

Company Locator

Notice Branded Media

Anouk Vreeburg

Inleiding

Hi, mijn naam is Anouk en ik loop als staigaire bij Notice Branded Media. Terwijl ik hier stage loop is mij gevraagd of ik hun bij een project kon gaan helpen.

Dit project heet de Company Locator. Ik heb de opdracht gekregen of ik kon kijken of ik hun interactieve digitale zuil de Company Locator mogelijk kon verbeteren. De Company Locator is een zuil dat geplaatst kan worden in bedrijvencomplexen, ziekenhuizen, bouwmarkten en nog veel meer grote plekken, op deze zuil kan je hulp krijgen met de bewegwijzering van het gebouw of je zelfstandig aanmelden voor een afspraak. Mijn opdracht was of ik de zuil kan verbeteren op basis van de routing in het menu, het design en of andere ontbrekende zaken. Om deze opdracht te volbrengen ben ik onderzoek gaan doen en ben ik met behulp van dat onderzoek nieuwe designs gaan maken. In dit document zal ik al mijn onderzoek en de daar uitgekomen designs gaan tonen.

Echter terwijl ik bezig ben met dit document, was het bedrijf zelf ook nog veel in overleg over de routing van de Company Locator. In overleg wat ze precies wilden toevoegen en of veranderen en hoe ik daarbij kon gaan helpen. Dit heeft er wel voor gezorgd dat het doel voor mij anders is geëindigd dan dat het begon. Ik begon het project namelijk denkende dat ik een nieuwe variant moest bedenken voor een zuil die zelfstandig aanmelden en bewegwijzering bevatte, echter is dit later veranderd naar alleen een nieuw zelfstandig aanmelden systeem. Hierdoor heb ik soms meerdere versies van onderzoekmethodes moeten maken van de eerste Company Locator eisen en de nu laatste. Als een methode wel nog bij de eerste versie hoort, dan zal ik dat laten weten, de rest van de oudere versies zullen als referentie in de bijlage staan.

Veel leesplezier!

Inhoudsopgave

Inleiding	0
Inhoudsopgave	1
Wat is de Company Locator?	3
Manier van onderzoek	6
Mijn ervaringen Company Locator	7
Persona	12
Scenario	13
Customer Journey	14
Peak-end rule	15
Conclusie	16
Conceptueel model (voor de aanpassingen)	17
Conceptueel model (na de aanpassingen)	18
Card Sorting	19
Requirements list	21
Conclusie	22
Unique Selling Points	23
Competitive Analysis - binnenlandse bedrijven	24
Comparison Chart	31
Benchmark Creation	33
Competitive Analysis - buitenlandse bedrijven	34
Comparison Chart	38
Benchmark Creation	40
Conclusie	41
Ontwerponderzoek	42
Risk Analysis	43
Conclusie	47
Trend Analysis	48
Good Practices	53
Bad Practices	57
Design Pattern Search	58
Conclusie	64
Insiration Wall structuur	65
Conceptueel model versie 1	66
Conceptueel model versie 2	67
Conceptueel model versie 3	68
Conceptueel model versie 4	69
Moodboard beginscherm	70
Een aantal schetsen	71

Eerste digitale designs beginpagina	72
Moodboard keuzemenu	73
Eerste digitale designs keuzemenu	74
Moodboard formulier	75
Eerste digitale designs formulier	76
Samenvoegen eerste digitale designs	77
Peer review	79
Inspiration Wall design	80
3 gekozen designs	81
Vorderingen van design 1	82
Vorderingen van design 2	86
Vorderingen van design 3	90
Peer review	94
Verbeteren gekozen designs	95
Schermen op de Company Locator	97
Nog meer verbeteren gekozen designs	98
Peer review	100
States toevoegen	101
Laatste schermen	103
Proof of Concept	104
Testplan	107
Usability Testing 1	109
Task Analysis	112
Empathy Map	113
Usability Testing 2	114
Task Analysis	117
Empathy Map	118
Usability Testing 3	119
Task Analysis	122
Empathy Map	123
Conclusie	124
Business Model Canvas	125
Oplossing	126
Eindconclusie	132
Bronvermelding	133
Bijlage Persona	137
Bijlage Scenario	138
Bijlage Customer Journey	139

Wat is de Company Locator?

“De Wayfinding zuil, een digitale receptie, helpt bezoekers door middel van een touchscherm de juiste route te vinden binnen een bedrijfsverzamelgebouw, winkelcentrum, zorginstelling of ziekenhuis.

“De Wayfinding zuil is ter ondersteuning of vervanging van de receptie en als extra service aan de bezoekers.”

“Door middel van een narrowcastingscherm kunt u eenvoudig communiceren en daarnaast kan het touchscherm gebruikt worden om de bezoekers zich aan te laten melden.”

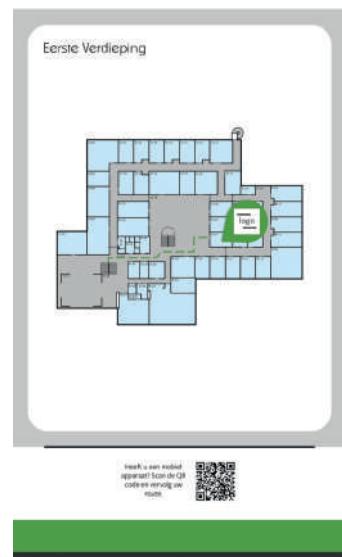
“De primaire functie en eigenschappen van de Wayfinding zuil zijn het verwelkomen van bezoekers, het verschaffen van informatie en het voorzien in heldere bewegwijzering, maar er zijn talloze mogelijkheden in het op maat ontwikkelen van een passende oplossing voor elke situatie.”



De Company Locator is dus een zuil bij de ingang van een gebouw met als de twee hoofdfuncties het helpen van het vinden van de weg in het gebouw en het zelfstandig kunnen aanmelden voor een afspraak. De Company Locator bestaat zelf uit twee schermen. Een interactief scherm aan de onderzijde, waarop de gebruiker kan klikken en een scherm aan de bovenzijde, waarop informatie kan komen te staan of willekeurige video's kunnen worden afgespeeld. De zuil zal dus goed opvallen bij de gebruiker, omdat dit grote scherm hun aandacht pakt en het onderste scherm hun aandacht zal blijven vasthouden.

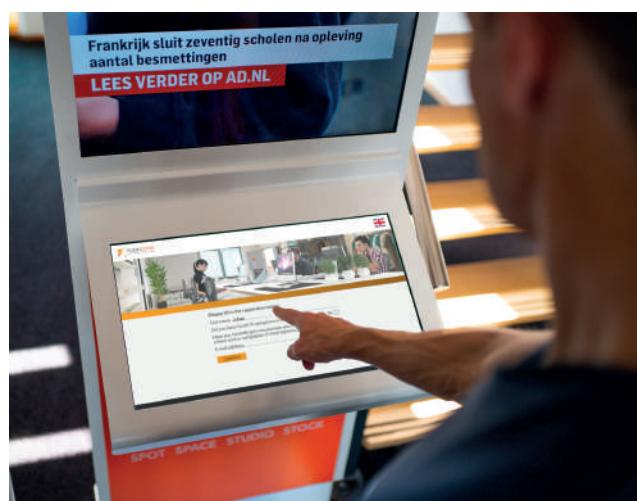
Bewegwijzering

Bij het aankomen van de zuil kan de gebruiker klikken dat hij of zij op zoek is naar een bepaalde ruimte of kamer. Na het invullen van deze vraag krijgt de gebruiker op het bovenscherm van de Company Locator de plattegrond van het gebouw met de route naar de gewenste bestemming te zien. Daarnaast is dit plaatje ook over te nemen op de mobiel met behulp van een QR code, zodat ook lopend nog naar de route kan worden gekeken.



Zelfstandig aanmelden

Bij het aankomen van de zuil kan de gebruiker er ook voor kiezen om zich zelfstandig aan te melden, als hij of zij een afspraak heeft met een medewerker in het gebouw. Door het kiezen van het bedrijf en het in te vullen van het formulier, om te verifiëren wie het is, zal daarna de werknemer met de afspraak een melding ontvangen en de gebruiker kunnen ophalen. In de tussentijd zal de gebruiker voorzien zijn van de wifi code en het kunnen gebruiken van de wachtruimte.



De Company Locator focust zich dus op deze twee hoofdactiviteiten om zo de gebruiker zo zelfstandig en eenvoudig mogelijk te kunnen helpen door en voor het gebouw heen.

