de volgende stap wilt gaan.

Auto huren in Spanje

Profiteer van onze all-inclusive voordelen!

**ALLES IS GEREGELD!**

Zeifs gratis annuleren tot 1 uur voor huuraanvang

Ophalen  
Marbella

Ophaallocatie  
Alle ophaallocaties

Inleveren op  
Dezelfde locatie      Andere locatie...

Ophaaldatum en -tijd  
dinsdag 24 oktober 2023      10:00

Inleverdatum en -tijd  
dinsdag 31 oktober 2023      10:00

Zoek huurauto's

Aangesloten bij  

## - Hoe navigeer je door de site heen?

Als je het formulier hebt ingevuld en klik op zoeken, dan krijg je een hele lijst gelijk aangeboden en komt de roze button weer terug als CTA om deze auto te gaan reserveren. Bovenaan zie je ook welk proces je moet doorlopen en bij welke stap je nu bent. De roze knop komt steeds terug en dit geeft dus duidelijk aan als je klaar bent om naar de volgende stap te gaan, dat je daar op moet klikken. Als je ook op de bestelpagina's zit, heb je zo min mogelijk afleiding door andere linkjes die op de homepagina bijvoorbeeld wel staan.

The screenshot illustrates the Sunny Cars reservation process across three main stages: Kies huurauto (Choose car), Reisdetails (Travel details), and Samenvatting (Summary). The process starts with a search for a Ford Ka in Marbella from October 24 to 31, 2023. The results show two options: a Ford Ka (Small - Standard) and a Seat Mii (Small - Standard). Both cars are offered with an 'All-in' formula. The Ford Ka option includes air conditioning, extra driver, online check-in, and all-inclusive services, with a total price of €202. The Seat Mii option includes air conditioning, extra driver, online check-in, and all-inclusive services, with a total price of €208. The summary stage provides a detailed breakdown of the reservation, including the car model, rental period, pick-up and drop-off locations (Marbella, Stadskantoor), and the breakdown of the total price (€202).

## Verder naar persoonlijke gegevens



RENT A SMILE **SunnyCars** Reisdetails

023 - 5 699 696 NL ▾  
Tot 20:00 Maartseweise

24/7 support Zorgeloos huren Klantbeoordeling 4.6/5 Gratis annuleren

Kies huurauto Reisdetails Persoonlijke gegevens Samenvatting

### Persoonlijke gegevens

Vul hieronder je persoonlijke gegevens in om de reservering compleet te maken.

E-mailadres  Op dit e-mailadres ontvang je alle documenten die je nodig hebt om de huurauto op te halen.

Heb je een kortingscode? ▾

**Hoofdbestuurder**

Ben jij de hoofdbestuurder?  Ja, ik rij  Nee, iemand anders...

Om de waarborg te voldoen heeft de hoofdbestuurder bij het ophalen van de huurauto een creditcard (met pincode) op eigen naam nodig.

Hoe oud ben je?  Tussen 25 en 69  Anders...

Val je niet binnen de leeftijdsgrens die hierboven staat aangegeven? Vul dan de juiste leeftijd in om te zien of het mogelijk is deze auto te huren en of er eventueel extra kosten zijn die je ter plaatse moet voldoen.

**Small Standard**  
Ford Ka of soortgelijk  
2 □ 1 □ 2  
Airconditioning  
Extra Bestuurder  
Online Check-in  
Waarborg: € 250 met creditcard op naam van de hoofdbestuurder  
✓ All-inclusive

Ophalen  
dinsdag 24 oktober 2023, 10:00  
Marbella  
Stadskantoor

Inleveren  
dinsdag 31 oktober 2023, 10:00  
Marbella  
Stadskantoor

**Totaalprijs Sunny Cars**  
All-in huurauto € 202  
ConciergeService via Sunny2go Flesservice inbegrepen  
**Totaal** € 202

## - Hoe is de structuur/opbouw van de website?

Op de header zijn de tabs overzichtelijk, onder elke tab zijn er veel dingen verdeeld waardoor je sneller weet waar je moet zoeken.

The first screenshot shows the top navigation bar with tabs: Zorgeloze autohuur, Autohuurbestemmingen, Autohuurtips, Reisinspiratie, and Klantenservice. The second screenshot shows a similar header with tabs: Zorgeloze autohuur, Autohuurbestemmingen, Autohuurtips, Reisinspiratie, and Klantenservice. Below the header is a table comparing various services offered by Sunny Cars, such as Standard coverage, Additional services, Extras and accessories, Sunny2go, and Quality guarantee, against standard coverage like CDW, TP, WA insurance, etc. The table includes descriptions and icons for each service.

Standard coverage included at Sunny Cars	Standard coverage	Description
Aanvullende services	Diefstalverzekering (TP)	Free cancellation up to 1 hour before booking
Extra's en accessoires	Extra WA-verzekering	No change fees
Sunny2go	Terugbetaling eigen risico	Local tax
Kwaliteitsbelofte	Glas-bandens-bodem-dakschadebedekking	Airport delivery costs
	Ongelimiteerde kilometers	Breakdown assistance
	Eerlijke tankregeling	Loss of and damage of the car key and/or papers
	24/7 noodnummer	Reimbursement of breakdown costs

Je hebt gelijk een formulier in het zicht zodat je gelijk kan invullen om een auto te huren. Ook direct de voorwaarden die het bedrijf aanbiedt die belangrijk zijn om te weten.

The screenshot shows a search form for renting an all-inclusive car. The user has selected 'Marbella' as the pick-up location and 'Alle ophaallocaties' as the drop-off location. The pickup date is set for Tuesday, October 24, 2023, at 10:00, and the return date is set for Tuesday, October 31, 2023, at 10:00. Below the form, a list of service highlights is displayed:

- All-in autohuurformule**  
Helder en transparante all-inclusive prijs
- Terugbetaling eigen risico bij schade**  
Dus geen extra verzekering ter plaatse afsluiten
- 24/7 Nederlandstalige support**  
Uitgebreide service voor, tijdens en na je vakantie
- Alle verzekeringen inbegrepen**  
Zelfs dekking van glas-bandens-bodem-dak schade
- Gratis annuleren**  
Tot één uur voor huuraanvang

At the bottom of the page, there is a note: "Lees alles over onze all-in autohuurformule".

Hierna vind je wat meer informatie over wat het bedrijf allemaal voor je regelt en bied voor als je een auto gaat huren. Ook de reviews die andere mensen hebben achtergelaten over het huren van een auto bij dit bedrijf. Als laatste hebben ze een aantal blogs, tips en inspiratie die je kan lezen over jouw vakantiebestemming.



- Ontdek de zonnige kant van autohuur.**
- ✓ All-in autohuur. Écht alles inbegrepen
  - ✓ Geen gedoe ter plaatse
  - ✓ Gratis annuleren tot 1 uur voor huuraanvraag
  - ✓ Zorgeloos reisplezier op meer dan 8.000 locaties in 120 landen
  - ✓ Ruim 30 jaar specialist in autohuur

## Wij regelen de autohuur van A tot Z.

Dan kun jij het loslaten.

Met een huurauto van Sunny Cars rijdt je pas echt zorgeloos tijdens je vakantie. Want vakanties zijn er om los te laten en niet om je zorgen te maken over je huurauto. Daarom regelen wij alles voor je. Van de verzekeringen, de terugbetaling van je eigen risico tot onze 24/7 Nederlandse klantenservice. Ons team van autohuurexperts helpt je graag op weg bij het maken van je reservering maar ook tijdens en na de autohuur zijn we er dag en nacht voor je, in het Nederlands.

Verborgen kosten, daar houden wij niet van. Daarom is de prijs supertransparant. Zo weet jij vooraf precies waar je aan toe bent en is er bij het ophalen en inleveren van je huurauto geen gedoe. Annuleren is gratis tot 1 uur voor huuraanvraag. Dus parkeer je zorgen. Geniet van die mooie, ongelimiteerde kilometers en ontdek waar de weg je brengt.

All-in autohuur volgens Sunny Cars >

## All-inclusive autohuur.

Vooraf al weten dat er ook achteraf geen gedoe is.

Echt alles wat je nodig hebt is inbegrepen bij onze all-in autohuurformule. Onbeperkte kilometers en een aparte



## We love creating smiles.

Dit zeggen onze klanten over ons op Trustpilot en eKomi.

**Silvy&Ramon**  
★★★★★  
Vlotte afhandeling bij...  
Vlotte afhandeling bij ophalen/terugbrengen voertuig. Voertuig was netjes en technisch in orde. Geen wachttijden.

MA, 3 OKT 2023

**Joop Smorenburg**  
★★★★★  
Zekerheid  
Sunny Cars geeft mij de zekerheid dat er geen extra producten worden aangeboden bij het ophalen van de auto. Alles is inclusief.

MA, 9 OKT 2023

**J. Butter, Putten**  
★★★★★  
Bij het ophalen van de auto moesten we...  
Bij het ophalen van de auto moesten we erg lang in de rij staan; Hertz had meer personeel nodig. De auto was prima en het terugbrengen ging heel goed. Met mijn Apple Car Play kon ik het KIA-navigatiescherm gebruiken in het...

MA, 9 OKT 2023

**Karin**  
★★★★★  
Snelle service en vriendelijk ontvangen...  
Snelle service en vriendelijk ontvangen met een flesje koud water. Goede taxiservice. Geen gezur over extra verzekeringen. Prima ervaring!

MA, 9 OKT 2023

## Rondje Sunny Cars.

Met een huurauto op je eigen tempo op pad gaan om de leukste plekjes te ontdekken, met het fijne idee dat je all-in verzekerd bent. Dat is pas genieten! Op onze blog geeft ons team van autohuurexperts je volop tips & tricks rondom het ontdekken van je bestemming met een huurauto van Sunny Cars. Zo kun je heerlijk uitkijken naar een vakantie vol plezier, zorgeloosheid en avontuur. Rent a smile! [Lees alle blogs](#)

Reisinspiratie, autohuurtips en meer!



De ultieme checklist voor het ophalen van je huurauto >



7 x meest vergeten items in een huurauto >



Een Italiaans autohuurcontract: Let op deze termen >



Een Frans autohuurcontract: Let op deze termen >

Direct naar de blogs over ...

AMERIKA AUSTRALIE BONAIRE CANADA CURAÇAO  
FRANKRIJK GRIECHENLAND ITALIE KROATIE PORTUGAL  
SPANJE ZUID-AFRIKA

Op de footer van de website kan je snel dingen zoeken wat je nodig hebt. Overzichtelijke tabs die je nodig hebt.

The screenshot shows the footer section of the Sunny2go website. At the top, there is a search bar with the placeholder "Waar ben je naar op zoek?" and a magnifying glass icon. Below the search bar, a teal-colored sidebar contains several links:

- Klantenservice
- Meestgestelde vragen
- Zelf regelen via je account
- Schade melden
- Alles over Sunny2go

At the bottom of the sidebar, there is a link to a newsletter sign-up form with the text "Schrijf je in op onze nieuwsbrief!" and a note "En ontvang handige tips en inspiratie rondom autohuur op vakantie." To the right of the sidebar, there are icons for social media platforms: Facebook, Instagram, and Pinterest. At the very bottom of the page, there is a footer bar with links to "Algemene voorwaarden", "Privacy", "Cookies", "Colofon", "Copyright", "Werken bij", "B2B", "Pers", and "Over ons".

## 2. Verhuurwebsite

<https://www.bedandbreakfast.nl/nl/c/2750405/nederland>

The screenshot shows the homepage of bedandbreakfast.nl with a banner featuring a lighthouse and autumn foliage. The navigation bar includes links for NL, €, Inloggen, Registrer je B&B, and a search bar. A sidebar on the left lists top destinations like Gelderland and Noord-Brabant, and filters for room types (Kamertype), privacy (Privacy), and amenities (Voorzieningen). The main content area displays search results for 'Bed and Breakfast Nederland' with two listed options: 'SonneVallei op de Veluwe' (B&B Harderwijk) and 'Logan Landing Luxe Bed & Breakfast' (B&B Rilland). Each listing includes a photo, name, location, rating (9.9 and 9.8 respectively), and a 'BEKIJK B&B' button.

## - Wat valt op? (Call to Action)

De roze knop valt gelijk op om het formulier in te vullen en naar een b&b te gaan zoeken.



Ook krijg je gelijk een hele lijst met de beste beoordeelde b&b's in Nederland waar ook de roze knop terugkomt dat je gelijk kan gaan bekijken en boeken.

Home > Nederland

### Bed and Breakfast Nederland



Nederland is perfect voor je vakantie dicht bij huis! Het land staat bekend om de tulip, maar heeft ook mooie stranden waar je heerlijk tot rust kunt komen. Voor zowel de shop- en natuurliefhebber als de museumbezoeker heeft Nederland genoeg dingen om te bezoeken en dat allemaal vanuit je Bed and Breakfast Nederland.

2862 B&B's gevonden in Nederland

Sorteer op	Beoordeling ▾	Toon als	Lijst	Foto's	Kaart
			<b>SonneVallei op de Veluwe</b> B&B Harderwijk	Voortreffelijk 343 beoordelingen	9.9
			WiFi (gratis) · Fietsverhuur · Afsluitbare fietsenstalling · Vergaderruimte · BBQ-voorzieningen	Toon prijs	<b>BEKIJK B&amp;B</b>
			<b>Logan Landing Luxe Bed &amp; Breakfast</b> B&B Rilland	Voortreffelijk 151 beoordelingen	9.8
			WiFi (gratis) · Parkeren (Gratis) · Fietsverhuur · Vergaderruimte · Ontbijt met biologische producten · Ontbijt met eigengemaakte...	Toon prijs	

## - Hoe navigeer je door de site heen?

Je krijgt links van de website filters waardoor je gericht kan zoeken. Aan de rechterkant van de website heb je alle huisjes staan waar je doorheen kan kijken en op kan klikken om meer informatie te krijgen.

The screenshot shows the homepage of Bed and Breakfast Nederland. On the left, there's a sidebar with filters for 'Topbestemmingen' (Gelderland, Noord-Brabant, Noord-Holland) and various amenities like 'Kamertype' (Appartement, Gastenkamer, Vakantiehuis), 'Privacy' (Contactvrij verblijf, Prive badkamer, Eigen keuken, Eigen entree), and 'Voorzieningen' (Hot tub/Jacuzzi, Keuken, Parkeren (Gratis), Parkeren op eigen terrein, Sauna, WiFi (gratis), Zwembad, Huisdieren welkom). The main content area shows two B&B listings: 'SonneVallei op de Veluwe' (Rating 9.9, 343 reviews) and 'Logan Landing Luxe Bed & Breakfast' (Rating 9.8, 151 reviews). Each listing includes a photo, a brief description, and a 'BEKIJK B&B' button. At the bottom, there's a feedback invitation: 'Help ons Bedandbreakfast.nl verbeteren, klik hier om feedback te geven.'

Als je dan op bekijk b&b hebt geklikt word je doorgestuurd naar het huisje. Waarna je de datums invuld en naar de prijzen kan gaan kijken.

This screenshot shows the detailed page for 'SonneVallei op de Veluwe'. It features a large photo of the house, a 'Bekijk alle 18 foto's' link, and a map showing its location in Harderwijk, Nederland. Below the photo is a green button labeled 'CONTACTVRIJ VERBLIJF'. To the right, there's a sidebar with travel information ('Je verblijft bij SonneVallei op de Veluwe', 'Aankomst', 'Vertrek') and a pink button 'KIES DATA VOOR PRIJZEN'. At the bottom, it says 'Je reserveringsaanvraag is vrijblijvend' and 'Je hebt rechtstreeks contact met de B&B-eigenaar'. The overall layout is clean and professional, designed to guide the user through the booking process.

Wanneer wil je verblijven in SonneVallei op de Veluwe?

Beschikbare kamers

HemelsGeluk	Voorwaarden	Prijs voor 2 nachten
<ul style="list-style-type: none"> <li>Privé badkamer</li> <li>Kameroppervlakte 47 m<sup>2</sup></li> <li>Airconditioning</li> <li>WiFi</li> <li>TV</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inclusief ontbijt</li> <li>Niet roken</li> </ul>	€239.00 max. 2 pers.
<input type="button" value="Reserveringsaanvraag"/>		

Je verblijf bij SonneVallei op de Veluwe

HemelsGeluk (2 personen)

Prijs €239.00

Totaalprijs voor 2 nachten: €239.00

**RESERVERINGSAANVRAAG**

Ga verder om je gegevens in te vullen

Je reserveringsaanvraag is vrijblijvend

Inclusief ontbijt en toeristenbelasting

Je hebt rechtstreeks contact met de B&B-eigenaar

Hierna ga je de reservering aanvragen en vul je je persoonsgegevens in. Daarna verstuur je het door naar de eigenaar en neemt diegene contact met je op over de reservering.

bedandbreakfast.nl NL € Inloggen Registreren je B&B

**Vrijblijvende aanvraag**

Pas nadat de reservering door zowel jou als de eigenaar van 'SonneVallei op de Veluwe' bevestigd is, is deze definitief.

