



Leeswijzer Semester 6

Luuk van Ettinger

Juni 2021

De opdracht

Het bedrijf

Simac is een familiebedrijf dat voornamelijk actief is in de Benelux en Midden-Europa. Ze leveren en onderhouden hoogwaardige technologie om bedrijfsprocessen te verbeteren. Verdeeld over de vestigingen werken er ruim 1400 mensen bij Simac.

Opdrachtschrijving

Met het thuiswerken van de afgelopen tijd is er een risico dat de samenhang tussen werknemers van Simac afneemt, omdat veel zicht- en onzichtbare interacties wegvallen. Het management van Simac ziet dat dit negatieve effecten heeft voor de mentale gezondheid en de productiviteit van de werknemers. Omdat familiegevoel een kernwaarde is van Simac, zoeken ze nu mogelijke oplossingen waarmee ze ondanks de afstand het welzijn van haar werknemers kan versterken.

Onderzoeksvragen

- Wie zijn de werknemers en op wie willen we ons richten?
- Hoe was het welzijn van de werknemers van Simac voor en tijdens COVID-19 en hoe kunnen we dit beïnvloeden tijdens de huidige COVID-19 omstandigheden.
- Welke trends spelen een rol op het gebied van welzijn en thuiswerken en kunnen bijdragen aan een technische oplossing binnen Simac?
- Wat kunnen we leren van bestaande oplossingen voor het inrichten van een technische oplossing voor de thuiswerkers van Simac?
- Hoe kunnen we het welzijn van thuiswerkenden positief beïnvloeden in de context online omgevingen?

Aanpak & uitvoering

Het proces

Na de eerste periode van het semester ligt er een concept klaar en het begin van de app die als middel gebruikt zal worden om het doel van ons concept waar te maken. Wij hebben als groep te kans gekregen om de 2de periode van het semester door te gaan met de opdracht voor Simac.

Businessmodel

Mijn eerste stap van de 2de periode was het maken van een business model. Nu het concept er lag en de ontwikkeling van de app van start was gegaan leek het mij een logische stap om te onderzoeken waar de kracht en kansen liggen van ons concept. Hieruit zijn we meer te weten gekomen over het verdienmodel achter de app en wie onze klanten zijn en hoe we de relatie hiervan moeten onderhouden.

Marketing en bijhorend onderzoek

Vanuit hier ben ik een marketing strategie gaan uitwerken om de doelgroep van de app te bereiken en ervoor te zorgen dat zij bekend zijn met ons concept en gemotiveerd zijn om de app te downloaden en hier gebruik van te maken. Deze marketing strategie bestaat uit reeks marketing middelen die op elkaar volgen. Een van deze marketingmiddelen heb ik verder uitgewerkt, namelijk de promotie mail.

Om een antwoord te krijgen op de vraag hoe ik mijn promotie mail kan ontwerpen om gebruikers te stimuleren om de app te downloaden, ben ik research gaan doen naar email marketing trends. Hierbij was de onderzoeksvraag, welke trends spelen een rol op het gebied van e-mail marketing en hoe kunnen deze bijdrage aan de marketingstrategie van de Simac app? Uit het onderzoek zijn de email marketing technieken personalization in e-mail marketing, incorporating user-generated content into e-mails, customer appreciation emails en interactive e-mails gekomen.

Met de uitkomsten van mijn trend research heb ik 3 verschillende ontwerpen gemaakt voor de promotie mail waarin in elk ontwerp een trend is verwerkt. Deze ontwerpen zijn gemaakt op basis van de mailChimp design guidelines voor email marketing. De volgende stap is om deze 3 ontwerpen te testen op de doelgroep aan de hand van gebruikersonderzoek, om erachter te komen welk van de 3 ontwerpen het meest effectief is op het gebied van de gebruiker stimuleren om de app te downloaden.

Door middel van interviews heb ik resultaten verzameld op de vraag welk van de 3 ontwerpen de doelgroep het meest stimuleert om de app te downloaden. Er zijn in totaal 5 gebruikers geïnterviewd en uit de resultaten was vrij duidelijk te concluderen

dat het eerste ontwerp de gebruikers het meest aansprak tot motivatie. Dit ontwerp bevat de marketing mail trend, "Personalization & Customer Appreciation in emails."

Vervolgens hebben we als groep gebruikersonderzoek gedaan door middel van een survey. Hiermee wilde we onderzoeken welk van de verschillende marketingmiddelen die we individueel hebben gemaakt, de Simac werknemers het meest aanspreekt. 13 werknemers van Simac hebben de survey ingevuld en hieruit is het resultaat gekomen dat mijn promotie mail het meest in de smaak viel bij de doelgroep. Verder zijn er een hoop positieve opmerkingen bij vermeld die in het portfolio terug zijn te vinden.

Als afsluiter op de marketingstrategie van de Simac app heb ik de door mij onderzochte en ontworpen promotie mail getoetst aan de hand van het honeycomb framework. De promotieplan was aan de hand van het gebruikersonderzoek bestempeld met een goede user experience.

Peer review

Als groep hebben we een peer review gedaan op elkaar om achter onze krachten en zwaktes te komen. Hieruit heb ik geleerd dat mijn groep erg tevreden is over mijn rol als scrum master in de groep en dat iedereen blij is met de projectgroep die we hebben.