Klein voorbeeld

Mevrouw Rietje heeft een afspraak met bedrijf Tandpasta, dit bedrijf bevindt zich in een pand met 19 andere bedrijven. Het is dus een erg groot pand en Rietje weet niet direct waar ze heen moet, maar gelukkig ziet ze achter de voordeur een Notice Branded Media zuil staan. Ze tikt aan dat ze een afspraak heeft, kiest het bedrijf Tandpasta, tiept in dat ze een Samantha moet spreken en voor ze het weet wordt ze opgehaald.

Voor een uitgebreider voorbeeld zie de pagina's hierna.

Manier van onderzoek

Met behulp van de CMD methodes pack heb ik verschillende onderzoekstechnieken toegepast bij dit project. Als een techniek uit dit pack is toegepast, dan zal dat vermeld staan bij de pagina rechtsbovenin. Als er geen techniek bij de pagina staat, dan komt het niet uit deze pack. Hieronder een uitleg van elke techniek. (Vanwege de Corona situatie zal de ene techniek meer voorkomen dan de ander.)

Ook belangrijk om te vertellen over het onderzoek, is dat veel onderzoekmethodes zijn gemaakt met de nieuwere routing van het aanmelden dat halverwege het project werd vastgelegd. De vorige pagina's vertellen over hoe de Company Locator op dit moment in de gebouwen staan, echter de routing van het aanmelden heeft nu een extra stap, namelijk: kiezen bedrijf -> **kiezen persoon** -> invullen formulier -> einde.

 Library	 Field
<i>Standing on the shoulders of giants</i> To ensure rigor in your design explore what is already done. Watch what competitors are doing or get an overview of existing guidelines, patterns and theories. Sometimes called deskresearch.	<i>Understand your users</i> Explore the application context. You apply a field strategy to get an overview of your users, know their needs, desires and limitations so your design is relevant to them.
 Lab <i>To measure is to know</i> Be certain your solution works and is relevant for the end-user. Will your design work out the way you intended it to?	 Showroom <i>Know & show your contribution</i> Be certain your ideas are better than what is already done. Proof the rigor of your design by showing it to experts, test against guidelines or decide on its USPs.
 Workshop <i>Seek variation and improvement!</i> Explore opportunities. Prototyping, sketching and co-creation activities are all ways to innovate and to gain insights in what is possible and how things could work.	 Stepping Stones <i>Condense, communicate, combine</i> Condense your insights into tangible representations that can be re-used in the rest of the project and help to communicate findings to the team and client.

Mijn ervaringen Company Locator

Mijn allereerste stap in dit onderzoek is zelf de zuil ontdekken. Ik ben dus een kijkje gaan nemen bij de zuil hier op kantoor. Echter moet ik er wel bij zeggen dat bij de eerste indruk het niet de juiste schermen bevatte op het interactieve scherm. Dit is omdat collega's er iets op aan het testen waren, maar ik ben wel nog een keer teruggaan met de echte schermen, de schermen die ik zal gaan aanpassen. Eerst hierbij de eerste indruk:

Lengte filmpje: 03:02 minuten

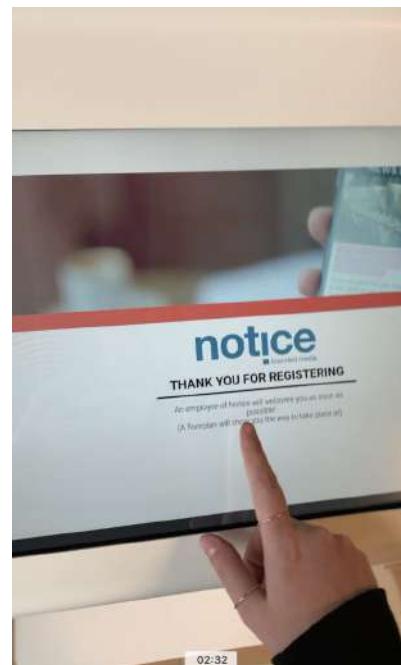
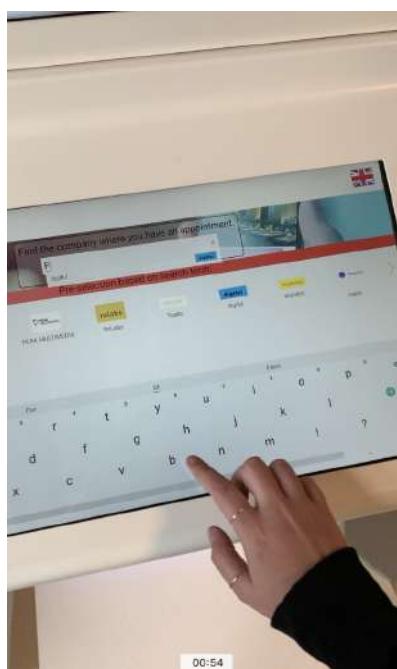
Datum: 19-10-2020

Samenvatting filmpje:

- Klikken op 'find your company'
- Klikken op 'digiful'
- Drukt op knop registratie -> rood want invulvelden niet ingevoerd
- Verandering van de taal in de rechter bovenhoek
- Klikken op linker bovenhoek icoon en keert terug naar startscherm
- Klikken we op 'find your company'
- Klikken op ander bedrijf en weer terugklikken naar startscherm
- Klikken op 'welcome at notice branded media' maar dat doet niks
- Weer een klik op 'find your company'
- Klikken op de search bar
- Typt F in en net als google krijgt al helpende resultaten
- Typt hierna een I in en de resultaten verdwijnen, terwijl bijvoorbeeld digiful beide letters bevat, maar de helpende resultaten moeten dus in de juiste letter volgorde staan
- Maakt search bar leeg en de denk ik laatst gezocht bedrijven komen er te staan (4) als helpend resultaat nu
- Klikken op 'Notice'
- Invullen van formulier
- Alles ingevuld en wordt begroet met 'Thank you for registering' tekst
- Na kleine 10 seconden verdwijnt die bericht en keer ik weer terug op het startscherm

Opvallende punten:

- Bij het invullen van de email in het formulier zat de tekstbalk ervoor, hierdoor kon ik niet zien wat ik daar nou invulde, hopende op geen spellingsfout
- Snapte het belang van de kentekenvraag niet
- Yes/No vraag is handiger om met een box of rondje te vragen, in plaats van Yes of No invullen, dat is vanzelfsprekender
- Ik vergat helemaal naar het bovenste scherm te kijken, ik was continu zo gefocust op het onderste scherm en het invullen van de gegevens. Toen de gegevens dan ook ingevoerd waren bleef ik die 10 seconden kijken naar de 'Thank you for registering' tekst in plaats van het scherm met de route erboven. Niet mijn slimste actie
- Er zijn geen meldingen op het interactieve scherm dat je naar boven moet kijken, voor de ene klant is dat niet nodig, maar de ander heeft wel die confirmatie nodig dat er moet worden gekeken. Echter op de foto's van de vorige pagina is deze hulp er wel
- Home knop in vorm van logo bedrijf is misschien niet voor iedereen duidelijk dat daar op te klikken is
- Wat als iemand geen data heeft voor op de mobiel (misschien niet ons probleem)
- Krijgt degene met wie de afspraak is een melding dat de persoon eraan komt? En wat gebeurt er als deze persoon veels te vroeg is? Of wat als de persoon van de afspraak uitloopt? Wordt zo iets opgelost via de CompanyLocator of face to face



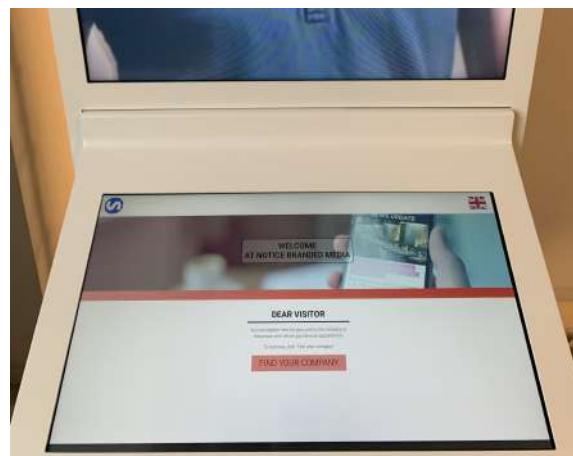
Datum: 21-10-2020

Samenvatting zuil:

Ik ben nog een keer naar de zuil gegaan en heb hierbij foto's gemaakt in plaats van een filmpje. Deze test is natuurlijk minder goed, omdat ik nu van tevoren precies wist wat elke knop deed. Echter heb ik deze keer wel beter gekeken naar het bovenste scherm. Dit speelden de video's van het bedrijf al. Heb alleen niet kunnen kijken naar de plattegrond die het laat zien als je alle gegevens hebt ingevuld, want ik kon me niet meer herinneren wat het kenteken van de auto was en ik had alles nodig om doorgelaten te mogen worden.