De B&B-eigenaar neemt zelf contact met je op over de reserveringsaanvraag en informeert je over de betaling. Het volledige bedrag voor je verblijf gaat rechtstreeks naar de B&B. Wel zo eerlijk!

**je reserveringsoverzicht**

SonneVallei op de Veluwe  
Harderwijk, Nederland

Aankomst	23-10-2023
Vertrek	25-10-2023
Kamers	HemelsGeluk
Aantal personen	2 personen
Aantal nachten	2 nachten
Totaalprijs	€239.00

**Jouw gegevens**

Aanhef	Voornaam
Achternaam	
Plaats	Nederland
+31	Telefoonnummer
E-mailadres	
Eventuele vragen of opmerkingen	

Schrijf je in voor de nieuwsbrief en ontdek unieke B&B bestemmingen

Help ons BedandBreakfast.nl verbeteren, klik hier om feedback te geven.

### - Hoe is de structuur/opbouw van de website?

De header is vrij leeg, je hebt niet echt knoppen om te bekijken, je aandacht gaat gelijk naar het zoeken van een B&B.

The screenshot shows the homepage of bedandbreakfast.nl. At the top, there's a large banner with a photo of a canal in Amsterdam at sunset, overlaid with the text '4 million B&B Rooms and Apartments'. Below the banner is a search bar with fields for 'Where do you want to go?', 'Arrival', 'Departure', '2 guests', and a pink 'Search' button. Underneath the search bar are three promotional sections: 'Worldwide Selection' (Stay in most Beautiful Places, in the Countryside, City or by the Sea), 'Personal Touch' (Feel at Home by Enjoying the Personal Touch of Unique B&Bs), and 'Quality Guaranteed' (with a feedback company logo).

Hierna volgen een aantal populaire B&B locaties, waarop je gelijk kan klikken om op die locatie iets te gaan zoeken en reserveren.

### Popular Bed & Breakfast Locations

Always a Bed and Breakfast, Everywhere you go



Daarna een aantal recommended B&B's.

## Recommended B&Bs

From Authentic Village Cottages to City Mansions



[See all B&Bs in Netherlands](#)

### Popular Bed and Breakfast Destinations

Bed and Breakfast Limburg  
Bed and Breakfast Zeealand  
Bed and Breakfast North Holland  
Bed and Breakfast Friesland

Bed and Breakfast North Brabant  
Bed and Breakfast Gelderland  
Bed and Breakfast Drenthe  
Bed and Breakfast South Holland

Bed and Breakfast Overijssel  
Bed and Breakfast Utrecht  
Bed and Breakfast Groningen  
Bed and Breakfast Flevoland

Een stuk informatie over hoe leuk het is om in een B&B te zitten.

### Discover the Charm of a Bed and Breakfast

#### B&B Hospitality

The Netherlands (Holland) is a small northwestern European country with a lot of world famous icons. The Beautiful flat landscape, the coastline with wide beaches and waving dune grass, impressive tulip fields and windmills offer unique sights. For a unique and local experience in the Netherlands you'll find charming B&B's on Bed and Breakfast Holland.

#### Historic Cities for an Unforgettable Weekend Break

Amsterdam is the capital of the Netherlands and well-known for its innovative architecture, canalside mansions, world-famous museums and vibrant nightlife. Rotterdam is the main port of Europe and known for bold, modern architecture with an amazing skyline. It is a trendy rightdile city, a sophisticated shopping city, and a hip artistic city. Great alternatives are Maastricht, The Hague, Utrecht, and Groningen.

#### Rich variety of Nature

Holland has a number of beautiful natural landscapes offering a stunning flora and fauna. Bed and Breakfast Holland offers charming B&B's at sea or in nature as your home base. Hoge Veluwe National Park is the largest nature reserve in the Netherlands and is known for its scenery. The Wadden Sea is a special coastal region placed on the World Heritage List, where you can walk across 'The Wadden'. Explore one of the breathtaking nature reserves by bike and book your stay at Bed and Breakfast Holland.

#### Holland is the Land of Water

More than 50% of the densely populated country is below sea level. In history the battle against the sea played an important role. The Delta Works (Deltawerken) is a series of projects in the southwest of the Netherlands to protect the land from the sea. Behind the coastline there are fascinating ways to explore the country from waterways, canals, lakes, and rivers. Giethoorn for example is a typically Dutch village where you can perfectly see how the Dutch love to live with and on the water.

#### Spend the night in a B&B

For a memorable stay in Holland you can find the most unique accommodations at Bed and Breakfast Holland. Get optimal service and hospitality. Tips from your host or hostess will guarantee you a unforgettable local experience!

En al laatste de footer waarbij je naar verschillende pagina's kan gaan en algemene informatie kan vinden.

Discover our unique B&B destinations

Name  Surname  Email address

[Bedandbreakfast.nl](#)

[B&B Owners](#)

[Popular Destinations](#)

[Apps](#)

[About us](#)

[Register](#)

[Bed and Breakfast London](#)

Booking a bed & breakfast from your

[Service & Contact](#)

[FAQ](#)

[Bed and Breakfast Dublin](#)

mobile or tablet? Download

[Job Offers](#)

[Start B&B](#)

[Bed and Breakfast Edinburgh](#)

Bedandbreakfast.nl's free apps:

[Blog](#)

Get it on Google play

Download on the App Store



© 2023 Bedandbreakfast.nl - All rights reserved [Terms and Conditions for Use](#) [Privacy & Cookies](#)

## ***Conclusie van de research naar website***

**De onderzoeksvragen:** Wat valt op? (Call to Action), Hoe navigeer je door de site heen?, Hoe is de structuur/opbouw van de website?

Conclusie: bij allebei de sites zie je als je op de site komt gelijk een blok waar je voor iets kan gaan huren. Dit is ook het doel van de bedrijven. Het gebruik van een felle kleur die goed opvalt bij de bedrijfskleuren, zorgt ervoor dat dit ook goed zichtbaar is als knop. Deze dingen worden dus vaak gebruikt bij verhuurbedrijven.

Als je eenmaal ook aan het bestellen bent, krijg je een tijdsbalk te zien zodat je als gebruiker ziet hoeveel stappen je moet doorlopen en waar je op dat moment bent.

De structuur die wordt gebruikt: overzichtelijke tabs, invulformulier, algemene informatie, recommended, recensies en een footer, zie je veel terugkomen en dus erg goed om te gaan gebruiken.

Dit gaan we allemaal meenemen in ons design zodat het doel van een auto huren zo snel mogelijk en gebruiksvriendelijk gebeurt. Daarbij ook de overige informatie die veel van belang is gaan we terug laten komen in ons design.

## **Onderzoek naar de invalshoek: goedkoop**

Als groep hadden we besloten om allemaal een eigen invalshoek te designen waarna we dit gingen testen bij users welke invalshoek als grootste terug moet komen dat mensen een auto gaan huren op deze website. Ik had de invalshoek: goedkoop. Hierbij heb ik dus eerst een onderzoek gedaan naar wat ervoor zorgt om een website ‘goedkoop’ te laten lijken zonder dat het eruit ziet als een scam. Bron: chatgpt

1. Duidelijke prijsvermelding: Zorg ervoor dat de prijzen duidelijk en transparant worden weergegeven. Vermijd verborgen kosten en geef een totaalprijs inclusief belastingen, verzekeringen en eventuele extra's.
2. Vergelijking functie: Laat gebruikers de prijzen van verschillende autoverhuurbedrijven vergelijken op jouw website. Dit helpt klanten om de beste deals te vinden en geeft de indruk van concurrentie.
3. Kortingen en aanbiedingen: Geef kortingen of speciale aanbiedingen weer op een opvallende manier, zoals een aparte sectie op de homepage. Toon bijvoorbeeld aanbiedingen voor vroegboekkortingen, weekendtarieven of langere huurperiodes.
4. Eenvoudige navigatie: Zorg voor een overzichtelijke en gebruiksvriendelijke website. Klanten moeten makkelijk kunnen vinden wat ze zoeken. Gebruik duidelijke menu's en zoekfuncties.
5. Klantrecensies: Toon positieve klantbeoordelingen en getuigenissen om vertrouwen op te bouwen. Echte feedback van tevreden klanten kan helpen bij het overtuigen van potentiële huurders.
6. Professioneel ontwerp: Investeer in een aantrekkelijk webdesign met hoogwaardige afbeeldingen en goed geschreven content. Een professioneel ogende website wekt vertrouwen bij potentiële klanten.
7. Transparante verhuurvoorwaarden: Verstrek duidelijke informatie over de verhuurvoorwaarden, zoals brandstofbeleid, leeftijdsvereisten en ophaal- en inleverlocaties.
8. Betrouwbare klantenservice: Bied gemakkelijke toegang tot klantenondersteuning en zorg voor een snelle en vriendelijke reactie op vragen en problemen.
8. Lage-prijs garantie: Overweeg het aanbieden van een prijsgarantie, waarbij je belooft de laagste prijs te bieden of het prijsverschil te vergoeden als klanten elders een goedkopere deal vinden.
10. Duidelijke boekingsproces: Maak het boekingsproces eenvoudig en intuïtief, met heldere stappen en weinig afleidingen.

Conclusie: Met deze informatie kan ik een design maken voor een goede website die goedkoop als invalshoek uitbeeldt. De belangrijkste dingen om mee te nemen uit het onderzoek zijn: prijsvermelding, eenvoudige navigatie, klantrecensies, professioneel ontwerp, transparante verhuurvoorwaarden, klantenservice, lage-prijs garantie, duidelijk boekingsproces. Deze dingen zijn voor ons ontwerp voor nu het belangrijkste om een 'goedkope' uitstraling te hebben op een betrouwbare site.

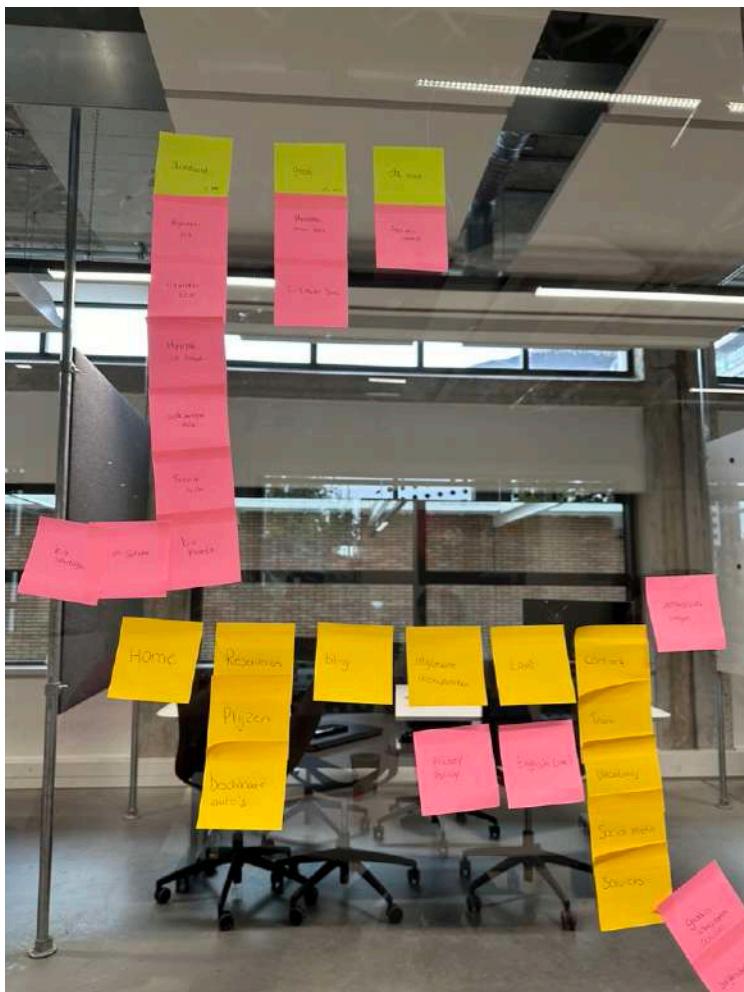
Je kan natuurlijk niet alles gaan gebruiken, hierdoor heb ik keuzes gemaakt voor mijn design om het de goede uitstraling te geven voor de gebruikers. Dit is later te zien in het design wat in dit document staat.

## **Card sorting**

Voor de website heb ik card sorting gedaan waarbij ik verschillende categorieën heb verdeeld. Dit hoort bij de CMD method: Field, Card sorting. Bovenaan zie je de auto verdeling. Onderin zie je de tabs verdeling. Door minder tabs te gebruiken krijg je een beter overzicht op de website en kan je sneller zoeken wat je nodig hebt. Voor onze website is dit een goed onderzoek om te gebruiken zodat er voor gebruikers een filter is om te zoeken op soort type auto. Dit zorgt voor een handige filter om bijvoorbeeld de standaard auto's te laten zien en niet te veel auto's in beeld komen en dus overzichtelijker is.

Conclusie: door 3 categorieën te maken, kan je de auto's verdelen over: standaard, groot en off-road. Dit zorgt voor een overzichtelijker filter die we kunnen gebruiken op de website om op categorie te gaan filteren.

Ook de tabs die in de header staan, zijn momenteel te veel. Door deze te categoriseren krijg je een overzichtelijker header en kan je snel zien waar je op moet klikken als je iets zoekt. De verdeling: home, reserveren, blog, algemene voorwaarden, taal, contact.



## ***Usability test***

Als groep wilden we een onderzoek doen voor erachter te komen welke filteropties bij gebruikers het belangrijkste zijn op de homepagina.

### Testdoel:

Het doel van dit onderzoek is om te begrijpen welke filteropties gebruikers de voorkeur geven bij het gebruik van de Call to Action (CTA) op de website van Auto Huren Curaçao, met als uiteindelijke doel om de gebruikerservaring te verbeteren en te zorgen voor een betere ervaring bij het boeken van een auto. Dit onderzoek zal helpen bepalen welke onderdelen van de CTA zorgen voor tevredenheid en gebruiksgemak bij gebruikers.

### Onderzoeksraag:

Welke filteropties hebben de voorkeur van gebruikers bij het boeken van een auto via de Call to Action op de website van Auto Huren Curaçao?

### Test personen:

Mensen die naar curaçao gaan, echter konden wij deze mensen niet vinden. Hierdoor hebben wij een vergelijkbare groep gepakt, Mensen van 18+ die een rijbewijs hebben, en mogelijk een auto op hun vakantie willen boeken. Hierbij hebben we 10 personen gevraagd om het in te vullen.

### Hoe gaan we meten:

CMD methods lab

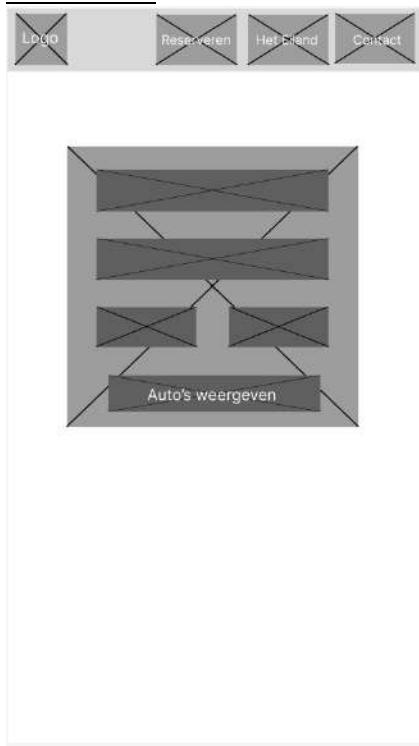
Welke filter opties moeten erin staan

Iemand die niet bekend is met, dat die uit dit testplan ons onderzoek kan overnemen

### Filteroptie:

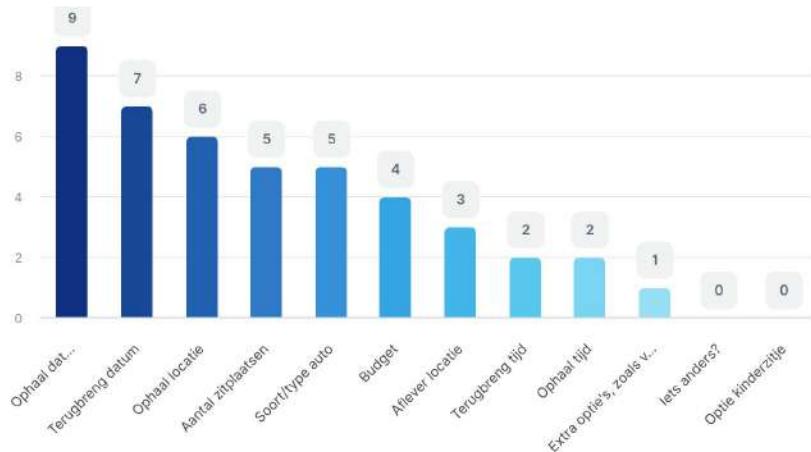
1. Soort/type auto
2. Ophaal datum
3. Teruggeef datum
4. Tijden van ophalen/terugbrengen
5. Ophaal locatie
6. Aflever locatie
7. Aantal zitplaatsen
8. Budget
9. Kinderzitje vragen
10. Extra's
  - Kinderzitje
  - Verzekeringen
  - Eigen risico

### Wireframe:



### Resultaten:

#### 3. Welke filter opties vind u belangrijk



### Conclusie:

De gebruikers vinden het dus het belangrijkste om als filteropties te hebben: ophalen datum, terugbreng datum, ophaal locatie, aantal zitplaatsen en soort/type auto. Dit gaan we meenemen en verwerken in ons uiteindelijke design voor mobiel als desktop.

