ORANJE

EINDVERSLAG

Stella Niewenhuis|500719927|Minor VID2 | Grid & Kleur

https://xd.adobe.com/view/1ddd782c-7db8-4eba-7972-bd79bb38a8c0-6bec/?fullscreen

INLEIDING

Dit document beschrijft het proces dat is doorlopen totaan het eindproduct, een prototype website waarin de kleur oranje een dominante rol speelt. Om te komen tot het eindprototype is kleuronderzoek, onderzoek naar conventies op websites en experimenteren met grids en visuele hiërarchie van groot belang geweest. Door veel te testen met gebruikers en te itereren op het ontwerp, heb ik mijn gemaakte keuzes tot het eindonderwerp uiteindelijk goed weten te kunnen onderbouwen.

INHOUDSOPGAVE

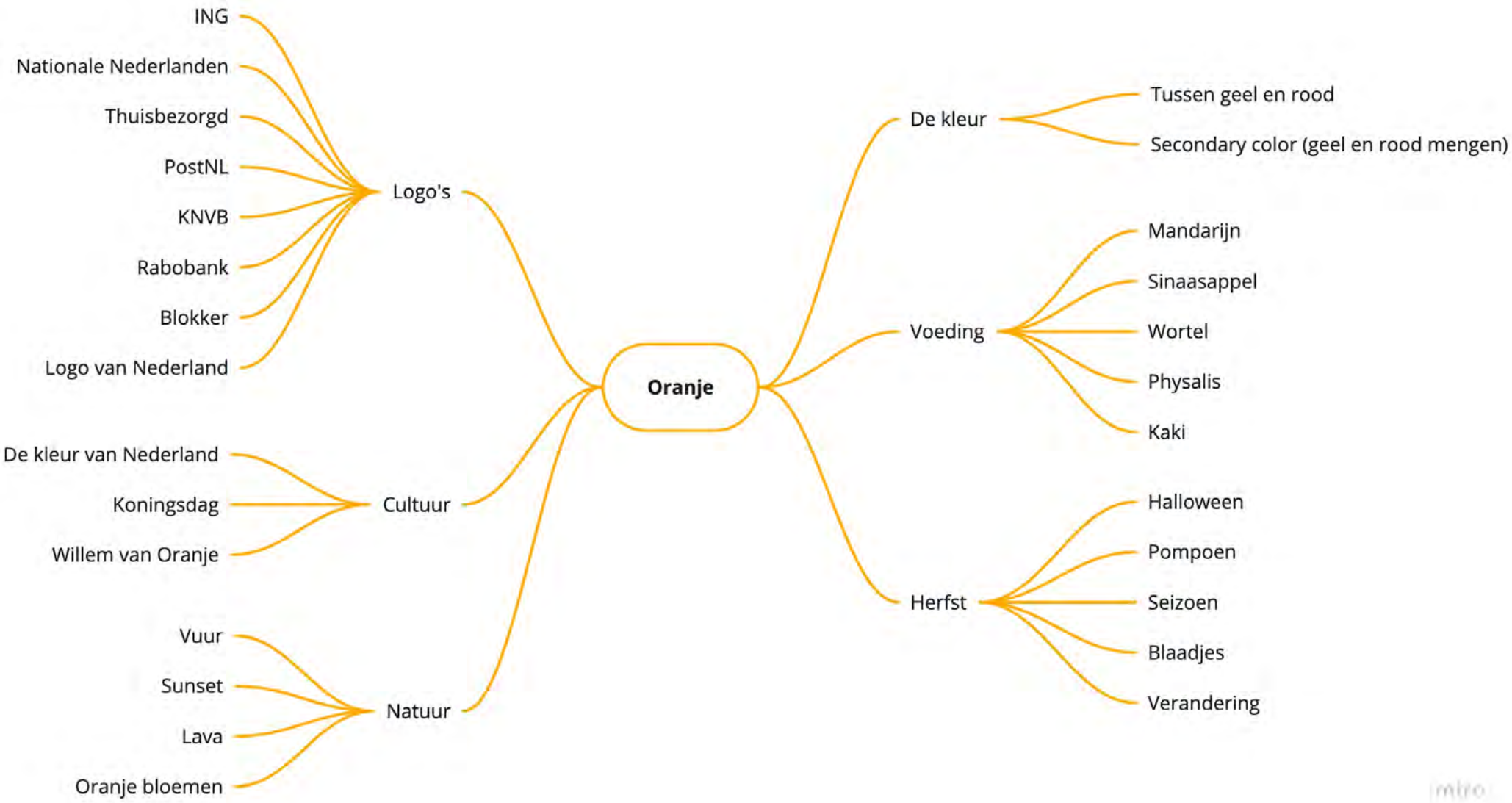
Inleiding	p 2
Inhoudsopgave	p 3
1. Kleuronderzoek v1	**p 4**
1.1 Mindmap v1	p 5
1.2 Moodboard	p 6
1.3 Onderzoek	p 7
1.4 Inzichten	p 8
1.5 Sitemap v1	p 10
1.6 Feedback van Martha	p 11
2. Aanpassingen kleuronderzoek	**p 12**
2.0 Mindmap v2	p 13
2.1 Overstap naar nieuw concept	p 14
2.2 Sitemap v2	p 16
3. Navigatie systemen	**p 17**
4. Proces en iteraties	**p 26**
4.1 Testresultaten prototype 1	p 27
4.2 Testresultaten prototype 2	p 28
4.3 Testresultaten prototype 3	p 29
4.4 Testresultaten prototype 4	p 30
5. Het definitieve ontwerp	**p 31**
5.1 Definitieve sitemap	p 32
5.2 De eindschermen	p 33
5.3 Styleguide	p 38
Bijlagen	**p 39**
- Getekende schetsen	p 40
- Digitale schetsen van prototype 1 & 2	p 41
- Ingevulde beoordelingsformulier	p 45
- Digitale schetsen van prototype 3 & 4	p 46
- Bronnen	p 48

1

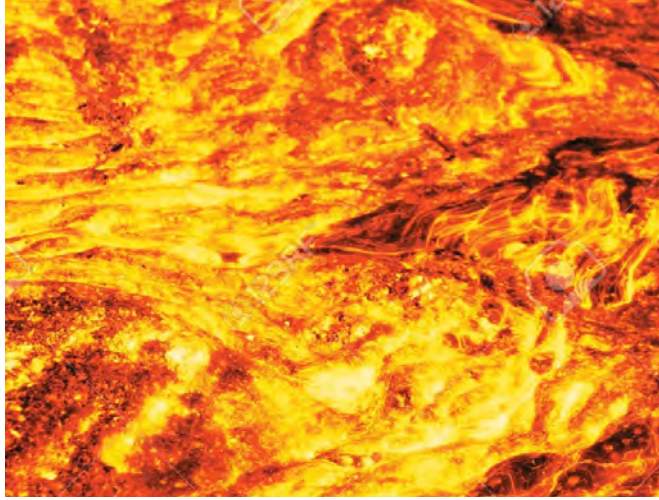
KLEURONDERZOEK V1

MINDMAP V1

Ik heb eerst mijn eigen associaties met de kleur oranje opgesteld in deze mindmap:



MOODBOARD



Oranje

De kleur
Oranje is een warme, levendige en energieke kleur. Denk aan de kleuren van vuur, herfstbladeren, zonsondergang en opgang en energiek, passievol en positief zijn. Oranje ligt in het kleurspectrum tussen rood en geel. Het is een secundaire kleur en bestaat uit de kleuren rood en geel. Oranje is minder overweldigend dan rood en voelt daarom uitnodigender en vriendelijker aan.

Associaties
- Oranje (orange) kan worden geassocieerd met gezondheid en vitaliteit vanwege de associaties met de vrucht sinaasappel (orange).
- Oranje kan geassocieerd worden met herfst en vanwege de associatie met veranderende seizoenen kan oranje ook verandering en beweging vertegenwoordigen.

Mandarijn

Positief: vitaal, sappig, vruchtbaar, stimulerend, pikant.

PMS 715C #F37A26

Levendig oranje

Positief: pret, grillig, gelukkig, gloeiend, zonsondergang, heet, stimulerend, actief, vriendelijk, goedmoedig, uitgestrekt, spontaan, optimistisch, communicatief, gemoedelijk, sociaal, zelfverzekerd, overredend, geanimeerd.
Negatief: Luidruchtig, rauw, frivool.

PMS 1586C #F06D27

INZICHT 1

Oranje in logo's

Waarom dit inzicht?
De nationale kleur van Nederland is oranje. Het lijkt mij interessant om te kijken hoe oranje logo's geïntegreerd zijn in onze samenleving. Een logo of beeldmerk is een belangrijk onderdeel van de huisstijl van een bedrijf, merk of instelling.

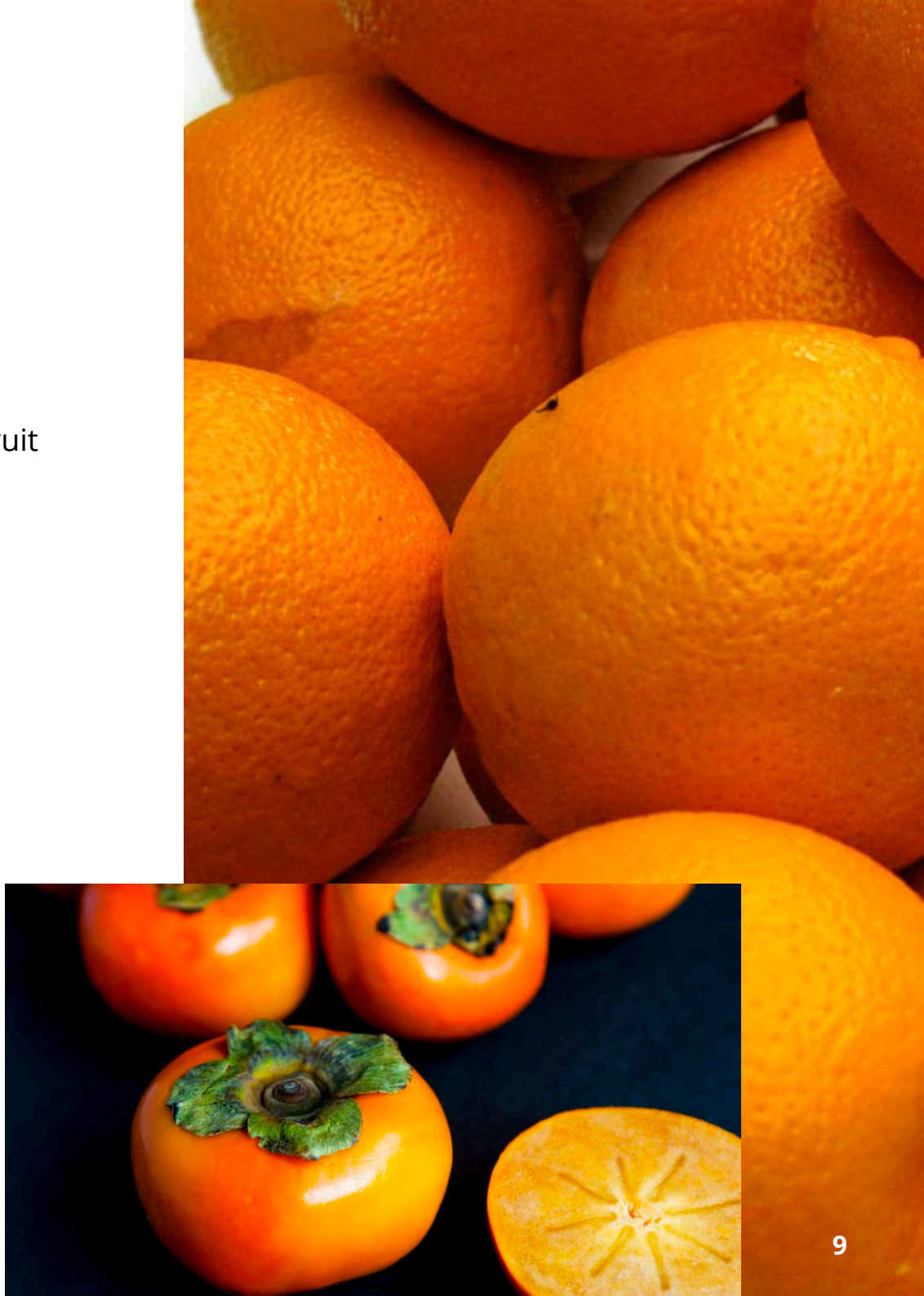
Categorieën
- Overheid
- Politieke partijen
- Winkels
- Verenigingen
- Webshops
- Organisaties
- Stichtingen
- Media

INZICHT 2

Voeding

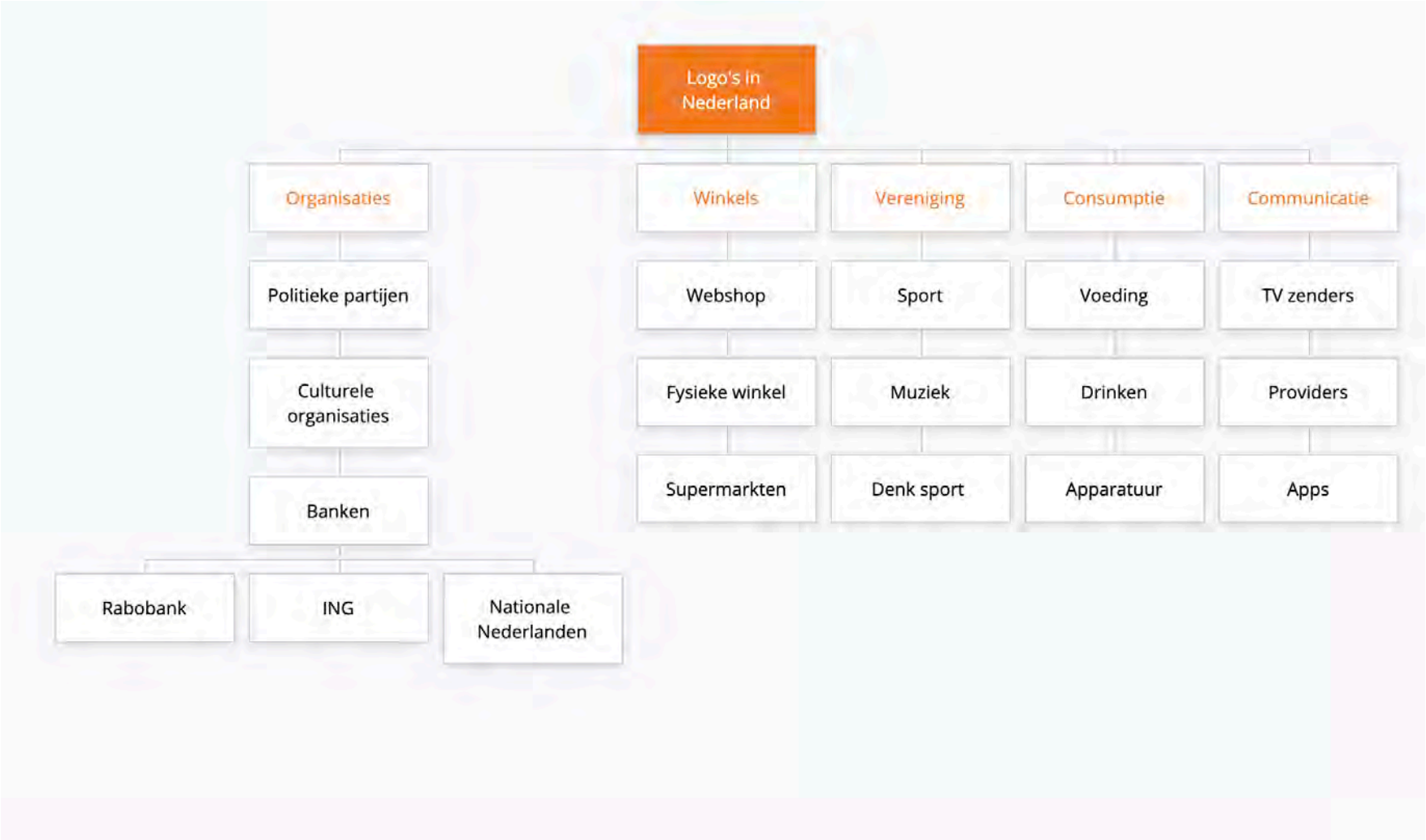
Waarom dit inzicht?
Ik kwam eigenlijk al vrij snel op voeding omdat er best veel fruit oranje is. Daarom ben ik verder gaan nadenken over andere mogelijke categorieën die daarbij passen.

Categorieën
- Fruit
- Groenten
- Drinken
- Zoetigheid
- Vis



SITEMAP V1

Om te zorgen dat elke subcategorie weer onder te verdelen is een detailpagina heb nog wat dingen aan moeten passen ten opzichte van de categorieën op de inzichtenpagina. Ik heb gekozen voor inzicht 1 omdat hiervoor meer subcategorieën te bedenken waren. Dit is het resultaat:



FEEDBACK

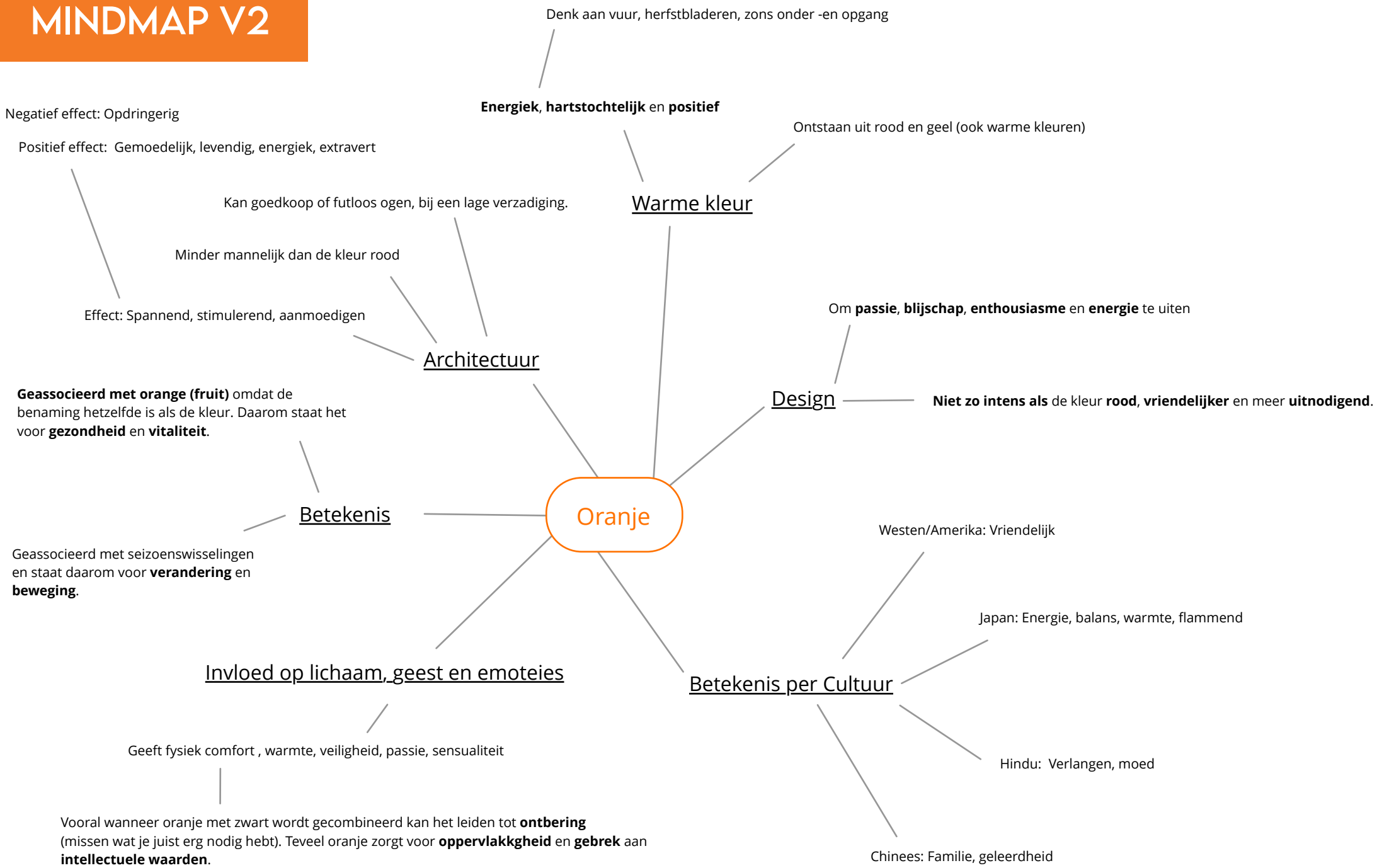
Helaas had ik mijn kleuronderzoek v1 niet op tijd ingeleverd maar ontving alsnog feedback van Martha tijdens de groepssessies:

- Kijk nog even naar je mindmap, want er staan nu dingen in die je al wist. Het zijn je eigen associaties. Ik zie geen dingen in je mindmap die komen uit onderzoek.
- De inzichten die je hebt opgeschreven zijn niet echt inzichten omdat ze niet samenhangen met je onderzoek.
- Je sitemap is voor nu oke maar de stap ernaartoe hangt nog niet samen met je onderzoek. Je vertelt nergens over de kleur oranje als nationale kleur van Nederland.