Opvallende punten:

- Design wordt nog verbeterd
- Toch persoonlijk nog geen fan van al de invul gegevens. Wat als iemand op de fiets is en het kenteken niet uit zijn of haar hoofd weet, dan kan het systeem niet verder
- Tekst onderste beginscherm pakt misschien nog te weinig aandacht. De tekst is heel klein en door de bewegende video erboven kijkt de gebruiker veel meer daarnaar. Alleen als de gebruiker interesse heeft in de zuil en dichterbij loopt is het te lezen. Van de video alleen zou ik als gebruiker niet in 1x snappen wat het doel is van de zuil. Misschien op bovenste of onderste scherm visueel beter de klant lokken

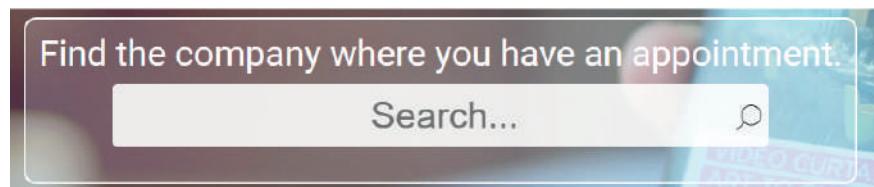


Ervaringen nieuwere schermen

De schermen van de vorige pagina waren dus niet in de huidige huisstijl en functies. Echter een kleine week later zag ik deze wel. De schermen van de vorige pagina waren dus niet hoe ze moesten zijn, doordat collega's wat aan het testen waren. Gelukkig een kleine week later waren de collega's klaar met testen en kon ik de versie van het moment bekijken:

Mijn eerste indruk van deze schermen waren:

- Design ziet er een beetje oudbollig uit, vooral bij de intro van de pagina, zoals de search hieronder. Er is weinig witruimte, een willekeurige stroke om het introotje en dikke lijnen boven en onder spraken mij allemaal een beetje aan als een design van een tijdje terug.



- Er wordt soms wel en soms niet gebruik gemaakt van de ruimte, wat ook de samenhang van het ontwerp in mijn ogen weghaalt. De kies pagina neemt een groot deel van de ruimte in beslag, maar dan de formulier pagina alleen een klein midden gedeelte, terwijl deze pagina de meeste informatie bevat en het meest op moet worden geklikt. Nu is de schermgrootte best wel groot, net wat meer dan een half liter waterflesje, maar ik zou persoonlijk meer de ruimte benutten, vooral in het formulier scherm.

A screenshot of a registration form for "NOTICE BRANDED MEDIA". The form is titled "WELCOME AT NOTICE BRANDED MEDIA". At the top left is a small "notice" logo, and at the top right is a British flag icon. The form includes fields for "First name" and "Last name", both with placeholder text. It asks if the user has Covid-19 symptoms in the last 7 days, with "Yes" and "No" checkboxes. It also asks if the user has a housemate with a fever and/or chest tightness, with "Yes" and "No" checkboxes. There is a field for "E-mail address" and a "Confirm" button at the bottom. The background features a blurred image of a person holding a smartphone displaying a news update.

- Ik vind het design er wel erg overzichtelijk uitzien, weet direct naarwaar te kijken, wat ik moet doen en waar ik naartoe moet.
- De kleuren bevallen mij wel, het zijn rustige kleuren die mooi bij elkaar passen. De huisstijl kleur is bij elke pagina terug te zien.
- Schermen staan goed bij de zuil, niet overheersend over het bovenste scherm. Hierdoor kan het bovenste scherm de gebruiker goed lokken naar het onderste interactieve scherm. Misschien leuk om beetje dezelfde stijl aan te houden als het scherm erboven of de zuil zelf, omdat die er toch wat strakker en nieuwer uitzien.
- Als laatste vond ik alleen de hoofdpagina er niet perse uitspringen, omdat die zoveel nog hetzelfde lijkt op de pagina's erna.

Later in het document zal ik het ontwerp meer gaan uitspitsen, de voor en nadelen vertellen en hoe ik mijn eigen ontwerpen design hieromheen zal gaan aanpassen.



Persona

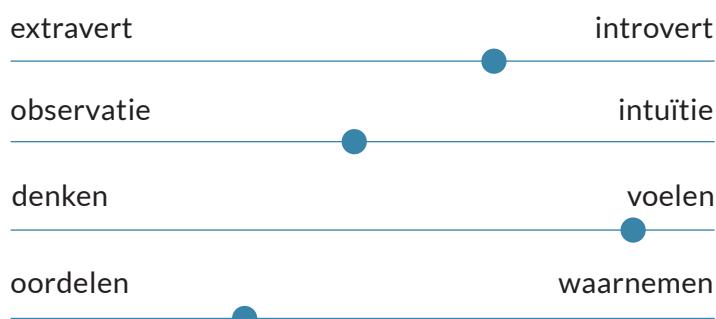
De volgende pagina's zijn gemaakt met het nieuwe doel: alleen zelfstandig aanmelden, geen plattegrond meer. Voor een referentie naar de versie van aanmelden en plattegrond, die kunt u vinden in de bijlage.



Bram Dragenvla

Basisgegevens	27 jaar Woonachtig in Zaandam samen met vriendin Werkt als beeldhouwer in zijn eigen zaak
Doel	Meneer Dragenvla wilt graag een promotievideo maken van al zijn werk voor in de vitrine van zijn winkel. Daarom heeft hij een afspraak gemaakt bij NB Media voor hulp.
Motivaties	1. Meer werk willen verkopen 2. Bekender worden 3. Meer mee willen gaan met de technologie van nu
Frustraties	1. Raakt vaak de weg kwijt 2. Drukte 3. Slecht geheugen
Interessepunten	1. Kunst 2. Tv kijken 3. Zonnebanken

Persoonlijkheid





Scenario

Bram Dragenvla is een 27 jarige man die van jongens af aan al een passie ontwikkelde voor beeldhouwen. Door als vierjarige dingen te maken met kleibestanden was de vlam in hem aangewakkerd. Sindsdien is hij dagelijks bezig met zijn beeldhouwprojecten. Hij maakt beelden van hout, steen, glas en nog meer exotische elementen. Zijn beeldhouwwerken werden goed ontvangen en met behulp van zijn spaarrekening is hij een eigen winkeltje begonnen dat op de dag van vandaag nog steeds redelijk loopt. Echter is meneer Dragenvla ambiteus en wilt hij eigenlijk nog meer stijgen in zijn werk (en geld). Nu ligt zijn winkeltje in een redelijk drukke straat in Zaandam, dat zou goed zijn zou je zeggen, maar niet voor Bram. De winkels om hem heen pakken de aandacht van Bram zijn winkel weg. Deze winkels bezitten over spetterende vitrines en flitsende beelden, hierdoor kijken de meeste mensen nog geen oog om naar zijn winkel. Dit wilt meneer Dragenvla niet meer, hij wilt ook deze klanten zijn winkel in laten lokken. Nu heeft Bram online geleerd over het bedrijf NB Media en hij is meer dan overtuigd dat dit bedrijf hem zou kunnen helpen, en daarom heeft hij direct via de mail een afspraak gemaakt voor aankomende donderdag.



Customer Journey

Bram Dragenbla heeft een afspraak bij NB Media voor zijn werk. NB Media bevindt zich in een groot bedrijvencomplex. Dit is hoe hij bij zijn afspraak komt.