## Design

Figma: <https://www.figma.com/file/aeVJx8TrJohdsNIzRqys70/Untitled?type=design&node-id=0%3A1&mode=design&t=d6iGGJjXLzIB6OVJ-1>

Ik ben begonnen met het maken van een design voor de website ‘autoverhuurincuraçao.nl’. Hier heb ik nog verschillende iteraties gemaakt.



+5999 461 0658  
(CUR, whatsapp beschikbaar)

+3110 30 21 220  
(NL, bereikbaar vanaf 14:00 tot 24:00 uur NL tijd)



Altijd bereikbaar via whatsapp

- reserveringen
- offerte
- contact
- vragen

Vanaf 30,95  
per dag

Geen borg noodzakelijk

Inclusief all-risk verzekering

Betaling bij aflevering

Gehele reisgezelchap als  
bestuurders

Vanaf 18 jaar

#### Min. 3 dagen

U dient de auto voor een  
minimale periode van 3  
dagen te huren.

#### Eigen risico

Voor schade aan derden (WA)  
geldt een eigen risico van €  
250,-. Bij schade aan de  
huurauto (CASCO) geldt een  
eigen risico van € 500,-. Bij  
afkoop vervalt uw eigen risico.

#### Aflevering

We brengen en halen de auto  
kosteloos bij uw accommodatie.  
\*muv bepaalde locaties.

+5999 461 0658  
(CUR, whatsapp beschikbaar)

+3110 30 21 220  
(NL, bereikbaar vanaf 14:00 tot 24:00 uur NL tijd)



Altijd bereikbaar via whatsapp

- reserveringen
- offerte
- contact
- vragen

Vanaf 30,95  
per dag

Geen borg noodzakelijk

Inclusief all-risk verzekering

Betaling bij aflevering

Gehele reisgezelchap als  
bestuurders

Vanaf 18 jaar

#### Min. 3 dagen

U dient de auto voor een  
minimale periode van 3  
dagen te huren.

#### Eigen risico

Voor schade aan derden (WA)  
geldt een eigen risico van €  
250,-. Bij schade aan de  
huurauto (CASCO) geldt een  
eigen risico van € 500,-. Bij  
afkoop vervalt uw eigen risico.

#### Aflevering

We brengen en halen de auto  
kosteloos bij uw accommodatie.  
\*muv bepaalde locaties.



info@autoverhuurmarcas.nl  
tel +31 030 302 1270 of 199, 14:00 tot 24:00  
cel +5999 461 0658

Openingstijden | 08:30 - 17:30

Locatie | Jim Thiel  
Locatie | Mambo Beach - The beach house  
naast de ingang van Kontakt beach resort

Vacatures

Algemene voorwaarden

HOME RESERVEREN BLOG ALGEMENE VOORWAARDEN CONTACT

## Nieuwe Auto's Tegen Een Scherpe Prijs

**CURACAO**

Meet de favoriet!

**Boek een auto**

Ophalen:

Ophaaldatum en -tijd:

Inleverdatum en -tijd:

Auto model:

Zoek huurauto's

+3999 481 0099  
ICP: Nootdorp Rechts Aanvr.  
+31 10 33 21 220  
(Na. bereikbaar vanaf 14:00 tot 24:00 uur NL tijd).

**Autotelefoonkaart via WhatsApp**

- voorstel regen
- offerte
- ophalte
- vraag

Vraag 00/05  
000 dag  
Deur naar huis/kantoor.

Betaal na aflevering  
Betaal bij aflevering

Geen voorbereidingsdag  
Vervolgtarief

Min. 3 dagen  
U dient de auto voor aan minimale periode van 3 dagen te huren.

Eigen risico  
Voor schade aan derden (WA) geldt een eigen risico van € 250,-. Bij schade aan de huurauto (CASCO) geldt een eigen risico van € 500,-. Bij afkoop vervalt uw eigen risico.

We brengen en halen de auto kosteloos bij uw accommodatie.  
\*m.u. bepaalde locaties.

Vacature Algemene voorwaarden

Info@autohurencuracao.nl  
Nr. +31 10 33 21 220 nr 160, +3999 481 0099  
Dienstnummer: 0924 - 7110  
Locatie: Jan Thiel  
Locatie: Ooststraat Beach - De beschrijving hierin de wijziging van locatie bestaat niet.

Als groep hadden we besloten om allemaal een eigen invalshoek te designen waarna we dit gingen testen bij users welke invalshoek als grootste terug moet komen dat mensen een auto gaan huren op deze website. Ik had de invalshoek: goedkoop.

Hierbij heb ik een wireframe gemaakt en die verder uitgewerkt tot design. Bij het design heb ik de volgende dingen meegenomen: prijsvermelding, eenvoudige navigatie, professioneel ontwerp, klantenservice, lage-prijs garantie, duidelijk boekingsproces.

The image displays a side-by-side comparison of website design stages. On the left, there are five wireframe prototypes showing different page layouts, including a homepage with a large image and form, a product listing page with three items, and a detailed view page. On the right, the final design is a polished website for 'Autoverhuurincuracao.nl'. It features a header with navigation links, a prominent banner with the text 'Nieuwe Auto's Tegen Eén Scherpe Prijs' and 'CURACAO', a booking form, a promotional section with text about value for money, a grid of vehicle thumbnails, and a footer with contact details and social media links.

Vaak bij goedkoop denken mensen dat het niet zo betrouwbaar is of een crappy bedrijf is. Hierdoor wilde ik dus andere woorden gebruiken zoals 'scherpe prijzen' en 'goedkoop en betrouwbaar' bij elkaar zetten wat zorgt voor een compensatie.

The screenshot shows the homepage of the **AUTO HUREN CURACAO** website. At the top, there is a navigation bar with links for **HOME**, **RESERVEREN**, **BLOG**, **ALGEMENE VOORWAARDEN**, and **CONTACT**. Below the navigation is the company logo, which features a blue car icon above the text "AUTO HUREN CURACAO".

The main visual on the page is a large image of a white SUV parked in front of a large yellow "CURACAO" sign. Overlaid on this image is a blue speech bubble containing the text "Meet de favoriet!".

Below the image is a booking form titled "Boek een auto". The form includes fields for "Ophalen" (pick-up location), "Ophaaldatum en -tijd" (pick-up date and time), "Inleverdatum en -tijd" (drop-off date and time), "Auto model" (car model), and a large orange button labeled "Zoek huurauto's" (Search rental car). The entire booking form is set against a light gray background.

At the bottom of the page, there is a light blue footer section containing the text "GOEDE PRIJZEN" and "Goedkoop en betrouwbaar op avontuur doet u met Autoverhuurincuracao.nl!". Below this, there is a small paragraph of text in Dutch and a small orange button labeled "Dit is mijne".

Daaronder vind je nog het assortiment met de auto's waar ook weer de prijs bijstaat en word benadrukt dat het goedkoper is. Dan een stukje voor contact opnemen met whatsapp en als laatste een footer.

ONDERWEG ZOALS U DAT WILT

### Bekijk onze brede assortiment aan auto's



7 Personen Auto

**Toyota Rush** ★★★★★

€ 71,- p.d. - € 65,-

De Toyota Rush, een sportieve minivan en een goede praktische, in de perfecte integratie van veel ruimte en comfort. De Toyota Rush is een goedkoper te huren!

Certificaat van zuiverheid, dan voor meer info overzicht uitleggen.

[Bekijk nu!](#)



5 Personen Auto

**Chevrolet Captiva** ★★★★★

€ 59,- p.d. - € 75,-

De Chevrolet Captiva, met zijn ruime interieur en veel praktische, is de ideale metgezel voor avontuur en ontdekking, zowel voor het autovakantie en voor de verhuur.

Certificaat van zuiverheid en een goede keuze voor de prijs.

[Bekijk nu!](#)



5 Personen Auto

**Suzuki Jimny** ★★★★★

€ 61,- p.d. - € 70,-

De Suzuki Jimny, de kleinste SUV ter wereld. Compact en vleugelig. Heel plezier om vrij te bewegen en reisgenot te hebben. De Suzuki Jimny is niet alleen een leuke en praktische minivan en een goede keuze voor de prijs.

[Bekijk nu!](#)

+599 461 0659  
(CUR, whatsapp beschikbaar)

+31 10 30 21 220  
(NL bereikbaar vanaf 14:00 tot 24:00 uur NL tijd)



Altijd bereikbaar via whatsapp

- reserveringen
- offerte
- contact
- vragen

  
Op vakantie naar Curacao  
zonder zorgen!

[in](#) [fb](#) [x](#)

**Het bedrijf**

- [Over ons](#)
- [Vacatures](#)
- [Blog](#)
- [Contact](#)

**Auto's**

- [Compacts](#)
- [Tourings](#)
- [SUVs](#)
- [Business](#)
- [Prijs](#)

**Schrijf u in voor onze nieuwsbrief**

[Schrijf in](#)

Driving updates, testberichten!

Als groep hadden besloten dat we ons verdelen over de mobile- en webpagina's. Ik ben begonnen met het maken van een wireframe vanuit de mobile wireframe zodat we op dezelfde lijn liggen met later het design. De eerste wireframe is van de homepagina, de tweede is als je op de CTA hebt geklikt om verder een auto te gaan huren, je komt dan terecht op de reserveer pagina waar een aantal filteropties komen en je uiteindelijk een auto kan gaan huren.



## **Feedback project tussendemo**

Vandaag hebben wij onze eerste demo gepresenteerd, hier hebben wij ook feedback opgekregen.

- Met designen mobile eerst ontwerpen, en vanuit daar pas desktop
- Tot Wireframes beperken, zodat je ze ook makkelijk kan weggooien en nieuwe kan maken voor usertesting
- Op 1 lijn zitten met design, huisstijl
- Consistent zijn in de elementen, dit zorgt voor 1 geheel, en ook duidelijkheid voor de gebruiker
- Maak het niet te schreeuwend, houdt het subtiel
- Userflow
- Kijk naar de scherm inhoudt
- Testen

Let met mobile op;

- Px ruimte
- Context
- In welke situatie de gebruiker is (op de bank, net geland op het vliegveld, tijdens de pauze)
- Snel, goedkoop auto regelen
- Extra's die je erbij kan boeken, kinderstoel

Onderbouw de theorie achter je keuzes

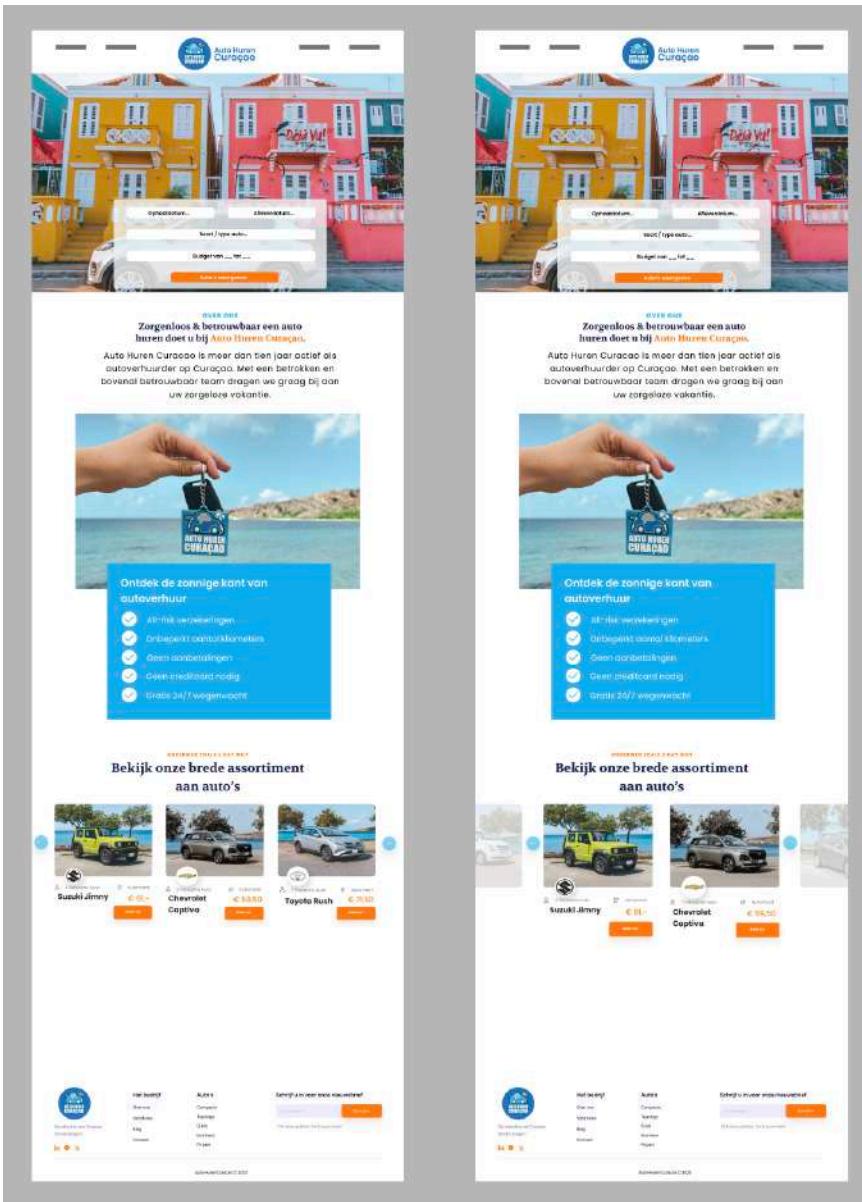
Feedback op persoonlijk design

- Sven: inhoud te grof en groot voor desktop
- Bram: rommelige grid, teveel afgekaderd

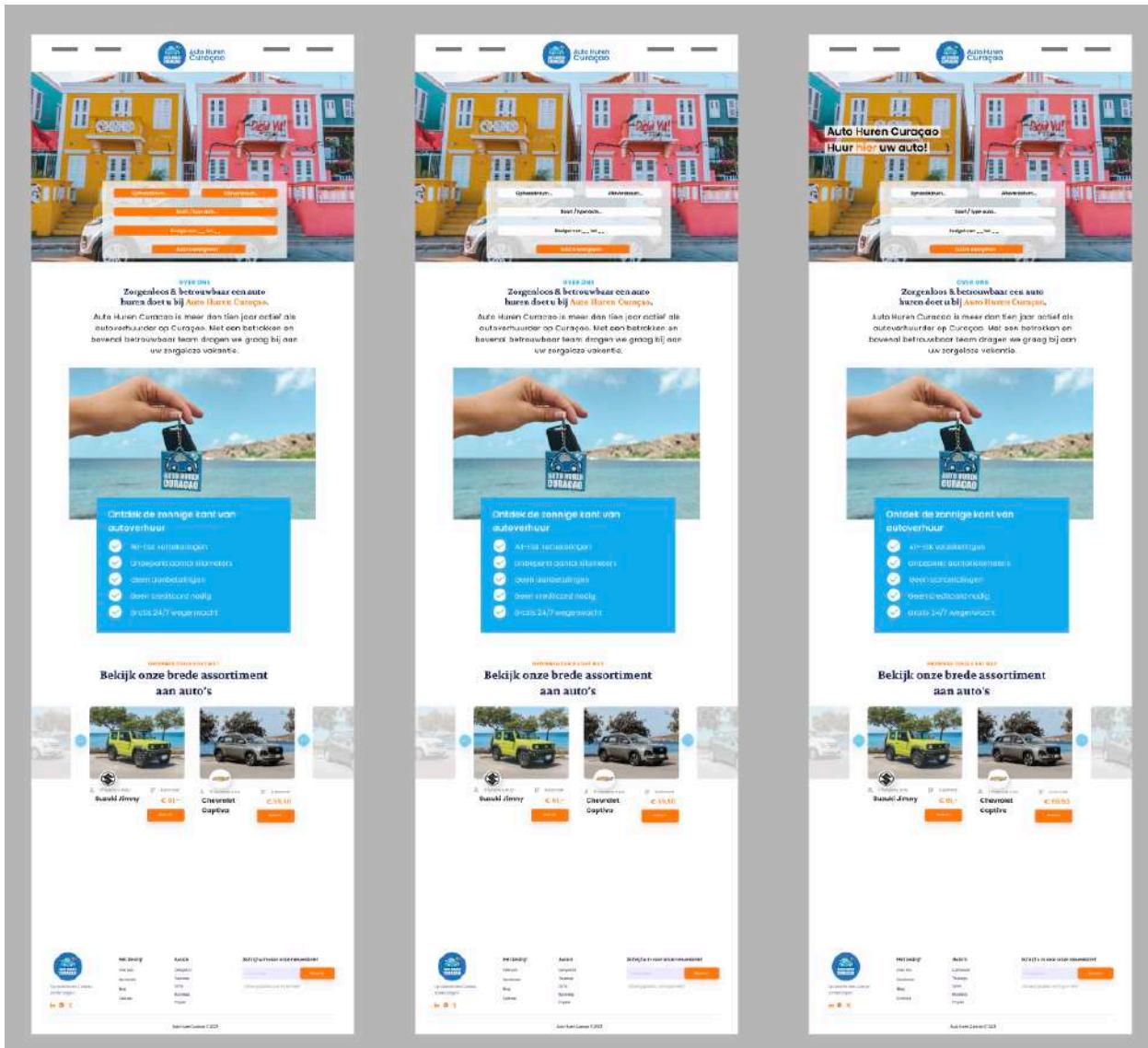
Met deze feedback zijn we verdergegaan aan het designen van de website. We hebben mobile en desktop verdeeld en besproken wat we met de huisstijl doen zodat we op 1 lijn zitten. Na het designen gaan we testen en ons design aanpassen waar nodig is.

