

Thinktinker



Boekingsformulier Tinker.travel

Auteurs:

Menno Lont	11061200,
Arjan van Rossum	11038942,
Rosan van der Werf	11030917,
Saskia Woortman	10995935,
Yannick van Zantvoort	11056002

Studie:

BSc Informatiekunde jaar 1

Vak:

Multimedia- en interactieontwerp

Begeleider:

Peter Bloem

Datum:

Maart 2016

Voorwoord

Voor onze eindopdracht van het vak Multi-Media en Interactieontwerp hebben we ervoor gekozen het boekingsformulier van Tinker te herontwerpen.

Wij willen graag onze begeleider Peter Bloem bedanken voor alle behulpzame feedback die ons geholpen heeft met het ontwerpen van het boekingsformulier. Zonder hem zou het ons niet zijn gelukt de resultaten te krijgen die we nu hebben.

Ook willen wij Emile, onze correspondent bij Tinker, bedanken voor alle hulp die hij ons gegeven heeft. Wij willen nog even zeggen dat we de tussentijdse feedback ook heel erg hebben gewaardeerd.

Wij vonden het een leuk en leerzaam project met meer dan genoeg vrijheid en variatie.

Inhoudsopgave

1. Inleiding.....	3
2. Ontwerpbeslissingen.....	3
3. User test.....	6
4. Wetenschappelijk onderzoek.....	7
a. Hoofdvraag.....	7
b. Waarom deze vraag?.....	7
c. Literatuuronderzoek.....	7
d. Nulhypothese.....	7
e. Alternatieve hypothese.....	7
f. Methode.....	7
g. Resultaten.....	8
h. Independent samples T-test.....	8
i. Conclusie.....	8
5. Reflectie.....	9
6. Referenties.....	9
7. Bijlage.....	12
8. Appendix.....	14

1. Inleiding

Tinker is een taxibedrijf dat klanten van en naar de luchthaven brengt. Dit doen zij onder scherpe tarieven, met als extra service de Tinkerbelles. Het is mogelijk om online te boeken door middel van een boekingsformulier. Wij hebben als opdracht gekregen dit boekingsformulier te herontwerpen tot een intuïtiever product dat meer conversie zal opleveren. Dit doen wij met ondersteuning van wetenschappelijke literatuur en wetenschappelijk onderzoek. Ons team bestaat uit vijf leden die in hun eerste jaar Informatiekunde zitten. Deze opdracht sluit aan bij ons vak: Multimedia- en Interactieontwerp.

2. Ontwerpbeslissingen

Aan het begin van de opdracht zijn wij meteen begonnen met het user testen van de huidige website van Tinker. Hieruit werd duidelijk dat de website onzorgvuldig omging met kleurgebruik, dat er teveel informatie op elkaar gehoopt stond en dat nieuwe gebruikers niet meteen wisten waarvoor de website eigenlijk bedoeld was. Daarna hebben wij de vernieuwde versie van de Tinker website getest door middel van een click-test. Uit deze tests waren een aantal conclusies hetzelfde: nieuwe gebruikers wisten niet meteen waarvoor de website bedoeld was en het kleurgebruik was nog steeds erg uitbundig. Er werd gezegd dat de achtergrond te veel afleidde van het formulier. Daarnaast werd er teveel informatie tegelijkertijd gevraagd aan de gebruiker, waardoor het overzicht op de webpagina verloren ging. Het is beter om vragen onder meerdere pagina's te verdelen als deze horen bij verschillende groepen (Wroblewski hoofdstuk 2, 2008). Vervolgens zijn we gaan brainstormen vanuit persona's met bijbehorende user stories. Uiteindelijk zijn wij begonnen aan ons eigen ontwerp, allereerst met het in kaart brengen van wat er in het formulier moet staan. Een belangrijk aspect van het verbeteren van webformulieren is jezelf afvragen of een vraag echt noodzakelijk is in een formulier en of het niet automatisch gedaan kan worden. (Wroblewski hoofdstuk 10, 2008)

Toen wij klaar waren met het opstellen van de opzet van ons formulier, zijn wij begonnen met concepten bedenken. Na veelvuldig testen, verwerpen en vernieuwen zijn wij op ons uiteindelijke design gekomen. Onze hoofdpagina heeft een ander design dan dat van Tinker. Ten eerste hebben we de slogan boven de titel weggehaald, "To the airport" is geen goede uitleg over wat het bedrijf doet. "Book your airport taxi" bovenaan het boekingsformulier doet dat veel beter, dit komt uit het vernieuwde concept van Tinker. De titel zorgt er voornamelijk voor dat klanten weten waar ze aan beginnen, ze willen geen complete beschrijving lezen maar een korte, duidelijke benaming (Wroblewski hoofdstuk 3, 2008). Ten tweede hebben wij de achtergrondafbeelding vervangen door een effen vlak. Het effen vlak heeft geen intensieve kleur, wat voldoet aan de kleurrichtlijnen van MIT (2011, lecture 20). Ten derde worden er weinig kleuren gebruikt, alleen paars, lichtpaars/roze en geel, gereguleerd kleurgebruik is belangrijk voor een goede opmaak (MIT, 2011, lecture 20). Dit geeft de website een rustige en professionele uitstraling en daardoor wordt de aandacht niet van het boekingsformulier weggenomen (Wix, 2014).

In figuur 1 in de bijlage staat de homepage weergegeven. Er is gekozen om de optie om gebracht of opgehaald te worden te behouden, maar in ons formulier kan de gebruiker ook kiezen voor beide: een retour. Het invulformulier is links op de pagina geplaatst, omdat uit onderzoek is gebleken dat

mensen van links boven naar rechts onder over een scherm lezen (persoonlijke communicatie, Bloem, 2016). Rechts in beeld is een welkomstboodschap te lezen, zodat gebruikers weten waar Tinker voor staat en waar de website voor is bedoeld. Een introductie leidt er ook toe dat bezoekers zich welkom voelen op de website (persoonlijke communicatie, Bloem, 2016). De vragen zijn gesteld in een zin, omdat dit vriendelijker overkomt naar de gebruikers (Wroblewski hoofdstuk 2, 2008). Dit zorgt er bovendien voor dat het formulier meer aanvoelt als een conversatie, wat fijn over komt voor gebruikers (Jarrett & Gaffney, 2009). Dit hebben wij extra uitgelicht in ons onderzoek. Wat belangrijk is voor de vraagstelling is dat de gebruikte woorden makkelijk te begrijpen zijn. Ook moet er gesproken worden in één stem, ofwel de vragen moeten op dezelfde wijze gesteld worden, dit zorgt voor consistentie (Wroblewski hoofdstuk 2, 2008).

Vervolgens zijn we een andere weg ingeslagen van Tinker's ontwerp. De indeling van de kolommen hebben wij veranderd, er zijn in ons design twee kolommen in plaats van drie. De breedte van de twee kolommen komen overeen met de breedte van de voortgangsbalk, een raster, of grid, zorgt voor balans en een fijne opstelling (MIT, 2011, lecture 18). In ons ontwerp zijn er dus twee kolommen, een grote en een kleine. In de grootste kolom, waar de aandacht op gevestigd wordt, moet de informatie door de gebruiker ingevuld worden. Rechts in beeld is een overzicht te zien, waarin staat wat er tot dan toe ingevuld is. Dit overzicht is bij het ontwerp van Tinker pas te zien vanaf stap zeven. De prijs past zich automatisch op de gegevens aan op dit overzicht. Daarnaast kunnen ingevulde gegevens direct gewijzigd worden door het bewerk-icoontje aan te klikken.