Stages	Binnenlopen	Zoek bedrijf	Kies persoon	Formulier invullen	Volbracht	Opgehaald
De actie	Bram loopt het gebouw van zijn afspraak binnen en gaat naar de zuil	Bram klikt op 'zoek bedrijf' en ziet direct Notice er al bij staan	Na het drukken op het juiste bedrijf vult Bram nu de naam in van wie hij zoekt	Bram moet zich nu aanmelden voor de afspraak en vult het formulier in	Bram klikt akkoord bij het formulier. Daarna leest hij het eindscherm en wacht met behulp van de gegeven wifi code	Bram wordt opgehaald door Timmie en loopt met hem mee
Gedachtegang	De zuil staat er direct als je binnenloopt, valt lekker op, hier kan ik me vast aanmelden	Het is fijn dat ik het direct al zag staan, maar anders had ik makkelijk de zoek knop ingevuld of pijltje rechts gedrukt	De vraag en het invulveld vertellen mij wat ik moet doen, fijn als ik 'Ti' al intiep ik mijn gewenste resultaat al eronder zie staan: 'Timmie Kunst'	Gelukkig heeft dit formulier niet te veel vragen, want dat zou vermoedelijk zijn, maar waarom is alleen mijn naam invullen niet goed genoeg?	Het is fijn dat Timmie op de hoogte is gemaakt en ik kan wachten in de wachtruimte. Jammer dat na 10 seconden het scherm al weggaat, niet genoeg tijd voor de wifi	Fijn dat ik persoonlijk word opgehaald en ik niet lang hoeft te wachten
Emotielijn						
Verwachtingen	Bram verwacht bij binnenkomst direct geholpen te kunnen worden	Bram verwacht snel het bedrijf te vinden	Bram verwacht snel de persoon te vinden	Bram verwacht snel door het formulier heen te gaan	Bram verwacht op tijd opgehaald te worden	Bram verwacht zijn afspraak te kunnen beginnen
Touchpoints	- de zuil - plek van de zuil - attentie die de zuil pakt	- duidelijkheid waar op te klikken - bedrijven worden strak weergeven - begrijpbaar hoe verder te zoeken, pijltje of search	- duidelijk wat er moet worden gedaan	- wat wil je allemaal weten van de gebruiker - manier van gegevens invullen - formulier komt pas tevoorschijn na kiezen naam	- wifi code - versturen melding naar degene met afspraak in bedrijf - wachtruimte vertellen waar is - scherm gaat al na 10 seconden weg	- weten waar Bram zich bevindt
Te verbeteren				- Alleen benodige actuele vragen stellen, overbodige vragen weg - Zo kort mogelijke invul methodes	- Misschien eventueel zelfstandig met de plattegrond naar de afspraak kunnen toelopen - Tijd verlengen	

Peak-end rule

Een gebruiker beoordeelt een ervaring vooral op hun peak en hoe ze zijn geëindigt. Uit de lijn is te zien dat bolletje 2 en 6 het hoogst scoren, en bolletje 4 wat lager. Als je als bedrijf wilt dat een bepaald puntje het meest wordt onthouden, dan moet daar de peak worden verhoogd en moet je niet bang zijn om de peak ergens anders misschien deels te verliezen.



Bolletje 2: Keuze bedrijf

Bolletje 4: Formulier invullen

Bolletje 6: Einde

Bij Company Locator zal het eindpunt het belangrijkst zijn en het liefst het meeste effect achterlaten, daarom is het goed dat de peak op het einde zit en die hoeft dus niet te veranderen. De peak zit namelijk daar omdat de gebruiker succesvol het traject heeft afgelopen en ook kan zien dat het succesvol is gegaan, dit zorgt ervoor dat hij of positief is over het product. Het keuzemenu start ook op een goede peak, omdat het snel en makkelijk te gebruiken is voor de gebruiker, het is een duidelijke stap/vraag van de Company Locator die je niet snel kan mislaan. De gebruiker zal hierdoor het proces naar de afspraak aanmelden op een positieve manier beginnen. De indamper bij bolletje 4 valt hierdoor evenredig samen met bolletje 1 tot en met 3. Bolletje 4 het formulier is lastig omhoog te halen, omdat een formulier invullen niet zo spannend is en tijd kost, helemaal voor in een afspraak kan het tijdstress geven. Echter door na het formulier al resultaten te laten zien, zal de peaklijn weer snel stijgen, waardoor de daling van het formulier niet veel uitmaakt en het de gebruiker niet lang zal blijven. Echter stijgt de lijn niet hard door bolletje 5, daar zou verandering kunnen worden gemaakt. Al en al ligt de lineaire structuur van het Company Locator stappenplan goed en zal het volgens de Peak End Rule zorgen voor een positieve reactie bij de gebruiker.

Conclusie

Het zelf ontdekken van de Company Locator zuil heeft mij veel insight gebracht, desondanks dat de eerste keer nog met andere schermen was, gelukkig is dit later wel ingehaald met de recente schermen. Door mijn eerste indruk van de Company Locator heb ik goed kunnen kijken naar het algehele plaatje, wat ik ervan vond, goede en slechte punten. Hierbij bijvoorbeeld het veld dat wegvalt bij het toetsenbord, opgekropte teksten bij het formulier, maar ook hoe fijn en strak het keuzemenu was en de structuur van de pagina's. Hierdoor waren mijn eerste reacties gemixt, ik was positief over het product en kon zien hoeveel potentie erin zat, maar ook zag ik dat er verbeteringen konden worden gemaakt. Met deze informatie was ik verder gegaan bij het maken van een persona en zijn verhaal.

Bij het maken van de Persona, het Scenario en de Customer Journey heb ik nagedacht over wat voor persoon de Company Locator zou gaan willen gebruiken. Hierbij was het scenario dat de Company Locator in het bedrijf zelf stond. Door deze methodes te maken schep ik een beter beeld voor de beginnende lezer wat de Company Locator precies inhoudt, daarnaast helpt het mij ook. Het geeft een samenvatting van de taken en doelen van het product. Ik onthoud hierdoor de punten aan wat het moet worden voldaan, de vraag van de klant en daarbij ook de verwachtingen en de gevoelens dat een klant bij het product kan ervaren. Wat ik hier vooral van heb geleerd is hoe een eerste gebruiker zal denken bij een product en waar de valkuilen kunnen ontstaan.

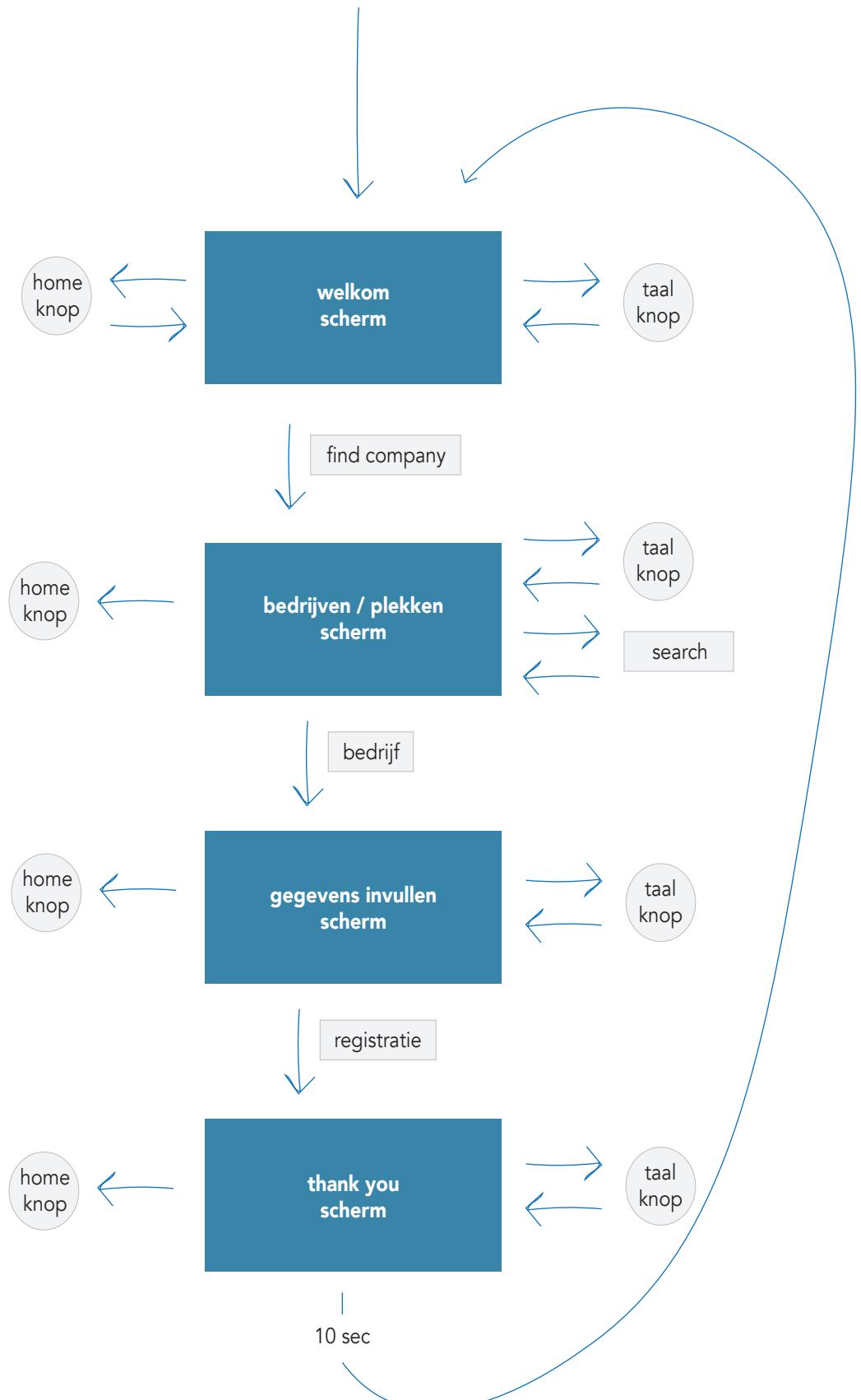
Als laatste de Peak End Rule. Uit de Peak End Rule heb ik kunnen zien waar de zwakke en sterke punten van het Company Locator proces zitten. Ik heb geleerd welke punten de gebruiker het meest zal gaan onthouden, waaronder het begin, formulier en het einde. Met deze aandachtspunten ben ik verder gegaan in mijn onderzoek om te kijken hoe dat opgelost kan worden, en of het ook noodzakelijk is om op te lossen, ten koste van het product.