## Design

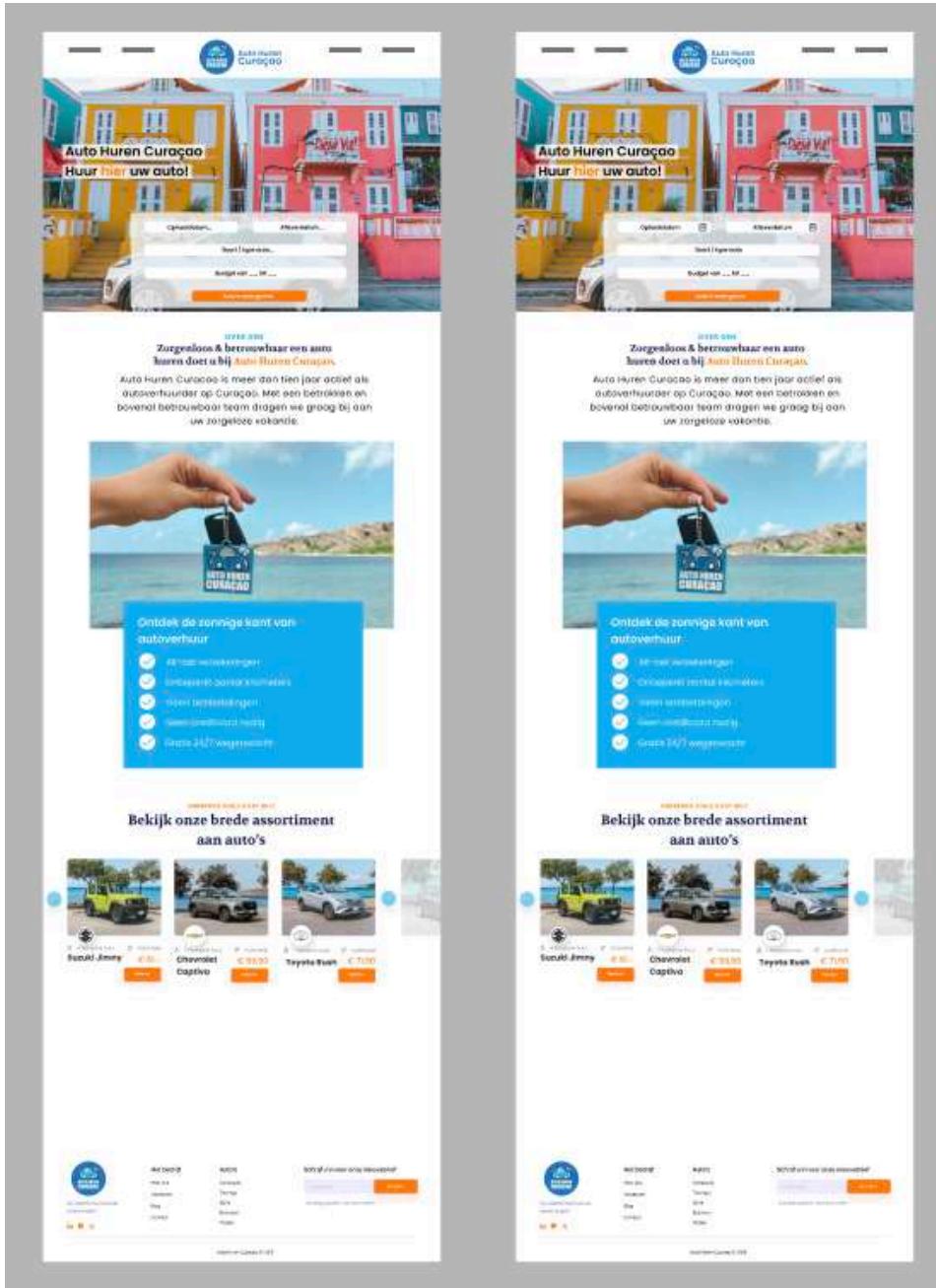
We hadden besloten om de homepagina en reserveerpagina te verdelen waardoor ik de homepagina ging designen. Eerst heb ik gekeken naar hoe ik het beste het assortiment kan laten zien.



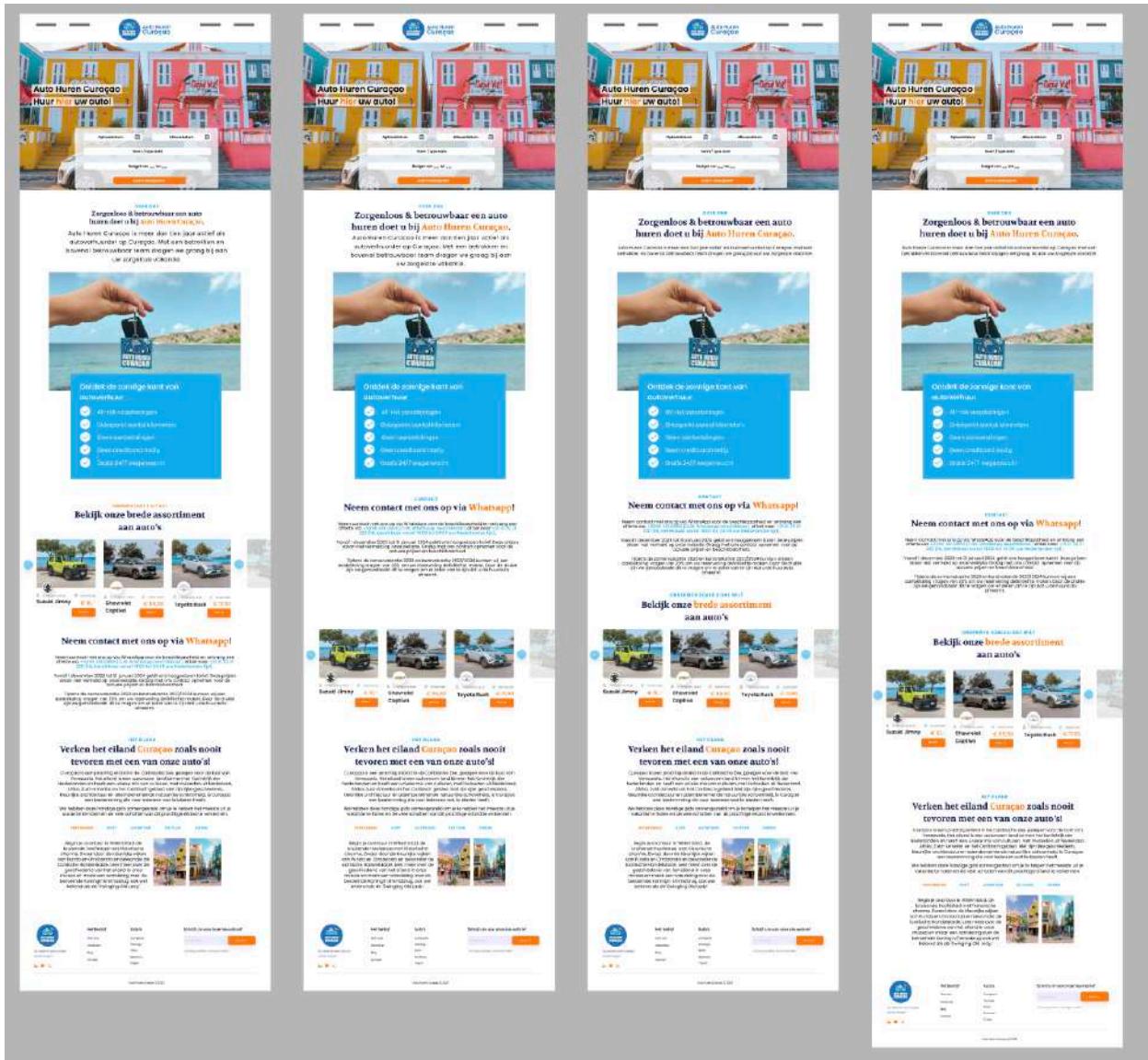
Daarna heb ik wat met de CTA gekoken met kleuren en de tekst die er nog bijkwam voor een duidelijk beeld wat de website inhoudt.



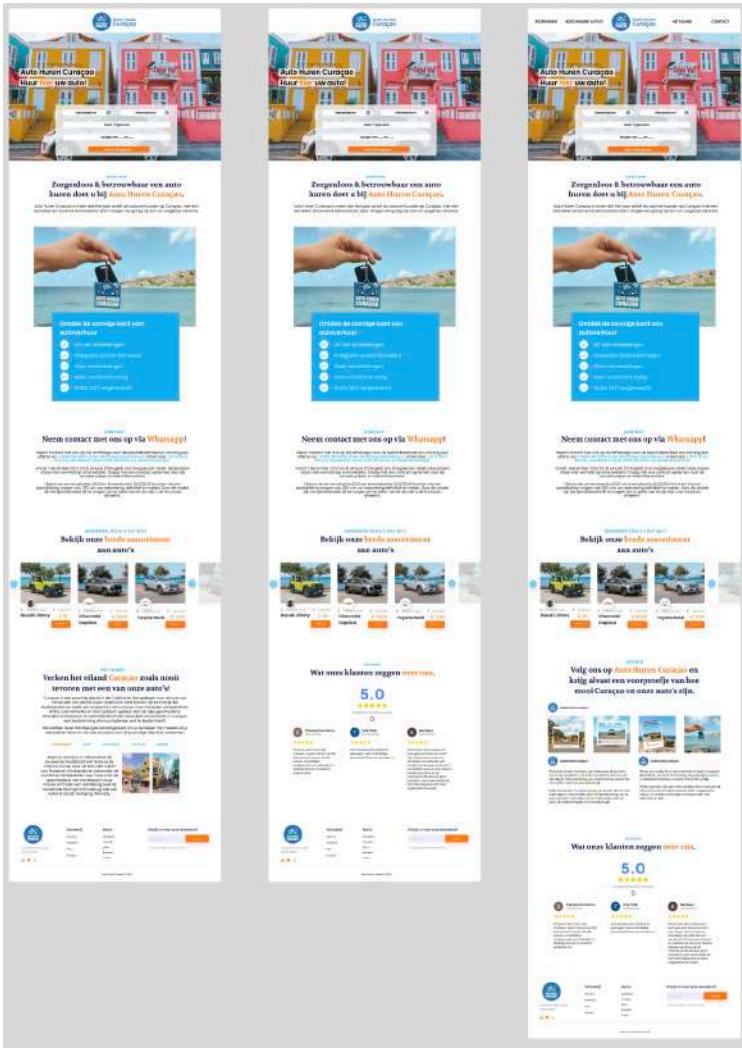
Toen heb ik toch nog teruggekeken naar hoe het assortiment werd getoond, en dit aangepast. Dit geeft een duidelijk beeld en zie je gelijk een aantal auto's die het bedrijf heeft. Bij de ophaal- en afhaaldatum heb ik een kalender icon gezet, hier kan je dan op klikken om de datum op een kalender vorm te zien voor gebruiksvriendelijkheid.



Omdat het bedrijf graag wil dat je contact opneemt met hen via Whatsapp, heb ik de stukjes tekst ook erbij gezet en gekeken waar deze het beste pasten. Ook het stukje 'over het eiland' vindt het bedrijf belangrijk omdat ze hierin willen uitblinken. Uiteindelijk heb ik de teksten allemaal dezelfde grootte gemaakt en consistentie aangehouden met hoe de stukjes zijn opgebouwd en het kleurgebruik.



We hadden met de groep besproken welke elementen het beste zouden zijn om op de homepagina te zetten. Eerst had ik ‘over het eiland’, die had ik vervangen door de reviews en uiteindelijk ook de socials nog toegevoegd. De header is nu ook ingevuld en hierbij heb ik dan ook ‘het eiland’ terug laten komen dat het op een aparte pagina komt te staan. Als je op ‘beschikbare auto’s’ klikt, komt er een nieuwe pagina met daarin dat je kan filteren op wat voor categorie dat je een auto wilt zoeken.



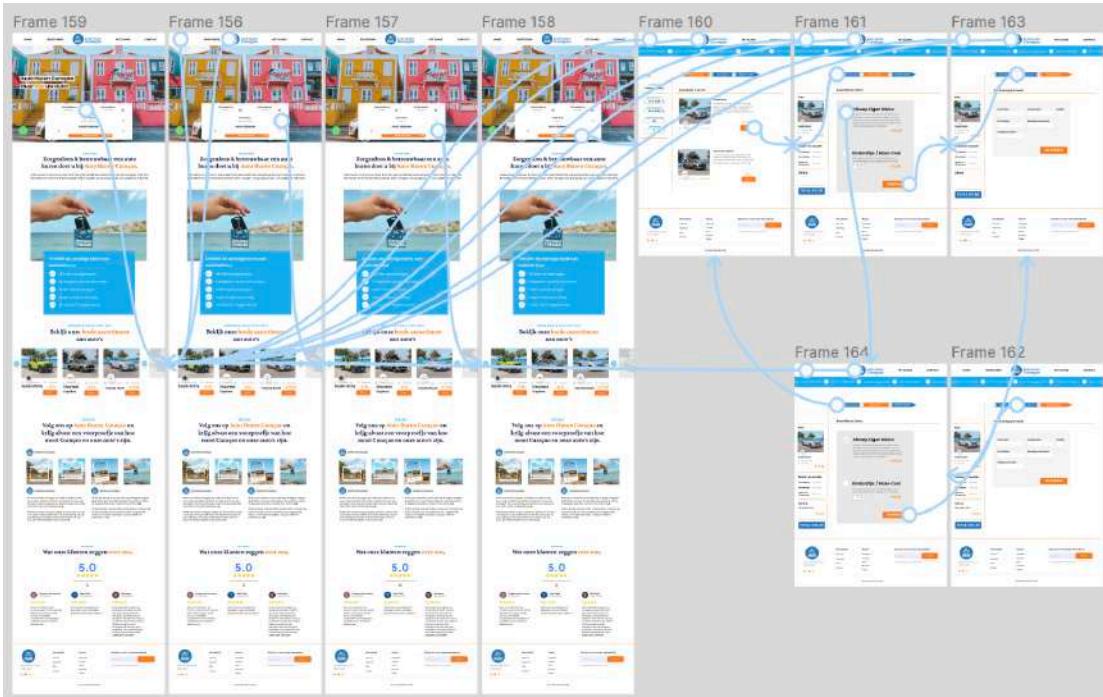
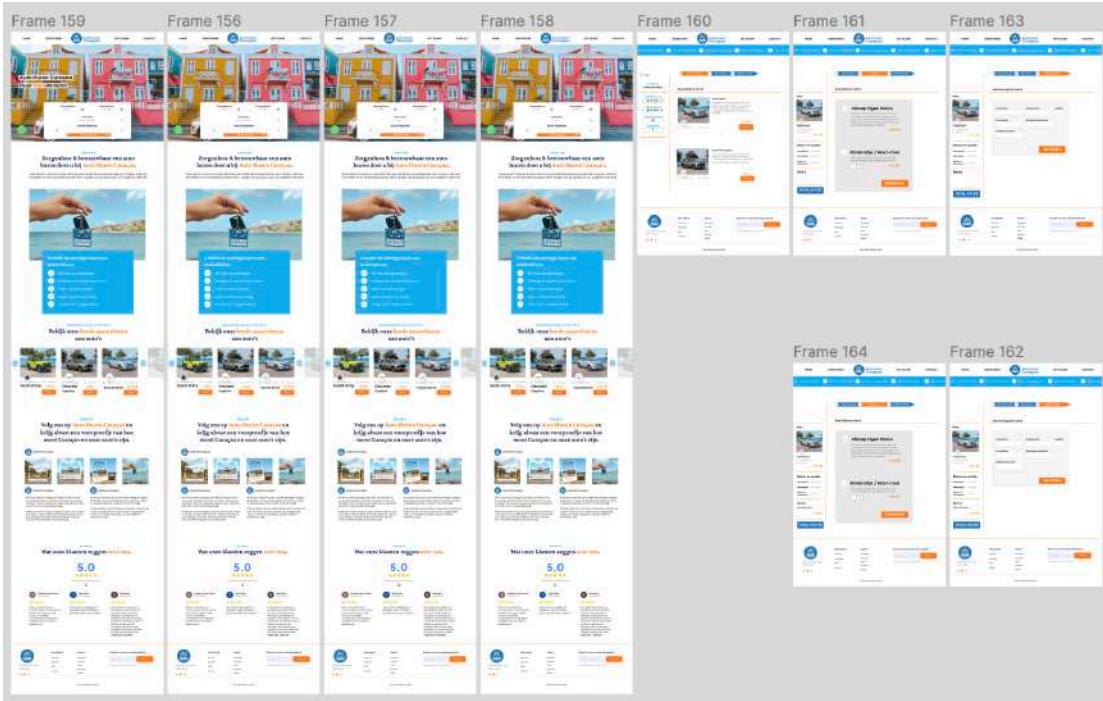
## Feedback