Wat de site ook doet, is directe feedback geven over correcte invulling van het formulier. Zo kan een gebruiker niet door naar een volgende stap, als de verplichte velden nog niet zijn ingevuld. Dit wordt duidelijk voor de gebruiker doordat de knop nog grijs is en niet werkt. Pas als alles correct is ingevuld, wordt de knop geel en kan de gebruiker verder. Deze kleur grijs heeft een hoog contrast heeft met het geel, en de rest van de pagina, en het belemmert de voortgang. Deze combinatie van contrast en belemmering zorgt ervoor dat de gebruiker snel snapt dat er iets fout is gegaan en daardoor kan deze het probleem opzoeken en verbeteren (Wroblewski hoofdstuk 8, 2008). Deze knoppen zijn rechts onder in het invulvak geplaatst omdat mensen van links boven naar rechts onder over een pagina lezen (persoonlijke communicatie, Bloem, P. 2016). Gebruikers zullen dus rechts onder eindigen, waardoor dit een logische plek is voor een 'Volgende' knop. Als laatst hebben wij alle labels en invulvelden onder elkaar gezet, ofwel het is "top-aligned". Dit zorgt ervoor dat het formulier sneller uitgevoerd kan worden dan wanneer de invulvelden naast de labels staan (Wroblewski hoofdstuk 4, 2008). Dit komt doordat mensen maar in één richting hoeven te lezen. Daarnaast hebben wij de lengte van bepaalde invulvelden korter gemaakt dan anderen, zodat gebruikers weten dat het antwoord in dat veld niet erg lang hoort te zijn (Wroblewski hoofdstuk 5, 2008). Dit is een voorbeeld van affordance binnen in het formulier.

Bij het nieuwe ontwerp van Tinker moesten gebruikers op één pagina de waar, wie, wanneer én de klasse invullen. Dit zorgde voor verwarring bij het invullen van het formulier. Wij hebben ervoor gekozen de gebruiker minder vragen te stellen per stap, wat een positief effect bleek te hebben tijdens de user tests. Daarnaast hebben we ervoor gekozen om de stappen logischer in te delen en de voortgang te laten zien aan de hand van een voortgangsbalk, dit is belangrijk wanneer er veel vragen gesteld worden in het formulier (Wroblewski hoofdstuk 2, 2008). De stappen zijn opgedeeld in logische groepen, om structuur te bieden en om het over te laten komen als een gesprek

(Wroblewski hoofdstuk 2, 2008). De voortgangsbalk laat gebruikers zien dat ze al een gedeelte van het proces hebben doorlopen, waardoor ze minder snel geneigd zijn af te haken. (Jarrett & Gaffney, 2009), (Cialdini, 1987). Ook kunnen ze via de voortgangsbalk navigeren, dit draagt bij aan de simpliciteit omdat er twee functies gecombineerd worden (MIT, 2011, lecture 8).

Er wordt in een aparte stap gevraagd wanneer de taxi nodig is (zie figuur 2 in de bijlage). In tegenstelling tot Tinkers ontwerp, wordt er gelijk om een vluchtnummer gevraagd. De combinatie van vluchtnummer en datum is uniek, hierdoor hoeft de gebruiker geen tijd meer aan te geven, dit bespaard weer een stap in het boekingsproces. Het is bovendien belangrijk dat er geen vragen worden gesteld die het bedrijf al kan achterhalen uit de ingevulde informatie (Jarrett & Gaffney, 2009). Als het vluchtnummer eenmaal is ingevuld, komt er in een kleine textbox informatie over dat specifieke vluchtnummer. Dit zorgt ervoor dat klanten weten dat zij het goede vluchtnummer hebben ingevuld. Wel wordt er gevraagd naar hoe lang voor de vertrektijd klanten op het vliegveld willen zijn. De gebruiker kan de datum zelf invullen of hetzelfde doen aan de hand van een automatisch uitklapbare agenda. Deze agenda staat niet in de weg van gebruikers die hun dag handmatig in willen vullen, maar zorgt er toch voor dat gebruikers die het wel graag gebruiken tevreden gesteld worden (Wroblewski hoofdstuk 11, 2008). Deze agenda wordt verduidelijkt door een icoontje, mensen herkennen dit waardoor ze snappen waarvoor het wordt gebruikt (MIT, 2011, lecture 3).

In de volgende stap wordt gevraagd naar de klasse van de rit. De klasse staat automatisch ingesteld op Economy+, omdat dit een standaard taxi is, op deze manier hoeft de gemiddelde gebruiker iets minder zelf in te vullen. Ook zorgt dit ervoor dat de prijs van Economy+ automatisch bij de beginprijs inbegrepen kan worden, dit leidt ertoe dat gebruikers niet schrikken van een plotselinge prijstoenname van bijvoorbeeld 12 euro. Dat deze rit al is gekozen wordt duidelijk uit de kleurencombinatie met hoog contrast. Ook heeft de knop de status 'Gekozen'.

Bij de stap "wie en wat" zijn personen en bagage gecombineerd omdat het aantal stappen te groot werd in ons ontwerp. Wij hebben ervoor gekozen om deze twee onderdelen te combineren omdat de invulmethode gelijk is. Beide pagina's gebruiken een minder/meer knop om een hoeveelheid aan te geven. De stap staat al automatisch ingesteld op één volwassen reiziger, omdat een rit minimaal vergezeld moet worden door één volwassene. Door dit al automatisch in te vullen, hoeft een reiziger minder in te vullen. Als een gebruiker over het i-icoontje over de bagage heen gaat klapt er een informatiescherm uit met afmetingen van ruim- en handbagage. Bij het i-icoontje over het reisgezelschap, komt er informatie over de leeftijdsgrenzen van kinderen of baby's. Het is van belang dat alles duidelijk is, daarom is er gekozen voor de extra informatie. Aanvullende informatie moet alleen gebruikt worden in het geval dat er iets onduidelijk kan zijn (Wroblewski hoofdstuk 7, 2008), in dit geval kan het onduidelijk zijn wat er precies valt onder "ruimbagage" en "handbagage". In een formulier moet de gegeven informatie goed genoeg zijn, omdat gebruikers geen extra uitleg kunnen vragen zoals in een echt gesprek (Jarrett & Gaffney, 2009). Het gebruik van het i-icoontje voor extra informatie werkt efficiënt, omdat de meeste gebruikers dit associëren met aanvullende informatie. Dit heeft te maken met de information scent (MIT lecture 3, 2011).

Bij gegevens (zie figuur 3 in de bijlage) wordt een uitleg gegeven over het vragen naar het telefoonnummer. Doordat dit gegeven zeer persoonlijk is wil de gebruiker weten welk voordeel hij

hiermee kan behalen. (Wroblewski hoofdstuk 2, 2008). Verder wordt er gebruik gemaakt van iconen, wat zorgt voor information scent en het zorgt voor consistentie binnen het ontwerp, omdat icoontjes vaker terugkomen (MIT, 2011, lecture 2).

Voordat de betaling begint is er nog een controle stap (zie figuur 4 in de bijlage), hier is de ingevulde informatie overzichtelijk te zien. Zo kunnen gebruikers controleren of alles correct ingevuld is, zodat ze met een zeker gevoel naar de betaling kunnen gaan. Als er iets niet blijkt te kloppen, kan dit net zoals in het overzicht ter plekke aangepast worden door op het pennetje of op het gegeven te klikken. Deze stap is niet te zien in de navigatiebalk, maar is onderverdeeld in de stap 'Gegevens'. Hiervoor is gekozen zodat het aantal stappen verminderd wordt, zodat klanten niet afgeschrikt worden door het aantal. Bovendien wordt de stap niet als vervelend ervaren, maar zorgt een voor een zeker gevoel over de bestelling.

Ten slotte wordt er om de betaalmethode gevraagd en wordt de klant door verwezen naar hun bank. Als de betaling is voltooid, komt er een bedank pagina in beeld. Dit wordt gedaan zodat de klant een fijner gevoel krijgt over de bestelling. Ook wordt er nog aangegeven dat er een bevestiging is gemaild.

Onze kern-oplossingen op een rijtje:

Quick and dirty: Dit zijn de oplossingen die Tinker binnen een week uit kan voeren, zonder risico en met een duidelijk, overtuigend voordeel. Hieronder vallen de grijze "verder" knop die pas geel wordt als alles is ingevuld, de extra informatieknoppen die ruimte schelen en aanvullende informatie kunnen verlenen en de datumpicker om het kiezen van een datum te vergemakkelijken.

Green grass: Oplossingen die binnen een maand te implementeren zijn. Geen redesign, maar voorzichtige aanpassingen, zonder al te veel risico, die binnen het huidige ontwerp passen. De voortgangsbalk valt hieronder. De voortgangsbalk heeft eigenlijk alleen maar links nodig, en zorgt voor overzicht en structuur op de webpagina. Wat hier ook onder valt is de aanvullende informatie als je een vluchtnummer hebt gekozen zodat je weet dat je de goede hebt ingevuld.