Meegenomen elementen uit het onderzoek:

- focus op de hoofdfunctie zelfstandig aanmelden
- elementen van design schermen kan beter
- formulier invullen minst leuke taak
- keuzemenu en einde leukste momenten
- 10 seconden te kort om wifi code over te nemen

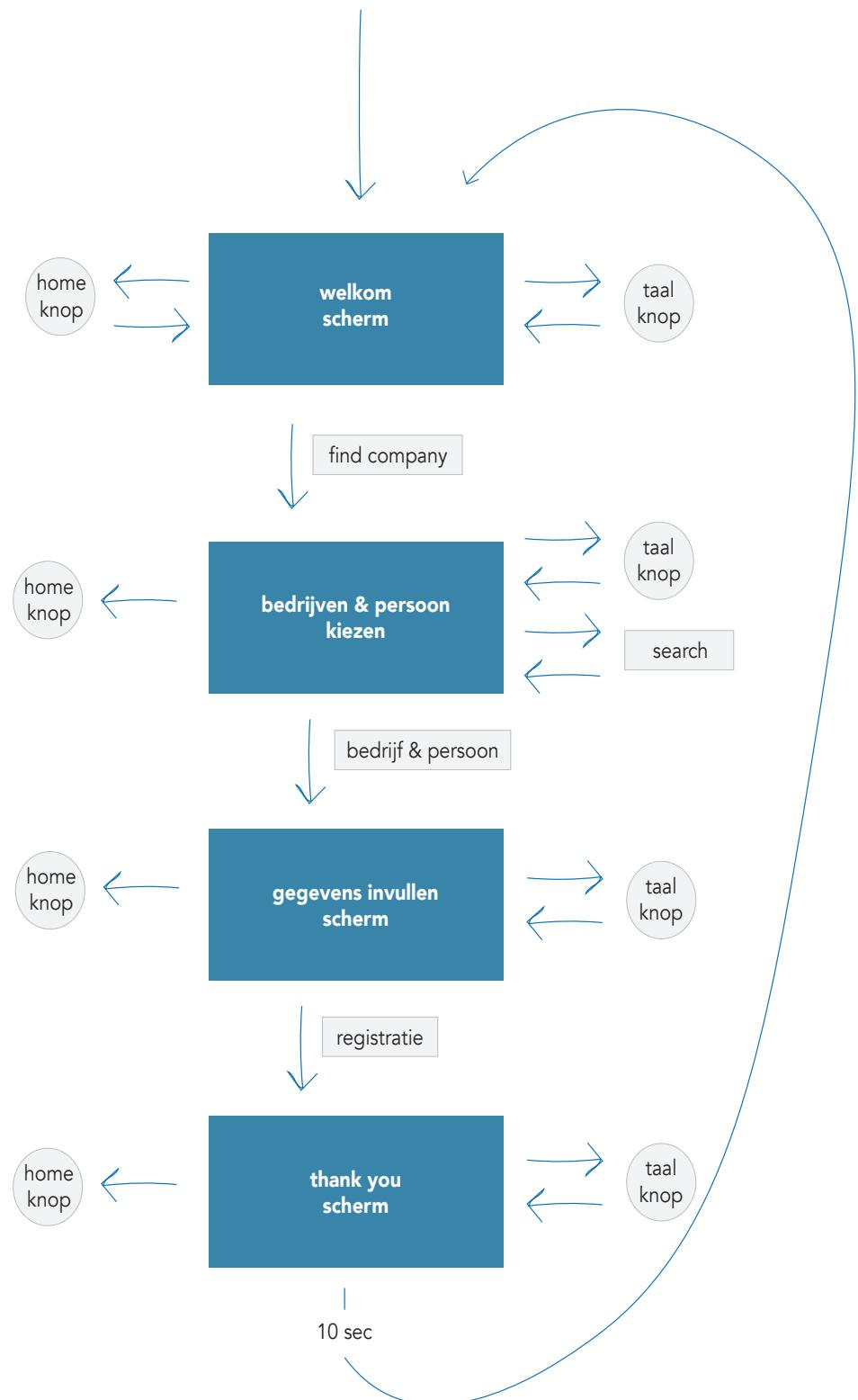
Conceptueel model (voor de aanpassingen)

Hoe het lineare stappenplan er nu op het moment uitziet in de echte wereld:



Conceptueel model (na de aanpassingen)

Hoe het lineare stappenplan er ongeveer uit gaan zien na het overleg over de routing. Het verschil met de vorige pagina is dat er nu een extra stap zal zijn voor kiezen persoon. Echter waar en hoe deze gaat staan is nog niet 100% bekend. Kleine spoiler: het eindresultaat ziet er een klein beetje anders uit.





Card Sorting

Wat voor organisatie structuur zou een onbekende gebruiker van de Company Locator het best vinden? Om hierachter te komen heb ik met twee mensen thuis Card Sorting gedaan. Ik heb ze kort verteld wat het doel is van de Company Locator en hun gevraagd hoe hun deze structuur in hun hoofd zagen. Deze methode is wel gedaan voor de aanpassingen, maar desondanks nog steeds interessant om te zien en van te leren.