2

AANPASSINGEN KLEURONDERZOEK

MINDMAP V2


Oranje
Warme kleur
Denk aan vuur, herfstbladeren, zons onder -en opgang
Energiek, **hartstochtelijk** en **positief**
Ontstaan uit rood en geel (ook warme kleuren)
Architectuur
Kan goedkoop of futloos ogen, bij een lage verzadiging.
Minder mannelijk dan de kleur rood
Negatief effect: Opdringerig
Positief effect: Gemoedelijk, levendig, energiek, extravert
Effect: Spannend, stimulerend, aanmoedigen
Design
Om **passie**, **blijschap**, **enthousiasme** en **energie** te uiten
Niet zo intens als de kleur **rood**, **vriendelijker** en meer **uitnodigend**.
Betekenis
Geassocieerd met orange (fruit) omdat de benaming hetzelfde is als de kleur. Daarom staat het voor **gezondheid** en **vitaliteit**.
Geassocieerd met seizoenswisselingen en staat daarom voor **verandering** en **beweging**.
Invloed op lichaam, geest en emoteies
Geeft fysiek comfort , warmte, veiligheid, passie, sensualiteit
Vooral wanneer oranje met zwart wordt gecombineerd kan het leiden tot **ontbering** (missen wat je juist erg nodig hebt). Teveel oranje zorgt voor **oppervlakkgheid** en **gebrek** aan **intellectuele waarden**.
Betekenis per Cultuur
Westen/Amerika: Vriendelijk
Japan: Energie, balans, warmte, flammend
Hindu: Verlangen, moed
Chinees: Familie, geleerdheid

Oranje is onze Feestelijke nationale kleur

De nationale kleur van Nederland is oranje en dat komt door het Nederlandse koningshuis. Willem van Oranje (de Vader des Vaderlands) erfde van zijn neef de titel Prins van Oranje.

Uit het onderzoek dat ik heb gedaan, komen vooral hele positieve associaties van de kleur oranje naar voren.
Zo staat oranje voor positivietit, blijschap, enthousiasme, verandering, energie en nog veel meer.

Ik vind het interessant om een link te leggen tussen deze energie en positiviteit die de kleur brengt en Koningsdag. Dit is een dag waarop wij Nederlanders feest vieren! Dit doen wij met passie en heel veel energie. Onze koning is dan namelijk jarig.
Ik vind het interessant dat je oranje goed kunt gebruiken voor design omdat het wat minder intens is dan rood en juist wat vriendelijker en uitdagender. Dat uitnodigende heb ik zeker nodig voor mijn concept en ben benieuwd hoe dat gaat uitpakken. Ik wil oranje gebruiken om een zo feestelijk mogelijke sfeer naar voren te brengen. Lees verder op de volgende pagina.

Oranje zorgt voor Nederlanders voor sociale cohesie

Voor Nederlanders is de kleur oranje een kleur die hoort bij hun nationale identiteit. Zo'n nationale identiteit is een collectieve identificatie met de natiestaat en zorgt voor een sociale cohesie. Onze nationale teams dragen bv. oranje tenues en als wij naar een wedstrijd gaan, dragen wij ook oranje. Dit hoort bij ons land, het verbindt ons.
De kleur oranje zorgt er voor ons als Nederlanders dus voor, dat we voelen dat we er bijhoren. "Vieren we Koningsdag?", dan dragen we (bijna) allemaal oranje.

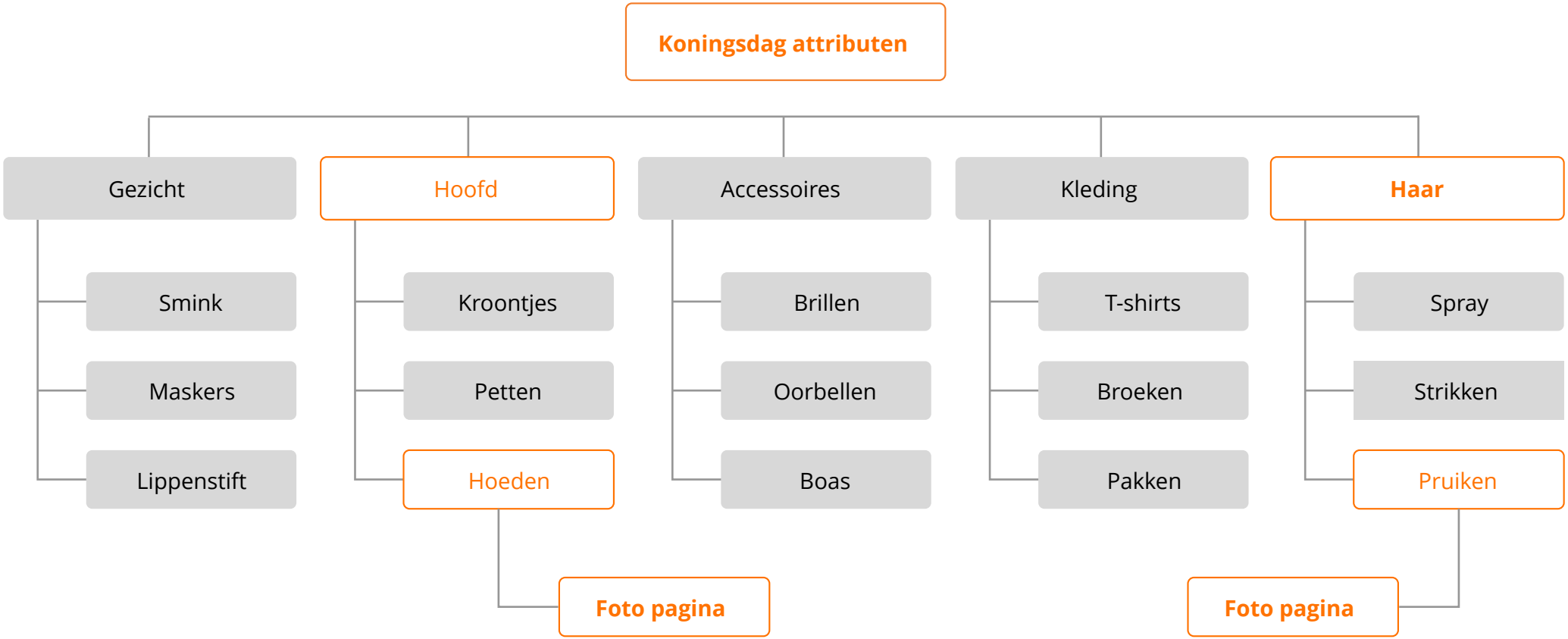
Nu met het coronavirus zijn sociale bezigheden voorlopig niet toegestaan.
Er worden veel evenementen afgezegd t/m begin juni en het is nog onzeker hoe het daarna gaat verlopen. Omdat de kleur Oranje voor Nederlanders een impact heeft op saamhorigheid, heb ik bedacht om een website te maken waarbij we alsnog Koningsdag kunnen vieren (dit is een update!). Ik wilde eerst een inspiratie website maken met koningsdagkleding, maar zal al in mijn hoofd met het Coronavirus.

De sfeer die ik wil creëren moet vooral feestelijk zijn, en het belangrijkste doel van de site is om ons dichter bij elkaar te brengen in deze moeilijke tijd.

SITEMAP V2

Het idee is om mensen te inspireren voor koningsdag outfits en ze uit te proberen op zichzelf.

De pagina's die ik wil gaan uitwerken

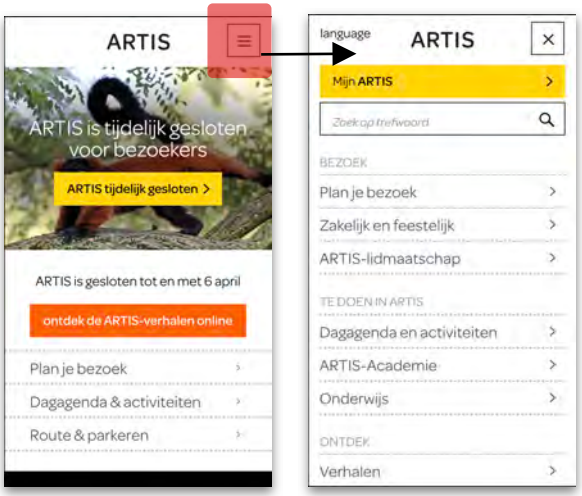


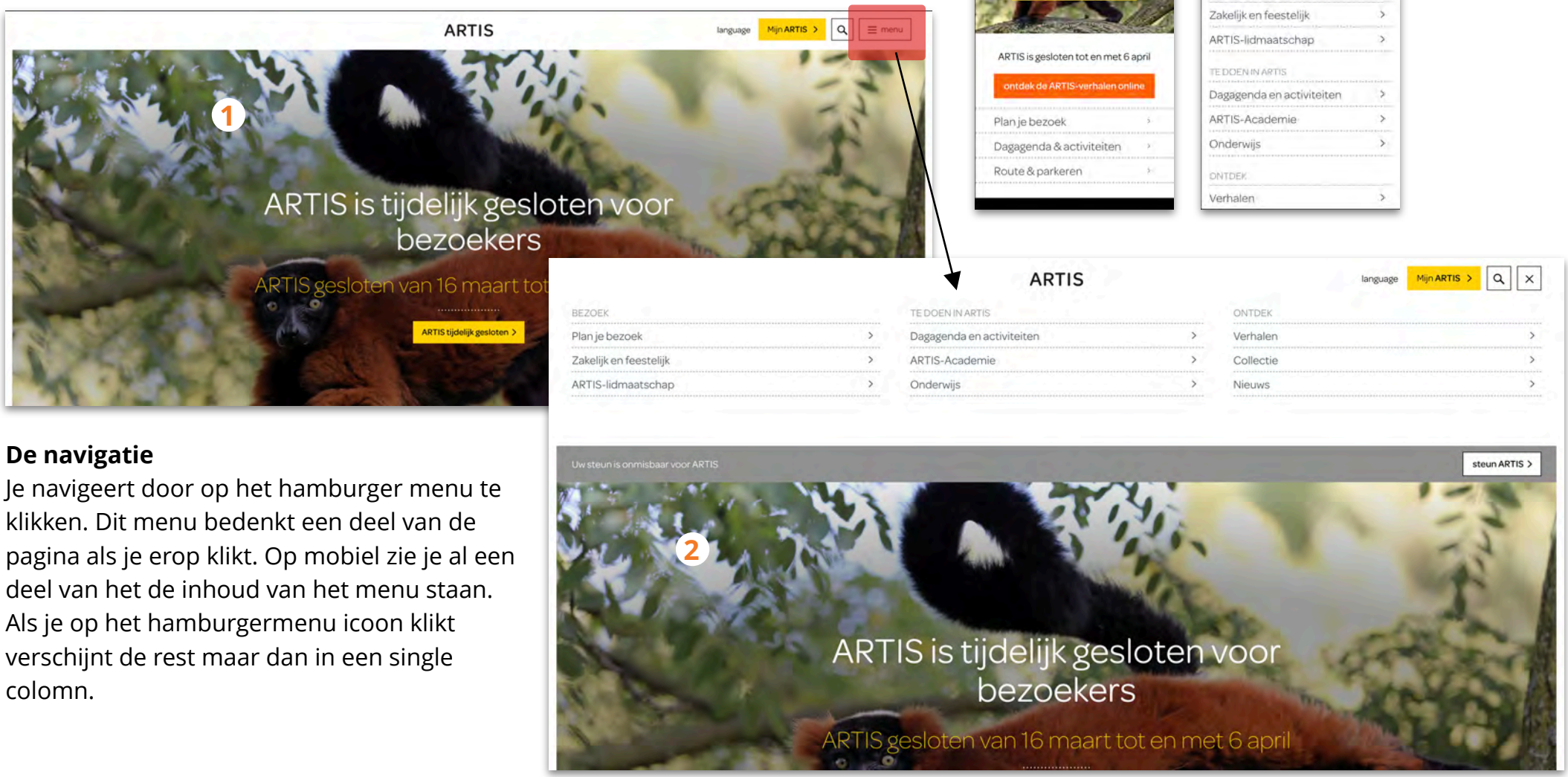
3

NAVIGATIE SYSTEMEN

https://www.artis.nl/nl/

Navigatie(menu's)

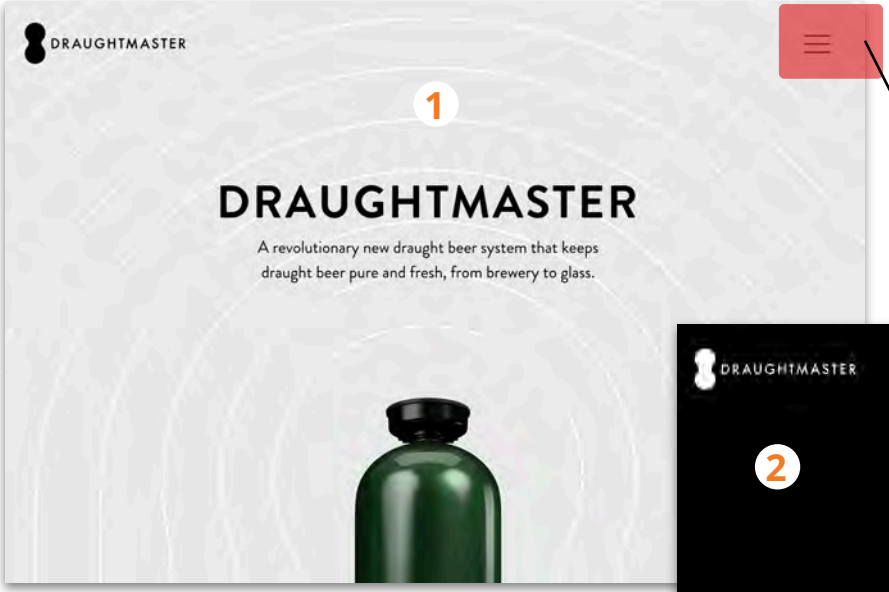


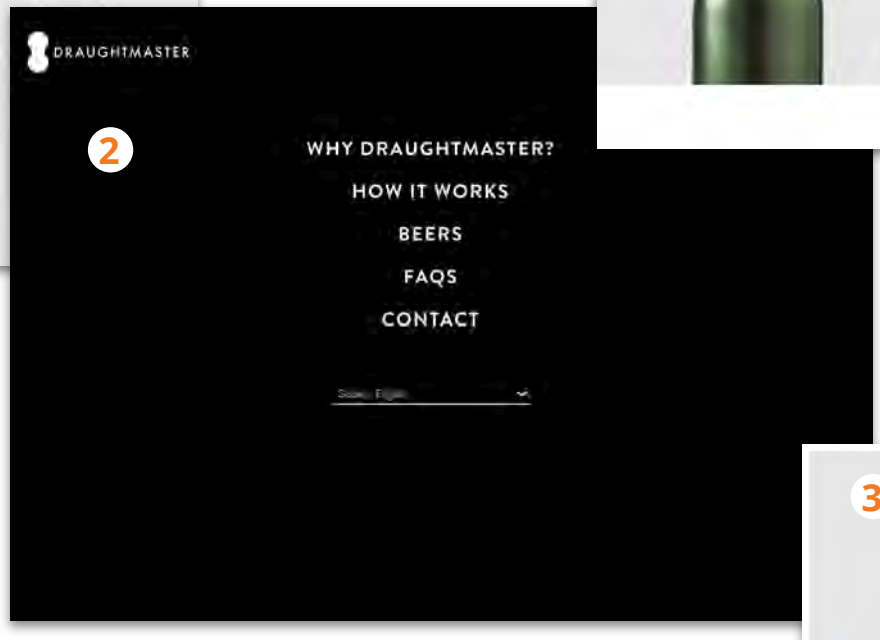


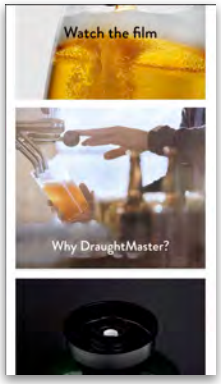
De navigatie
Je navigeert door op het hamburger menu te klikken. Dit menu bedenkt een deel van de pagina als je erop klikt. Op mobiel zie je al een deel van het de inhoud van het menu staan. Als je op het hamburgermenu icoon klikt verschijnt de rest maar dan in een single colomn.

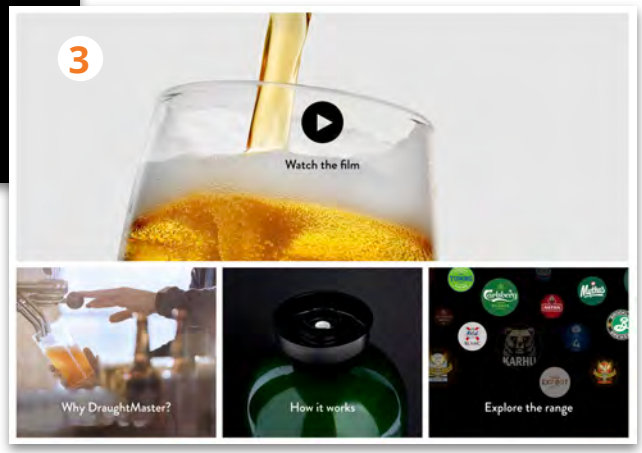
ONDERZOEK

https://www.draughtmaster.com/en/









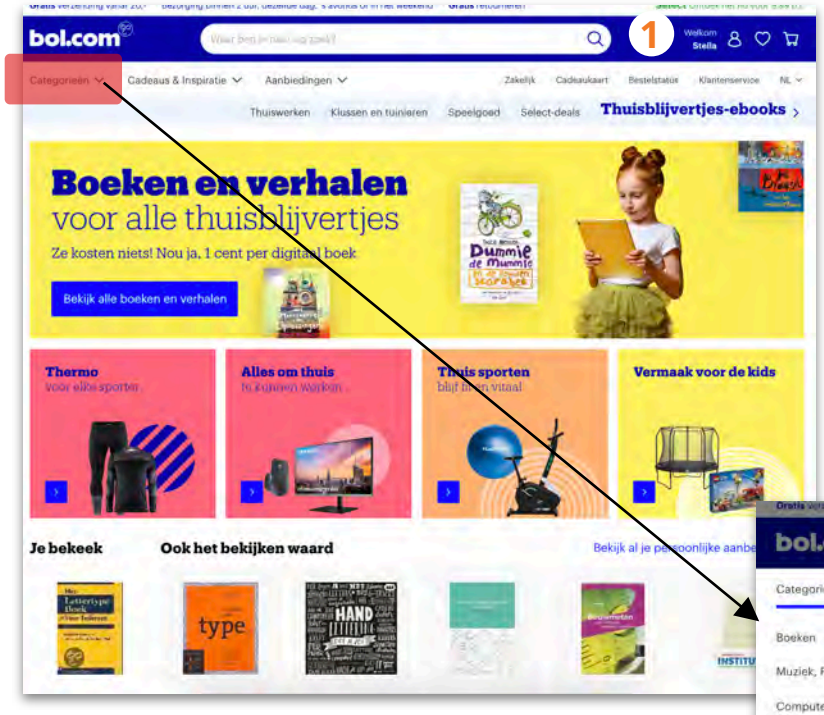
De navigatie

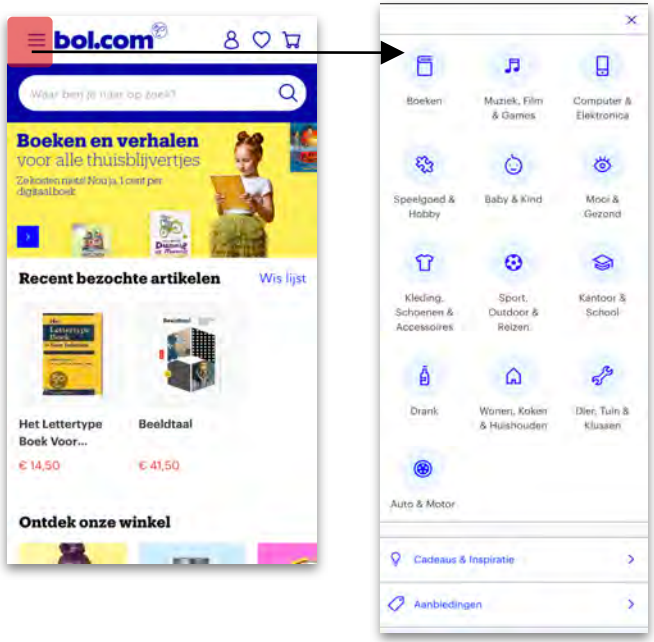
Door op het hamburger menu te klikken zie je een navigatiemenu dat het hele scherm in belag neemt. Echter kun je ook op de homepage naar beneden scrollen en dan zie je dezelfde content als in het hamburgermenu maar dan in een grid (zie nummer 3). Verder zie je onderaan de homepage nog extra content dat niet tevinden is in het hamburgermenu.