Blue Sky: Wat zou je doen als je de vrijheid had om de hele site zelf te ontwerpen. Voor Tinker zijn dit ideeën voor op de lange baan, in het komende jaar in de lange-termijn planning meegenomen kunnen worden. Hieronder vallen het interactieve "boodschappenlijstje", die ervoor zorgt dat klanten complete controle en overzicht hebben over het gehele boekingsformulier, en de nieuwe lay-out die niet aldoor veranderd van lengte en ook minder afleidt van het formulier.

3. User test

Wij zijn begonnen met het uitvoeren van user tests op de huidige site van tinker en op soortgelijke websites. We hebben gekozen voor user tests omdat deze gemakkelijk en goedkoop zorgen voor informatie over invulsnelheden, tevredenheid en errors (Wroblewski hoofdstuk 1, 2008). Vervolgens hebben wij tests uitgevoerd op eigen ontwerpen en de conclusies toegepast op ons prototype. Deze informele testwijze laat binnen korte tijd de fouten en verbeterpunten in het ontwerp zien. Wanneer gebruikers mee wilden doen begonnen we met een testscript aan de hand van de instructies (Steve Krug, 2005) uit de reader. Wij hebben in totaal 11 rondes aan tests uitgevoerd. Bij

elke user test kwam er wel een (klein) probleem naar voren dat wij de volgende dag weer konden oplossen.

4. Wetenschappelijke test

Een belangrijk doel van Tinker is het verhogen van conversie, dit kan goed door middel van A/B-testen. Bij A/B-testen worden de testpersonen normaal gesproken in twee groepen verdeeld en krijgen de groepen elk een andere versie van het concept voorgeschoteld. Wij hebben het net iets anders aangepakt: de gebruiker kon kiezen welke versie hij het prettigst vond.

We willen het verschil testen tussen het opvragen van informatie door middel van vraagstelling en door middel van kernwoorden (van, naar, et cetera). Dit doen wij omdat wij ons afvragen hoe groot de verschillen zijn tussen de uiteindelijke tevredenheid over het ingevulde formulier. Daarnaast hebben wij om het geslacht en om de leeftijd van de testpersonen gevraagd.

Hoofdvraag

Hechten oudere mensen meer waarde aan een vraagstelling bij een formulier dan jongeren?

Waarom deze vraag?

Wij hebben deze hoofdvraag gekozen omdat wij in de reader hebben gelezen dat gebruikers in het algemeen meer waarde hechten aan een vragende wijze, en een conversatie in een formulier. Wij merkten zelf dat de meeste jongeren in onze omgeving juist het gebruik van kernwoorden meer waardeerden. Vanwege deze observatie werden wij geïnteresseerd in de vraag of er een verschil is op dit vlak tussen ouderen en jongeren.

Literatuuronderzoek

- Het is vriendelijker voor de gebruiker om vragen te stellen, op deze manier denkt hij/zij echt een conversatie heeft, net zoals wanneer de klant in de winkel staat en geholpen wordt door het medewerker. (Wroblewski hoofdstuk 2, 2008)
- Ook is de doelgroep van invloed op het effect van vraagstelling. Expert gebruikers hechten geen waarde aan verbloemde vraagstellingen, zij zoeken efficiëntie in een formulier.

Nulhypothese

Oudere mensen hechten even veel waarde aan een vraagstelling als jongeren.

Alternatieve hypothese

Oudere mensen hechten meer waarde aan een vraagstelling dan jongeren.

Methode

Via sociale media en Whatsapp hebben wij mensen vriendelijk gevraagd onze test in te vullen met daarbij een link naar een "Google Forms"-enquête. Deze enquête was als volgt opgebouwd:

- Titel
- Inleidende tekst
- Meerkeuzevraag naar geslacht
- Open vraag naar leeftijd

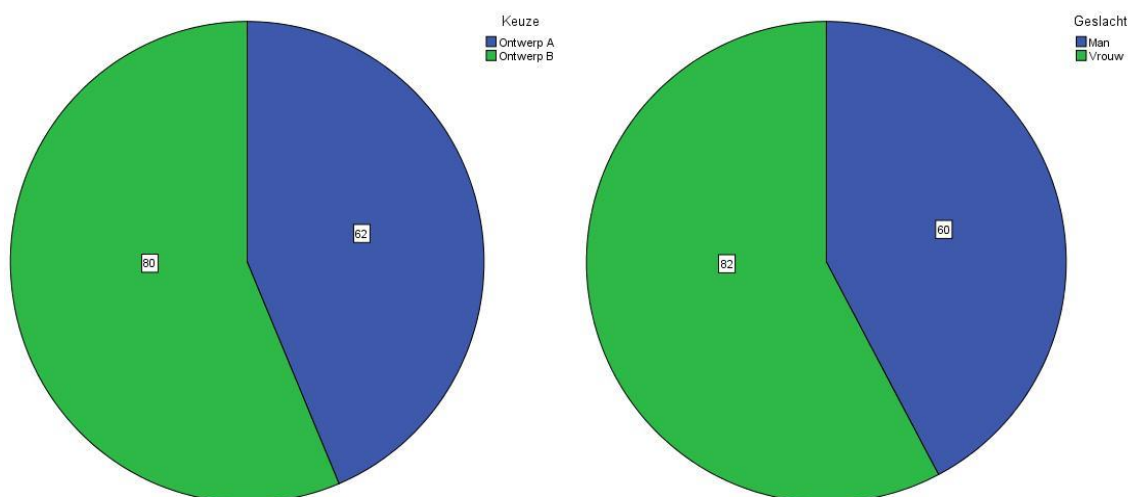
Ontwerp A	Ontwerp B
<div style="background-color: #800080; color: white; text-align: center; padding: 5px; margin-bottom: 10px;">Boek uw luchthaven taxi</div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-bottom: 10px;"> Brengen Ophalen </div> <p>Waar wilt u opgehaald worden?</p> <div style="margin-bottom: 5px;"><input style="width: 100%;" type="text" value="Plaats"/></div> <div style="display: flex; border-bottom: 1px solid #ccc;"> <input style="flex: 1;" type="text" value="Straatnaam"/> <input style="width: 50px;" type="text" value="Nr."/> </div> <p>Naar welk vliegveld wilt u?</p> <div style="border-bottom: 1px solid #ccc; display: flex; justify-content: space-between;"> Kies uw vliegveld ▼ </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;"> Enkel Retour </div> <div style="background-color: #ffcc00; text-align: center; padding: 10px; margin-top: 10px;"> Volgende Stap > </div>	<div style="background-color: #800080; color: white; text-align: center; padding: 5px; margin-bottom: 10px;">Boek uw luchthaven taxi</div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-bottom: 10px;"> Brengen Ophalen </div> <p>Van</p> <div style="margin-bottom: 5px;"><input style="width: 100%;" type="text" value="Plaats"/></div> <div style="display: flex; border-bottom: 1px solid #ccc;"> <input style="flex: 1;" type="text" value="Straatnaam"/> <input style="width: 50px;" type="text" value="Nr."/> </div> <p>Naar</p> <div style="border-bottom: 1px solid #ccc; display: flex; justify-content: space-between;"> Kies uw vliegveld ▼ </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;"> Enkel Retour </div> <div style="background-color: #ffcc00; text-align: center; padding: 10px; margin-top: 10px;"> Volgende Stap > </div>

Welk ontwerp is het beste? (Let op de vraagstelling van de invulvelden)

- Meerkeuzevraag naar ontwerpvoorkeur

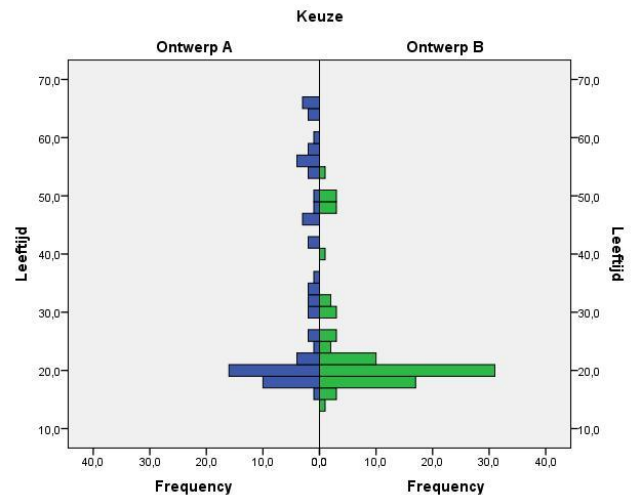
De testpersonen konden kiezen uit twee ontwerpen voor het boekingsformulier op de homepage. Bij de ene homepage werd er gebruik gemaakt van vragen om de informatie aanvraag te verduidelijken. Bij de ander werd er gebruik gemaakt van kernwoorden(bijv. van-naar). Ontwerp A was het voorbeeld waarbij de er op een vragende wijze werd gevraagd om informatie in te vullen, ontwerp B maakte gebruik van een kernwoord ter beschrijving (zie de bijlage).