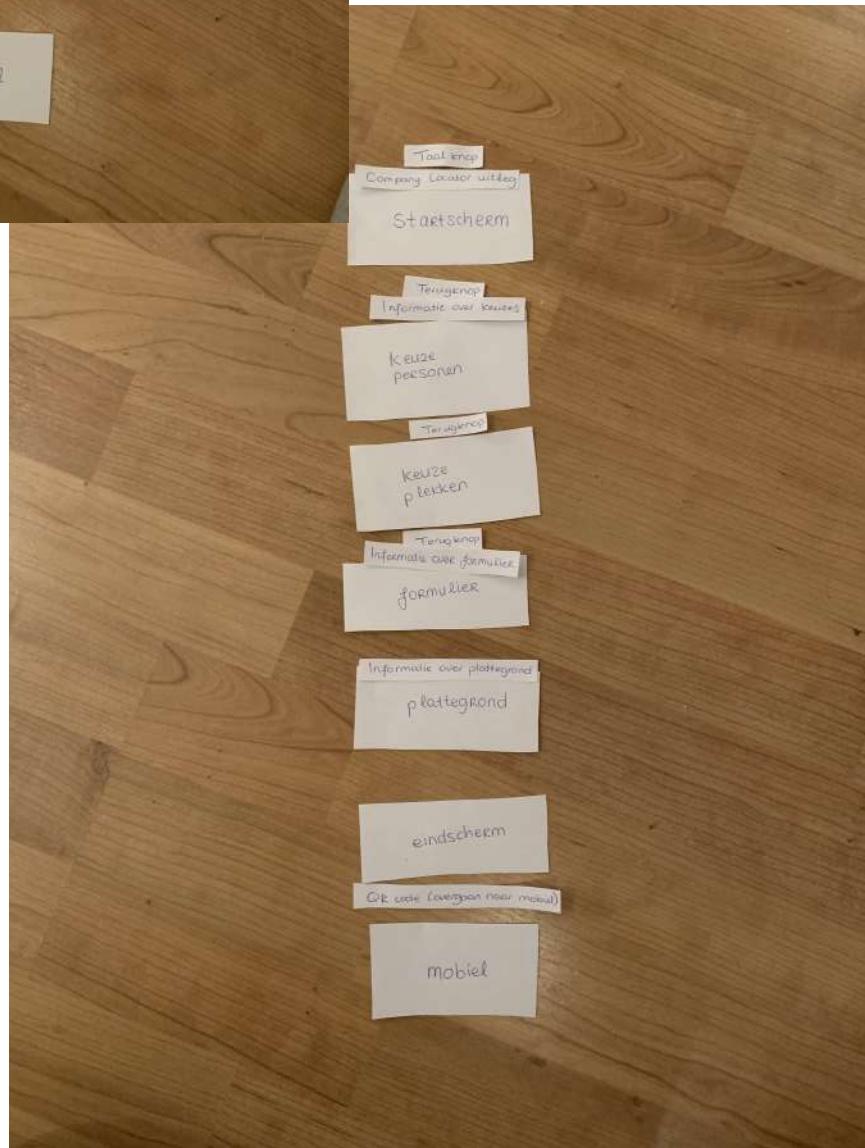
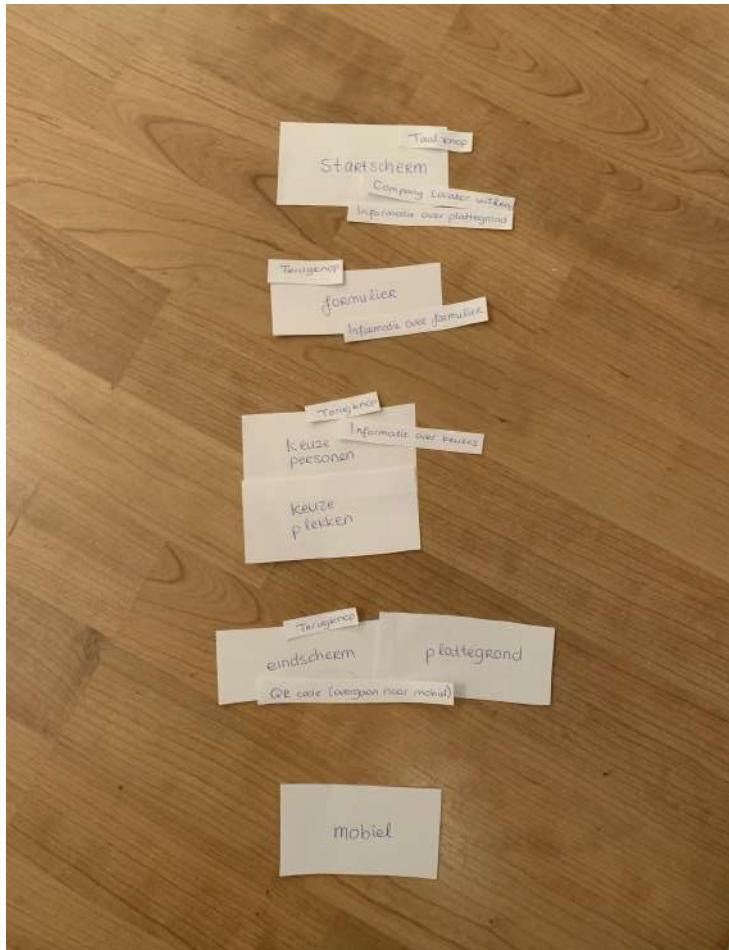
Grote kaarten:

- startscherm
- keuze menu
- formulier
- plattegrond (staat niet in vorige conceptueel model, maar is wel een functie die de Company Locator heeft)
- einde

Kleine kaarten:

- QR code (op het laatste scherm zou je met een QR code de plattegrond op je mobiel kunnen tonen)
- taal knop
- informatie

Ik heb hierbij aan mensen thuis uitgelegd wat de Company Locator is en hun gevraagd hoe zij deze informatie zouden indelen met behulp van de kaarten. Het was wat lastiger, omdat ze de Company Locator alleen leerde kennen door mijn woorden in plaats van zien, maar nog steed leerzaam. (*zie volgende pagina*)





Requirements list

In de ogen van de klant, wat zou de Company Locator dan allemaal moeten hebben en kunnen, want om te zorgen dat de Company Locator succesvol een afspraak kan aanmelden, moet er eerst worden gekeken wat voor eisen daarvoor nodig zijn:

Aanmelden afspraak

Naam van eis	Beschrijving eis	Prioriteit?
Bedrijf	De gebruiker moet een bedrijf kunnen uitkiezen	Ja
Mederwerker	De gebruiker moet een medewerker uit een bedrijf kunnen uitkiezen	Ja
Informatie	De gebruiker moet extra informatie over het bedrijf / medewerker kunnen zien, voor de keuze wordt gemaakt	Nee
Formulier	De gebruiker moet alles in het formulier succesvol kunnen invullen	Ja
Melding	De gekozen medewerker moet een melding ontvangen over dat de gebruiker klaar is voor de afspraak, om hem of haar op te kunnen halen	Ja
Confirmatie	De gebruiker moet confirmatie krijgen dat alles goed is gedaan, weten dat hij of zij opgehaald gaat worden	Ja
Wachttijd	Gebruiker moet geholpen worden om hoe tijd te besteden tijdens het wachten op de medewerker	Nee
Fysieke receptie	De gebruiker moet geen fysieke receptie meer willen gebruiken	Nee

Conclusie

Het conceptueel model heeft mij een overzicht geven van hoe de organisatiestructuur van de Company Locator er nu precies uitziet. In het begin ontdekte ik al snel dat het niet verkeerd is om deze aan te passen, omdat het toen nog met de oude schermen was en het personen zoeken en de plattegrond er nog niet inzaten. Echter na overleg en na het leren dat de plattegrond er voor mijn opdracht niet meer inhoeft, ontdekte ik dat er een stuk minder verandering in hoeft te worden gebracht. Door het maken van hokjes en pijltjes kan ik makkelijk variaties maken van het conceptueel model om zo tot een betere versie te komen. Een andere methode die mij hier ook bij hielp was Card Sorting. Dit gaf een andere kijk op het conceptueel model, omdat er letterlijk andere mensen naar keken. Op deze manier heb ik van mijzelf, van collega's en van eerste gebruikers inzicht kunnen krijgen over hoe hun de structuur het best zouden indelen.

Als laatste heb ik al het onderzoek weer eens nagelezen om zo een Requirements List te maken, wat heeft de Company Locator nou noodzakelijk nodig om zijn doel te behalen. Door dit vast te stellen weet ik waar de focus op moet gaan liggen in het product en in mijn verbeteringen. Als ik alle prioriteit eisen in het product stop, dan kan het niet anders dan een succesvol product worden. Aan de andere kant, naast de inhoud moet het product ook succesvol uitstralen aan de buitenkant, van alle kanten kunnen uitspringen van de concurrentie. Hierover meer in de volgende pagina's.

Meegenomen elementen uit het onderzoek:

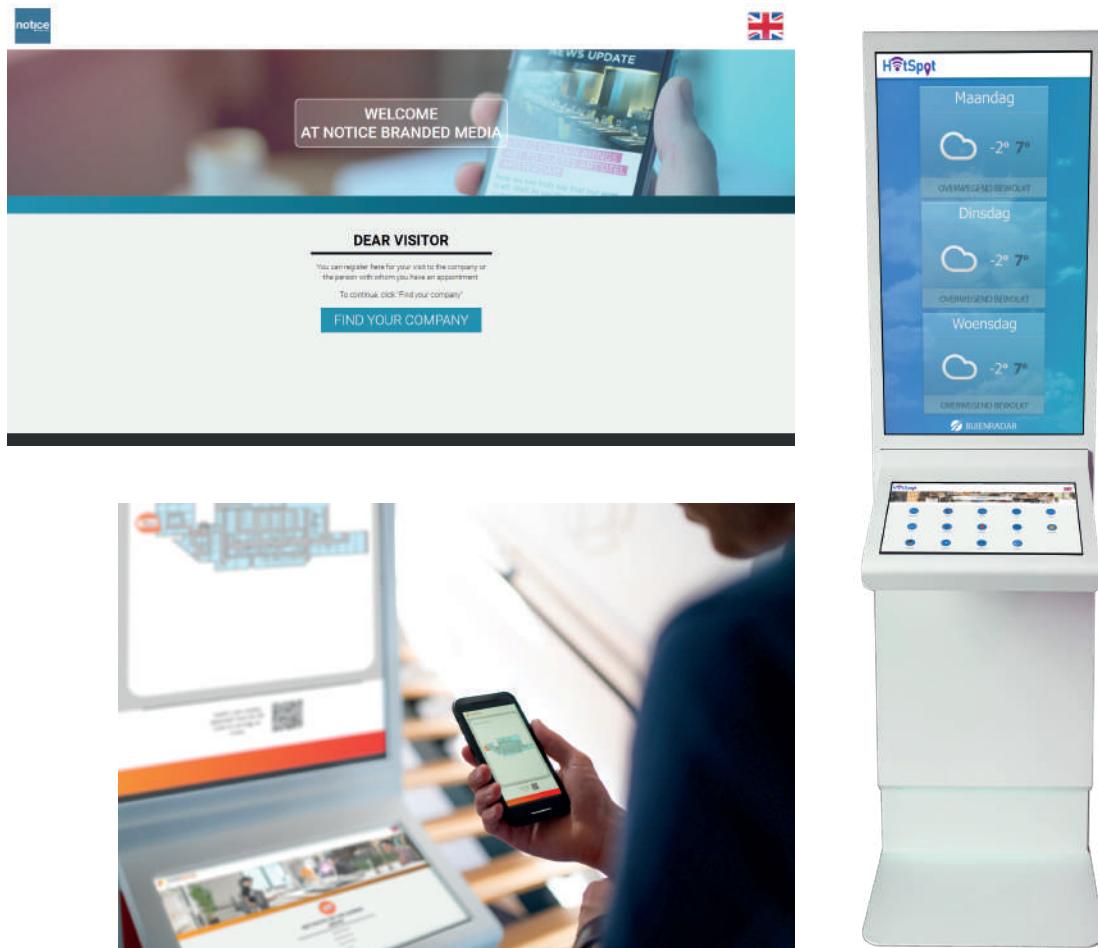
- conceptueel mode, organisatiestructuur, de routing kan beter
- eerst prioriteiten maken, daarna kijken naar wat er eventueel bij kan. Eerst focussen dat deze elementen erin zitten: keuze bedrijf, keuze medewerker, formulier, melding medewerker, confirmatie voor gebruiker



Unique Selling Points

Wat maakt de Company Locator nou uniek, wat straalt uit bij de Company Locator?

- De zuil zelf, aandachtspakkend
- QR code
- Hebben van meerdere schermen / overgang van de meerdere schermen
- Vervanging receptie, zelf aanmelden afspraak
- Helpende informatie kunnen hebben over het bedrijf / medewerker
- Afspelende video's met reclame, basis informatie en hulp
- Bedrijven zouden zelf dingen in de zuil kunnen aanpassen
- 'Show instead of tell'
- Veel ruimte voor creativiteit (in plaats van een klein mobiel scherm continu)





Competitive Analysis - binnenlandse bedrijven

Voor Competitive Analysis ben ik online opzoek gegaan naar soortgelijke producten als de Company Locator in Nederland en landen daarbuiten. Online heb ik de termen zoals zuil, digitale kaart, wayfinding onder andere gebruikt. Door te kijken naar de functies van de andere producten hoop ik te leren hoe we ons product eruit kunnen laten stralen. Bij elk bedrijf is informatie gekopieerd van wat op hun website wordt weergegeven. Hierbij eerst de Nederlandse bedrijven:

2Orange

“Eenvoudig in gebruik, professioneel en altijd actueel. Geen dubbele reservering van uw vergaderruimte en overzicht van beschikbare meetingrooms. Professionele ontvangst van uw bezoekers, AVG-proof registratie en 24/7 digitale receptiebezetting met de digitale receptie of bezoekersregistratie mogelijkheden. Met de wayfinding module is het vinden van de juiste weg en werkplek eenvoudig te realiseren. In combinatie met het Narrowcasting systeem heeft u een totaaloplossing.”

usp's (unique selling points): Laatste nieuws beschikbaar, vervanging receptie



Lamson Group

“Wayfinder helpt mensen om hun weg te vinden. Bezoekers maken gebruik van aanraakschermen en kunnen zo medewerkers, gebouwen en voorzieningen terugvinden op een kaart. Het systeem Wayfinder kan daarnaast een beschrijving geven van de ruimte in een gebouw, voor een beter overzicht. De kaarten worden gemaakt door een grafisch ontwerper en kunnen daarom verschillende typen bewegwijzering bevatten, zoals kleuren, oplichtende elementen, pijlen. Een kaart in 2D of 3D is ook mogelijk. De weg vinden was nog nooit zo eenvoudig!”

Lamson Digitale Receptie bestaat uit een welkomstzuil met een groot touchscreen en is daarnaast uitgerust met een camera. Het scherm is krasvast en wordt gebruikt om een verbinding te leggen tussen de bezoeker en uw medewerkers. Dit gebeurt in de regel door middel van videobellen. Voor een bezoeker is het belangrijk dat hij zo snel



mogelijk bij de juiste persoon terecht komt. Op de welkomstzuil worden medewerkers daarom eventueel met naam en foto afgebeeld. Als de zuil niet actief is, wordt bijvoorbeeld informatie getoond. Na aanraking van de Digitale Receptie verschijnt de optie van videobellen en kan de bezoeker direct contact leggen met de juiste persoon.”

usp's: Customisatie van de kaarten (kleuren, 2D 3D, pijlen), extra informatie kamer en foto en info medewerker



Diz

“Als bezoekers voor de eerste keer in een kantoorgebouw, ziekenhuis, schoolcampus of winkelcentrum komen is het van belang snel en eenvoudig te weten te kunnen vinden naar de gewenste locatie. Diz heeft hiervoor wayfinding zuilen geïntroduceerd; opvallende en publieksbestendige totems die op een klantvriendelijke wijze de juiste routing tonen. Met gespecialiseerde softwarepartners is diz in staat voor elke situatie een passende wayfinding-oplossing aan te bieden. Met behulp van duidelijke en overzichtelijke software wordt een digitale kaart van de omgeving getoond op een touchscherm. De bezoeker kan zoeken op naam, selecteren uit een lijst of gewoon de gewenste locatie aanwijzen op de interactieve kaart. Vervolgens wordt de route getoond.”



usp's: Printen van de route, hebben van een aanmeldoptie en gebruik van de QR code

Gijtenbeek

“Een informatiezuil kan door middel van LED displays de bezoekers op een efficiënte en vriendelijke manier informeren over de routing binnen uw gebouw. Door directe koppelingen met bijvoorbeeld uw afsprakensysteem, wordt de getoonde informatie een onderdeel van de logistiek en helpt deze de bezoeker op tijd bij zijn afspraak te komen.”

usp's: Gebruiker kan zelf de content aanpassen en de zuil kan zelfs in de huisstijl worden vormgegeven

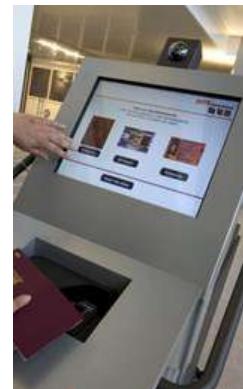
Logis.P

“Logis.P InDoor Wayfinding kan gebruikt worden op handheld devices zoals mobiele



telefoons, maar kan ook op een zuil en binnen een website geïntegreerd worden. Hierdoor kan een bezoeker al voor aankomst de weg vinden naar zijn of haar afspraak. Op locatie kan een speciale navigatiezuil worden gebruikt, maar is het ook mogelijk de plattegronden te integreren in aanmeldzuilen. Zodoende kan de route naar de juiste vergaderzaal of polikliniek direct worden getoond na aanmelding op de zuil. Door de laagdrempelige opzet is de InDoor navigatie toepassing ook zeer geschikt voor toepassing in andere branches zoals retail en bibliotheken."

usp's: Plattegrond kan tevoren op de mobiel worden bekeken en er is gebruik van een QR code



Eva bezoekersregistratie

"Denk dan eens na over het digitaliseren van uw bezoekersontvangst. EVA Bezoekersregistratie creëert een digitale receptie waarmee de taken van receptionisten worden ontlast of soms vervangen. Bezoekers aan uw bedrijf melden zichzelf aan via een terminal en hun contactpersoon wordt automatisch per mail of sms op de hoogte gesteld dat hun bezoek is gearriveerd."

usp's: Je kan met een QR code aanmelden en er kan een bezoekersbadge worden uitgeprint



Digireceptie

"Met DigiReceptie melden uw bezoekers en medewerkers zich eenvoudig en snel aan en af met een QR-code. Met 45 functies is DigiReceptie inzetbaar in elk type bedrijf en branche."

usp's: Je kan met de QR code aanmelden, er is een sneltoets voor de postbezorging en er is een uitlegknop over het product



Blue Fire

Deze multi-inzetbare BLUE FIRE kiosk 'simplifies self service'. Het is ontworpen om uw interactieve klantproces op de meest intuïtieve manier te vereenvoudigen en te versnellen. De standaard kiosk is functioneel te configureren en klaar voor afrekenen, pre-order, registratie, inchecken, inspiratie , informatie en nog veel meer. De BLUE FIRE kiosk is bekroond met de prestigieuze Red Dot Design Award 2018.