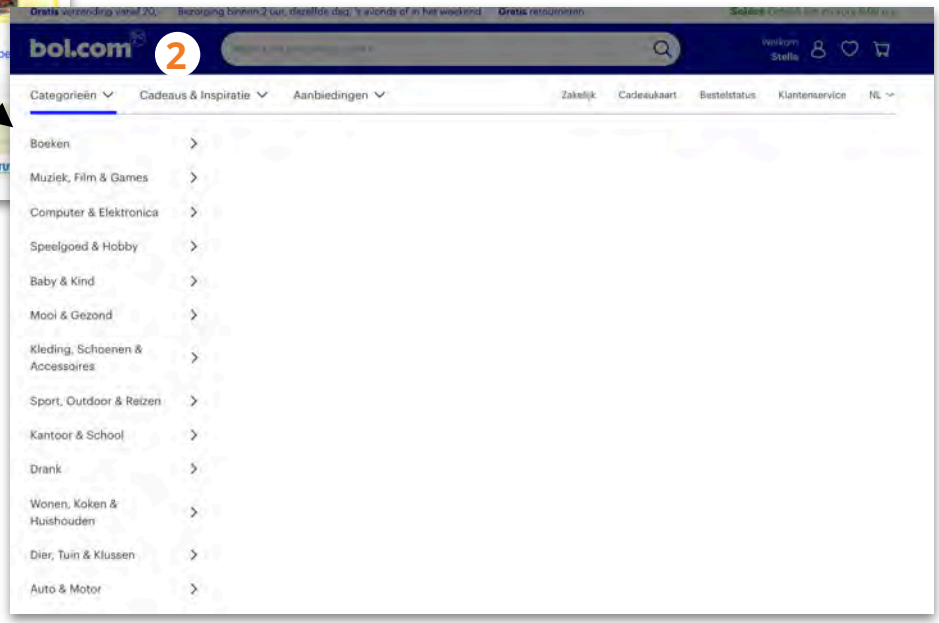
Voor desktop en mobiel geldt verder dezelfde navigatie.

ONDERZOEK

https://www.bol.com/nl/



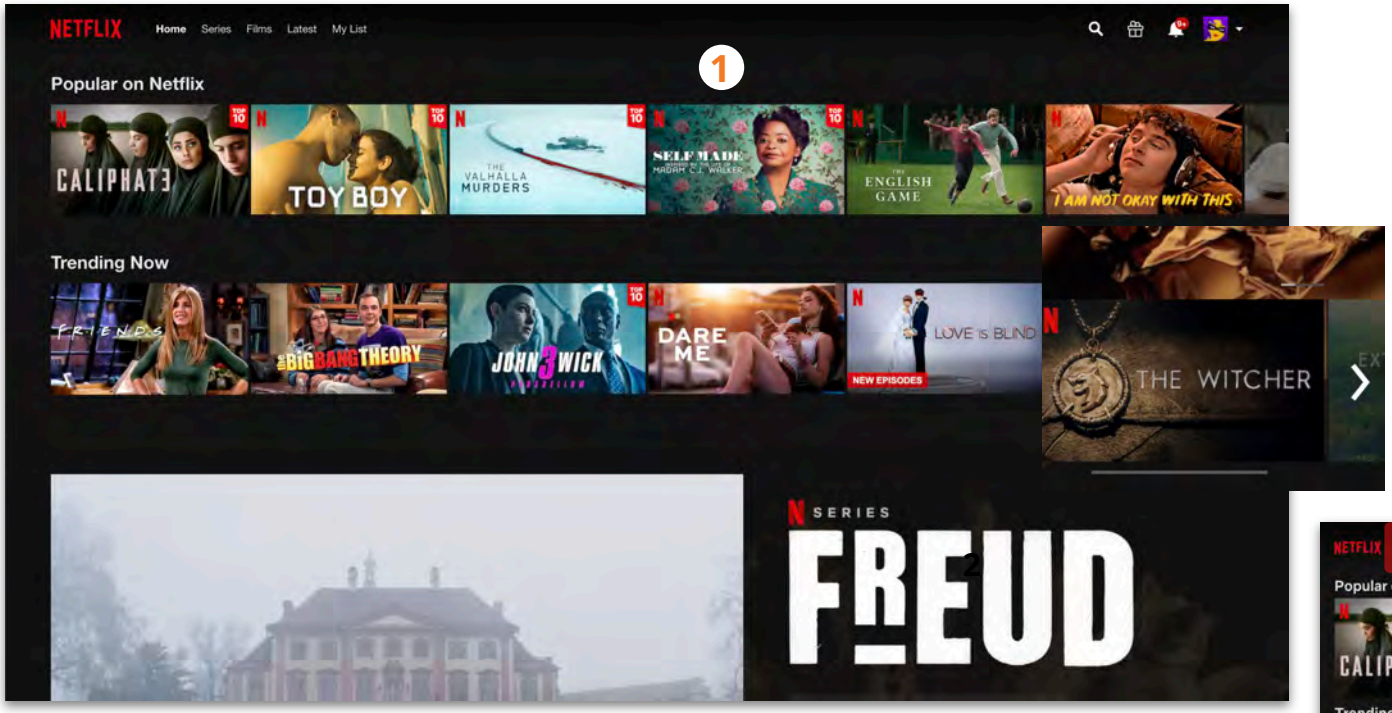


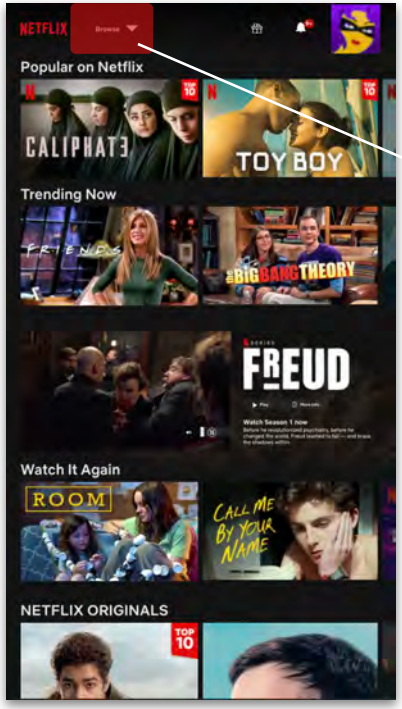


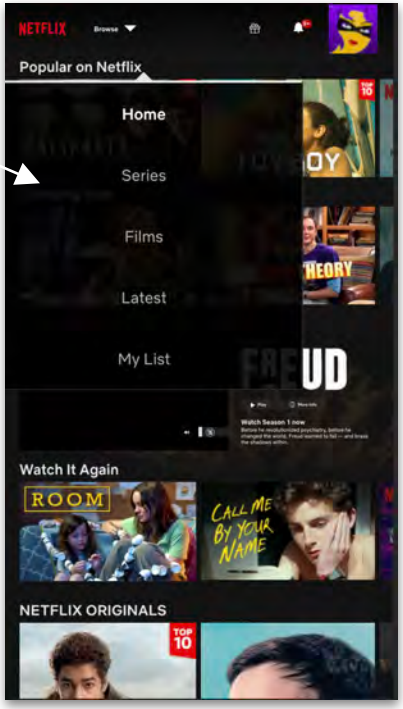
De navigatie

Op desktop is er een navigatiebalk, en op mobiel een hamburgermenu. Bij het openklappen van het hamburgermenu, zie je direct de categorieën maar dan in de vorm van iconen. Verder zie je ook de andere items zoals ‘cadeaus & inspiratie’ en aanbiedingen etc. onderaan staan.

https://www.netflix.com/browse







De navigatie

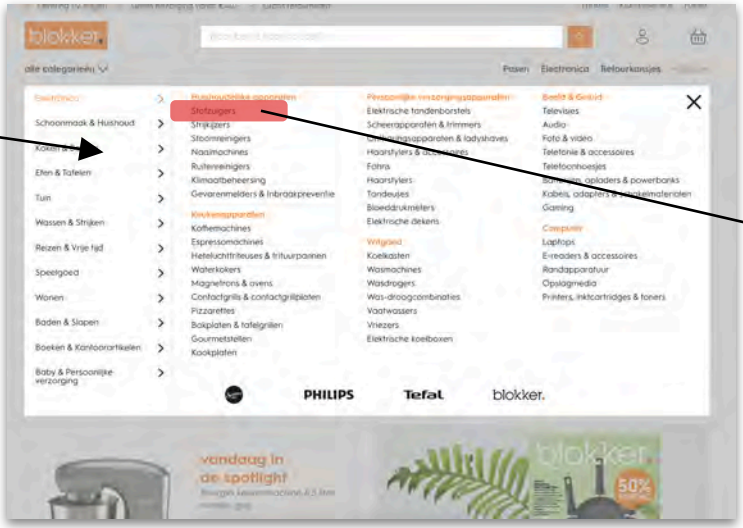
Op zowel desktop als mobiel kun je bij elke rij opzij navigeren. Op mobiel is dat door middel van opzij swipen en op desktop door middel van klikken op het pijltje (zie nummer 1).
Op de mobiele versie worden de items in het navigatiemenu in een dropdown verwerkt.

https://www.blokker.nl/

Information filtering

①

②

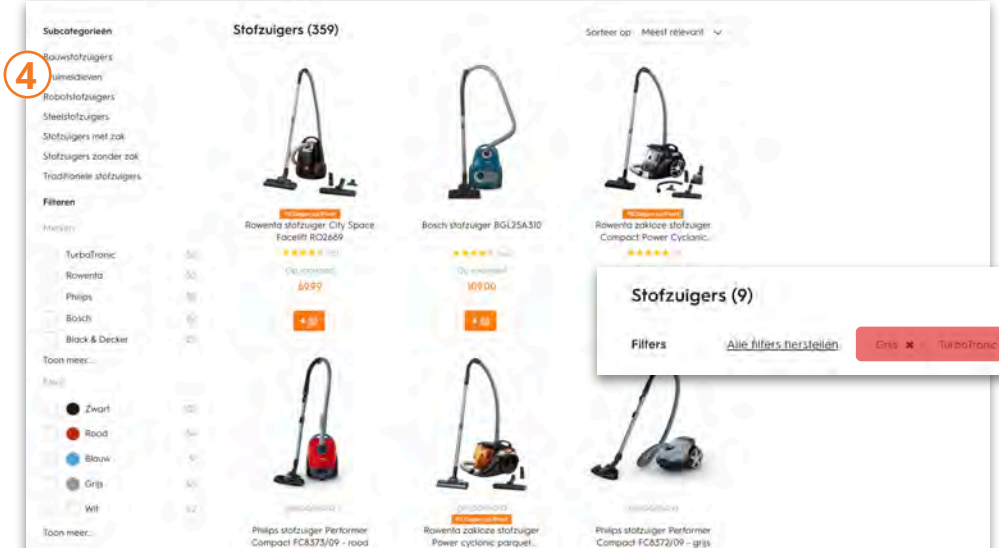


③

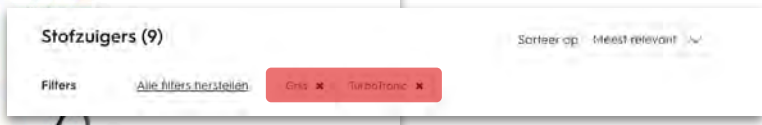
Filtering op desktop

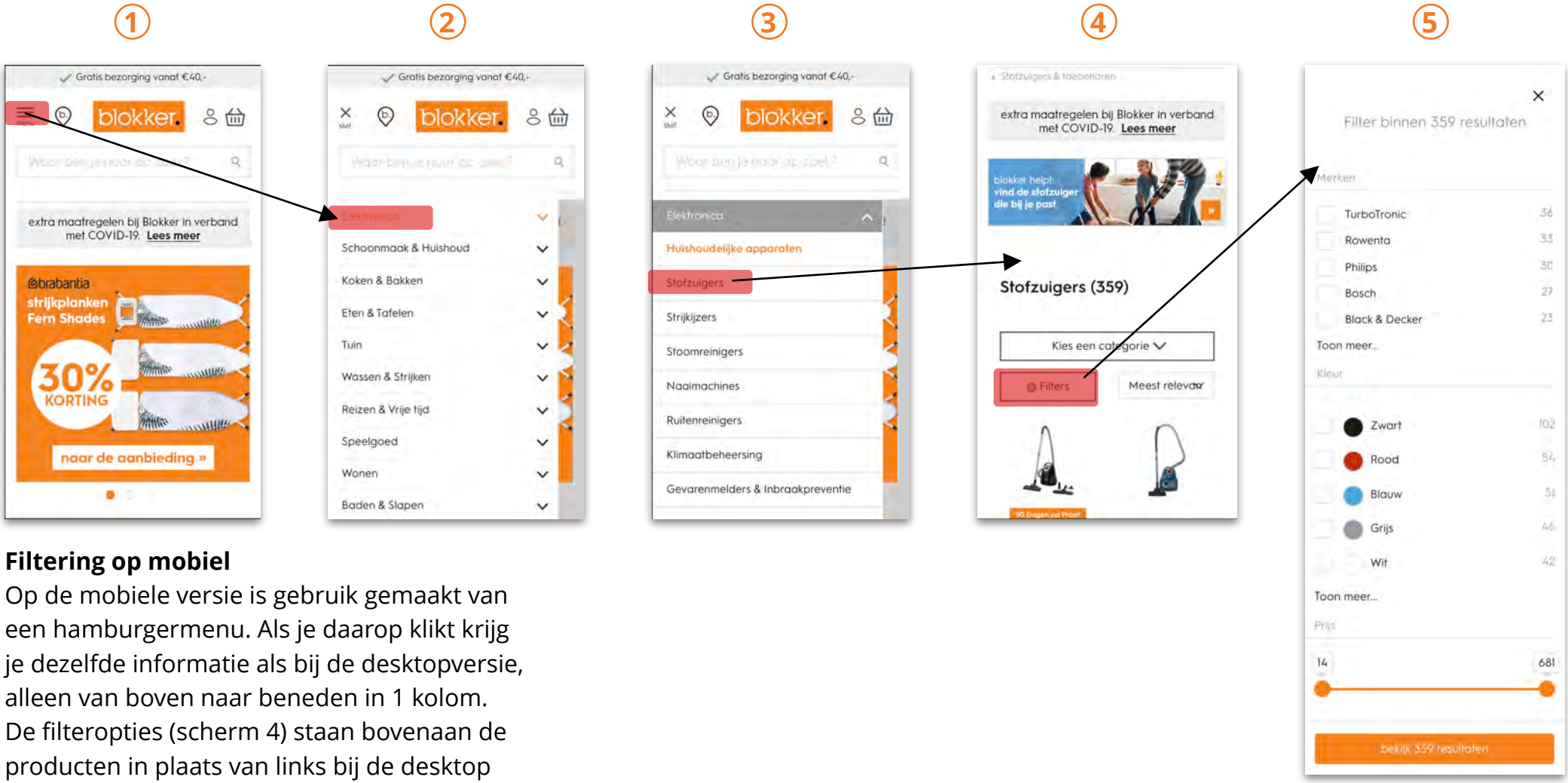
Scherm 1, 2 & 3 navigeren naar de stofzuigers. Vanuit home is er een overlay scherm met de categorieën, waar je op door kunt klikken tot het gewenste product. Op scherm 4 zie je dat links op het scherm de filteropties staan. Als je meerdere filteropties hebt gekozen, kun je ze altijd nog onafhankelijk weghalen (zie kruisjes op scherm 5). Deze optie heb je niet op de mobiele versie. Daar heb je namelijk een apart scherm om de filters in aan te passen.

④



⑤





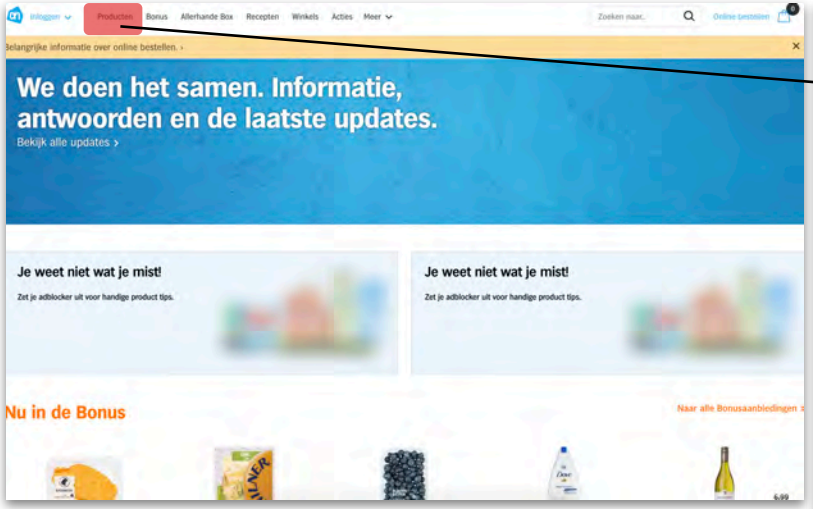
Filtering op mobiel

Op de mobiele versie is gebruik gemaakt van een hamburgermenu. Als je daarop klikt krijg je dezelfde informatie als bij de desktopversie, alleen van boven naar beneden in 1 kolom. De filteropties (scherm 4) staan bovenaan de producten in plaats van links bij de desktop versie. Scherm 5 is een apart uitgeklapt scherm.