Webdesign feedback Anke: tekst uitlijnen naar links, dit leest fijner voor de gebruiker. Filteroptie aanpassen van 'hoog naar laag' naar iets anders, dit kan verwarring geven dat er misschien een hoge of lage auto wordt bedoeld. Whatsapp icoontje op meerdere pagina's zetten, zodat ze altijd snel contact kunnen opnemen via whatsapp als ze een vraag hebben.

Met deze feedback gaan we ons design aanpassen met de tekst, de filteroptie en het whatsapp icoon op elke pagina zetten.

## Design

Uiteindelijk heb ik een interactieve homepagina met reserveerpagina gemaakt. Je kan doorklikken om op de reserveringspagina uit te komen, daarna extra opties toe te voegen en uiteindelijk een formulier in te vullen om het te boeken. De filteroptie is aangepast naar 'aflopend en oplopend'.



## ***User test web prototype Auto Huren Curaçao***

We hebben als groep besproken om 4 taken te maken waarbij 2 mensen de mobile versie testen en 2 mensen de webversie. Iedereen heeft 2 testpersonen dus ook 2 verschillende testen.

Taken:

- 1) Huur een Suzuki Jimny van 15 november 12:00 tot 20 november 15:00 met een eigen risico.
- 2) Zoek het Nederlandse en het Curaçaose telefoonnummer van Auto Huren Curaçao.
- 3) Zoek informatie over de dieren op Curaçao
- 4) Zoek de algemene voorwaarden

Testdoel:

Het doel van deze user test is om te onderzoeken of de website begrijpelijk is en hoe je een auto kunt huren en daarbij ook het telefoonnummer kunt vinden. Ook of de CTA gelijk aandacht trekt en je weet wat je moet doen. Met als uiteindelijke doel om de gebruikerservaring te verbeteren en te zorgen voor een betere ervaring bij het boeken van een auto.

Dit onderzoek zal helpen bepalen welke onderdelen er aangepast moeten worden voor tevredenheid en gebruiksgemak bij gebruikers.

Onderzoeksvergadering/taak:

-Huur een Suzuki Jimny van 15 november 12:00 tot 20 november 15:00 met een eigen risico.

-Zoek het Nederlandse en het Curaçaose telefoonnummer van Auto Huren Curaçao.

Test personen:

Mensen die naar curaçao gaan, echter konden wij deze mensen niet vinden.

Hierdoor hebben wij een vergelijkbare groep gepakt,

Mensen van 18+ die een rijbewijs hebben, en mogelijk een auto op hun vakantie willen boeken.

Hoe gaan we meten:

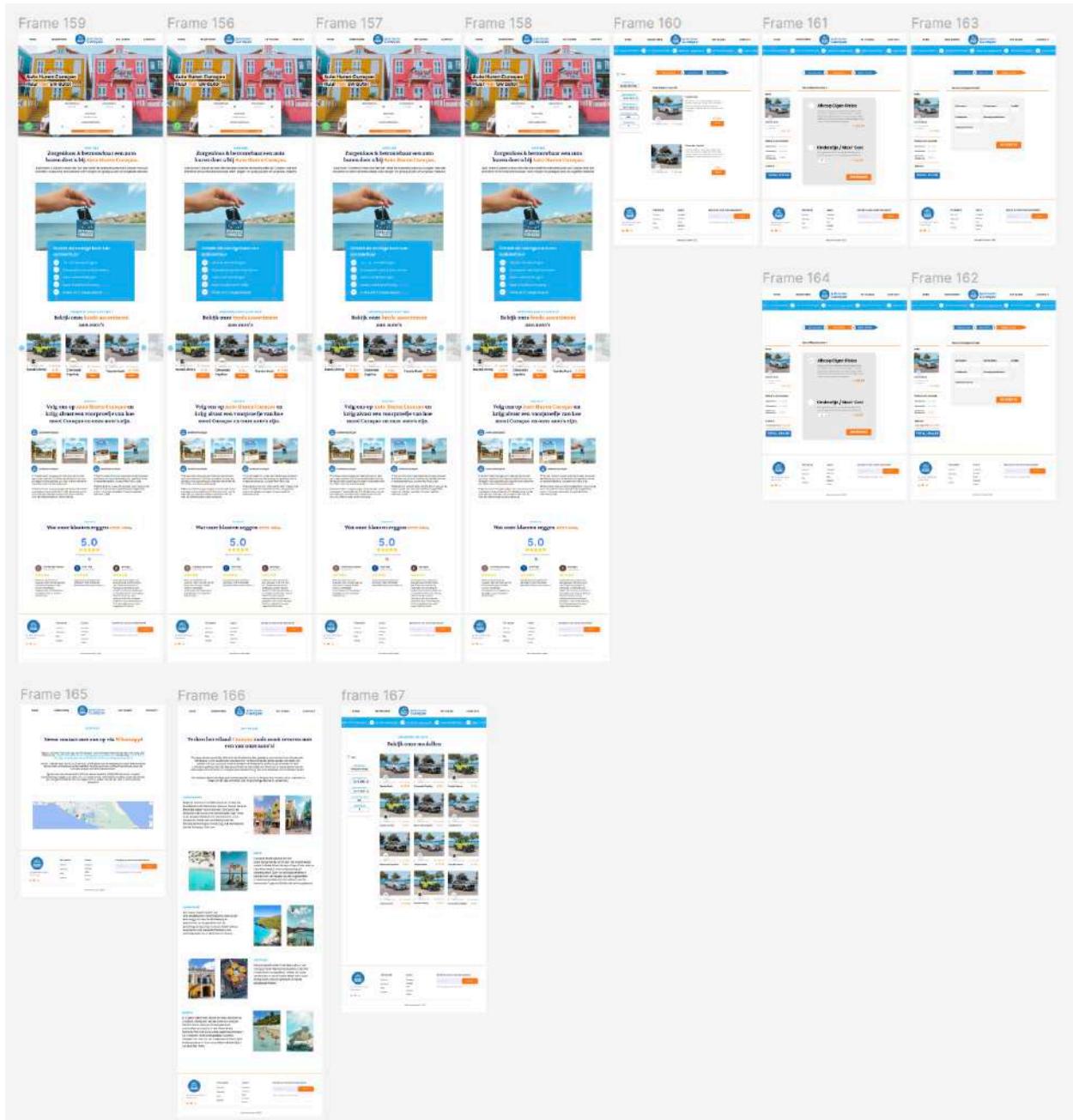
CMD methods showroom

(Product) Quality Review

Lukt het om een auto te huren vanuit de CTA en het telefoonnummer te vinden

Figma:

<https://www.figma.com/file/O56js6ag0MJGzxtUNzoccl/Curacar-Web?type=design&node-id=0%3A1&mode=design&t=DGqhmaWRosI7pRvU-1>



**Resultaat:**

**Test 1:**

*Huur een Suzuki Jimny van 15 november 12:00 tot 20 november 15:00 met een eigen risico.*

De user wist gelijk wat hij kon doen op de website: een auto huren. De CTA was duidelijk om gelijk in te vullen. Eerst scrollde de hij door de homepagina heen om te kijken wat er allemaal opstaat. Hij vond het ook fijn dat er al iets van het assortiment op staat, deze is nog niet helemaal interactief maar begreep wel dat hij op het pijltje moet klikken om naar de volgende auto te gaan. Hij vond het fijn dat de socials en reviews op staan voor de betrouwbaarheid. De knop voor whatsapp werd ook aangeklikt wat dus aangeeft dat er contact opgenomen wilde worden.

Na het invullen van de CTA, was het duidelijk dat de filters werden aangegeven wat ingevuld werd. De knop voor het huren van de auto was duidelijk en werd ook snel aangeklikt. Hij wilde wel graag nog weten of het een benzine- of een dieselauto is. Bij de extra optie, gaf hij aan dat het voor hem fijner zou zijn als de opsomming van de gekozen auto en datum aan de rechterkant van de pagina komt, dit zou het gevoel geven van dat hij nog door kan gaan.

Bij het reserveringformulier stond het eindtotaal net niet op dezelfde hoogte als het formulier, waardoor hij meer naar onder moest scrollen om dit te zien. Dit zou hoger mogen staan zodat je alles in een oogopslag kan zien.

De test is uiteindelijk geslaagd. De user heeft via de CTA op de homepagina een auto kunnen huren.

**Test 2:**

*Zoek het Nederlandse en het Curaçaose telefoonnummer van Auto Huren Curaçao.*

De user kwam op de site en zag gelijk de CTA van de whatsapp button. De user klikte gelijk op de whatsapp button waardoor die door werd gestuurd naar de contact pagina. Hij had eerder verwacht dat er een pop-up kwam met het telefoonnummer erbij. Hij had wel de telefoonnummers gevonden die hij nodig had.

## **Feedback project einddemo**

Tijdens onze presentatie hebben wij feedback gekregen

De home page web visual, bij mobiel is die weg, sfeer is weg, CTA wat lager zetten, betreft de afbeelding van curaçao

Usp op mobiel te groot

Contact pagina, klikbare telefoonnummers

Reserveren bij mobiel, filter opties, zelfde stijl als site, grijs weghalen

Web, keuze en totaal prijs fixed op de website plaatsen

Hele vormgeving van desktop is te groot, lijkt teveel op mobiel, maar dan vergroot.

Web, Lister page, teveel ruimte tussen de resultaten en de stappen

Presentatie:

Recap beter recappen, voor iemand die er vorige keer niet bij was, dat die het ook begrijpt

Scenario opstellen meer verhalend

Usability testing combineren met 1 persoon/iets meer mensen meerdere scenario's

Mobiel datum kiezen, klikken niet schuiven

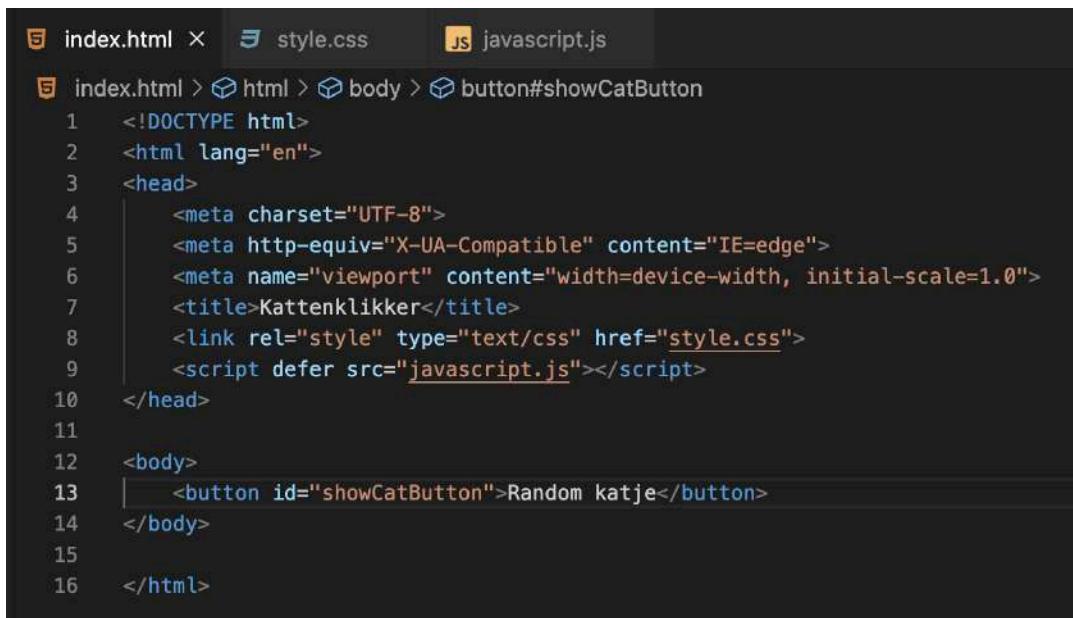
Goed onderbouwen, voorkomt discussie

## Workshop kattenklikker

In een workshop hebben we les gekregen over het maken van een kattenklikker.

Git: <https://git.fhict.nl/I505851/javascriptles>

Als je op de knop klikt, komt er een random foto van een kat op een random positie van het scherm. De foto blijft dan staan, dus als je meerdere keren klikt, dan worden de foto's overlapt. De kat foto haalt hij op van thecatapi. Hier heb ik geleerd dat je gebruik kan maken van een api.



The screenshot shows a code editor with three tabs: index.html, style.css, and javascript.js. The index.html tab is active and displays the following code:

```
index.html > html > body > button#showCatButton
1  <!DOCTYPE html>
2  <html lang="en">
3  <head>
4      <meta charset="UTF-8">
5      <meta http-equiv="X-UA-Compatible" content="IE=edge">
6      <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1.0">
7      <title>Kattenklikker</title>
8      <link rel="style" type="text/css" href="style.css">
9      <script defer src="javascript.js"></script>
10 </head>
11
12 <body>
13     <button id="showCatButton">Random katje</button>
14 </body>
15
16 </html>
```



The screenshot shows a code editor with three tabs: index.html, style.css, and javascript.js. The style.css tab is active and displays the following CSS code:

```
style.css > body
1  body {
2      margin: 0;
3      position: absolute;
4 }
```

```
index.html style.css javascript.js x
js javascript.js > ...
1  document.getElementById("showCatButton").addEventListener("click", function() {
2    // Function to fetch data from the API and display the image
3    function fetchCatImage() {
4      // API endpoint URL
5      const apiUrl = "https://api.thecatapi.com/v1/images/search";
6
7      // Fetch data from the API
8      fetch(apiUrl)
9        .then(response => response.json())
10       .then(data => {
11         // Get the image URL from the API response
12         const imageUrl = data[0].url;
13
14         // Create an image element
15         const catImage = document.createElement("img");
16         catImage.src = imageUrl;
17         catImage.alt = "Random Cat Image";
18
19         // Set random position for the image on the screen
20         catImage.style.position = "absolute";
21         catImage.style.left = Math.random() * window.innerWidth + "px";
22         catImage.style.top = Math.random() * window.innerHeight + "px";
23
24         // Append the image to the body
25         document.body.appendChild(catImage);
26       })
27       .catch(error => {
28         console.error("Error fetching cat image:", error);
29       });
30     }
31
32     // Call the function to fetch and display the image
33     fetchCatImage();
34
35   });
36 }
```

## UX-design development

Voor dit project hebben we het autoverhuurbedrijf moeten ontwikkelen vanuit het design dat we hebben gemaakt hiervoor. Dit deden we in duo's.