Resultaten



Links is de verhouding te zien tussen mensen die voor ontwerp A en mensen die voor ontwerp B hebben gekozen. Het grootste deel koos voor ontwerp B, waarbij informatie werd opgevraagd door middel van kernwoorden. Rechts is de man/vrouw-ratio te zien, het grootste deel van de onderzoekspopulatie zijn vrouwen.

Dit figuur laat zowel zien; (1) voor welk ontwerp mensen hebben gekozen als (2) hoe oud deze mensen zijn. Zo is te zien dat het merendeel stemt voor ontwerp B, het ontwerp met kernwoorden. Als er echter nauwkeuriger wordt gekeken naar de verdeling is er te zien dat vooral jongere mensen (15 tot 30) stemmen voor ontwerp B en 30-plussers voor ontwerp A, het ontwerp met vraagstelling.



Independent samples T-test

Group Statistics

	Welk ontwerp is het beste? (Let op de vraagstelling van de invulvelden)	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Hoe oud bent u?	0	62	32,81	16,798	2,133
	1	80	22,99	9,000	1,006

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Hoe oud bent u?	Equal variances assumed	53,396	,000	4,469	140	,000	9,819	2,197	5,475	14,163
	Equal variances not assumed			4,163	87,806	,000	9,819	2,359	5,131	14,507

De gemiddelde leeftijd van mensen die op A stemmen is significant anders dan de gemiddelde leeftijd van mensen die op B stemmen.

Conclusie

Er kan geconcludeerd worden dat de nulhypothese verworpen wordt. De gemiddelde leeftijd van mensen die op A stemmen is significant groter dan de leeftijd van mensen die op B stemmen. De onderzoekspopulatie staat echter niet gelijk aan de onderzoekspopulatie die Tinker zou willen zien. Doordat we via sociale media vooral leeftijdsgenoten aangesproken hebben zijn er maar weinig resultaten die binnen het klantenbestand van Tinker (40 tot 50 jaar) vallen, namelijk dertien man. Wat opviel is dat deze dertien personen in tegenstelling tot het gemiddelde een sterke voorkeur voor vraagstelling in plaats van kernwoorden bij het opvragen van informatie. Ook de leeftijdscategorie 30 tot 40 jaar en de leeftijdsgroep 50+ heeft een voorkeur voor vraagstelling in plaats van kernwoorden. Waarschijnlijk zal vraagstelling bij het opvragen van informatie voor Tinker dus toch beter werken dan

kernwoorden. Vervolgonderzoek zal echter moeten uitwijzen of het een significant verschil maakt in conversie.

5. Reflectie

De samenwerking met elkaar, Peter en Emile verliep erg goed. We hebben wireframes gemaakt, user tests gedaan, een visual design gemaakt, een wetenschappelijk onderzoek gedaan, een wetenschappelijke poster gemaakt, dit verslag geschreven en een presentatie voorbereid. We hebben de taken verdeeld maar bij de afrondingsfase van elke opdracht zijn we met zijn allen gaan discussiëren om tot een unaniem besluit te komen.

Het brainstormen verliep soms moeizaam. We hadden de opdracht eerst opgevat als het verbeteren van de gehele website, maar het bleek slechts om het boekingsformulier te gaan. Verbeteringen kwamen moeilijk van de grond en niet iedereen was het met elkaar eens. Door middel van discussie, overleg met Peter en feedback van User tests zijn we toch tot een resultaat gekomen waar we allemaal tevreden over zijn.

6. Referenties

Bloem, P. (2016). Persoonlijke communicatie

Emile. (2016) E-mailcontact Tinker

Jarrett, C., & Gaffney, G. (2009). Forms that Work: Designing Web Forms for Usability. Op internet: <https://books.google.nl>, geraadpleegd op 13 Maart 2016.

Google (2016). AB test - Tinker. Op internet: <https://docs.google.com/forms>, geraadpleegd op 23 Maart 2016.

Krug, S. (2005). Don't make me think: A common sense approach to web usability. Reader.

Miller, R. (2011). MIT: Lecture 2: Learnability. Op internet: <http://ocw.mit.edu/courses/electrical-engineering-and-computer-science>, geraadpleegd op 14 Maart 2016.

Miller, R. (2011). MIT: Lecture 3: Visibility. Op internet: <http://ocw.mit.edu/courses/electrical-engineering-and-computer-science>, geraadpleegd op 14 Maart 2016.

Miller, R. (2011). MIT: Lecture 8: Generating Designs. Op internet: <http://ocw.mit.edu/courses/electrical-engineering-and-computer-science>, geraadpleegd op 14 Maart 2016.

Miller, R. (2011). MIT: Lecture 18: Graphic Designs. Op internet: <http://ocw.mit.edu/courses/electrical-engineering-and-computer-science>, geraadpleegd op 14 Maart 2016.

Miller, R. (2011). MIT: Lecture 20: Color Design and Typography. Op internet: <http://ocw.mit.edu/courses/electrical-engineering-and-computer-science>, geraadpleegd op 14 Maart 2016.

Wix (2014). 5 Web Design Tips for a Professional Site. Op internet: <http://videoplus.vo.llnwd.net>, geraadpleegd op 10 Maart 2016.

Wroblewski, L. (2008). Web Form Design: Filling in the Blanks: Hoofdstuk 1. Op internet: <https://books.google.nl>, geraadpleegd op 10 Maart 2016.

Wroblewski, L. (2008). Web Form Design: Filling in the Blanks: Hoofdstuk 2. Op internet: <https://books.google.nl>, geraadpleegd op 10 Maart 2016.

Wroblewski, L. (2008). Web Form Design: Filling in the Blanks: Hoofdstuk 3. Op internet: <https://books.google.nl>, geraadpleegd op 10 Maart 2016.

Wroblewski, L. (2008). Web Form Design: Filling in the Blanks: Hoofdstuk 4. Op internet: <https://books.google.nl>, geraadpleegd op 10 Maart 2016.

Wroblewski, L. (2008). Web Form Design: Filling in the Blanks: Hoofdstuk 5. Op internet: <https://books.google.nl>, geraadpleegd op 10 Maart 2016.

Wroblewski, L. (2008). Web Form Design: Filling in the Blanks: Hoofdstuk 7. Op internet: http://sunia.pairserver.com/WebFormDesign_EBook.pdf, geraadpleegd op 10 Maart 2016.

Wroblewski, L. (2008). Web Form Design: Filling in the Blanks: Hoofdstuk 8. Op internet: http://sunia.pairserver.com/WebFormDesign_EBook.pdf, geraadpleegd op 10 Maart 2016.

Wroblewski, L. (2008). Web Form Design: Filling in the Blanks: Hoofdstuk 9. Op internet: http://sunia.pairserver.com/WebFormDesign_EBook.pdf, geraadpleegd op 10 Maart 2016.

Wroblewski, L. (2008). Web Form Design: Filling in the Blanks: Hoofdstuk 10. Op internet: http://sunia.pairserver.com/WebFormDesign_EBook.pdf, geraadpleegd op 10 Maart 2016.

Wroblewski, L. (2008). Web Form Design: Filling in the Blanks: Hoofdstuk 11. Op internet: http://sunia.pairserver.com/WebFormDesign_EBook.pdf, geraadpleegd op 10 Maart 2016.