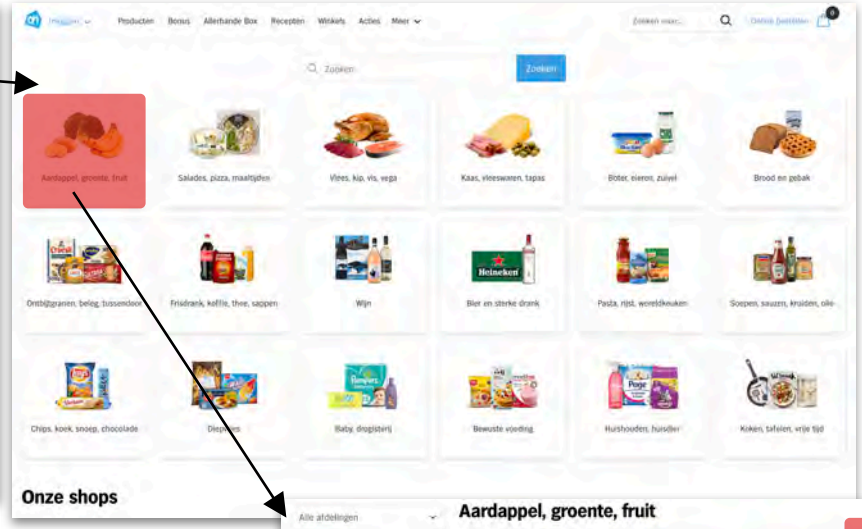
ONDERZOEK

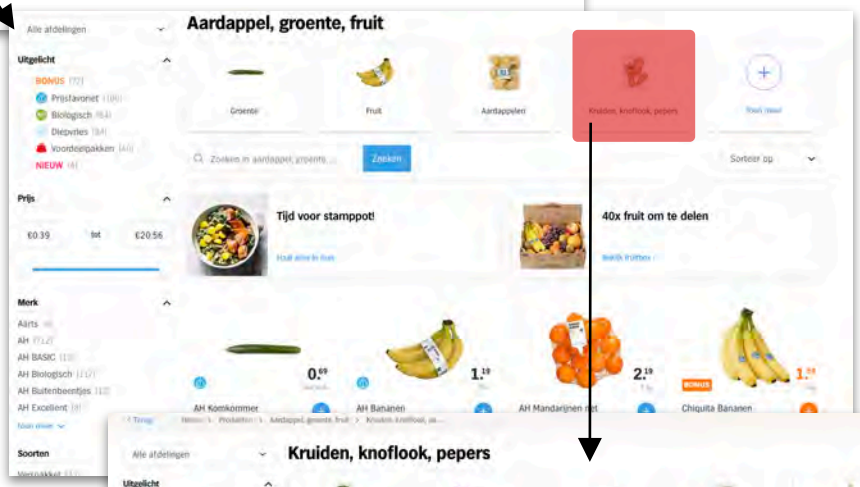
https://www.ah.nl/

1

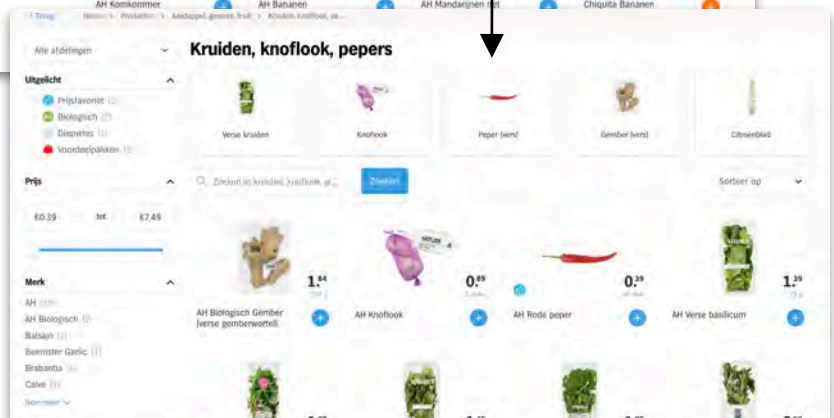


2





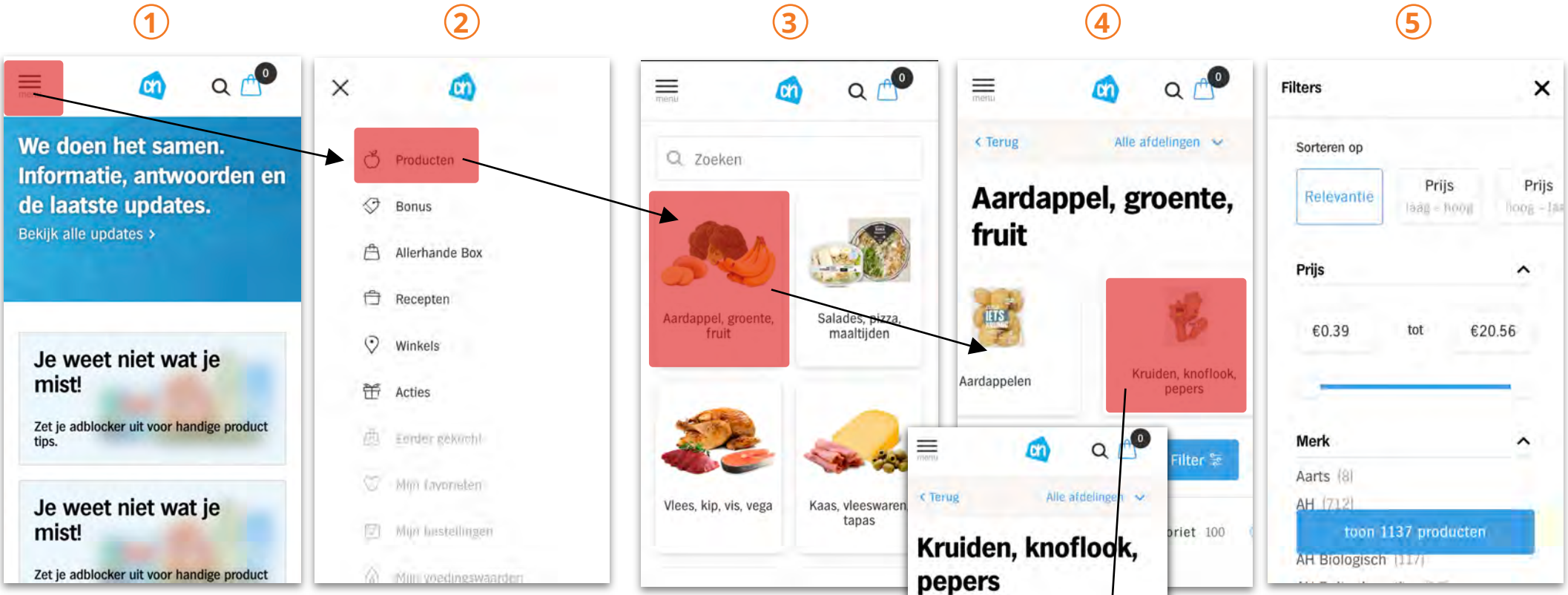
3

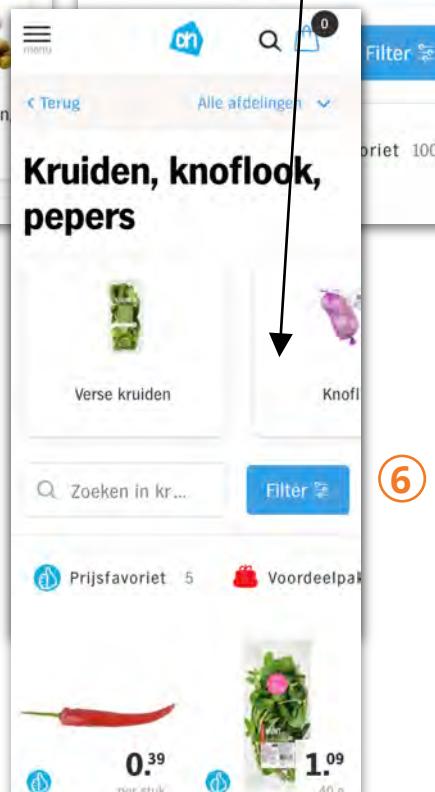


4

Filtering op desktop

Hier zie je dat gekozen is voor een navigatiemenu balk en als je klikt op producten, zijn deze in categorieën met afbeeldingen verwerkt. Op scherm 2 kies je een groep/categorie. Op scherm 3 zie je links de filteropties, maar je kunt ook bovenaan filteren op een specifiek product dat in deze groep hoort. Belangrijk om te vermelden is dat er gebruik gemaakt wordt van een broodkruimelpad. Daardoor weet de gebruiker goed waar hij/zij zich bevindt tijdens het navigeren.





6

Filtering op desktop

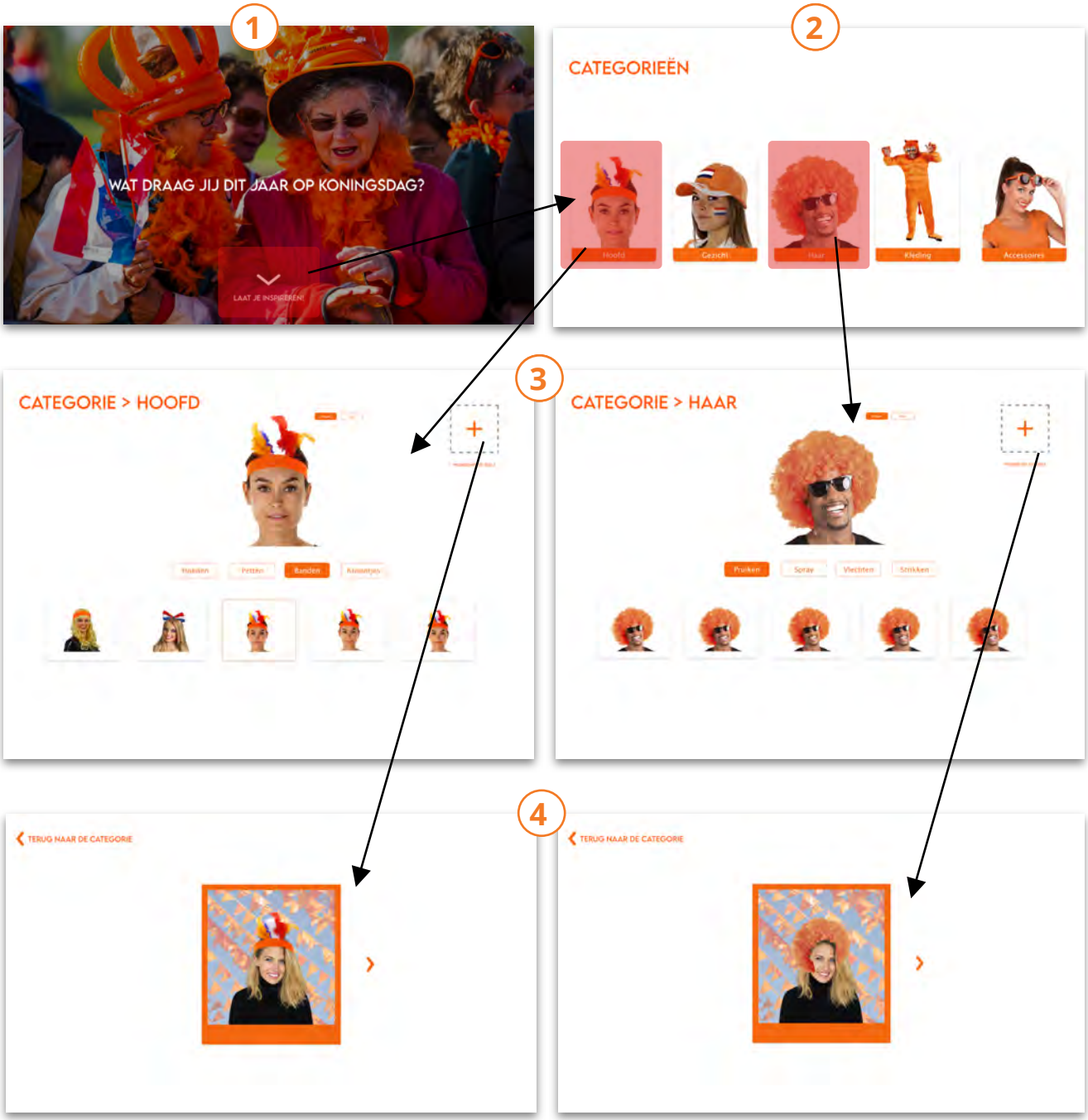
De navigatiemenu balk is op de mobiele versie een hamburgermenu. In het menu (scherm 2), zijn naast tekst ook iconen toegevoegd. Een broodkruimelpad ontbreekt en verder zijn de fiilteropties verwerkt op een aparte pagina. Je kunt wel vanuit het dropdown menu ‘Alle afdelingen (rechtsboven op scherm 4 en 6), een andere categorie kiezen. Ook kun je op ‘terug’ klikken. Een paar filteropties zoals bv. prijsfavoriet en voordeelpakken, staan wel op de dezelfde pagina als de resultaten (scherm 6).

4

PROCES EN ITERATIES

PROTOTYPE 1

https://xd.adobe.com/view/bb992984-38a5-4d46-69f8-40eafcc52db2-cda8/



1. **Homescherm**
   Doel van de site: Laat je inspireren door outfits voor op Koningsdag.
2. **Categorie pagina**
   Hier kies je wat je op jezelf wilt proberen.
3. **Subcategorie pagina**
   Hier kun je filteren op verschillende subcategorieën die in de categorie passen die je hebt gekozen.
4. **Detail pagina**
   Hier zie de uiteindelijke foto van jou met het verkleedstuk.

Feedback | Vrijdag 3 april | Martha, Lizz, Renee en Demi Louise (docent + peers)

- Het pijltje indiceert omlaag scrollen, maar je moet hierop klikken en je gaat dan naar de volgende pagina (userflow).
- Maak nog een stuk tekst ergens zodat je kunt laten zien hoe je om gaat met hiërarchie.
- Zet een visie op de homepage.
- Doe nog wat met de achtergronden, het is nu heel leeg en het kan veel feestelijker.
- Gebruik een andere benaming voor categorie misschien?
- Het is ING-achtig omdat het strak is en je vooral de basiskleuren van ING (wit en oranje gebruikt).
- Probeer zoveel mogelijk verschillende foto's te gebruiken voor de categorieën (ook al heb je ze niet uitgewerkt).

PROTOTYPE 2

https://xd.adobe.com/view/285e2d8f-dfa6-41ca-5cb0-b841e0708825-5e6f/

1 Homescherm 2 Categorie pagina 3 Subcat. pagina 4 Detail pagina

Wat heb ik met de vorige feedback gedaan?
- Homepage langer gemaakt. Je kunt nu omlaag scrollen.
-Het idee is toegevoegd op de home en ik leg ook uit hoe de site werkt.
- Categorie heb ik veranderd in 'Looks' .
- Logo, iconen en feestelijke achtergronden toegevoegd.

Feedback | Dinsdag 7 april | Nassera Grampon (klasgenoot)

Tijdens het bespreken van mijn prototype was de belangrijkste feedback:

- De homepage is heel anders dan de rest van de site. Aan de consistentie kun je dus nog werken. Op de homepage gebruik je een foto die schuin. is afgesneden maar op de rest van de site zie je dat niet terug.

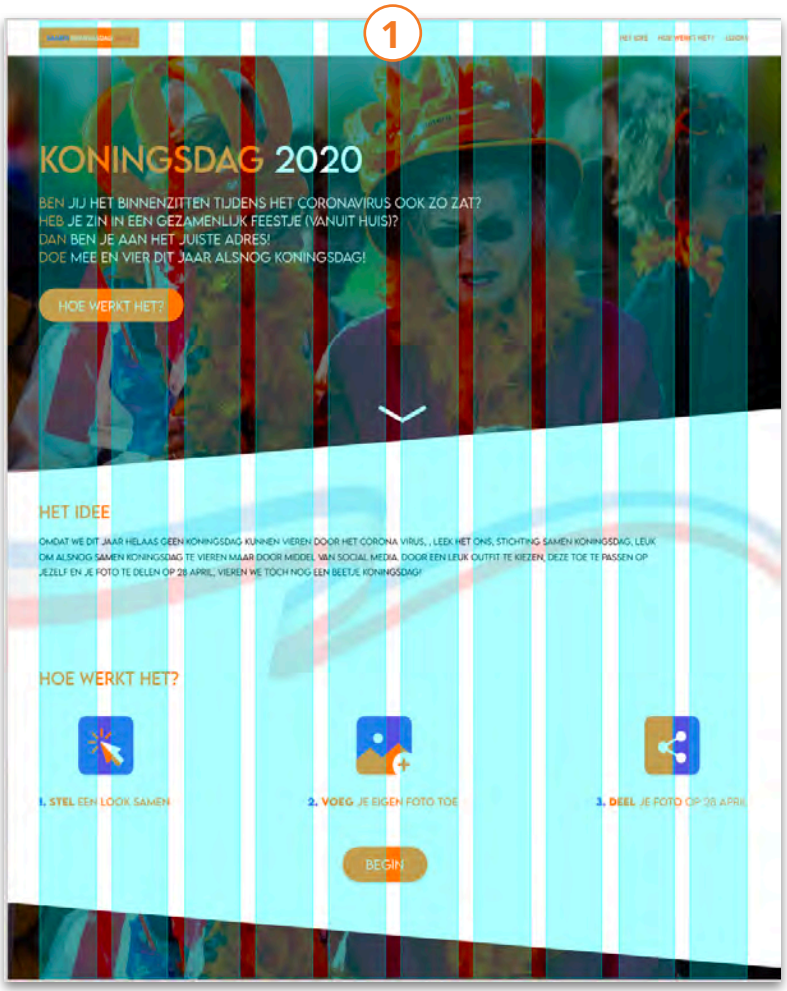
- Naviagtiemenu ontbreekt. Dat is navigeert toch minder fijn.

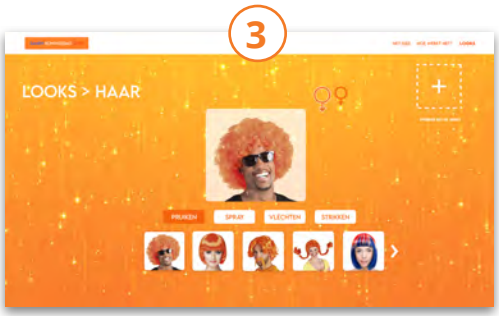
- Je moet even een grid instellen in je designprogramma.

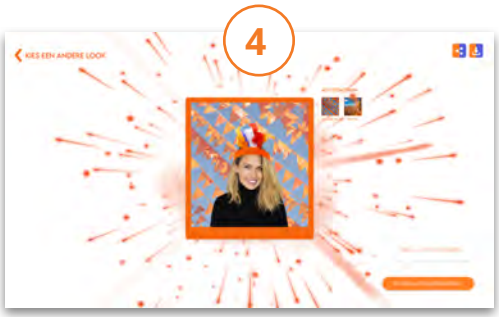
Zie in de bijlage het ingevulde beoordelingsformulier, dat Nassera mij later stuurde.

PROTOTYPE 3

https://xd.adobe.com/view/f46f065c-1e95-4e7a-660a-6535e47bbe51-825e/







1 Homescherm 2 Categorie pagina 3 Subcat. pagina 4 Detail pagina

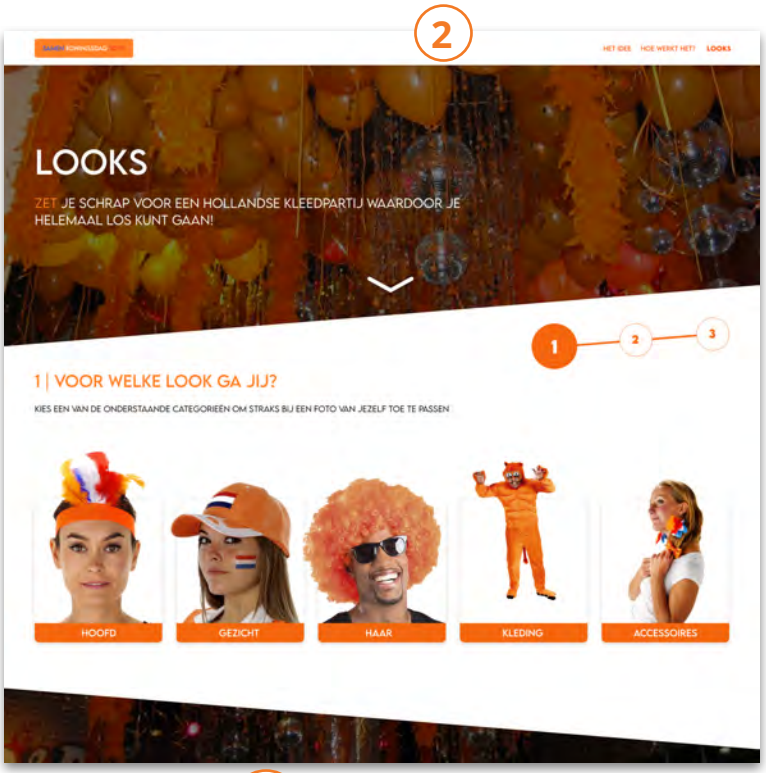
Wat heb ik met de vorige feedback gedaan?
- Ik heb geprobeerd de schuin afgesneden foto op elke pagina terug te laten komen. Maar dit werkte voor mijn gevoel toch niet omdat het daardoor leuk alsof je naar beneden kon scrollen (zie schetsen voor prototype 3). Verder heb ik een grid ingesteld (zie no.1) en toegepast op alle schermen.
- Het navigatiemenu is toegevoegd.
- De deelknoppen zijn toegevoegd op de detail pagina.