## Communicatie met groepsgenoot

Als duo's konden we snel contact met elkaar houden via Whatsapp. Ook zagen we elkaar dagelijks zodat we dingen konden bespreken en wisten we van elkaar waar we mee bezig waren.

## Development

Git: <https://git.flict.nl/I505851/autohurencuracao.git>

Figma: <https://www.figma.com/file/vETrH5b0zWPsu25F87djQ0/Untitled?type=design&node-id=0%3A1&mode=design&t=BuKTSdUqV5h3Ruf1-1>

Door het samenwerken met mijn groepsgenoot, hebben we gebruik moeten maken van GitLab. Door branches aan te maken, konden we aan onze eigen code werken en deze pushen en pullen naar en van elkaar. Hierdoor ontstonden er geen conflicten die veroorzaakt zouden worden door overschrijvingen. We hebben de taken verdeeld voor de webpagina's. Zelf heb ik de filterpage gemaakt voor web.

The screenshot shows the GitLab interface for the repository 'autohurencuracao'. The sidebar on the left contains links for Project information, Repository, Issues, Merge requests, CI/CD, Security and Compliance, Deployments, Packages and registries, Infrastructure, Monitor, Analytics, Wiki, Snippets, and Settings. The main content area shows a list of commits. One commit by 'livknapen' was made 20 hours ago and deleted 'vscode.'. Another commit by 'filterpage' was made 4 days ago and updated the filter works. The 'README.md' file is visible at the bottom, providing a template for getting started and adding files.

## **Feedback project**

- Goede structering van folders
- Fijne classnames en manier van werken.
- Kun je misschien gebruik maken van meer HTML5 elementen ipv divs? "Semantic HTML" elementen zijn dat.
- Vergeet niet de README.md te vullen :-)

### Homepage (Lucas)

- Veel elementen hebben een id. Het is gebruikelijk dat je zoveel mogelijk classes gebruikt ipv id's. Je gebruikt id's vaak alleen voor Javascript of als iets echt niet anders kan. Als je classes niet specifiek genoeg vindt, kijk eens naar de workshop van Stan over BEM.
- De grote embeds van Insta zijn een doorn in het oog. Misschien kun je dit via 'innerHTML' doen in JS.
- Er staat losse JS onderaan de pagina. Dat is zonde. Werkt het alleen als het onderaan staat ipv in het JS bestand? Zet dan je JS src gewoon één voor het sluite van de </body> tag met een 'defer' erop. Het is best practice om hier altijd je JS neer te zetten zodat je zeker weet dat alle HTML aanwezig is voordat de JS het probeert te manipuleren.

### Filterpage (Liv)

- Gooi die .vscode folder even in de .gitignore
- Fijn dat je alle variabelen meteen declareert bovenin de JS. Maaarrrrr, het is niet echt lekker 'scoped'. Eigenlijk wil je dat ze pas bestaan als ze nodig zijn (dus in de functie waar je ze nodig hebt). Zoek eens op hoe je dit beter kunt scopen. Of: gooï dit eens door ChatGPT met de juiste prompt en bekijk het verschil ;-).
- Loev dat je data- attributes gebruikt voor je logica; eigen keuze? Waarom?
- Zorg dat je classnames gewoon Engels maakt; dat is industrie-standaard.
- Misschien kun je BEM gebruiken?

Met deze feedback gaan we onze code aanpassen. We gaan de readme invullen, voor mijn code ga ik de .vscode in de .gitignore zetten en de classnames Engels maken. Ik ga kijken of het lukt om de variabelen in de JS anders te scopen en het gebruiken van BEM.

## **User test Auto Huren Curaçao**

We hebben als duo besloten om een scenario uit te schrijven voor het boeken van een auto op de website.

### Testdoel:

Het doel van deze user test is om te onderzoeken of de website begrijpelijk is en hoe je een auto kunt huren en daarbij ook het telefoonnummer kunt vinden. Ook of de CTA gelijk aandacht trekt en je weet wat je moet doen. Met als uiteindelijke doel om de gebruikerservaring te verbeteren en te zorgen voor een betere ervaring bij het boeken van een auto.

Dit onderzoek zal helpen bepalen welke onderdelen er aangepast moeten worden voor tevredenheid en gebruiksgemak bij gebruikers.

### Onderzoeksraag:

In hoeverre is de site duidelijk en eenvoudig te gebruiken voor het huren van een auto op Curaçao?

### Test personen:

Voor het onderzoek willen we mensen vragen die naar Curaçao gaan, echter zijn deze op het moment niet ter beschikking. Hierdoor hebben wij een vergelijkbare groep gepakt, mensen van 18+ die een rijbewijs hebben, en mogelijk een auto op hun vakantie willen boeken. Voor het onderzoek willen we 10 personen vragen.

### Hoe gaan we meten:

Voor de user test gaan we gebruik maken van Product Quality Review van Showroom van de CMD methods pack. We willen onderzoeken of bepaalde scenario's van de site goed te doorlopen zijn en of de site efficiënt genoeg is.

Scenario 1:

Door omstandigheden moet er kort van tevoren iets worden aangepast in de reservering. Via WhatsApp reageren ze niet snel genoeg, dus je wilt even het bedrijf bellen om het te bespreken zodat het snel wordt afgehandeld en je lekker kan gaan genieten van de vakantie.

Zoek het Nederlandse telefoonnummer op van het verhuurbedrijf

Met dit scenario willen we onderzoeken of informatie van het bedrijf duidelijk te vinden is op de website en hoelang dit ongeveer duurt voordat de informatie gevonden wordt.

Scenario 2:

Je gaat gezellig met je partner en twee kinderen twee weken naar Curaçao. Je vindt het prettig om een auto te huren met eigen risico omdat je nog nooit op het eiland hebt gereden. Ook vind je het belangrijk dat jouw zoon van 4 goed en veilig in de auto kunnen zitten.

Huur een standaard auto met eigen risico en een kinderzitje voor in de kerstvakantie

Met dit scenario willen we onderzoeken of de filters duidelijk genoeg zijn en of het selecteren van een tijdsperiode eenvoudig kan worden gedaan.

Hoe gaan we het meten:

We moedigen de personen aan om hard op te denken, hierdoor hebben we beter inzicht in wat de personen denken en kunnen we beter achter hun denkwijze komen. Daarnaast gaan we ook de tijd bijhouden hoe lang ze doen om het scenario uit te voeren.

**Resultaten:**

**Scenario 1:**

Door omstandigheden moet er kort van tevoren iets worden aangepast in de reservering. Via WhatsApp reageren ze niet snel genoeg, dus je wilt even het bedrijf bellen om het te bespreken zodat het snel wordt afgehandeld en je lekker kan gaan genieten van de vakantie.

**-Zoek het Nederlandse telefoonnummer op van het verhuurbedrijf**

De CTA werd een aantal keer aangeklikt door de testpersonen waarbij ze een ander resultaat hadden verwacht. In de bijlage is ook te zien dat hierdoor het langer duurde voordat ze het juiste nummer hadden gevonden. Ze hadden namelijk verwacht dat er een pop-up kwam met de telefoonnummers. Het Nederlandse nummer staat namelijk alleen bij de contact pagina en die knop staat dus in de header wat niet gelijk opvalt vergeleken met een WhatsApp button. De contact pagina werd immers daarna snel gevonden waarbij het telefoonnummer dus ook gevonden werd. Dit scenario werd bij alle testpersonen snel uitgevoerd. De gemiddelde duur om dit scenario uit te voeren was 18,8 seconden.

**Scenario 2:**

Je gaat gezellig met je partner en twee kinderen twee weken naar Curaçao. Je vindt het prettig om een auto te huren met eigen risico omdat je nog nooit op het eiland hebt gereden. Ook vind je het belangrijk dat jouw zoon van 4 goed en veilig in de auto kunnen zitten.

**-Huur een standaard auto met eigen risico en een kinderzitje voor in de kerstvakantie**

De snelle zoekfunctie voor het huren van een auto die gelijk op de beginpagina staat, werd uiteindelijk door alle testpersonen ingevuld en gebruikt. Het filteren van de auto en kiezen hiervan was duidelijk en makkelijk in gebruik. De opties die daarna kwamen voor het verzekeren en een kinderzitje huren, werd niet door iedereen begrepen en was niet heel handig om te gebruiken. In de bijlage is te zien dat deelnemers hier vaak moeite mee hadden. Dit scenario hadden de testpersonen het snel door hoe ze een auto moesten huren, het duurde dus alleen wat langer om de extra opties goed aan te kunnen vinken. Hierdoor ligt de gemiddelde duur bij dit scenario op 54,2 seconden

Conclusie:

Door deze scenario's hebben we een beter beeld gekregen over ons design. De testpersonen hadden snel door wat ze konden aanklikken voor hun scenario te bereiken, hierdoor hadden we dus ook snel door dat de CTA's makkelijk en snel te vinden zijn. Voor de WhatsApp button kunnen we nog wat aanpassen zodat het Nederlandse telefoonnummer hier ook te vinden zal zijn. Bij de extra opties kunnen de opties kleiner worden afgebeeld zodat ze allemaal in 1 opzicht te zien zijn. Deze kunnen ook duidelijker worden gemaakt zodat je weet wat je bij de kinderzitjes kan aanvinken. Met deze conclusie gaan we ons design aanpassen voor een betere UX en kunnen we blijven user testen voor het beste resultaat.

Om terug te komen op de onderzoeksvraag is de site op sommige punten niet duidelijk en eenvoudig genoeg voor de gebruikers. Op het gebied van UX en design zijn er verbeterpunten om de site duidelijker te maken voor de gebruikers. Het zijn geen grote veranderingen, maar kan wel de site eenvoudiger in gebruik maken.

## ***Bijlage***

### Scenario 1:

#### Testpersoon 1:

Als eerste werd er op de CTA-knop met het WhatsApp logo gedrukt. Vervolgens bleek dit niet het gewenste resultaat te hebben, omdat hier geen Nederlands nummer staat. Na wat verder zoeken werd er op de contact-knop gedrukt in de navigatiebalk. Na kort zoeken voor het nummer werd er een Nederlands telefoonnummer gevonden.

De totale tijd bedroeg afgerond 28 seconden.

#### Testpersoon 2:

Als eerste werd er op de CTA-knop met het WhatsApp logo gedrukt. Net zoals bij testpersoon 1 bleek dit niet het gewenste resultaat te hebben, omdat hier geen Nederlands nummer staat. Na wat verder zoeken werd er op de contact-knop gedrukt in de navigatiebalk. Hier kon het nummer snel worden gevonden.

De totale tijd bedroeg afgerond 26 seconden.

#### Testpersoon 3:

Als eerste werd er op de knop met contact gedrukt, waarna het telefoonnummer gevonden werd. Volgens de testpersoon was het niet duidelijk dat de CTA-knop er was, maar vond hij dat de contact-knop in de navigatiebalk een duidelijke indicatie was dat hier wat te vinden was over een telefoonnummer.

De totale tijd bedroeg afgerond 8 seconden.

#### Testpersoon 4:

Als eerste werd er op de CTA-knop met het WhatsApp logo gedrukt. Net zoals bij testpersoon 1 en 2 bleek hier geen Nederlands nummer te staan. Na wat verder zoeken werd er op de contact-knop gedrukt in de navigatiebalk. Ook deze testpersoon kon het nummer snel vinden, dit doordat het een blauwe tekst had volgens de testpersoon.

De totale tijd bedroeg afgerond 21 seconden.

#### Testpersoon 5:

Hetzelfde als bij testpersoon 4 werd er als eerste op de knop met contact gedrukt, waarna het telefoonnummer gevonden werd. De testpersoon gaf aan dat de WhatsApp knop niet eruitzag als een knop waardoor hij niet door had dat deze ingedrukt kon worden.

De totale tijd bedroeg afgerond 11 seconden.

Scenario 2:

Testpersoon 1:

Als eerste werd de datum ingevuld in de snelle zoekfunctie, en daarna de soort auto en aantal zitplaatsen. Er werd vervolgens een model gekozen. Als laatste werden de extra opties toegevoegd, nadat de extra opties pagina goed werd doorgelezen, de testpersoon vond de manier om extra kinderzitjes toe te voegen niet duidelijk.

De totale tijd bedroeg afgerond 52 seconden

Testpersoon 2:

Ook hier werden de juiste gegevens ingevuld in de snelle zoekoptie waarna er een auto werd gekozen door de testpersoon. Als laatste werden de extra opties toegevoegd, nadat de extra opties pagina goed werd doorgelezen.

De totale tijd bedroeg afgerond 47 seconden

Testpersoon 3:

Deze testpersoon drukte als eerste op de oranje tekst die aan de linkerkant op de foto staat. Toen de testpersoon erachter kwam dat dit niet werkte werd de snelle zoekoptie gebruikt. Deze werd ingevuld en vervolgens een auto gekozen. Als laatste werden de extra opties toegevoegd, hierbij werd de extra opties pagina ook goed doorgelezen.

De totale tijd bedroeg afgerond 58 seconden

Testpersoon 4:

Net zoals testpersoon 1 en 2 werd de snelle zoekoptie gebruikt. Er werd vervolgens een auto gekozen. Wat opviel was dat deze testpersoon de beschrijving van de filteropties niet door las en gelijk de twee opties aanvinkte.

De totale tijd bedroeg afgerond 42 seconden

Testpersoon 5:

Hierbij werden dezelfde stappen als bij testpersoon 1, 2 en 4 doorlopen. De blokken met de opties vond de testgebruiker aan de grote kant en de manier om de kinderzitjes toe te voegen was ook onduidelijk, zoals testpersoon 1 ook al eerder had omschreven.

Doordat de klok doorliep tijdens het commentaar geven duurde dit scenario wat langer, namelijk afgerond 1 minuut en 12 seconden

## Eindproduct

Als eindproduct hebben we de hele site werkend gekregen zowel voor mobile en desktop. We hebben de readme ingevuld en wat aanpassingen kunnen maken vanuit de vorige feedback.

The screenshot shows the GitLab interface for the repository 'autohurencuracao'. The sidebar on the left contains project information, repository details, issues, merge requests, CI/CD, security, deployments, packages, infrastructure, monitoring, analytics, a wiki, snippets, and settings. The main area displays a merge branch 'development' into 'main' by Dernison, Lucas L.H.R. authored 1 month ago. Below this, the 'README' file is shown with its content:

```
autohuren curacao

Gemaakt door Liv Knapen en Lucas Dernison
```

The screenshots show the 'Auto Huren Curaçao' website. The top navigation bar features the logo 'Auto Huren Curaçao'. The desktop version on the left has a background image of colorful buildings and includes fields for 'Ophaaldatum' (dd/mm/yyyy), 'Inleverdatum' (dd/mm/yyyy), 'Soort auto' (Selecteer auto), 'Aantal zitplaatsen' (input field), and a large orange button 'Huurauto zoeken →'. The mobile version on the right shows a search form with dropdowns for 'Sorteer op:' (Alles), 'Ophaaldatum:' (dd/mm/yyyy), 'Afleverdatum:' (dd/mm/yyyy), 'Soort/type auto:' (Alle Auto's), and 'Zitplaatsen:' (Any). Below the form is a image of a white Toyota SUV parked on a beach.

127.0.0.1:5501/extraloptionspage/autohurencuracao/index.html

HOME RESERVEREN Auto Huren Curaçao HET EILAND CONTACT

# Auto Huren Curaçao

## Huur hier uw auto!

Ophaaldatum  dd/mm/yyyy Inleverdatum  dd/mm/yyyy

Soort auto  Selecteer auto

Aantal zitplaatsen

Huurauto zoeken →

WhatsApp icon

127.0.0.1:5501/extraloptionspage/autohurencuracao/filterpage.html

HOME RESERVEREN Auto Huren Curaçao HET EILAND CONTACT

All-risk verzekeringen  Gratis 24/7 wegenwacht  Geen aanbetalingen  Geen creditcard nodig  Onbeperkt aantal kilometers

RESERVEER UW AUTO

Bekijk onze modellen

Filter

Sorteer op:  Alles

Ophaaldatum:  dd/mm/yyyy

Afleverdatum:  dd/mm/yyyy

Soort/type auto:  Alle Auto's

Zitplaatsen:  Any

Toyota Rush **€ 71,50 p.d.** Book nu!

Hyundai i10 **€ 37,50 p.d.** Book nu!

Hyundai i10 Grande **€ 42,00 p.d.** Book nu!

WhatsApp icon

## **Feedback einddemo**

- Design ook aangepast. Verstandige keuze.
- Filters werken al, netjes
- Niet alle code zelf geschreven. Niet erg, maar weet wel wat er staat anders leer je er niets van en kun je niet op de juiste manier aanpassingen doorvoeren.
- Mobiel nog helemaal niet bekijken, advies is om juist met mobiel te beginnen.