7. Bijlage

Verwezen in de tekst:

The screenshot shows the Tinker Travel homepage. At the top, there is a navigation bar with the Tinker Travel logo on the left and links for 'How It Works', 'Our Service', 'Airports', and 'Customer Service' on the right. The main content area features a large purple header with the text 'Welkom op Tinker.travel'. Below this, there is a white box titled 'Boek uw luchthaventaxi'. Inside this box, there are two tabs: 'Naar vliegveld' (selected) and 'Van vliegveld'. The 'Naar vliegveld' tab contains a form with the following fields: 'Waar wilt u opgehaald worden?' with sub-fields for 'Plaats' and 'Straatnaam' (with a 'Nr.' field next to it), and 'Naar welk vliegveld wilt u?' with a dropdown menu labeled 'Kies uw vliegveld'. Below these fields are two buttons: 'Enkel' (selected) and 'Retour'. At the bottom of the form is a yellow button labeled 'Volgende Stap' with a right arrow.

Figuur 1: de homepagina van ons ontwerp

The screenshot shows the 'Wanneer' step of the Tinker Travel booking process. At the top, there is a navigation bar with the Tinker Travel logo on the left and links for 'How It Works', 'Our Service', 'Airports', and 'Customer Service' on the right. Below this, there is a horizontal menu with six steps: '1 Waar', '2 Wanneer' (selected), '3 Klasse', '4 Wie en wat', '5 Gegevens', and '6 Betalen'. The '2 Wanneer' step contains a form with the following fields: 'Wanneer heeft u een taxi nodig?' with a date input field (dd-mm-jjjj) and a calendar icon, and 'Wat is uw vluchtnummer?' with a text input field (AB 1234) and an information icon. Below these fields is a checkbox labeled 'Ik weet mijn vluchtnummer (nog) niet.' and a paragraph of text: 'Wij vragen om uw vluchtnummer zodat wij de vluchttijd in de gaten kunnen houden.' At the bottom of the form is a grey button labeled 'Volgende Stap' with a right arrow. To the right of the form, there is a sidebar titled 'Uw Reis' with a pencil icon. It contains the following information: 'Van Kohnstammilaan 24, Heemstede' and 'Naar Schiphol Airport (AMS)'. At the bottom of the sidebar, there is a section labeled 'Prijs' with the text 'v.a. €37,-'.

Figuur 2: de “Wanneer”-stap in ons ontwerp

Tinker Travel

Thinktinker

[How it Works](#)
[Our Service](#)
[Airports](#)
[Customer Service](#)

1 Waar

2 Wanneer

3 Klasse

4 Wie en wat

5 Gegevens

6 Betalen

Met wie gaat u?

Volwassenen

Kinderen

Baby's

Speciale bagage

Inklapbare Rolstoel

Ski's/ Snowboard

Wat neemt u mee?

Handbagage

Ruimbagage

Kinderwagen/ Buggy

Golftas

Volgende Stap >

Uw Reis

Van
Kohnstammlaan 24, Heemstede

Naar
Schiphol Airport (AMS)

Datum
25-07-2016

Tijd
12:00

Klasse
Economy+

Prijs **v.a. €37,-**

Figuur 3: De “Wie & Wat”-stap in ons ontwerp

Thinktinker

[How it Works](#)
[Our Service](#)
[Airports](#)
[Customer Service](#)

1 Waar

2 Wanneer

3 Klasse

4 Wie en wat

5 Gegevens

6 Betalen

Wat zijn uw persoonlijke gegevens?

Wij vragen om uw telefoonnummer zodat wij rekening kunnen houden indien er sprake is van vertraging.

Volgende >

Uw Reis

Van
Kohnstammlaan 24, Heemstede

Naar
Schiphol Airport (AMS)

Datum
25-07-2016

Tijd
12:00

Klasse
Economy+

Passagiers
2 volwassenen, 1 kind

Bagage
2x ruimbagage
2x handbagage
1x kinderwagen

Prijs **€62,-**

Figuur 4: de “Gegevens”-stap in ons ontwerp

8. Appendix

Sectie 1 van 2

AB test - Tinker

Hallo! Bedankt dat je ons formulier wilt invullen!

Wij willen graag onderzoeken wat voor vraagstelling het beste zou zijn voor een boekingsformulier van Tinker. Tinker is een taxibedrijf die ritten regelt van en naar de luchthaven.

Wat is uw geslacht?

☐ Man

☐ Vrouw

Hoe oud bent u?

Korte antwoordtekst

Sectie 2 van 2

Bekijk de volgende formulieren:

Beschrijving (optioneel)

Afbeeldingstitel

Ontwerp A	Ontwerp B
<div><div>Boek uw luchthaven taxi</div><div><div>Brengen</div><div>Ophalen</div></div><div>Waar wilt u opgehaald worden?</div><div><div>Plaats</div><div><div>Straatnaam</div><div>Nr.</div></div></div><div>Naar welk vliegveld wilt u?</div><div><div>Kies uw vliegveld</div><div></div></div><div><div>Enkel</div><div>Retour</div></div><div><div>Volgende Stap</div><div></div></div></div>	<div><div>Boek uw luchthaven taxi</div><div><div>Brengen</div><div>Ophalen</div></div><div>Van</div><div><div>Plaats</div><div><div>Straatnaam</div><div>Nr.</div></div></div><div>Naar</div><div><div>Kies uw vliegveld</div><div></div></div><div><div>Enkel</div><div>Retour</div></div><div><div>Volgende Stap</div><div></div></div></div>

Welk ontwerp is het beste? (Let op de vraagstelling van de invulvelden)