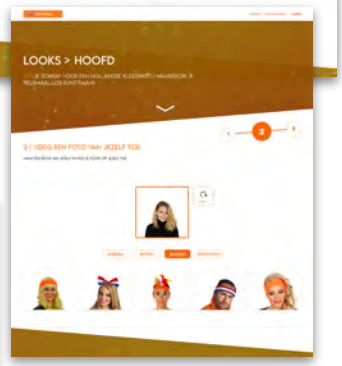
Feedback | Woensdag 8 april | Rodi Cornelisse (klasgenoot, maar doet een andere minor)

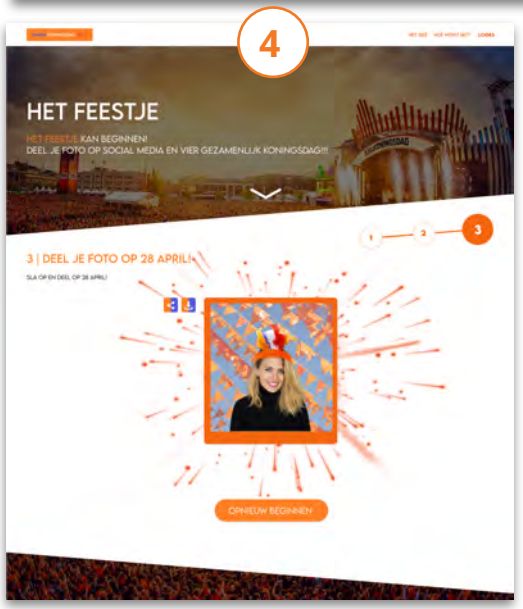
- Na de homepage voelt het alsof je op een andere site bent. Probeer dus misschien toch die schuinafgesneden foto's toe te. passen.
- Bij de looks zou het handiger zijn als je jezelf al ziet i.p.v. aan het einde.
- De homepage is best wel zakelijk en bij het tweede scherm is de achtergrondfoto direct een festival. Je zou juist verwachten dat het zich opbouwt naar het einde waar je je foto hebt, en wanneer het feest is.

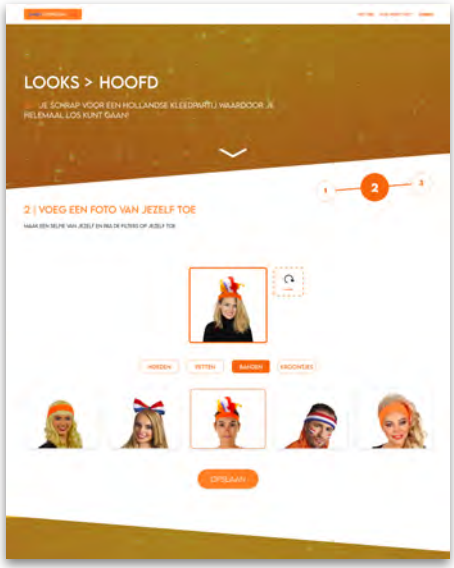
PROTOTYPE 4

https://xd.adobe.com/view/e8ab3a24-e6a6-456b-6249-25b694f38a4d-9e9a/









2 Categorie pagina 3 Subcat. pagina 4 Detail pagina

Wat heb ik met de vorige feedback gedaan?

- De homepage is hetzelfde gebleven!
- Ik heb de foto die ik had gebruikt bij de categoriepagina, verplaatst naar de detailpagina.
- Voor de categoriepagina (looks) heb ik een feestachtige achtergrond gevonden die past bij. een verkleedpartij.
- Ik heb meer gebruikgemaakt van progressive disclosure door stappen te gebruiken. Zo kan de gebruiker makkelijker navigeren.
- Op alle pagina's bovenaan staat nu ook tekst waardoor het niet te lege vlakken zijn.
- Je kunt nu direct kledingstukken toevoegen op jezelf.
- Ik heb een opnieuw beginnen knop toegevoegd op de detail pagina.

Samenvatting Feedback | Donderdag 9 april | Lizz, Demi Louise

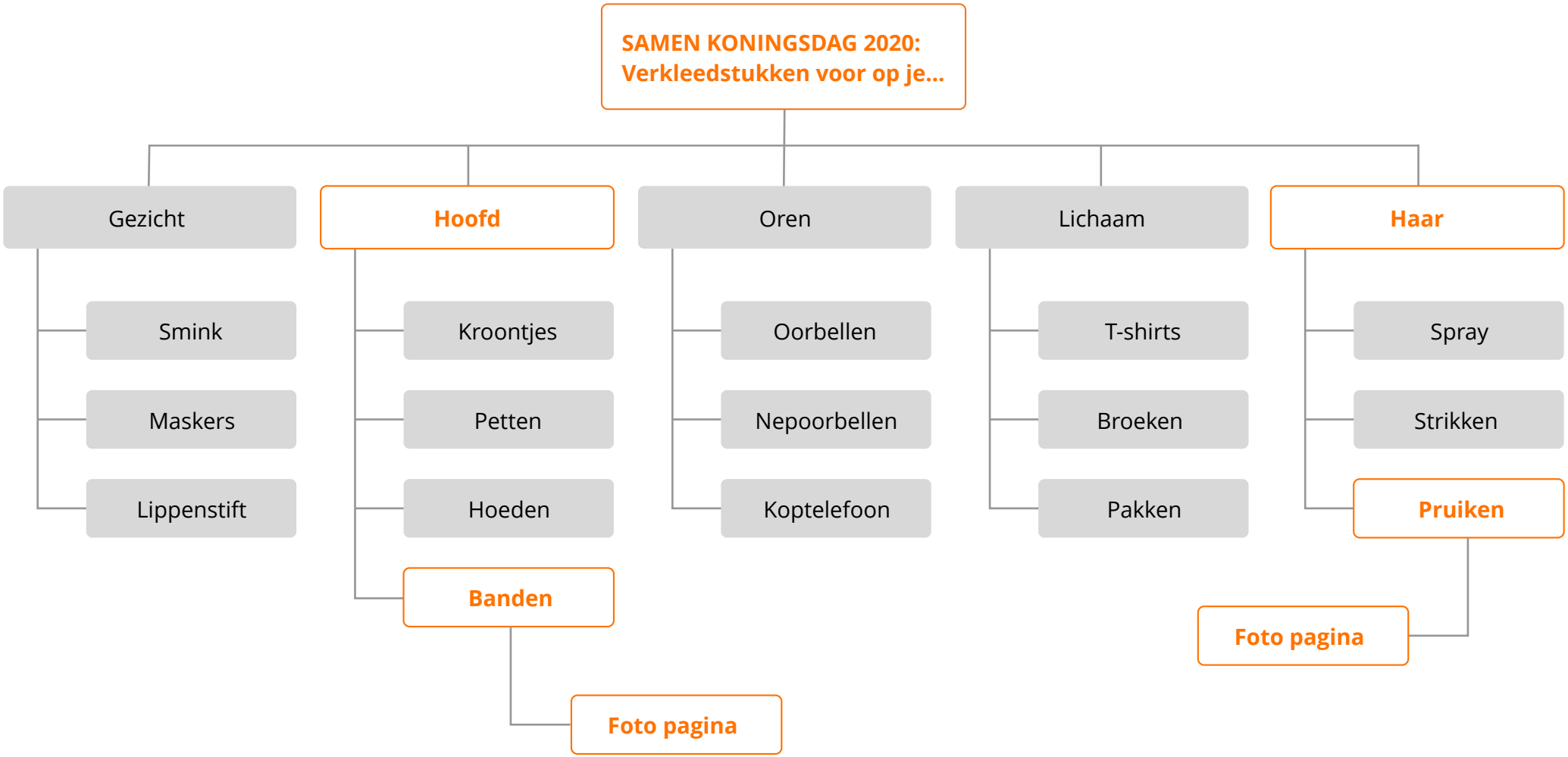
- De oranje letters op de home in het eerste stukje tekst zijn verwarrend. Je leest ze van boven naar beneden.
- Kijk nog even naar de font van je site. Het zijn allemaal hoofdletters en leest daarom niet fijn. Ook kun je de kolom bij 'het idee', minder breed maken.
- De kleur blauw van de iconen komt verder niet echt terug.
- De naam looks past niet bij subcategorie hoofd, haar etc.

5

HET DEFINITIEVE ONTWERP

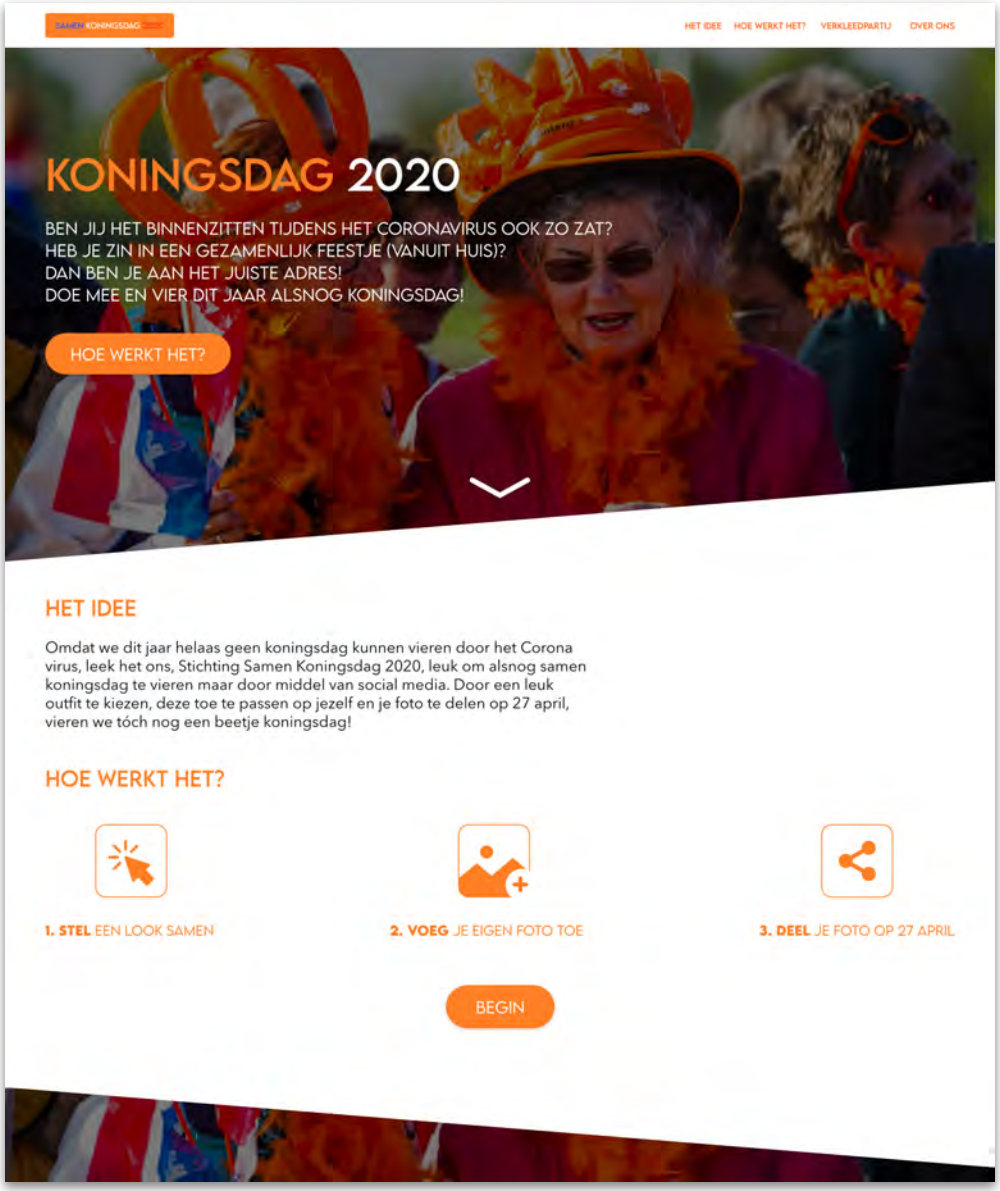
DEFINITIEVE SITEMAP

Uitgewerkte pagina's



Zie uitleg bij de eindschermen van de verandering van de categorieën bij de eindschermen op de volgende pagina en de **extra filter opties**.

DE EINDSCHERMEN



Homepage

Stukje tekst onder 'Koningsdag 2020'
Ik had telkens het eerste woord van elke regel oranje gemaakt. Dit zorgde ervoor dat mensen die oranje woorden van boven naar beneden gingen lezen. Dat was niet de bedoeling! Ik heb alle tekst wit gemaakt!

Extra font toegevoegd
Ik heb een andere font gebruikt onder 'Het idee'. Na het commentaar van verschillende mensen over de 'toon' en 'onleesbaarheid' van de hoofdletters, heb ik dit 'langere' stukje tekst aangepast. Verder heb ik de kolom smaller gemaakt. Hij is uitgelijnd met het einde van de tekst van icoon 2.

Iconen
Ik kreeg te horen dat de kleur blauw van mijn iconen nergens anders terugkwam op mijn site. Ik heb die kleur blauw geprobeerd toe te voegen op de andere pagina's maar ik was er niet tevreden over omdat de kleur teveel uit het niets kwam. Uiteindelijk heb de iconen op de homepage oranje gemaakt en ik vind dat dit veel meer een eenheid uitstraalt met de rest en niet te opvallend is.

DE EINDSCHERMEN

Categoriepagina's

Stukjes tekst

De stukjes tekst heb ik aangepast aan de nieuwe titelnaam en context. En ook heb ik het eerste woord van elke zin gewoon wit gemaakt, net als bij de homepage.

Benamingen

Ik kreeg feedback op de benaming van de categorieën 'Looks'. Het was even puzzelen maar ik ben uiteindelijk op de naam 'Verkleedpartij' gekomen als titel van de pagina. De verkleedstukken (categorieën) kun je ergens opdoen en accessoires heb ik daarom veranderd in oren.

Volgorde

Ik heb nog nagedacht over de volgorde van de stappen maar heb toch besloten dat de gebruiker eerst een categorie kiest, en daarna pas de selfie in aadt. Dit komt omdat je bv. ook 'lichaam' kunt kiezen en dan moet je bv. een foto inladen die al eerder is gemaakt. Een selfie is alleen van je gezicht.

DE EINDSCHERMEN

Selfie met gekozen filter

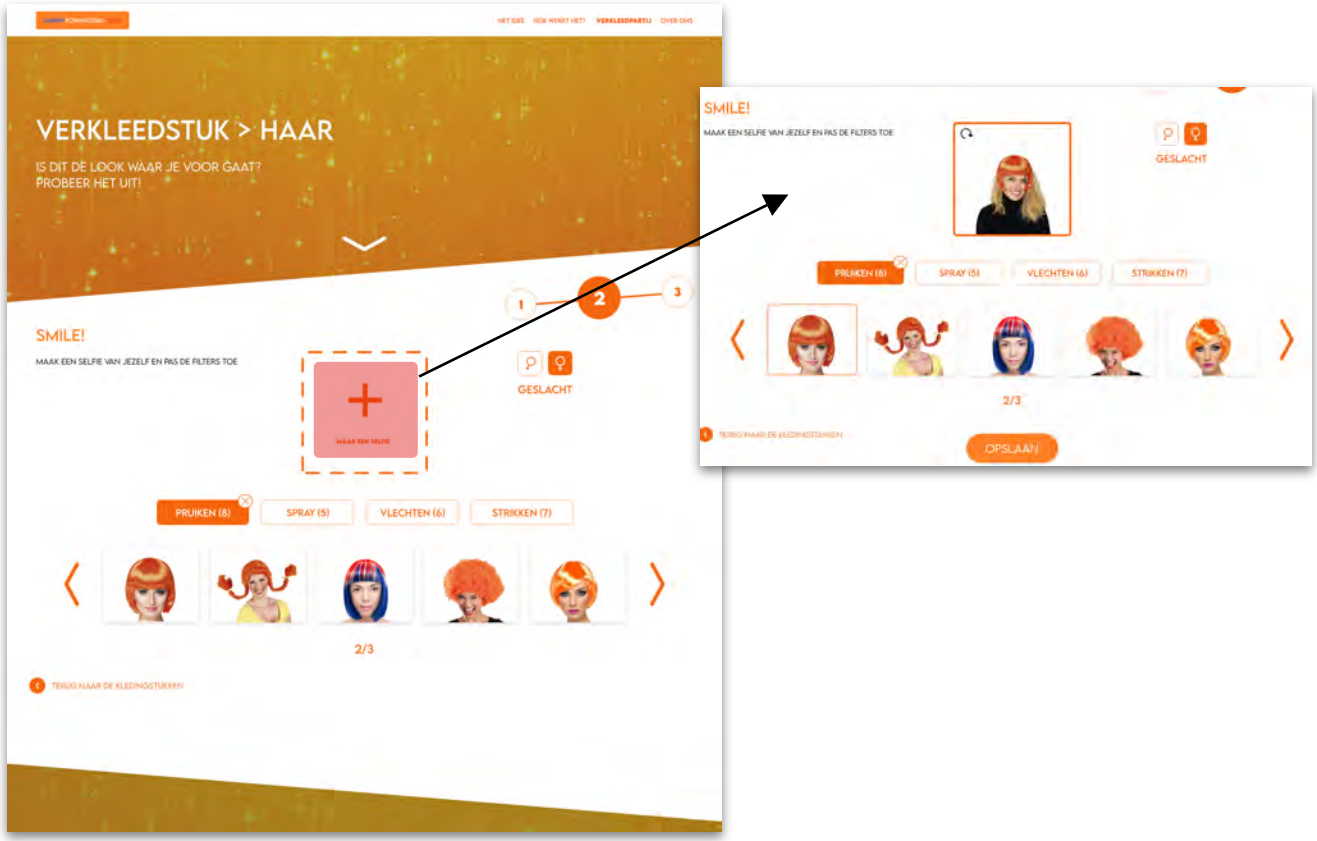
Subcategorie pagina:

Achtergrondfoto:
De filter over de afbeelding heb ik iets meer laten doorschijnen omdat de foto wat aan de donkere kant was.

Nabijheid
Ik ben veel bezig geweest met de kijkervaring van de site. Wanneer je naar beneden scrolt zie je nu alles tegelijk: de instructie, met daarnaast je selfie inladen en daaronder de filter opties en de stappen (1,2,3) en ook nog geslacht. Er zat eerst veel meer ruimte tussen de instructie tekst en de rest en het is wel belangrijk dat de gebruiker weet wat hij/zij moet doen. Ook is het belangrijk dat de gebruiker meteen ziet bij welke stap hij/zij is/

Terug buttons
Deze ontbraken nog en heb ik toegevoegd. Ik heb ze wel onderaan geplaatst omdat het waarschijnlijk is dat de gebruiker dit het eerste ziet omdat hij meer onderaan de pagina met de activiteit bezig is.

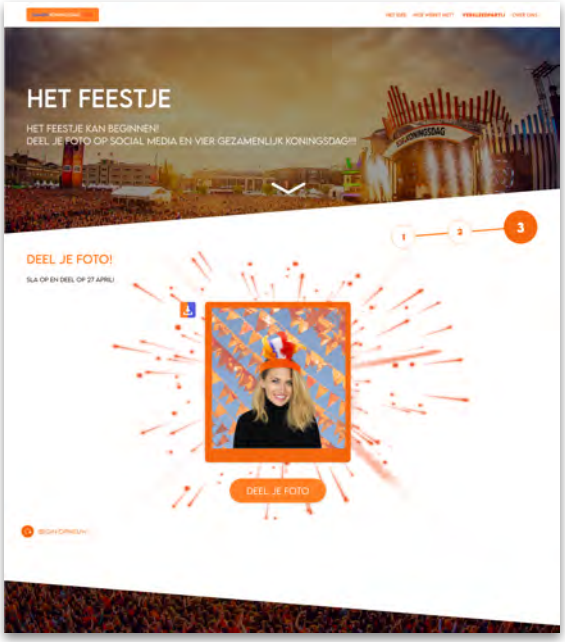
DE EINDSCHERMEN

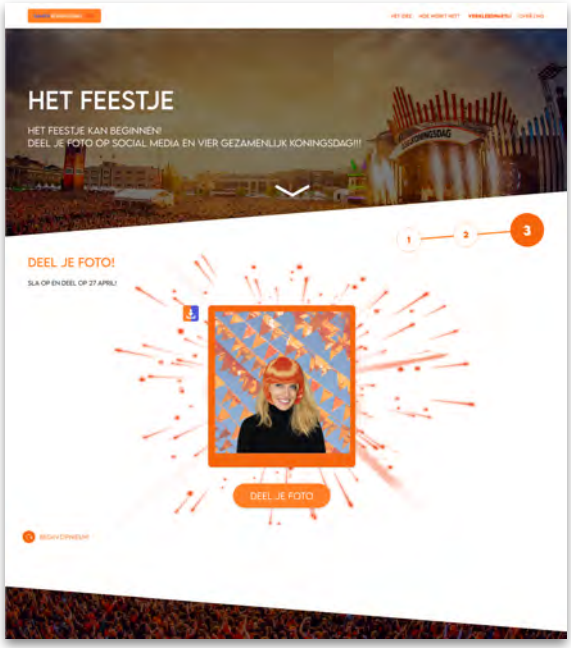


Filter opties
De filter opties heb ik verfijnd. Je kunt nu meerdere subcategorieën aanklikken. Per subcategorie zie je hoeveel ervan is. Als je niks selecteert, zie je alles. Verder had ik eerst mannen en vrouwen plaatjes door elkaar, maar nu kun je filteren tussen man of vrouw.