### Development 08-12

- Desktop ziet er netjes uit. Nette layout gemaakt, inputs werken.
- Whatsapp link geeft een pop-up met telefoonnummer ipv whatsapp (UX?). Kleur de btn om zodat de perceptie van whatsapp weg is.
- Slider is niet klikbaar, bestaand script gebruikt. Niet erg, wel weten hoe het werkt.
- Alleen mobiel en desktop uitgewerkt zonder echt naar breakpoints te kijken, dat is de verkeerde aanpak
- Mobiele weergave ziet er netjes uit, sommige verhoudingen kloppen niet, let op de details.
- Het werkt allemaal wel, wat goed gedaan is, maar de layout is te grof, let op de vertaling van design naar techniek.
- Synergie in het groepje mist. Het is té goed te zien dat er verschillende mensen aan verschillende pagina's hebben gewerkt.

Beoordeling: 7,5

## **ProjectX**

### **ProjectX plan (experience website)**

#### **Bronnen:**

<https://porterrobinson.com> -> De elementen van de animerende schermen dat je er doorheen kan gaan en in die wereld terecht komt. Dit zou ik graag willen maken dat je 1 scherm hebt waar je doorheen kan gaan.

<https://henryheffernan.com> -> Door het bewegen van als je op de website zit met je muis, kan je ook door de website heen bewegen. Dit kan ik gebruiken om door de website heen te bewegen naar het scherm toe.

<https://particle-love.com> -> Zou leuk zijn om als karakter te gebruiken of iets anders in een thema.

<https://activetheory.net/work> -> Makers van de website.

#### **Design:**

- Thema
- Karakter
- Kleuren
- Stijl

#### **Onderzoek:**

- Design
- Development (HTML, CSS, JAVASCRIPT, (more?))
- CMD Methods

#### **Plan:**

- Onderzoek doen naar design
- Karakter maken
- Wireframe maken
- Design maken
- Onderzoek doen naar development
- Website (proberen) te maken
- Verslag vastleggen

## **Week1**

- **Ma:** plan maken
- **Di:** gesprek docent, plan afmaken, onderzoek three.js
- **Wo:** onderzoek scenes, onderzoek three.js en testen
- **Do:** onderzoek three.js en testen
- **Vr:** onderzoek design

## **Week2**

- **Ma:** onderzoek design
- **Di:** wireframe maken
- **Wo:** design maken
- **Do:** design maken
- **Vr:** design afmaken

## **Week3**

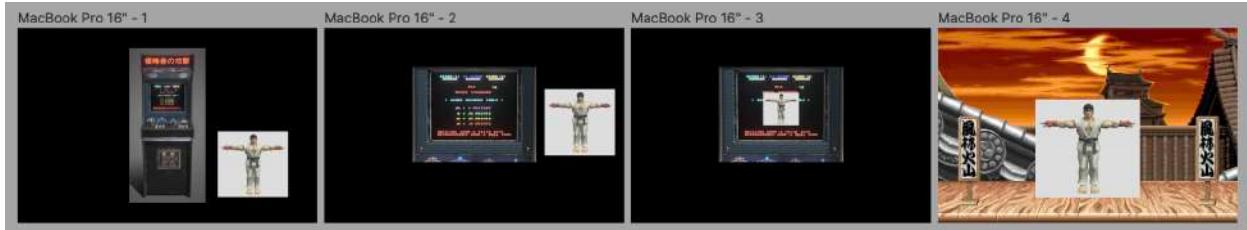
- **Ma:** website maken
- **Di:** website maken
- **Wo:** website maken
- **Do:** website maken
- **Vr:** website maken

## **Week4**

- **Ma:** testen
- **Di:** testen
- **Wo:** verslag vastleggen
- **Do:** verslag vastleggen
- **Vr:** afronding project

### **Snel design gemaakt:**

Voordat ik begon met een onderzoek en coderen, heb ik een snel design gemaakt zodat ik voor mezelf een beeld had wat ik als eindproduct wilden gaan maken.



Je hebt een arcade machine en een karakter Ryu. Met het karakter kan je bewegen met 'wasd' en de camera beweegt dan me. Uiteindelijk als Ryu in de arcade gaat, teleport die naar de streetfighter scene waar die naar links en rechts kan bewegen en de camera blijft centered.

### **Git**

Testing: [https://git.fhict.nl/I505851/projectx/-/tree/projectx-testing?ref\\_type=heads](https://git.fhict.nl/I505851/projectx/-/tree/projectx-testing?ref_type=heads)

Voor het onderzoeken en testen van threejs, heb ik een testing page gemaakt zodat ik hierop kan testen en kan kijken wat ik allemaal kan. Dit zorgt ervoor dat ik niet in het echte project hier steeds dingen moet aanpassen of testen als iets niet lukt.

Real: [https://git.fhict.nl/I505851/projectx/-/tree/main?ref\\_type=heads](https://git.fhict.nl/I505851/projectx/-/tree/main?ref_type=heads)

Hierin heb ik de elementen gezet die ik wil gebruiken en uiteindelijk een goed project kan neerzetten.

## Onderzoek three.js:

<https://discoverthreejs.com/book/first-steps/load-models/#set-up-mainjs-and-worldjs-to-handle-asyncawait>

<https://threejs.org/docs/index.html#manual/en/introduction/Installation>

<https://jsfiddle.net/0c1oqf38/>

<https://medium.com/@benjamin.c.coleman/the-beginners-guide-to-beginning-three-js-c36b8947c2aa>

Anytime we're using Three.js, the fundamentals of our setup are the **scene**, **camera**, and **renderer**. We need something to shoot our movie (camera), we need somewhere to shoot it (scene), and then we need a movie theater to put it on the screen (renderer).

Our camera we'll use the 'PerspectiveCamera' option. There are four default cameras to be used but the PerspectiveCamera is a good starting point that mimics the human eye. We'll need to give this function four arguments:

- Field of View — How wide the camera perspective will be.
- Aspect Ratio — Think like a TV screen. If we do width / height we'll be fine in most all situations. Everything else will squish our scene.
- Near clipping plane — Elements closer than this won't be render on the screen. If we were shooting our movie anything behind the camera wouldn't show up. We're basically using 0 for this.
- Far clipping plane — Elements further away than this won't render. Too high of a value might cause performance issues.

Next is creating our cube. Just like how we need a scene, camera, and renderer to get started, we need three core elements to every object we want to render:

- **Geometry** — The shape of our object, made up of vertices (points), and face (think the plane of an object). Three also gives us lots of premade geometries where we'll only need to give it some arguments and it'll handle the details from there. We'll be using BoxGeometry, but be sure to check out the [docs](#).
- **Material** — What our object is made of. This will include things like the color and it'll determine how light interacts with our object. If we had a pebble and a metal ball bearing, they would have a similar geometry, but their material is very different and it would change how it looks to the viewer.
- **Mesh** — The combination of geometry and material.

Like all requestAnimationFrame functions, this will be called 60 times every second, creating our smooth 60 FPS 3D render animation. Every frame we'll have the cube rotate on both the x and y axis by .04 of a radian. It might make sense to use 'Math.PI / some number' for units here but sticking with a basic number is fine for now. After the rotation is applied we have to remember to call our renderer.render function to display the change.

### Threejs inladen:

<https://www.youtube.com/watch?v=aOQuuotM-Ww>

<https://github.com/dgreenheck/threejs-gltf-import/blob/main/index.html>

Door bij de basis te beginnen met het onderzoeken en testen bij het maken van een setup, kwam ik bij verschillende sites uit waar een stappenplan gevolgd kon worden. Je moet in je setup gebruik maken van een **scene**, **camera** en **renderer**. Door deze in Javascript te definen, krijg je een soort van filmscene idee. Je hebt iets nodig om te filmen (**camera**), je moet je film ook ergens kunnen filmen (**scene**) en uiteindelijk je film op een bioscoopscherm kunnen laten zien (**renderer**).

Door deze stappen te volgen, heb ik geleerd welke verschillende elementen er zijn en je die aan de camera moet geven.

**Field of View:** hoe wijd het perspectief van de camera moet zijn.

**Aspect Ratio:** hier moet je de width / height aangeven.

**Near clipping plane:** elementen die te dicht bij de camera zijn, komen niet in beeld.

**Far clipping plane:** elementen die te ver van de camera zijn, komen niet in beeld. Dit kan performance problemen geven als het te hoog is.

<https://medium.com/@benjamin.c.coleman/the-beginners-guide-to-beginning-three-js-c36b8947c2aa>

Via deze site heb ik kunnen oefenen met het maken van een kubus. Hier kon ik testen met de scene, camera en renderer. Ik had drie elementen nodig om de kubus te renderen: **geometry**, **material** en **mesh**.

**Geometry:** de vorm van het object (kubus).

**Material:** waar het object (kubus) van is gemaakt. Dus ook de kleur wat dan ook meespeelt met de lichtinval.

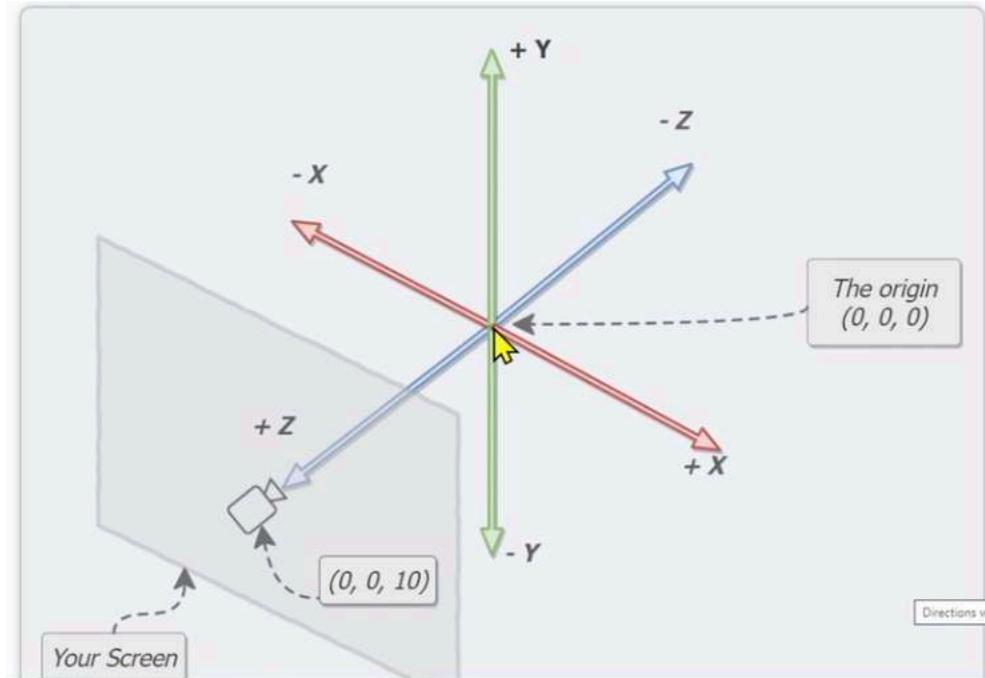
**Mesh:** de combinatie van geometry en material.

Nu had ik een 3D kubus op mijn scherm die ik wilde gaan animeren dat die ronddraait. Ik heb gebruik gemaakt van een basis spin animatie van de website.

## Het inladen en laten bewegen van het karakter:

<https://threejs.org/docs/#examples/en/controls/OrbitControls.keys>

(X, Y, Z)



Dit is makkelijk om te onthouden hoe dat de code wordt gerenderd als je de cijfers aanpast. Zo weet je wat je aanpast en wat er verandert met het beeld.

### **Onderzoek naar design:**

Doordat ik met mijn docent had besproken wat ik voor project wilde maken, gaf hij wat ideeën en tips hoe ik het zou kunnen doen. Hij kwam zelf met het idee om een tv-scherm te gebruiken, over het scherm zet je dan de ‘scene’ dat als je er doorheen gaat, je in de scene terecht komt.

Toen ik op de site van sketchfab kwam, zocht ik eerst naar tv schermen, waarna ik verder ging denken wat ook interessant zou kunnen zijn. Ik kwam uit op een arcade, waardoor je dus in de scene komt van bijvoorbeeld een spel wat erop staat. Dit ben ik gaan onderzoeken en testen.

#### **3D model:**

TV:

<https://sketchfab.com/3d-models/flat-screen-television-f90d4fb91dd34b6791e8d66d00f96591>

Arcade:

<https://sketchfab.com/3d-models/arcade-game-space-invaders-d3959de1a78747f58fb46915e111a265>

#### **Karakter:**

Pacman:

<https://sketchfab.com/3d-models/pacman-animated-e5e8dfb614da4fa69182f252fa4274a8>

Street fighter:

<https://sketchfab.com/3d-models/ryu-8538bc43b60b4326b13125a46e576d35>

### **Onderzoek naar het karakter besturen en volgen:**

<https://discourse.threejs.org/t/third-person-follow-camera-with-orbit-controls/18543>

<https://sbcode.net/editor/?url=follow-cam.html>

(Ook veel onderzoek gedaan met behulp van chatgpt)

Door de camera aan je karakter vast te maken, volgt die als een soort third person. Daarmee wilde ik dat je met ‘wasd’ je karakter kan besturen. Dit zodat je uiteindelijk met je karakter in de arcade machine kan en je in een wereld terecht komt (a new scene).

#### **New scene:**

Street:

<https://sketchfab.com/3d-models/street-1d22c37b06784096bf24d1b128538c6f>

## **Feedback**

**Feedback Pim ProjectX:** Goed op weg met het gebruik van Three.js. Je mag trots zijn met wat je al hebt kunnen onderzoeken en maken, snap wel dat je graag een eindproduct wilt hebben. Het karakter kan je bewegen met 'wasd' en de arcade blijft staan. De transition dingen zijn allemaal trucjes. Om een 'teleport effect' te maken, kan je onderzoek doen naar: teleport en scene transition in threejs. Maak een div die een foto is van de scene waar je in wilt gaan voor street fighters. Ga daarna aan de slag met de transition dat de nieuwe scene word ingeladen. Als je dan nog tijd hebt kan je die transition maken hoe je wilt, als die maar werkt. Je zou in S3 bij je eigen project verder kunnen gaan met dit project als je dit nog interessant vindt.

Met deze feedback ga ik verder met onderzoeken naar scenes en een transition hiermee doen. Als ik dan nog tijd over heb, ga ik kijken naar de transition zelf en het laten bewegen van het karakter.

***Streetfighter scene background:***

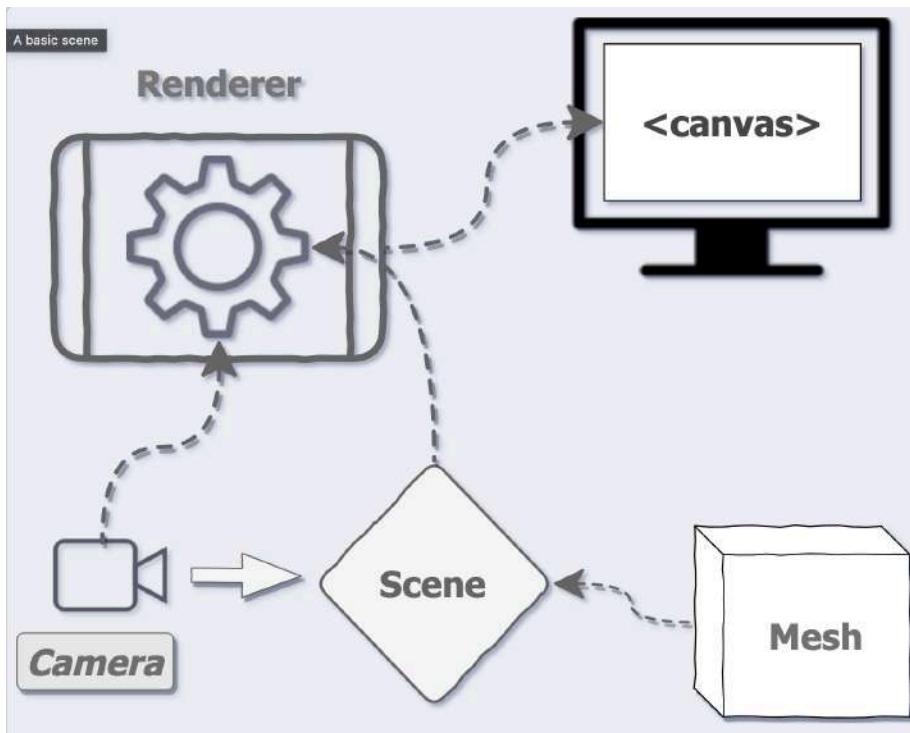
Deze gaat als nieuwe scene op de arcade machine, als je dan uiteindelijk met het karakter in de arcade loopt, kom je ‘in de scène’ waarna je met je karakter kan lopen naar links en rechts en de camera blijft zo staan zodat het lijkt alsof je in het spel zit.