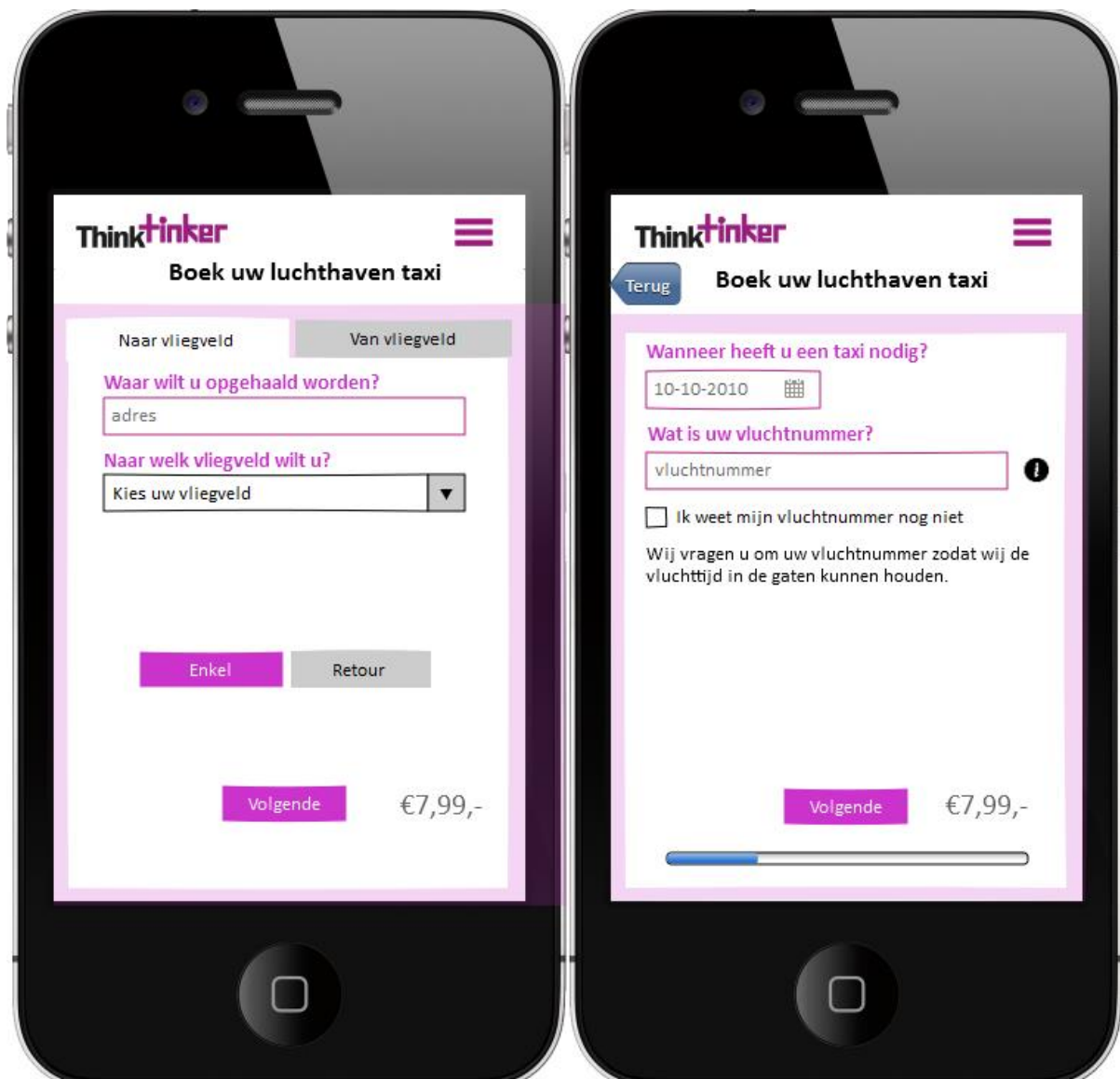
- ☐ Ontwerp A
- ☐ Ontwerp B

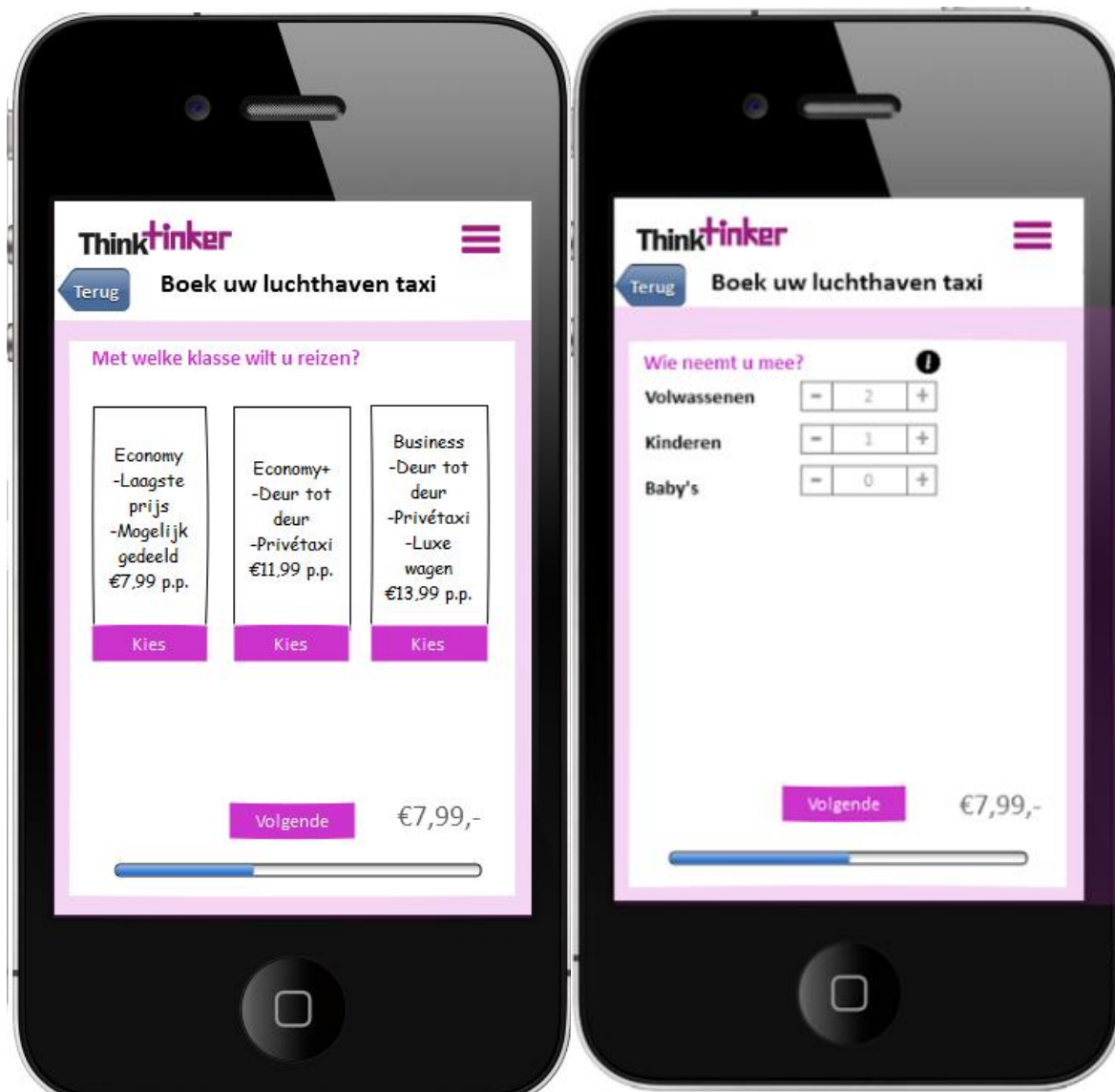
Dit is de test te zien de we hebben gebruikt om erachter te komen of oudere mensen een voorkeur hebben voor een vraag of een kernwoord (onze wetenschappelijke test)