Development in combinatie met UX

Verder heb ik in de 2de periode van het semester ook flinke stappen kunnen zetten in het ontwikkelen van de app. De basisfuncties van het kookgedeelte van de app zijn uitgewerkt in de app en hierdoor is de app klaar om door gebruikers getest te worden. Door middel van het maken van functies van de app en deze vervolgens gelijk te testen kunnen we de gebruiksvriendelijkheid van de app verbeteren terwijl we ons bezig houden met de development van de app zelf.

Vervolgens ben ik dus gaan onderzoeken aan de hand van usability tests of de basis functionaliteiten van de app duidelijk zijn voor de gebruikers zonder enige uitleg. Ik heb hiervoor 5 gebruikers de usability test mee afgenomen en en volgende resultaten zijn hieruit gekomen. Er zijn nog een hoop design flaws aanwezig in de Simac & Chill app. Voorbeelden hiervan zijn het laten zien van de gebruiker zijn eigen recepten op de receptenpagina, in plaats van de account pagina, het duidelijker maken van de mogelijkheid van een foto toevoegen bij een recept en de mogelijkheid om recepten aan te passen om de recept detailpagina zelf. Hoe deze verbeteringen precies zijn geïmplementeerd is terug te vinden in het portfolio.

Met behulp van alle gebruikersonderzoeken die tot nu toe gemaakt zijn heb ik de Simac & Chill app getoetst aan de hand van het honeycomb framework. Op basis van het honeycomb framework wordt de Simac & Chill app met een positieve user experience bestempeld. Doordat de design flaws van de usability tests verwerkt zijn

in de Simac app, zijn er een aantal punten uit het honeycomb framework van niet goed naar wel goed veranderd. Voor de verdere ontwikkeling van de app is het belangrijk dat er getests blijft worden op nieuwe features die gebouwd worden.

Om het project af te sluiten hebben we een eindpresentatie gegeven aan Simac waar we het concept, de app, de marketing, reflectie en conclusie hebben gepresenteerd. Hierbij hebben we een overdrachtsdocument overhandigd aan Simac. Hier staan verschillende zaken in waarvan Simac heeft aangegeven dat zij deze belangrijk vonden.

Reflectie

In de vorige periode was mijn plan van aanpak voornamelijk het behalen van rubrics en hierop baseerde ik mijn planning. Hierdoor ontstond er per rubric een product. Ook al dat niet perse verkeerd was, koste dit mij veel tijd en zag ik persoonlijk de rode draad van het project en semester niet meer helemaal. In de 2de periode van het semester ben ik meer gaan inzien dat alle rubrics van het semester samenhangen en elkaar versterken. Hierdoor heb ik het inzicht gekregen hoe belangrijk de samenhang hiervan is voor een goed product. Ik vind bijvoorbeeld development heel leuk en focus me graag daar op, maar zodra een product is gerealiseerd maar deze niet gebruiksvriendelijk is en nog nooit op gebruikers is getest, zullen eerste gebruikers van je product snel afhaken wanneer ze de potentie van het product niet zien of begrijpen. Hetzelfde geldt voor marketing, je kunt een van de beste producten hebben maar zodra je niet weet wie je doelgroep is en hoe je dit bij hun moet brengen, weten mensen niet van je product af en zal het product dus ook niet succesvol zijn. Pas zodra het product op alle vlakken in orde is, kun je er van uit gaan dat het product succesvol kan worden.

Verder ben ik super blij met de projectgroep waar ik dit semester mee mag werken. Wat is begonnen als een groep vreemde is voor mij persoonlijk een van de fijnste projectgroepen geworden tot nu toe. Ook al hebben we dit semester vanuit thuis moeten werken, is de samenwerking heel sterk. We hebben duidelijke afspraken die iedereen na komt en zodra het initiatief niet vanuit mij komt, pikt iemand anders het weer op. We zijn allemaal gemotiveerd om een gaaf eindproduct neer te zetten voor Simac en hebben allemaal de instelling om hard te werken om het semester met een mooi punt af te ronden. Uit de peer reviews is dan ook veel positiefs gekomen en dit was voor geen van ons een verrassing.

Bewijs

	Beoordelings- dimensie	Bewijs
1	Strategie & Concept	
1 a	Trends	Trend Research E-Mail Marketing Trend Research
1 b	Concept	Concept Marketing Strategie
1 c	Business-model	Business model & value proposition canvas
1 d	Marketing	Marketing Strategie
1 e	Communicatie	Peer Review Presentatie & Overdrachtsdocument Reflectie (onderaan de pagina)
2	Professionele ontwikkeling	
2 a	Professionele houding	Peer Review Presentatie & Overdrachtsdocument Reflectie (onderaan de pagina)
3	User Experience & User Centered Design	
3 a	Design	App Ontwerp Marketing E-Mail Designs
3 b	User Experience	Marketing E-Mail Honeycomb Framework Simac App Usability Tests Simac App Honeycomb Framework
3 c	Gebruikersonder- zoek	Survey Persona

		Interviews Marketing E-Mail Survey Marketing Strategie Simac App Usability Tests
4	Design & Development	
4 a	Development	React Native App Login & Navigation Simac App functionalities React Native & Firebase