## Onderzoek naar teleporting in a new scene:

<https://www.youtube.com/watch?v=GeNjb8UBKM>

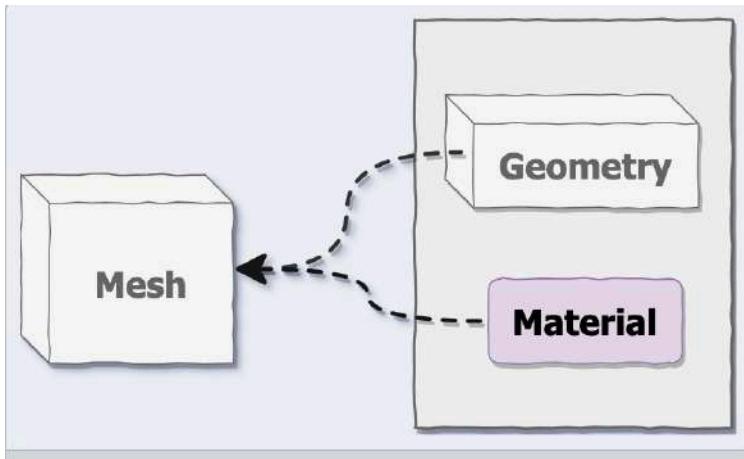
<https://discoverthreejs.com/book/first-steps/first-scene/>



Before we get started on the code, let's look at the basic components that make up every three.js app. First, there's the scene, camera, and renderer, which form the basic scaffolding of the application. Next, there's the HTML [<canvas> element](#), where we see the results. Last but not least, there's a visible object such as a mesh. With the exception of the canvas (which is specific to the browser), an equivalent to each of these components can be found in any 3D graphics system, making the knowledge you'll gain in these pages highly transferable.

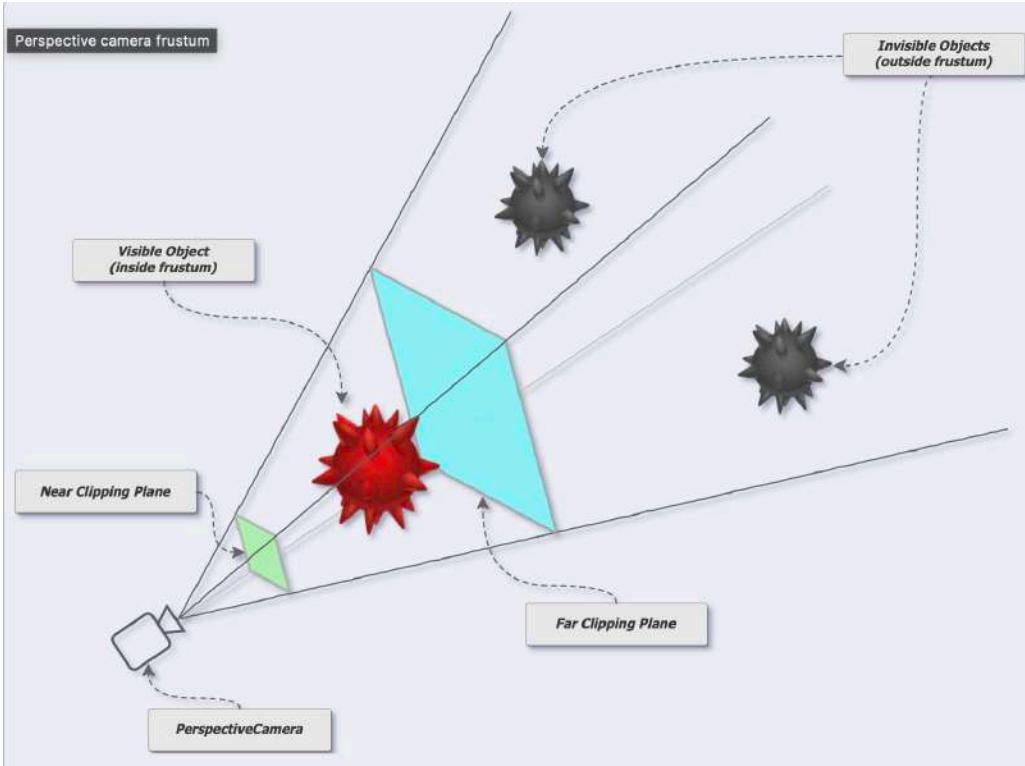
There are a couple of different cameras available in the three.js core, but as we discussed above, we will mostly use the [PerspectiveCamera](#) since it draws a view of the scene that looks similar to how our eyes see the real world. The PerspectiveCamera constructor takes four parameters:

1. **fov, or field of view:** how wide the camera's view is, in degrees.
2. **aspect, or aspect ratio:** the ratio of the scene's width to its height.
3. **near, or near clipping plane:** anything closer to the camera than this will be invisible.
4. **far, or far clipping plane:** anything further away from the camera than this will be invisible.



*A mesh contains of a geometry and a material*

**Meshes** are the most common kind of visible object used in 3D computer graphics, and are used to display all kinds of 3D objects - cats and dogs and humans and trees and buildings and flowers and mountains can all be represented using a mesh. There are other kinds of visible objects, such as lines, and shapes, and sprites, and particles, and so on, and we'll see all of them in later sections, but we'll stick with meshes throughout these introductory chapters.



The four parameters we pass into the `PerspectiveCamera` constructor each create one aspect of the frustum:

1. The **field of view** defines the angle at which the frustum expands. A narrow field of view will create a narrow frustum, and a wide field of view will create a wide frustum.
2. The **aspect ratio** matches the frustum to the scene container element. When we set this to the container's width divided by its height, we ensure the rectangular base of the frustum can be expanded to fit perfectly into the container. If we get this value wrong the scene will look stretched and blurred.
3. The **near clipping Plane** defines the small end of the frustum (the point closest to the camera).
4. The **far clipping Plane** defines the large end of the frustum (the point furthest from the camera).

Any objects in your scene that are not inside the frustum won't be drawn by the renderer. If an object is partly inside and partly outside the frustum, the parts outside will be chopped off (**clipped**).

Met deze informatie kan ik ervoor zorgen dat als Ryu op de (0,0,0) as komt (wat in de arcade machine is), hij teleporteert naar een ‘nieuwe’ scene wat dan de achtergrond is van streetfighters. Eigenlijk heb ik ergens anders deze scene al staan en teleporteert hij dus naar een andere plek. Hierbij wordt Ryu weer opnieuw ingeladen en krijgt hij een andere keyboardstatus, waarbij die alleen naar links en rechts kan bewegen.

### ***Onderzoek naar Tweenjs***

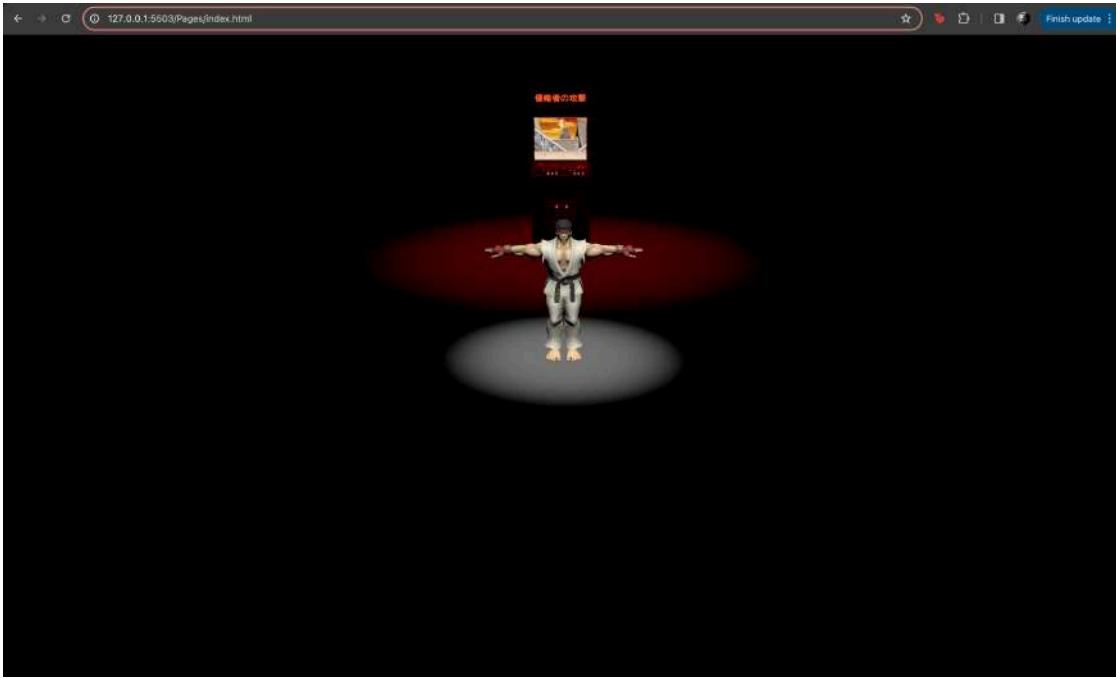
<https://createjs.com/getting-started/tweenjs>

<https://sbcode.net/threejs/tween/>

Voor dat je ziet dat alles inlaadt met karakter, arcade en het scherm had ik het idee om een ‘loading screen’ te doen. Hiervoor wil ik een cube gebruiken met een foto van streetfighters wat na 5 seconden omhooggaat zodat alles gelijk is ingeladen. Met Tweenjs kan je de animatie dat de cube omhooggaat, smoother maken. Hier heb ik heel kort onderzoek naar gedaan wat ik niet meer werkend heb kunnen krijgen in het eindproduct.

## **Eindproduct**

Je begint op een pagina waar je als karakter inspawned met een arcade machine. Over de arcade machine zit een scherm met de achtergrond van een street fighter scene. Je kan met het karakter bewegen naar de arcade, als je uiteindelijk in de arcade zit, teleport die naar een nieuwe scène.



Dan kom je in deze scène waar je als street fighter terecht kom waarbij je naar links en rechts kan bewegen als in de echte game.



## **Professional Identity**

### **Zelfreflectie**

Als ik terugkijk op dit semester, had ik meer zelfvertrouwen en meer motivatie vergeleken met het vorige semester (dat ik niet heb behaald). Ik wist wat me te wachten stond en wat de docenten van ons verwachten. De groepsprojecten liepen goed en heb progressie gemaakt in het gebruiken van Adobe applicaties en developen van websites. Hierdoor heb ik ook wat uitdaging gezocht in mijn ProjectX waarbij ik ook goede begeleiding kreeg om stappen te maken. Het stuk van feedback vragen heb ik meer ontwikkeld, dit moet wel nog meer.

### **Talenten en valkuilen**

#### **Wat vind ik:**

##### **Professionele talenten:**

Betrouwbaar, geduld, zelfstandig werken

##### **Valkuilen:**

Leiding nemen, netwerken, delegeren

#### **Wat vinden andere mensen daarover:**

##### **Collega's:**

##### **Professionele talenten:**

Nauwkeurig, luisteren

##### **Valkuilen:**

Communicatie, kan snel afgeleid raken

##### **Vrienden:**

##### **Professionele talenten:**

Zelfstandig werken, personal stylist, gezellig zijn, geeft niet snel op, rustig blijven, goed luisteren, behulpzaam, goed bereikbaar, flexibel

##### **Valkuilen:**

Netwerken, kan snel afgeleid raken, mogelijk te veel op eigen bord nemen, initiatief nemen, leiding nemen, neemt snel de uitvoerende rol

### **Feedback**

Tijdens dit semester kreeg ik een aantal keer feedback op mijn projecten. Op de Double Life Challenge, groepsprojecten, mijn portfolio reviews, peer feedback en van de stakeholders. (Voor meer informatie verwijst ik je door naar mijn document 'Portfolio2 Liv Knapen'. Bij elk project staat de feedback erbij.)

## **Timeline**

### **Past:**

- MBO ICT-beheerder diploma
- HBO-ICT Semester1
- HBO-ICT Semester2 (niet behaald)

### **Present:**

- HBO-ICT Semester2

### **Future:**

- HBO-ICT diploma & werkveld

### **MBO ICT-beheerder diploma**

Toen ik mijn middelbareschooldiploma had behaald, besloot ik om MBO ICT-Beheerder te gaan studeren. Dit sprak mij aan door het bezig zijn vooral met computers en mensen hiermee helpen. Ik merkte dat de lessen waar we gingen designen en developen, mij erg aansprak en misschien ook in verder wilde gaan.

Deze opleiding duurde 3 jaar die ik uiteindelijk heb afgesloten met een 8 op mijn diploma. Ik twijfelde heel erg wat ik wilde gaan doen, 1 ding was zeker: ik wilde nog niet gaan werken. Na wat oriëntatie en research, wilde ik misschien een opleiding voor fysiotherapeut gaan volgen maar ben uiteindelijk voor de ‘makkelijkheid’ toch maar in HBO-ICT gerold.

### **HBO-ICT Semester1**

Semester 1 is een oriënterende fase waar je elk profiel volgt en een beeld krijgt wat deze inhouden, zodat je hierna een keuze kan maken welke richting je op wilt. Hier heb ik al veel dingen geleerd wat ook goed aansloot op mijn MBO-ICT ervaring. Ik merkte dat het profiel MEDIA mij wel aansprak en dat ook nog van mijn mbo-lessen afkwam. Ik had dus gekozen om ICT&MEDIA te gaan doen.

### **HBO-ICT Semester2 (niet behaald)**

Semester 2 was begonnen. ICT&MEDIA, wat wil ik hier eigenlijk mee gaan doen? Wie inspireert mij? Wat kan ik hier eigenlijk mee doen? Ik merkte dat ik voor mezelf heel veel vragen had die ik moest gaan onderzoeken.

Ik heb op de middelbare school een cursus gevolgd voor basis Photoshop te gebruiken dus had nog een beetje ervaring hiermee. In dit semester heb ik nog veel meer kunnen leren in het gebruiken van Photoshop. Maar ook Illustrator, Adobe XD en Premiere Pro.

Ik was goed op weg met alle projecten en mijn portfolio. Maar merkte wel aan mezelf dat ik weinig motivatie had en het allemaal niet goed lukte. Ook had ik nog steeds de vragen in mijn hoofd waar ik nog geen antwoord op had. Ik zat ook wel in de knoop met wie ik zelf ben en wat ik wil. Uiteindelijk heb ik dit semester ook niet behaald en moet ik het overnieuw doen.

## **HBO-ICT Semester2**

Nu, hier weer opnieuw in semester 2 van ICT&MEDIA. Ik weet wat me te wachten staat en wat de docenten verwachten van me. Dit gaf me wel meer zelfvertrouwen en motivatie. Ik merk ook aan mezelf dat ik het fijn vind dat er minder mensen in de klas zitten vergeleken met het vorige semester. Het stuk van wie ik zelf ben en wat ik wil, is zich aan het ontwikkelen.

Again, de vragen: ICT&MEDIA, wat wil ik hier eigenlijk mee gaan doen? Wie inspireert mij? Wat kan ik hier eigenlijk mee doen? Deze vragen zijn vooralsnog bijna allemaal onbeantwoord. Ik heb wel een klein idee wat ik willen leren en ontwikkelen. Animaties maken/op websites zetten lijkt mij leuk om te gaan ontwikkelen. Wat je met deze opleiding kan doen en wat ik wil doen, heb ik voor nu nog geen idee van en wil ik nog gaan onderzoeken.

Als ik terugkijk op het vorige semester, heb ik veel ontwikkeling gemaakt in het coderen. Ik snap nu beter hoe het werkt en hoe ik het kan gebruiken. Ik blijf ook ontwikkelen in het gebruik van Adobe applicaties. Hierdoor word ik handiger in het gebruik. Het stukje van feedback vragen, is nog een lastig iets voor mij. Van mijn coach heb ik hier wel een fijne tip voor gekregen, om het als een wekelijks incheck moment te zien.

## **HBO-ICT diploma & werkveld**

Met de kennis die ik heb opgebouwd in de semesters, de stages die ik dan heb gelopen en uiteindelijk mijn afstudeerproject heb gemaakt, wil ik mijn HBO-ICT diploma behalen om daarna verder te gaan in het werkveld. Met ICT kom je wel snel in het werkveld terecht aangezien hier veel vraag naar is. Zelf ben ik nog opzoek naar wat er mogelijk is en wat mij aanspreekt om in te gaan werken. Voor nu ligt mijn focus nog op studeren en ik kom ik er gaandeweg wel achter wat ik zou willen gaan doen.