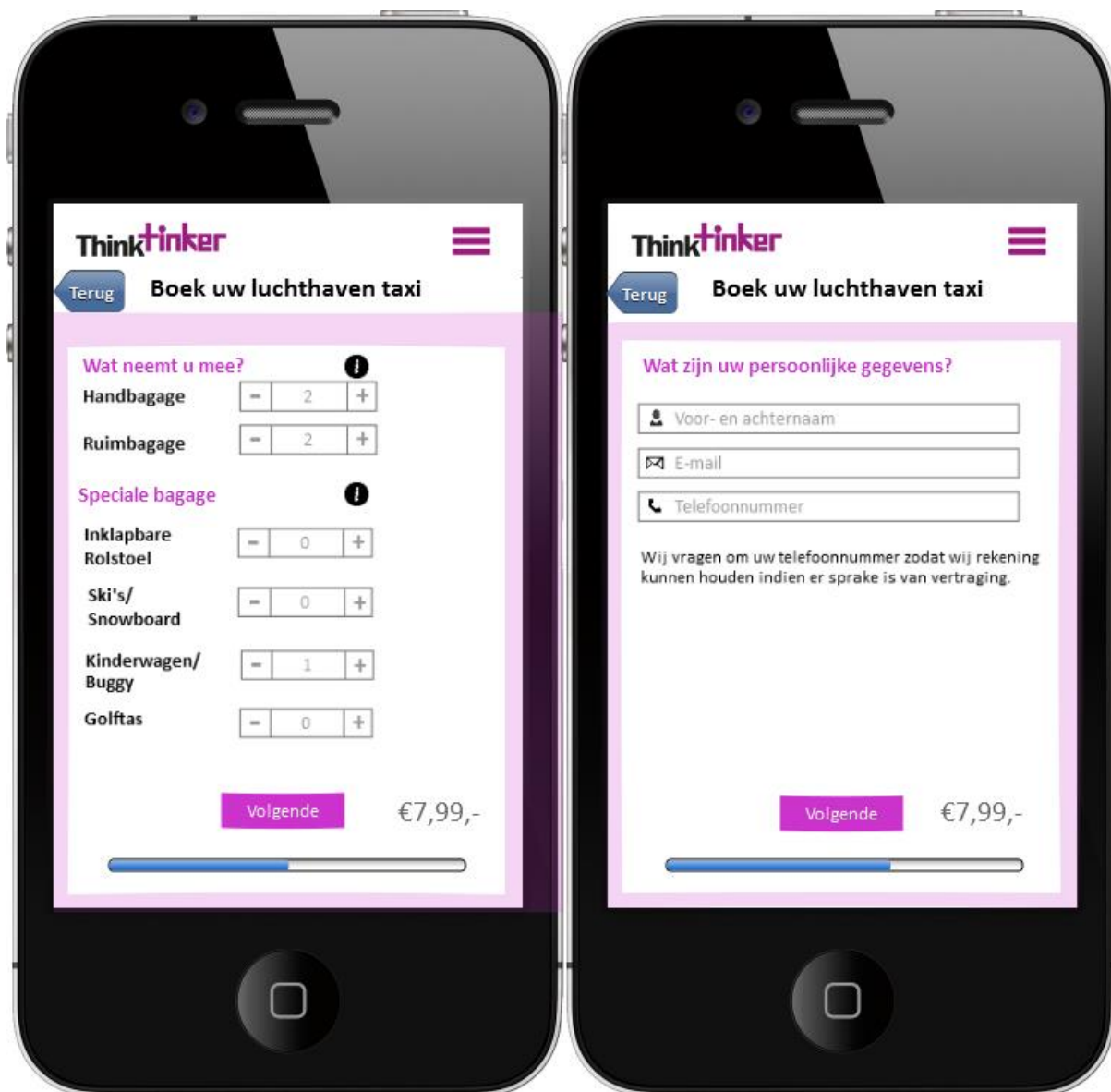


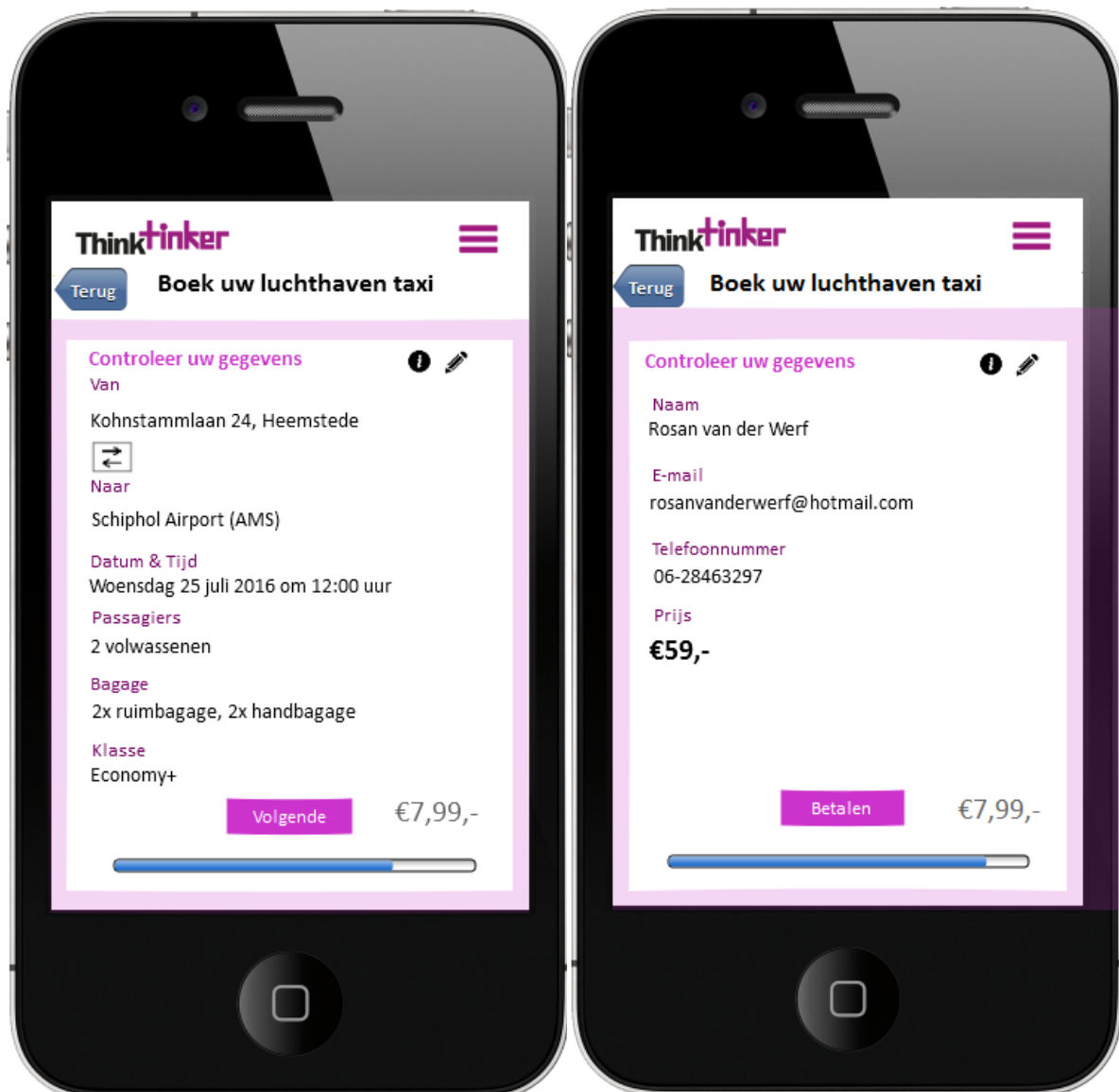
Dit is één scherm van het redesign gemaakt door Tinker. Deze hebben wij in de bijlage gedaan omdat wij graag willen laten zien hoe het redesign eruit ziet.

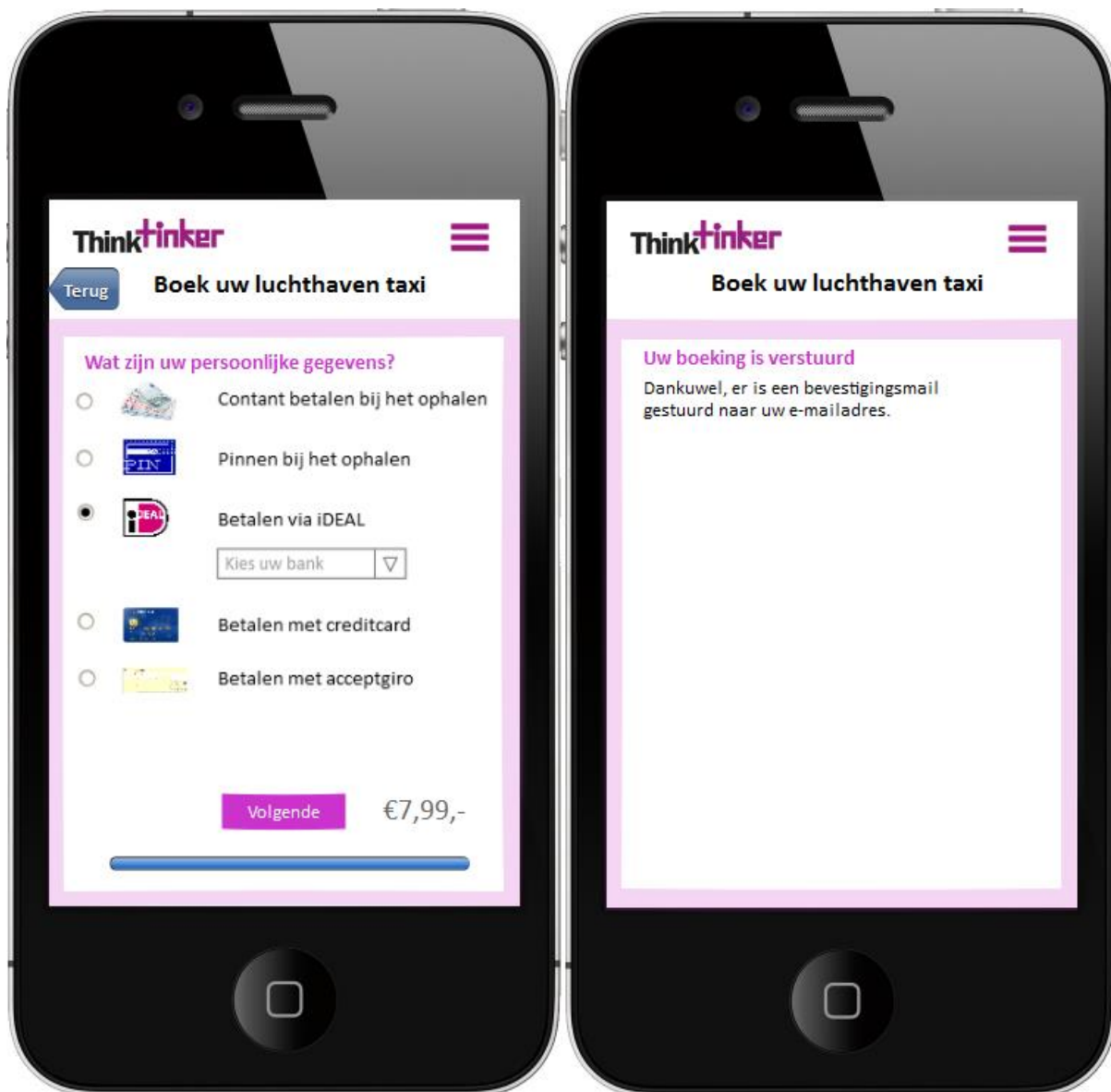
Hieronder komen wireframes van een mobiele versie van ons ontwerp.