Resultaten pagina (wanneer je een subcategorie heb gekozen en een selfie hebt toegevoegd)
Ik heb een 'redo' knop toegevoegd (zie het icoontje in het kader waar de selfie staat). Je kunt opnieuw een selfie maken.

DE EINDSCHERMEN





Detailpagina's

Deelbutton

De deelbutton is nu veel prominenter geworden en de 'begin opnieuw button' is juist minder prominent geworden. Uit de feedback kwam naar voren dat het een beetje raar was dat 'begin opnieuw' zo opvallend was. Het gaat immers om het delen!

STYLEGUIDE

Kleurgebruik

#F46710 #FFFFFF #000000

Typografie

LEMON MILK - LIGHT
LEMON MILK - REGULAR
LEMON MILK - BOLD
Avenir Next - Regular

Buttons

HOE WERKT HET?

Stappen

1 2 3

Kaders

Iconen

Logo

SAMEN KONINGSDAG 2020

Filterknop

BANDEN (15)

GESLACHT

Filter

Navigatieknop

Navigatieknop

TERUG NAAR DE KLEDINGSTUKKEN

H1 - LEMON MILK REGULAR - 80 PT

SUBTITEL H1 - LEMON MILK LIGHT - 31 PT

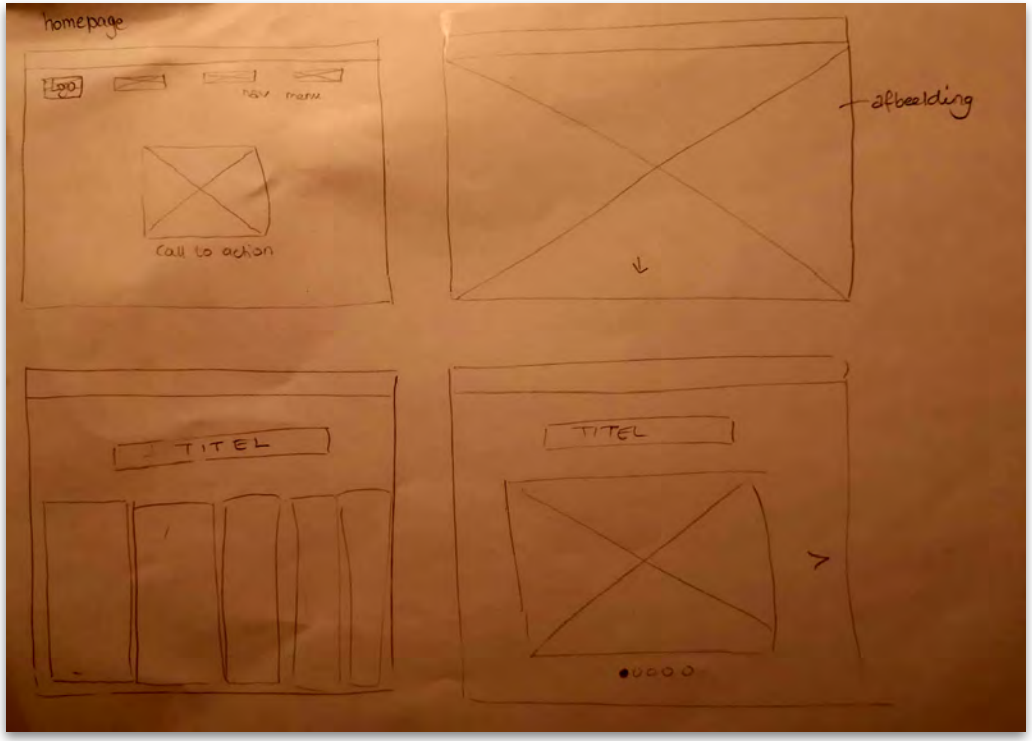
H2 - LEMON MILK REGULAR - 40PT

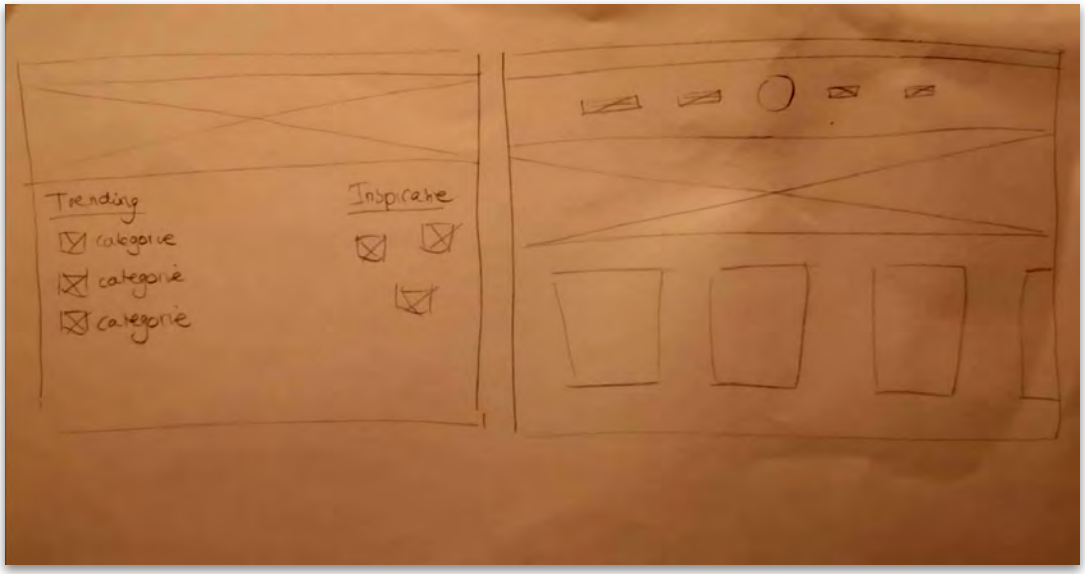
Tekst onder H2 op de homepage - Avenir Next regular - 30 pt

TEKST ONDER H2 - LEMONN MILK LIGHT - 20 PT

BIJLAGEN

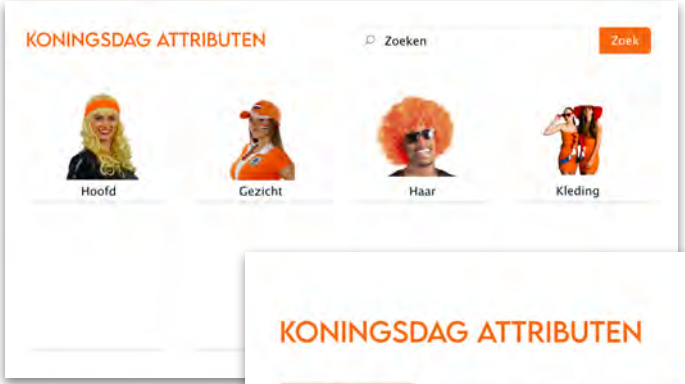
GETEKENDE SCHETSEN



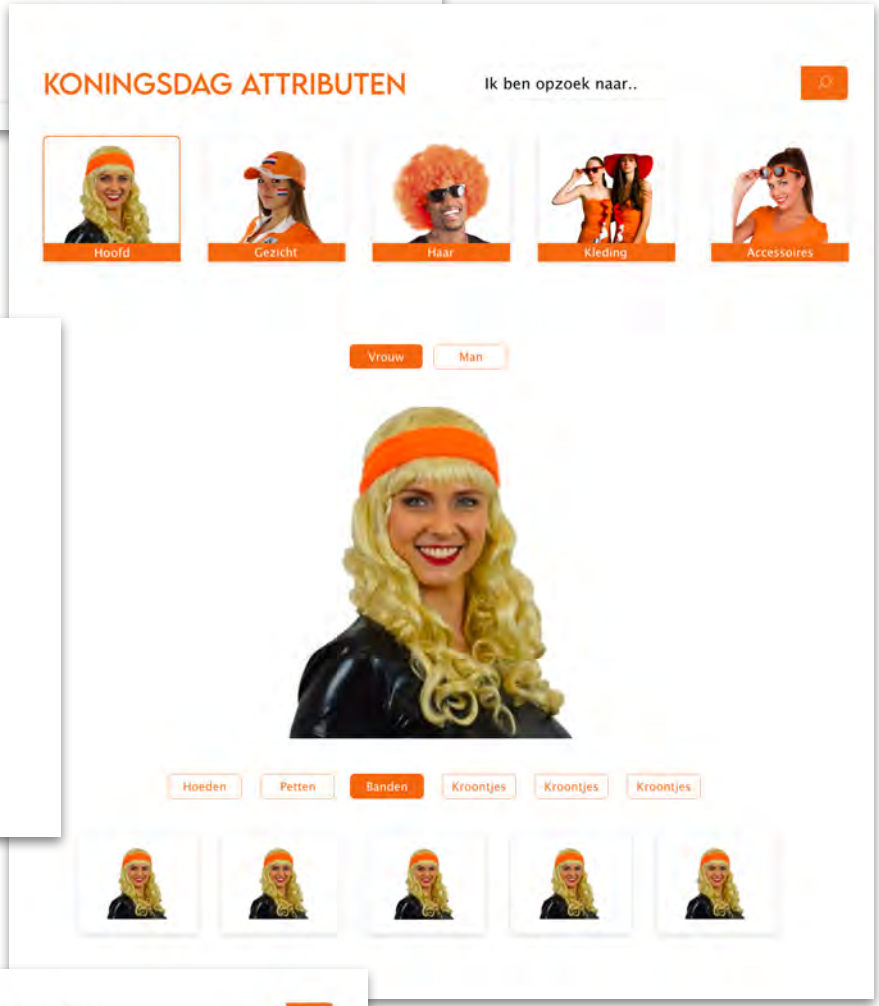


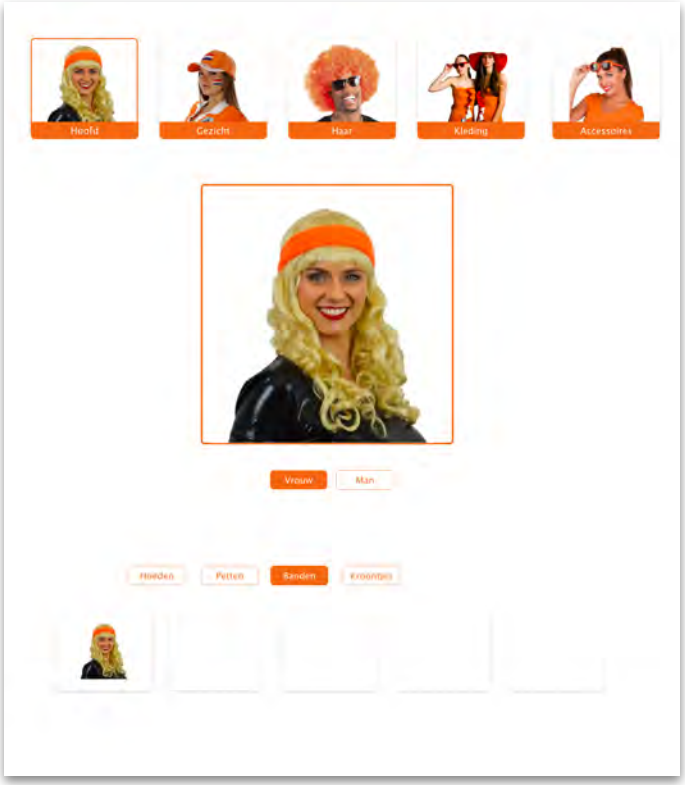
Dit waren de eerste getekende schetsen, ik ben al vrij snel gaan experimenteren op de computer omdat je dan ook makkelijker kunt spelen met kleuren en afbeeldingen.

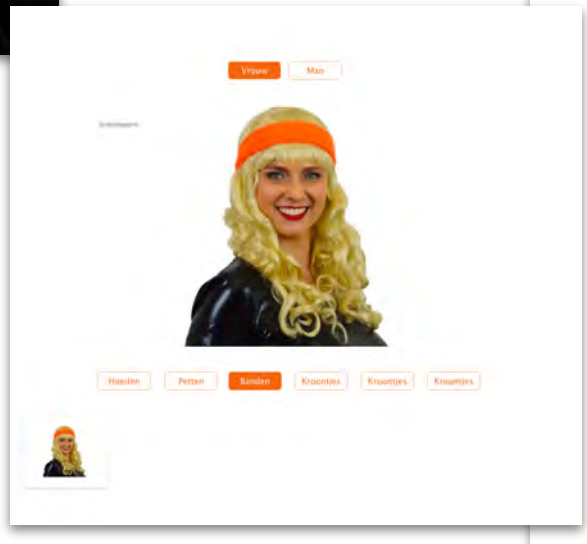
SCHETSEN VOOR PROTOTYPE 1

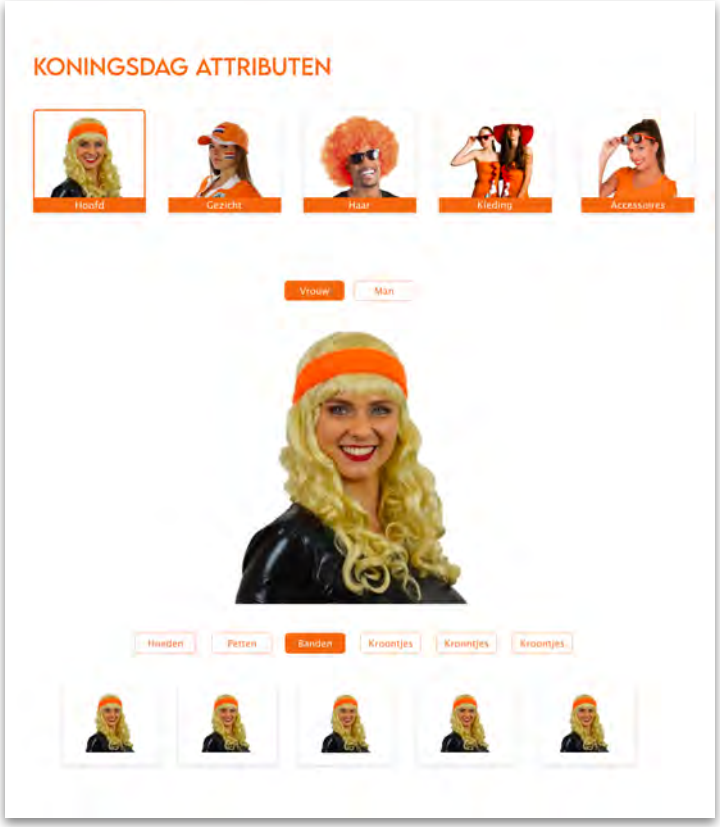


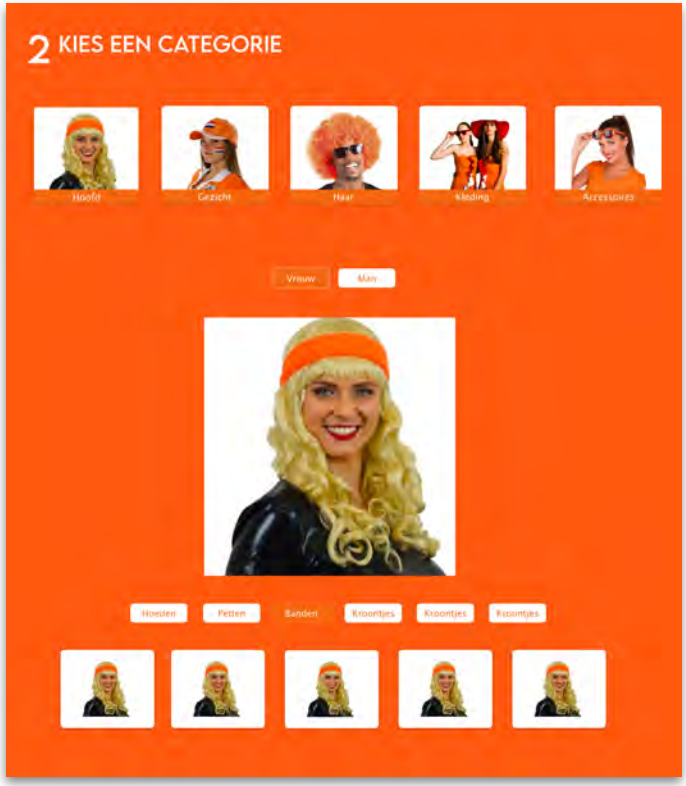
2

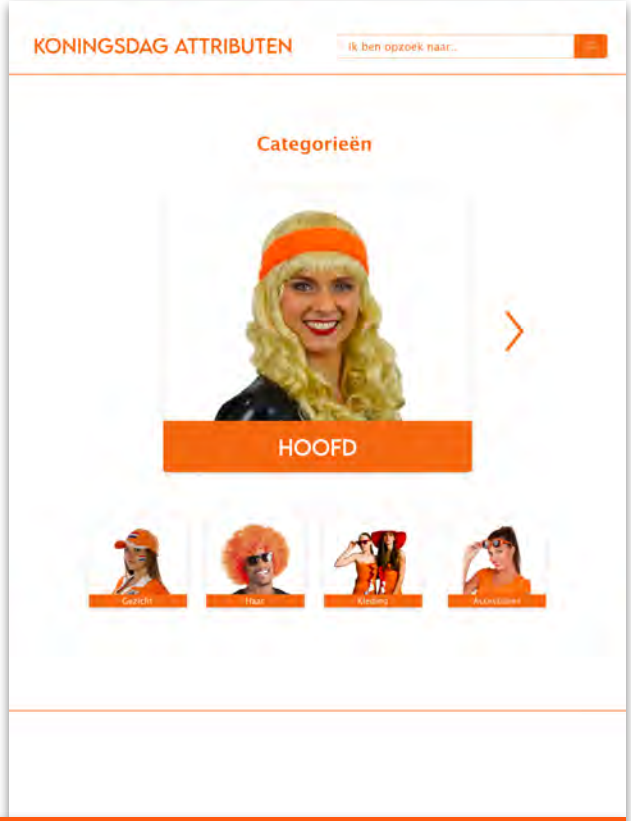




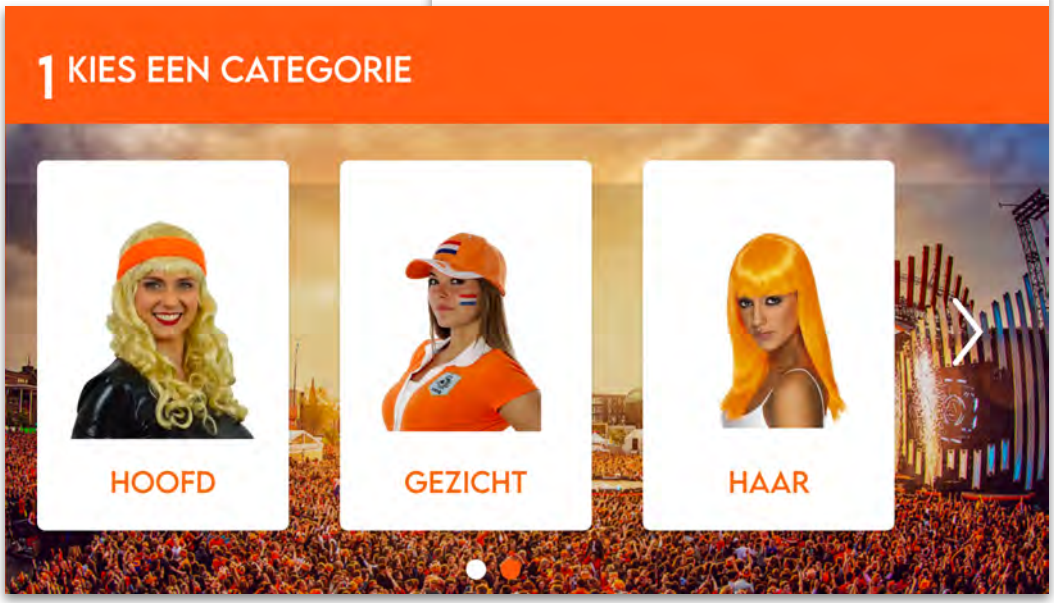



KONINGSDAG ATTRIBUTEN
Hoofd
Gezicht
Haar
Kleding
Accessoires
Vrouw
Man
Hoeden
Petten
Banden
Kroontjes
Kroontjes
Kroontjes