Tot slot onze wireframes voor het boekingsformulier op de website.

The wireframe shows a web browser window with the URL <https://tinker.travel/nl/>. The page header features the logo "To the airport! Thinktinker" and navigation links: "How it works", "Our service", "Airports", and "Customer Service". The main heading is "Boek hier uw taxi van en naar de luchthaven". The booking form is titled "Boek uw luchthaventaxi" and has two tabs: "Brengen" (selected) and "Ophalen". The "Brengen" tab contains the following fields: "Ophaallocatie" with sub-fields "Plaats", "Straatnaam", and "Nr."; "Naar vliegveld" with a dropdown menu "Kies uw vliegveld"; and buttons for "Enkel" and "Retour". A yellow "Volgende Stap" button is at the bottom. The footer includes a "Welcome" message, the slogan "To the airport! from €6,99", and "Our Tinkerbellies".

The wireframe shows the second step of the booking process. The browser window has the same URL. The page header is identical. A progress bar at the top shows six steps: "1 Waar", "2 Wanneer" (selected), "3 Klasse", "4 Wie en wat", "5 Gegevens", and "6 Betalen". The main content area is divided into two columns. The left column contains: "Wanneer wilt u een taxi?" with a date field "25-07-2016" and a calendar icon; "Wat is uw vluchtnummer?" with a text field "AB 1234" and a checkbox "Ik weet mijn vluchtnummer (nog) niet." with an information icon; and "Hoe laat wilt u opgehaald worden?" with a time field "12 : 00". The right column contains: "Uw Reis" with a "wijzig" link, showing "Van Kohnstammilaan 24, Heemstede" and "Naar Schiphol Airport (AMS)"; and a "Prijs" section showing "v.a. €37,-". A yellow "Volgende Stap" button is at the bottom of the left column. The footer is identical to the first wireframe.

Boek uw taxi goedkoop v... x +

https://tinker.travel/nl/ Zoeken

"To the airport!" Thinktinker

How it works Our service Airports Customer Service

1 Waar 2 Wanneer 3 Klasse 4 Wie en wat 5 Gegevens 6 Betalen

Wanneer wilt u een taxi?

25-07-2016

Wat is uw vluchtnummer?

AB 1234

☒ Ik weet mijn vluchtnummer (nog)

Hoe laat wilt u opgehaald worden?

12 : 00

Uw Reis wijzig

Van Kohnstammilaan 24, Heemstede
Naar Schiphol Airport (AMS)

Prijs **v.a. €37,-**

Volgende Stap >

Welcome "To the airport!" from €6,99 Our Tinkerbells

Boek uw taxi goedkoop v... x +

https://tinker.travel/nl/ Zoeken

"To the airport!" Thinktinker

How it works Our service Airports Customer Service

1 Waar 2 Wanneer 3 Klasse 4 Wie en wat 5 Gegevens 6 Betalen

Wanneer wilt u een taxi?

25-07-2016

Wat is uw vluchtnummer?

GX 15654

Deze vlucht gaat naar Sevilla en vertrekt om 13:00 uur.

Ik wil graag 2 uur en 30 minuten voor de vlucht op het vliegveld zijn.

Uw Reis wijzig

Van Kohnstammilaan 24, Heemstede
Naar Schiphol Airport (AMS)

Prijs **v.a. €37,-**

Volgende Stap >

Welcome "To the airport!" from €6,99 Our Tinkerbells

Boek uw taxi goedkoop v... X +

https://tinker.travel/nl/ Zoeken

"To the airport!" Thinktinker

How it works Our service Airports Customer Service

1 Waar 2 Wanneer 3 Klasse 4 Wie en wat 5 Gegevens 6 Betalen

Met welke klasse wilt u reizen?

Economy	Economy+	Business
<ul style="list-style-type: none"> Laagste prijs Mogelijk gedeeld 	<ul style="list-style-type: none"> Deur tot deur Privé taxi 	<ul style="list-style-type: none"> Deur tot deur Privé taxi Luxe wagen
€10,99 p.p.	€11,99 p.p.	€13,99 p.p.
Kies	Gekozen	Kies

[Volgende Stap >](#)

Uw Reis

[wijzig](#)

Van Kohnstammilaan 24, Heemstede
 Naar Schiphol Airport (AMS)
 Datum 25-07-2016
 Tijd 12:00

Prijs **v.a. €42,-**

Welcome "To the airport!" from €6,99 Our Tinkerbellies

Boek uw taxi goedkoop v... X +

https://tinker.travel/nl/ Zoeken

"To the airport!" Thinktinker

How it works Our service Airports Customer Service

1 Waar 2 Wanneer 3 Klasse 4 Wie en wat 5 Gegevens 6 Betalen

Wat neemt u mee?

Handbagage - 2 +
 Ruimbagage - 2 +

Speciale bagage

Inklapbare Rolstoel - 0 +
 Ski's/ Snowboard - 0 +

Met wie gaat u?

Volwassenen - 2 +
 Kinderen - 1 +
 Baby's - 0 +
 Kinderwagen/ Buggy - 1 +
 Golf tas - 0 +

[Volgende Stap >](#)

Uw Reis

[wijzig](#)

Van Kohnstammilaan 24, Heemstede
 Naar Schiphol Airport (AMS)
 Datum 25-07-2016
 Tijd 12:00
 Klasse Economy+

Prijs **v.a. €52,-**

Welcome "To the airport!" from €6,99 Our Tinkerbellies

Boek uw taxi goedkoop v... x

https://tinker.travel/nl/ Zoeken

"To the airport!" Thinktinker

How it works Our service Airports Customer Service

1 Waar 2 Wanneer 3 Klasse 4 Wie en wat 5 Gegevens 6 Betalen

Wat neemt u mee?

Handbagage: max 180cm (l + b + h)

Handbagage:

Ruimbagage:

Ruimbagage: max 55 x 25 x 35 cm

Speciale bagage

Inklapbare Rolstoel:

Ski's/Snowboard:

Baby's:

Kinderwagen/Buggy:

Golftas:

Volgende Stap >

Uw Reis

Van
Kohnstammlaan 24, Heemstede

Naar
Schiphol Airport (AMS)

Datum
25-07-2016

Tijd
12:00

Klasse
Economy+

Prijs **v.a. €52,-**

[wijzig](#)

Welcome "To the airport!" from €6,99 Our Tinkerbellies

Boek uw taxi goedkoop v... x

https://tinker.travel/nl/ Zoeken

"To the airport!" Thinktinker

How it works Our service Airports Customer Service

1 Waar 2 Wanneer 3 Klasse 4 Wie en wat 5 Gegevens 6 Betalen

Controleer uw gegevens

Van
Kohnstammlaan 24, Heemstede

Datum & Tijd
Woensdag 25 juli 2016 om 12:00 uur

Passagiers
2 volwassenen

Bagage
2x ruimbagage, 2x handbagage

Klasse
Economy+

Naar
Schiphol Airport (AMS)

Naam
Rosa van der Werf

E-mail
rosanvanderwerf@hotmail.com

Telefoonnummer
06-28463297

Prijs
€59,-

[wijzig](#)

[< vorige](#) [Bevestigen >](#)

Welcome "To the airport!" from €6,99 Our Tinkerbellies

Boek uw taxi goedkoop v... x +






https://tinker.travel/nl/ Zoeken

"To the airport!" Thinktinker

How it works Our service Airports Customer Service

1 Waar 2 Wanneer 3 Klasse 4 Wie en wat 5 Gegevens 6 Betalen

Kies uw betaalmethode

- ☐  Contant betalen bij het ophalen
- ☐  Pinnen bij het ophalen
- ☒  Betalen via iDEAL
Kies uw bank
- ☐  Betalen met creditcard
- ☐  Betalen met acceptgiro

Betalen

Welcome "To the airport!" from €6,99 Our Tinkerbellies

Boek uw taxi goedkoop v... x +

https://tinker.travel/nl/ Zoeken

"To the airport!" Thinktinker

How it works Our service Airports Customer Service

Uw boeking is verstuurd

Dankuwel, er is een bevestigingsmail gestuurd naar uw e-mailadres.

Thanks for
thinking **thinkertinker**

Welcome "To the airport!" from €6,99 Our Tinkerbellies