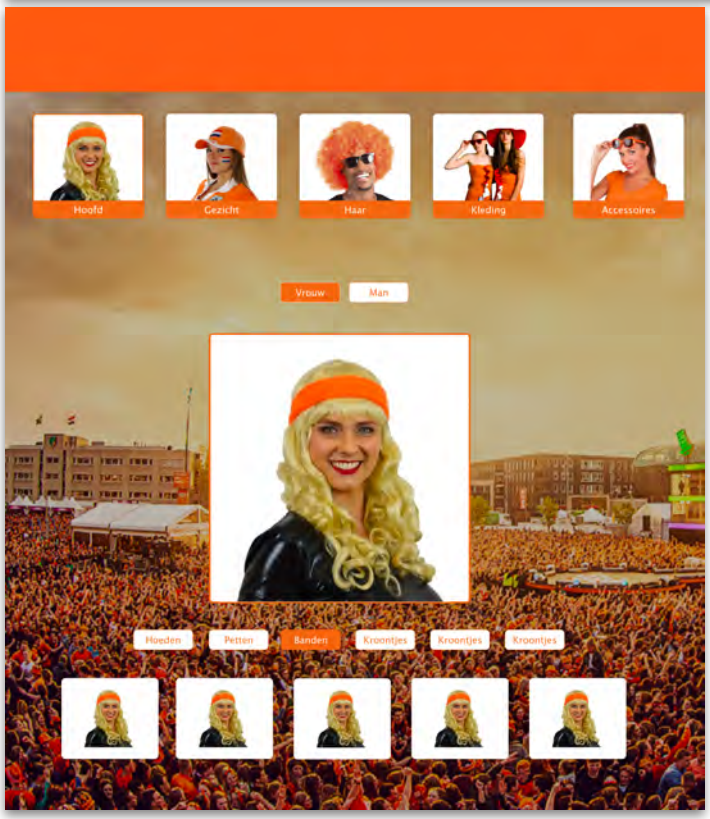

2 KIES EEN CATEGORIE
Hoofd
Gezicht
Haar
Kleding
Accessoires
Vrouw
Man
Hoeden
Petten
Banden
Kroontjes
Kroontjes
Kroontjes


KONINGSDAG ATTRIBUTEN
ik ben opzoek naar...
Categorieën
HOOFD
Gezicht
Haar
Kleding
Accessoires

KONINGSDAG ATTRIBUTEN
HOOFD
GEZICHT
HAAR

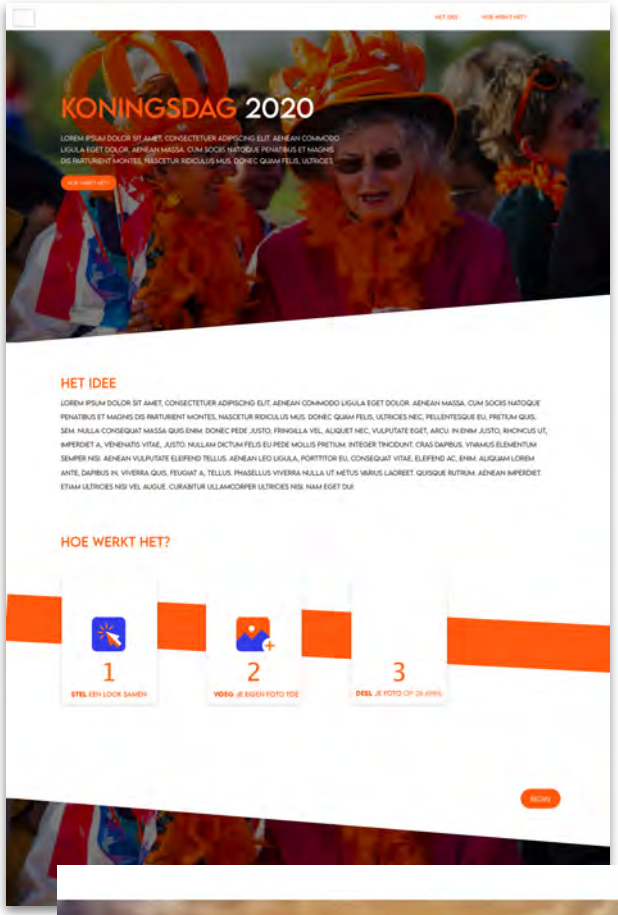

1 KIES EEN CATEGORIE
HOOFD
GEZICHT
HAAR

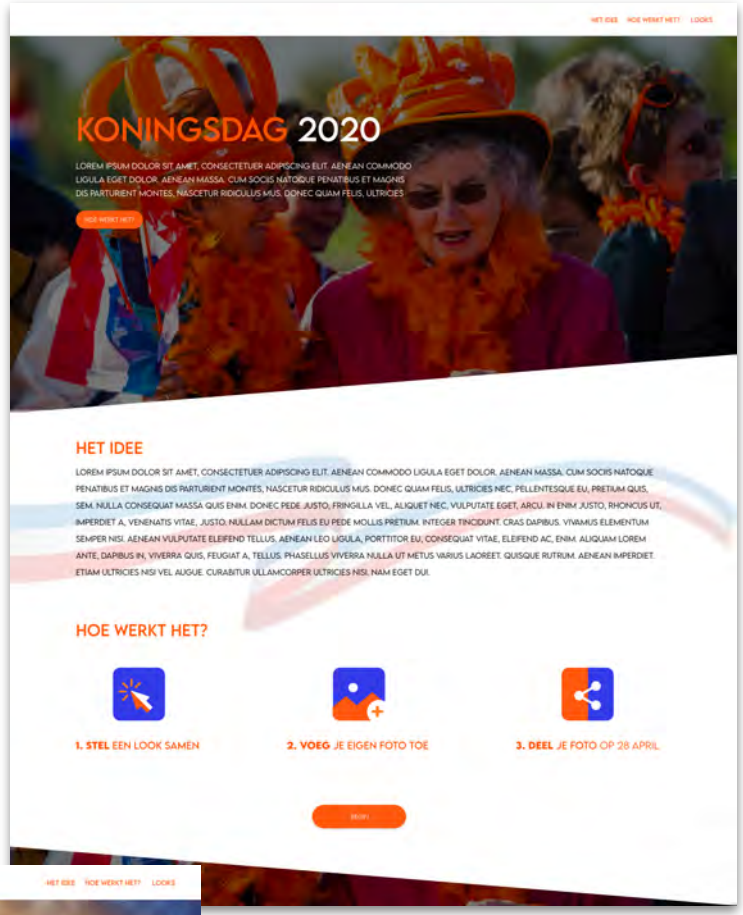
1 WAAR BEN JE NAAR OP ZOEK?
HOOFD
GEZICHT
HAAR

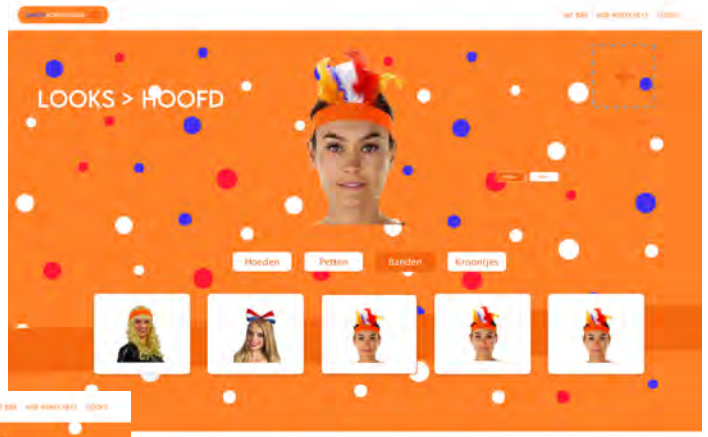

Hoofd
Gezicht
Haar
Kleding
Accessoires
Vrouw
Man
Hoeden
Petten
Banden
Kroontjes
Kroontjes
Kroontjes

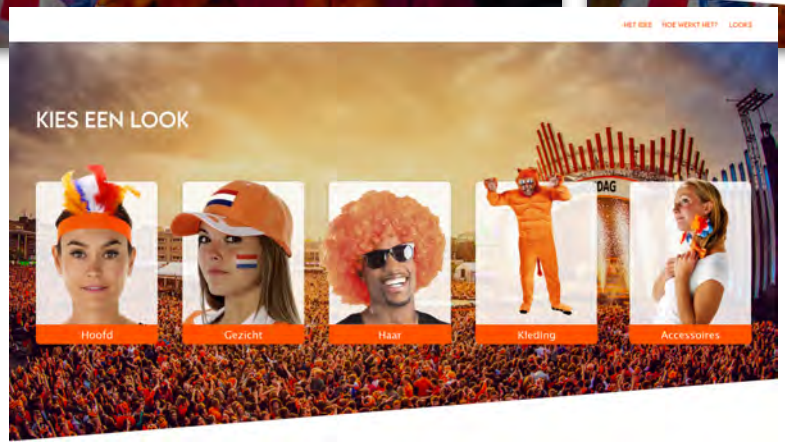
1 KIES EEN CATEGORIE
HOOFD
GEZICHT
HAAR
KLEDING
ACCESSOIRES

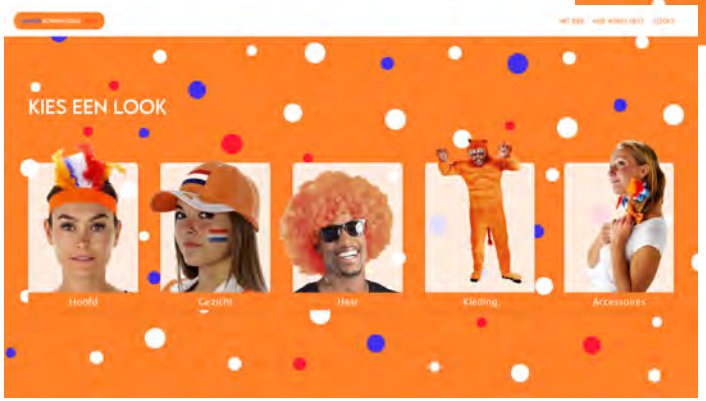
SCHETSEN VOOR PROTOTYPE 2











INGEVULDE BEOORDELINGSFORMULIER

MAAK JE EIGEN AANTEKENINGEN OP BASIS VAN DIT FORMULIER

Feedback ontvangen van (noteer alle namen van je peer groep): _____

Stella Niewehuis

1. Peer feedback op het visueel ontwerp van de webinterface (v.1)

nog niet — Volledigheid van het visueel ontwerp = het bevat 7 uitgewerkte schermen van een laptop/desktop webinterface, inclusief een filteren-functie: een landingspagina, een categoriepagina, twee subcategorie-pagina's, een pagina met resultaten uit filteren en twee detailpagina's.

Feedback op:	waardering 1 tot 5	Opmerkingen en tips om het ontwerp te verbeteren
a) Toepassing van één of meerdere **grid**(s)	3,5	Dit is nog vrij onduidelijk, in het begin (landingspagina) pas je dit goed toe. Maar als ik verder of dieper in de site duik, lijkt het alsof ik op een andere site terecht kom. Probeer in Adobe XD te kijken of op het internet hoe je een grid toe moet passen in het programma.
b) Duidelijkheid in **visuele hierarchie** (bijv. door middel van focuspunten, contrast, nabijheid, witruimte, enz.)	4	Bij de landingspagina pas je dit goed toe door de titel groot uit te lichten, hierbij wordt mijn blik gelijk gevestigd op de tekst. Door je gehele site gebruik je veel witruimtes.
c) Toepassing van **flow in compositie** *(Visual Flow)*	4	Je flow is redelijk simpel uitgewerkt, als ik op een item klik zie ik direct waar ik naar toe moet gaan en/of wat ik moet doen
d) **Consistentie** in *'look & feel'* bij alle schermen (bijv. d.m.v. van typografie- en kleurgebruik en uitlijnen)	3,5	Bij de landingspagina krijg ik een goed gevoel over dat er een leuk koningsdag feestje op komst is. Door de schuin gesneden afbeelding geeft dit een spannend beeld weer. Probeer deze stijl ook bij de rest van je pagina's door te voeren.
e) Consistentie in het ontwerp van **visuele componenten**	3,5	Probeer je CTA's (Call-To-Action) buttons wat groter en uit te lichten, zodat de aandacht van de gebruiker daarop gevestigd wordt. Maak bij je landingspagina ook een pijltje naar beneden zodat de user weet dat hij/zijn naar beneden moet scrollen.
Feedback op: de communicatieve-/ wervende werking van het ontwerp van de interface		
f) Communicatieve werking van de landingspagina, d.w.z. de aantrekingskracht en de mate waarin deze pagina "de toon zet"	4	De communicatieve werking komt bij mij over dat ik elk moment een feestje kan verwachten. De kracht licht hierbij echt in de styling van deze pagina. Als gebruiker krijg ik wel een hoge verwachting van deze website.
g) Welke zijn volgens de peergroep **het gevoel/ emotie en de sfeer** die het ontwerp van de algehele interface overbrengt?	vrolijk,energiek, feestelijk, Hollandse glorie.	

VOOR DE ONTWERPER:
Zijn de antwoorden op f) en g) in overeenkomst met het gevoel/emotie en de sfeer die jij wilt overbrengen?
Als dat niet het geval is, bedenk dan welke aanpassingen kun je nog maken bij je ontwerp om juist de door jou gewenste gevoel/emotie/sfeer door middel van kleur en compositie te versterken.

- zie ook de tweede pagina van dit formulier -

2. Test van Prototype (v.1) op laptop/desktop of online
Na de feedback op het visueel ontwerp (voorzijde van formulier) laat je peergroep je prototype testen en feedback erop geven. Deel hiervoor je scherm met je peergroep of stuurt hen een link naar je online prototype.

JA / nog niet — Volledigheid van de user flow = de noodzakelijke schermen om de user flow te kunnen ervaren (inclusief navigatie en filteren) zijn klikbaar in het prototype.

Digitale Prototype bevat:	Ja / nog niet	Opmerkingen:
landingspagina (1x),	Ja	Ja deze is aanwezig, let hierbij op de call to action knoppen
scherm categorieën (1x),	Ja	Ja, volgens mij is dit de "looks" pagina
scherm subcategorie (2x),	Ja	Aanwezig, de hoofd en haar pagina
filteren-functie	Nee	Deze heb je nog niet toegepast, kijk op internet of Dribbie voor inspiratie
scherm met resultaten uit filteren (1x),	Nee	Zie tekst hierboven
detailscherm (2x)	Ja/nee	Vanaf de Looks naar hoofd kom ik gelijk op de detailpagina. Probeer hier iet meer beschrijving te noteren over het product.

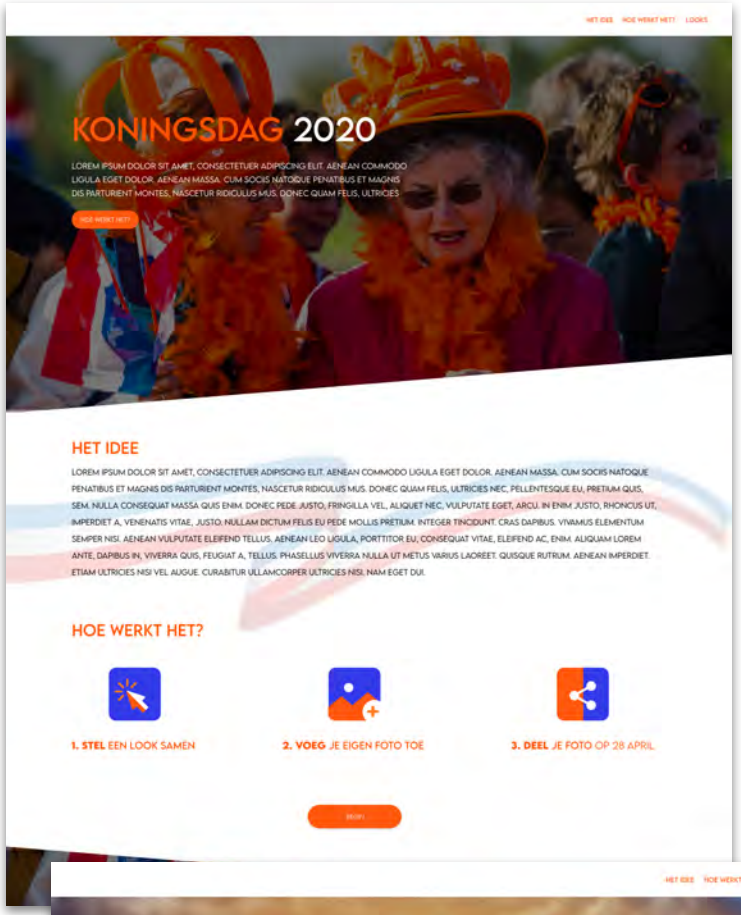
Feedback op:	waardering 1 tot 5	Opmerkingen en verbeterpunten
Duidelijkheid in navigatie en *(user flow)*	3	Ik zie geen navigatiebalk in je website staan, voor de User Experience is het handig om deze in te bouwen zodat de user gemakkelijker door de website kan navigeren. Het is zeker handig dat je het logo hebt gelinkt om terug te keren naar de homepage/landingspagina, maar maar voor de zekerheid toch een menu aan ;)
Efficiënt gebruik van de behandelde *Principles for User Interface Design* van Porter: 6. *One primary action per screen* 10. *Consistency matters* 11. *Strong visual hierarchies work best* 14. *Progressive disclosure* 16. *A crucial moment: the zero state (voor dit opdracht = landingspagina)*		**6. One Primary Action Per Screen** Deze principe pas je goed toe. **10. Consicency Matters** Zoals ik eerder al zei, probeer de afbeeldingen die in de rest van je website komen, probeer dezelfde stijl door te voeren die je op je homepage hebt gemaakt. Dit zorgt voor een goede consistentie over de gehele website. **11. Strong Visual Hierachy Works best** Bij de looks-pagina kan ik zien dat items bij elkaar horen, dit is een goede hierarchy principle: proximity.. **14. Progressive Dislosure** Per scherm kan ik navigeren naar een andere pagina en ga er dieper op de content in. **16. A crucial moment: the zero state** Wellicht is het handig om bij je webpagina om het product op jezelf te proberen een zero state te maken zodat de gebruiker weet dat het er staat en wat hij of zij kan doen.

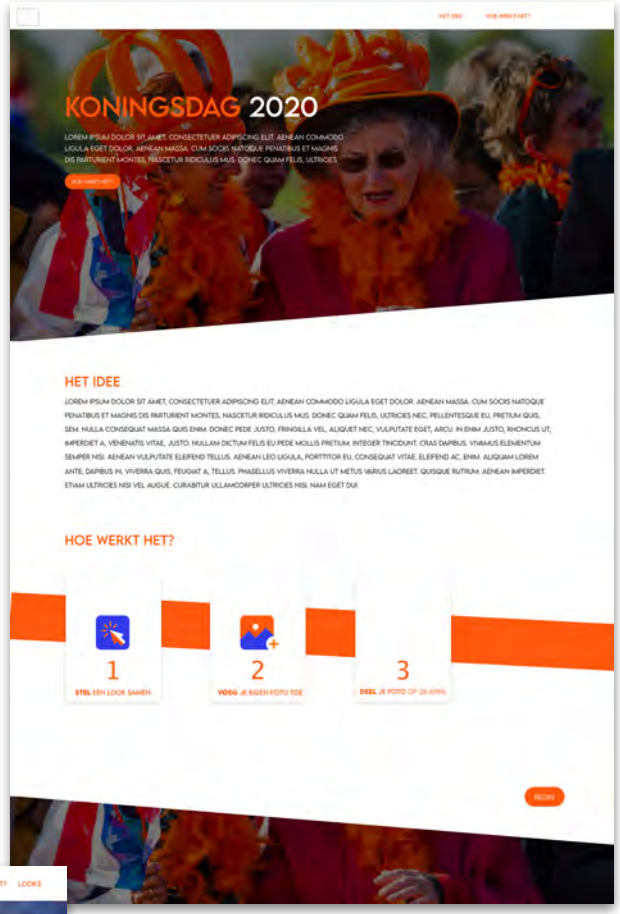
Voor het afronden van je oplevering (deadline donderdag 9 april 09:00 uur)

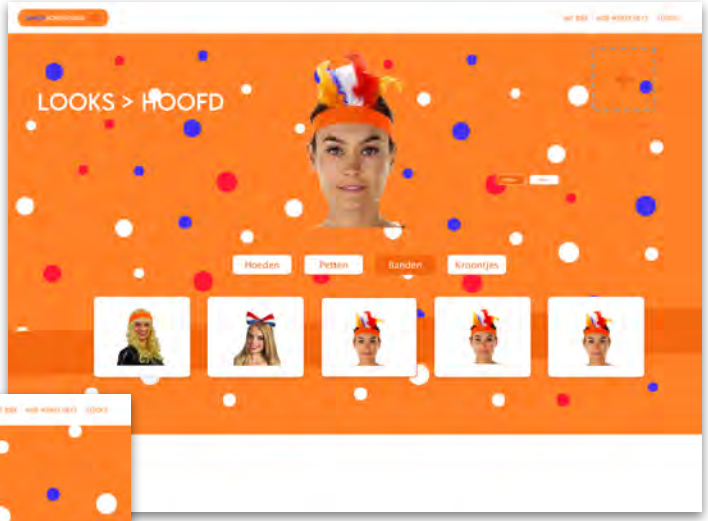
- Gebruik de feedback van vandaag om het ontwerp en prototype van je interface te verbeteren (= v.2 laptop).
- Rond af je procesdocument met inclusief een style guide op basis van de v.2 van je ontwerp.
- Zorg ervoor dat je één pdf van je procesdocument uiterlijk op donderdag 9 april om 09:00 uur (9:00 AM) op DLO hebt geüpload. De eerste pagina van het procesdocument moet een werkende link naar je online prototype (laptop schermbreedte) bevatten.

SCHETSEN VOOR PROTOTYPE 3

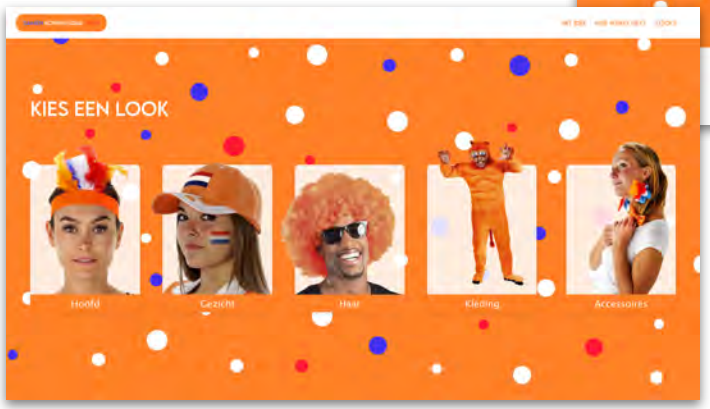
Schuine elementen uitproberen





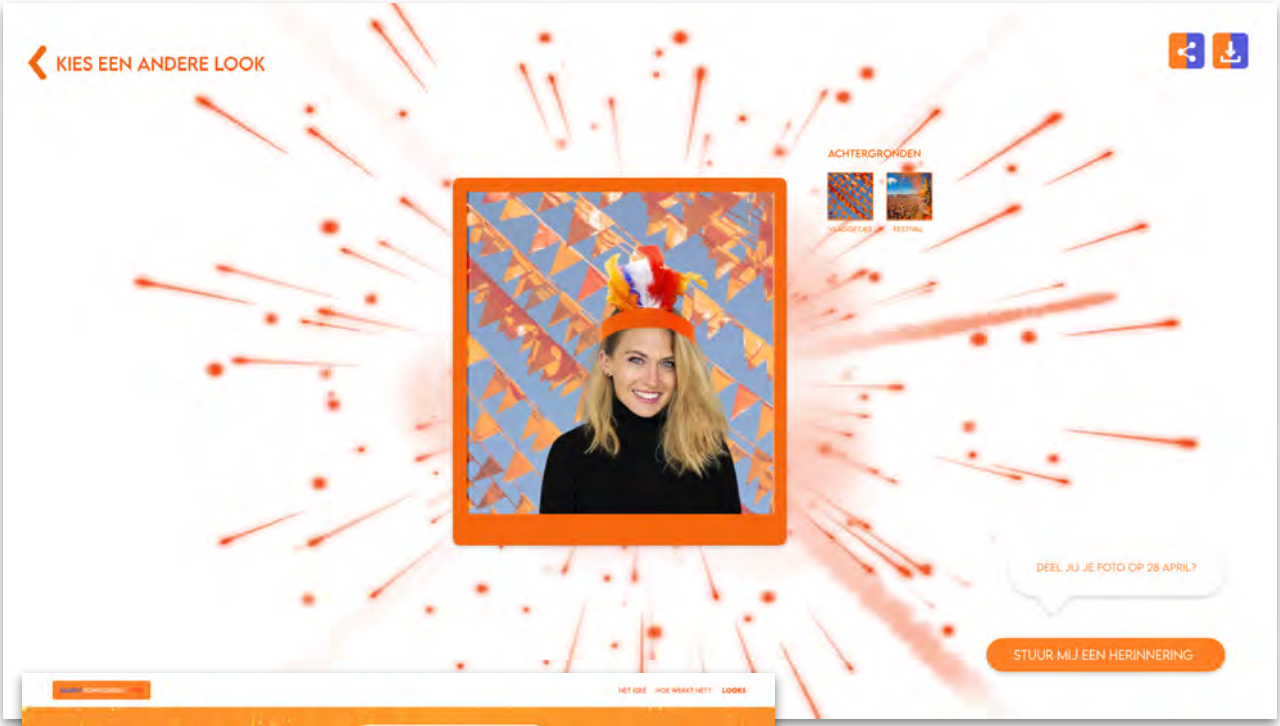


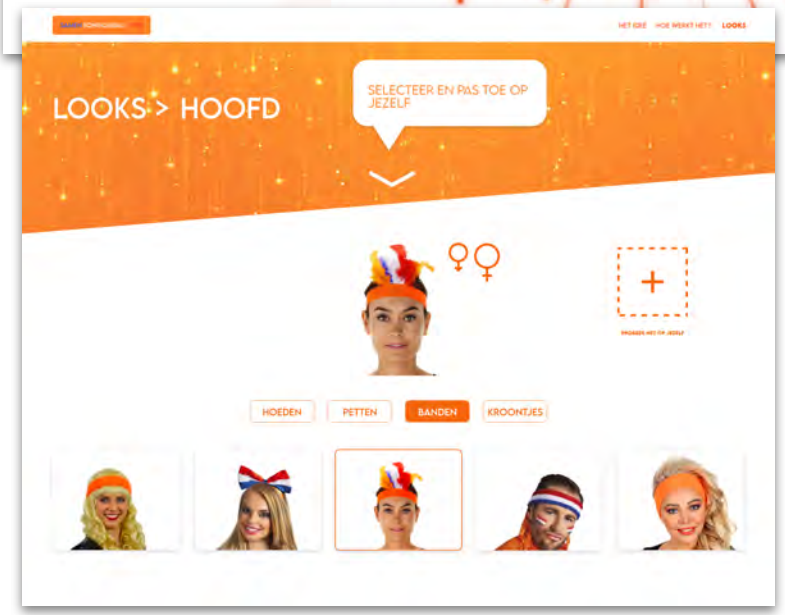
Hier lijkt het alsof je naar beneden kunt scrollen

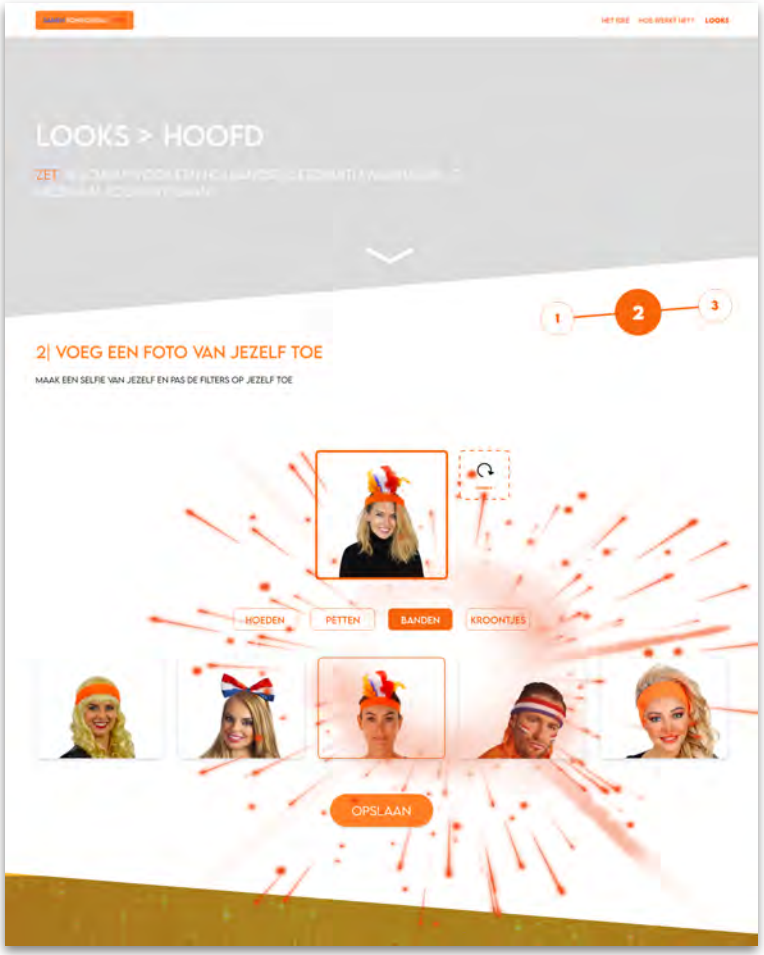


Andere achtergronden uitproberen

SCHETSEN VOOR PROTOTYPE 4







BRONNEN

Moodboard - pag 6
Backpacker Contributors. (2018). Odds of Getting a Wave Permit Plummet as Demand Spikes [Foto]. Geraadpleegd van https://www.backpacker.com/trips/wave-permits-dropping

Reddit. (2008). Orange sunset [Foto]. Geraadpleegd van https://www.reddit.com/r/pics/comments/9a9opz/orange_sunset/

Prusakov, V. (z.d.). Stockfoto : Lava, computer gecreëerde beeld gebaseerd op foto [Foto]. Geraadpleegd van https://nl.123rf.com/photo_1288998_lava-computer-gecre%C3%ABerde-beeld-gebaseerd-op-foto.html

Fintentional LLC. (2017). Open Enrollment 2018 - HSA, FSA, HDHP - What Do They Mean? [Foto]. Geraadpleegd van https://fintentional.com/blog/open-enrollment-2018-hsa-fsa-hdhp-what-do-they-mean

Petruzzello, M. (z.d.). Orange: Fruit [Foto]. Geraadpleegd van https://www.britannica.com/plant/orange-fruit

Lauwerijssen, L. (2015). Bestaat de oranje pixel nou wel of niet: Samsung zoekt uit hoe het zit met het bestaan van de oranje pixel [Foto]. Geraadpleegd van https://www.dutchcowboys.nl/technology/bestaat-de-oranje-pixel-nou-wel-of-niet

First Health Station. (2019). 5 Amazing Health Benefits Of Pumpkin [Foto]. Geraadpleegd van https://firsthealthstation.com/benefits-of-pumpkin/

Informatie over de kleur oranje - pag 7
Chapman, C. (2010, 28 januari). Color Theory for Designers, Part 1: The Meaning of Color. Geraadpleegd op 23 maart 2020, van https://www.smashingmagazine.com/2010/01/color-theory-for-designers-part-1-the-meaning-of-color/

Afbeelding - pag 7
Cornelissen.Marketing. (z.d.). MERKONTWIKKELING: Laat zien waarom jouw merk op unieke wijze nuttig is voor je relaties! [Foto]. Geraadpleegd van https://cornelissenmarketing.nl/merk-kleur/

Logo's - pag 8
LOGXSTAR EDE. (z.d.). PostNL [Foto]. Geraadpleegd van https://www.logxstar.com/postnl-6/postnl-logo/

de Troije , M. (2019). Nationale-Nederlanden verbindt zich aan de Week van de Bevlogenheid [Foto]. Geraadpleegd van https://allesoverbevlogenheid.nl/nationale-nederlanden-verbindt-zich-aan-week-bevlogenheid/

NPO. (z.d.). Nationale Nederlandse Omroep [Foto]. Geraadpleegd van https://over.npo.nl/

EsportsXperts. (2018). Knvb-logo [Foto]. Geraadpleegd van https://esportsxperts.nl/werk-nieuw-consultancy/attachment/knvb-logo

Afbeeldingen - p. 9

Groot, M. (2019). Zo gezond is kaki fruit: Kaki fruit, sharon of persimmon [Foto]. Geraadpleegd van https://www.gezondheidsnet.nl/groente-en-fruit/zo-gezond-is-kaki-fruit

Petruzzello, M. (z.d.). Orange: Fruit [Foto]. Geraadpleegd van https://www.britannica.com/plant/orange-fruit

Mindmap V2 - p. 13

McCandless, D. (2020, 18 maart). What Colors Mean in Different Cultures. Geraadpleegd op 3 april 2020, van https://visual.ly/community/Infographics/other/what-colors-mean-different-cultures

Chapman, C. (2010b, 28 januari). Color Theory for Designers, Part 1: The Meaning of Color. Geraadpleegd op 4 april 2020, van https://www.smashingmagazine.com/2010/01/color-theory-for-designers-part-1-the-meaning-of-color/

Colour Affects. (z.d.). Psychological Properties Of Colours - Colour Affects. Geraadpleegd op 4 april 2020, van http://www.colour-affects.co.uk/psychological-properties-of-colours

TMD STUDIO LTD. (2017, 21 augustus). The Perception of Color in Architecture - TMD STUDIO's Insights. Geraadpleegd op 4 april 2020, van https://medium.com/studiotmd/the-perception-of-color-in-architecture-cf360676776c

Nieuw concept - p. 14 en 15

Wikipedia-bijdragers. (2020, 4 maart). Willem van Oranje. Geraadpleegd op 4 april 202AD, van https://nl.wikipedia.org/wiki/Willem_van_Oranje

Wikipedia-bijdragers. (2015, 7 augustus). Nationale identiteit. Geraadpleegd op 4 april 2020, van https://nl.wikipedia.org/wiki/Nationale_identiteit

Alle Prototype + schetsen ervan

Homescherm - foto
Nederland viert Koningsdag 2014. (2014). [Foto]. Geraadpleegd van https://www.rtlnieuws.nl/nieuws/bundel/1924166/nederland-viert-koningsdag-2014

Homescherm - lintje
Oranjevereniging Kloetinge. (2018). Versiering-oranje [Foto]. Geraadpleegd van https://oranjeverenigingkloetinge.nl/versiering-oranje/

Iconen van Flaticon
Icons made by Pixel perfect from www.flaticon.com
https://www.flaticon.com/free-icon/redo_1828040?term=redo&page=1&position=2
https://www.flaticon.com/search?word=share
https://www.flaticon.com/free-icon/download_724933?term=download&page=1&position=4

Icons made by Good Ware perfect from www.flaticon.com
https://www.flaticon.com/free-icon/gender_2675610
https://www.flaticon.com/free-icon/photo_685668?term=add%20picture&page=1&position=1

Icons made by Those Icons perfect from www.flaticon.com
https://www.flaticon.com/free-icon/search_482631?term=search&page=1&position=4

Icons made by Freepik perfect from www.flaticon.com
https://www.flaticon.com/free-icon/cancel_748122?term=cross&page=1&position=3
https://www.flaticon.com/free-icon/click_1536550?term=click&page=1&position=5

Achtergrond Foto's
De Ballonnenkoning - ballon decoratie - dak van ballonnen. (z.d.). [Foto]. Geraadpleegd van https://deballonnenkoning.nl/ballondecoratie-feest-decoratie/oranje-koningsdag/dak-van-ballonnen/

All White Background. (z.d.). Orange Background [Foto]. Geraadpleegd van http://www.allwhitebackground.com/orange-background.html/download/9391

Radio 538. (2019). 538 KONINGSDAG TE ZIEN BIJ SBS6 [Foto]. Geraadpleegd van https://tv.talpanetwork.com/538-koningsdag-te-zien-bij-sbs6/?TN_REFERAL_ORIGIN=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F

Afbeeldingen van mensen met verkleedstukken op
Jokershop.be. (z.d.). Fluo haarband neon oranje [Foto]. Geraadpleegd van https://jokershop.be/fluo-neon-accessoires/13158-fluo-haarband-neon-oranje-hoofdband.html

Feestbazaar. (z.d.). HOOFDBAND NEDERLAND MET ORANJE HAAR [Foto]. Geraadpleegd van https://www.feestbazaar.nl/hoofdband-nederland-met-oranje-haar.html

Partycorner. (z.d.). Oranje Pruik met vlechten [Foto]. Geraadpleegd van https://www.partycorner.nl/oranje-pruik-met-vlechten.html

bol.com. (z.d.). Pruik bobline Rood Wit Blauw [Foto]. Geraadpleegd van https://www.bol.com/nl/p/pruik-bobline-rood-wit-blauw/9200000054923990/

Dam Feestartikelen. (z.d.). ORANJE DIADEEM MET VEREN ROOD WIT BLAUW [Foto]. Geraadpleegd van https://www.damfeestartikelen.nl/haarband-met-rood-wit-blauw-veren

1001feestartikelen. (z.d.). Diadeem met Holland strik [Foto]. Geraadpleegd van http://www.1001feestartikelen.com/product/10083882/diadeem-met-holland-strik-1001feestartikelen.html

Feestartikelen4u. (z.d.). Oranje Leeuw [Foto]. Geraadpleegd van https://www.feestartikelen4u.nl/a-28369504/koningsdag/oranje-leeuw/#description

bol.com. (z.d.-a). Koningsdag Oranje bril met vierkante glazen [Foto]. Geraadpleegd van https://www.bol.com/nl/p/koningsdag-oranje-bril-met-vierkante-glazen/9200000021193755/?

bol.com. (z.d.-c). Schminkstift Koningsdag 2 Stuks | Rood Wit Blauw | Feestartikel | Schmink | Feest | Oranje [Foto]. Geraadpleegd van https://www.bol.com/nl/p/schminkstift-koningsdag-2-stuks-rood-wit-blauw-feestartikel-schmink-feest-oranje/9200000075686186/

Partycorner. (z.d.-a). Koningsdag jurkje [Foto]. Geraadpleegd van https://www.partycorner.nl/koningsdag-en-dames-ek-jurkje.html

Feestbazaar. (z.d.-a). AFRO PRUIK ORANJE [Foto]. Geraadpleegd van https://www.feestbazaar.nl/afro-pruik-oranje.html

Feestbazaar. (z.d.-b). GLAMOURAMA PRUIK NEON ORANJE [Foto]. Geraadpleegd van https://www.feestbazaar.nl/glamourama-pruik-neon-oranje.html

Feestbazaar. (z.d.-d). HOOFDBAND NEON ORANJE [Foto]. Geraadpleegd van https://www.feestbazaar.nl/hoofdband-neon-oranje.html

J-style-deco. (z.d.). Koningsdag feestartikelen & Versiering | J-style-deco [Foto]. Geraadpleegd van https://nl.pinterest.com/pin/501729214732370645/?nic_v1=1alv8LQ7sv6AuOTW7F%2B7LBBjYwDyzZUyS%2FlA9OeUDoFNGvdEiyBWwk8oLsDOh4zg%2BD

Carnavalsland. (z.d.). PRUIK OVERSIZED AFRO ORANJE [Foto]. Geraadpleegd van https://www.carnavalsland.nl/pruik-oversized-afro-oranje.html

FeestXpert. (z.d.). Oorbellen Bloem Oranje [Foto]. Geraadpleegd van https://feestxpert.nl/themafeesten/hollands/oorbellen-bloem-oranje-f31074
https://www.partycorner.nl/oranje-pruik-met-snor.html

FeestXpert. (z.d.-b). Oorbellen Bloem Oranje [Foto]. Geraadpleegd van https://www.carnavalsland.nl/pruik-bobline-cabaret-oranje.html

Selfie vrouw

Rawpixel. (z.d.). Blonde cheerful woman transaparent png [Foto]. Geraadpleegd van https://www.rawpixel.com/image/1232518/beautiful-blonde-woman

Achtergronden detailpagina

Commercie De Zaak. (2015). Slimme ondernemers verdienen geld op Koningsdag [Foto]. Geraadpleegd van https://www.dezaak.nl/2594/slimme-ondernemers-verdienen-geld-koningsdag.htm
https://www.dezaak.nl/2594/slimme-ondernemers-verdienen-geld-koningsdag.htm

Pingwing. (z.d.). Graphic design Diagram Pattern, Orange fireworks fireworks elements, effect, holidays, text png [Foto]. Geraadpleegd van https://www.pngwing.com/en/search?q=png+Elements

De Vink, W. (2016). Koningsdagfestival Hardkingz afgelast [Foto]. Geraadpleegd van https://www.partyscene.nl/events/164753/koningsdagfestival-hardkingz-afgelast