Waar traditioneel een host de consument weet te ontzorgen zal in dit geval de touchkiosk deze hospitality rol op zich gaan nemen. Een kiosksysteem voor toerisme en hospitality is geschikt voor het maken van reserveringen, online inchecken, de weg wijzen, regelen van tickets voor een theatershow, bioscoop films, plaatsen van bestellingen in restaurants of take a way meal, etc.

In een zorg gerelateerde omgeving helpt een digitale healthcare kiosk de bezoekers op weg. Zo kunnen bezoekers zichzelf eenvoudig registreren en aanmelden voor een specialist met de digitale aanmeldzuil. Met de interactieve informatiezuil kan men bijvoorbeeld ook de juiste route vinden of direct andere informatie opvragen. Daarnaast kunnen transacties, zoals indienen van verzekering of betalingen van medicijnen via de kiosk worden afgehandeld.

Een digitale receptie in de vorm van een kiosk kent vele gezichten. Bij een hotel kan een gast zichzelf via de digitale kiosk aanmelden, een sleutelpasje krijgen en additionele diensten als roomservice bestellen. Bij bedrijven of (overheids-) instellingen - en zeker in multifunctionele gebouwen - is er dankzij de digitale receptie geen ontvangstreceptie meer nodig. Ook hier kan de bezoeker zichzelf aanmelden, waarna er een signaal gaat naar de persoon waarmee een afspraak is gemaakt.

usp's: Je kan vele verschillende functies bij elkaar toevoegen

Virtual reception

Goede ontvangst van bezoekers is belangrijk. De Virtual Reception is een digitale receptie waarmee u veel geld en op personeelskosten bespaart, maar u blijft klanten en bezoekers op een professionele manier ontvangen. Op de welkomstzuil worden medewerkers eventueel met naam en foto afgebeeld. De bezoeker legt via de eenvoudig te bedienen touch-interface direct contact met de juiste persoon in uw bedrijf al dan niet met videobellen. Als de zuil niet actief wordt gebruikt, wordt bijvoorbeeld informatie of een bedrijfsvideo getoond. Onafhankelijk of u voor de optie video bellen kiest kunt u natuurlijk ook contact leggen met een normaal telefoontoestel. De receptie is een losstaande zuil die door een slimme constructie bijzonder stabiel blijft staan en ook makkelijk verplaatst kan worden.

usp's: Je kan met de QR code aanmelden en je hebt de optie om te videobellen





Prestop

Aanmeldzuilen worden al lang toegepast binnen ziekenhuizen. Vanwege privacy redenen wordt er op deze locaties al afstand gehouden en privacy filters zorgen ervoor dat er niet meegekeken kan worden. Uiteraard kunnen de zuilen worden voorzien van diverse randapparatuur zoals documentscanners, printers, etc.

Prestop heeft alle expertise in huis om aanmeldzuilen in de meest bijzondere vormen te ontwerpen en produceren. Uniek is dat we ons niet alleen beperken tot staal, maar ook zuilen produceren in RVS of Himacs.

Afhankelijk van de toepassing, wensen en behoeften kun je een aanmeldzuil uitbreiden met opties zoals een id-card/paspoortlezer, barcodescanner, bonprinter, bewegingssensor, privacy folie, keyboard, wielen, cardreader, RFID-reader, en bestickering.

usp's: Het scherm heeft privacy folie, je kan hierdoor alleen de inhoud van het scherm zien als je er recht voor staat. Daarnaast bevat het ook een microfoon en een printer



Touchscreen.nl

Decentraliseer uw receptie en maak deze nog efficiënter. Een digitale receptie heet uw bezoekers persoonlijk welkom, verzorgen de aanmelding en helpen ze op weg met relevante informatie zoals de locatie en route van en naar de gewenste bestemming binnen het gebouw. Bezoekersregistratie, wayfinding, videobellen, nieuws en meer. Eenvoudig op uw wensen af te stemmen en geheel in uw huisstijl.

Digitale bewegwijzering en wayfinding op interactieve touchscreens die uw bezoekers, werknemers en klanten assisteren bij het vinden van de juiste bestemming. Dit kan bijvoorbeeld door middel van het bieden van een interactieve en digitale plattegrond, naamborden of een digitale receptie die dynamisch de juiste informatie toont op basis van de type gebruiker. Daarnaast is het ook mogelijk uw digitale bewegwijzering en wayfinding oplossing te koppelen naar de mobiel van bezoekers en klanten of een printbare kaart aan te bieden. Dit kan worden verzonden vanaf het scherm. Kortom: Met één muisklik verander u uw hele bewegwijzering.

usp's: Kan geheel in huisstijl worden gemaakt, QR code link voor de mobiel en het kunnen kiezen van meerdere talen

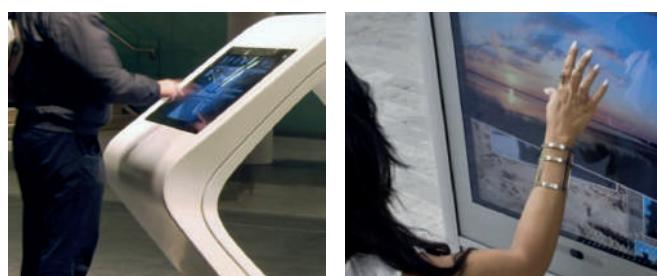


Onedisplay solution

Door middel van een touch-zuil of touch-kiosk kan het bewegwijzeringsssysteem de bezoeker van uw evenement, beurs, luchthaven of winkelcentrum de juiste weg wijzen. Ook is het mogelijk digital signage met reclame-uitingen toe te passen. Onze Franse software partner Adactive is gespecialiseerd in digitale oplossingen voor de out-of-home begeleiding en informatie.

Ze zijn inmiddels niet meer weg te denken in het Nederlandse straatbeeld: Zuilen waarop uw reclameboodschap wordt getoond aan elke voorbijganger. Ook interactief zoals weerbestendige touch-zuilen op treinstations om uw ticket te kopen of om de klant te helpen bij de keuze van het juiste product. Wij bieden voor elke situatie een oplossing.

usp's: niet duidelijk te vinden op website



Pan Oston

“Als specialist in afrekenen, transactie, informatie en ontvangst streeft Pan Oston ernaar om altijd de beste checkout, selfservice en kiosk oplossingen te creëren voor haar klanten.

Persoonlijk, professioneel en geautomatiseerd uw bezoekers een uitnodiging sturen en ontvangen bij uw bedrijf is nu mogelijk met digitale receptie van Pan Oston.”

usp's = essentiële bezoekersinformatie wordt getoond en het heeft een bijhorende app

FutureForward

“Hoe vaak bevond u zich in een kantoorgebouw, luchthaven of een winkelcentrum en vroeg u zich af waar u heen moest? Waar het kantoor is voor de vergadering die plaatsvindt? Hoe en waar u zich kan aanmelden? Iedereen komt vroeg of laat in dergelijke situaties terecht. Dat is waarom wij besloten hebben om dit probleem op te lossen - voor iedereen!

Wij bieden u de oplossing voor uw bezoekerspunt c.q. receptie. Zodra uw bezoeker de locatie betreedt, worden ze





verwelkomd door een kiosk met een touchscreen die zowel gemakkelijk als intuïtief te gebruiken is en alle informatie bevat die ze in eerste instantie nodig hebben. Door een van de items op het scherm te kiezen (bijvoorbeeld de naam van het bedrijf), krijgt de bezoeker informatie over het geselecteerde item te zien - de locatie in het gebied, evenals een optionele kaart of een getekend pad om te zien hoe ze daar komen. Aan elk item kunnen verschillende aanvullende informatie worden toegewezen."

usp's = naamboordjes om bezoekers persoonlijk te begroeten, veel informatie om te weergeven

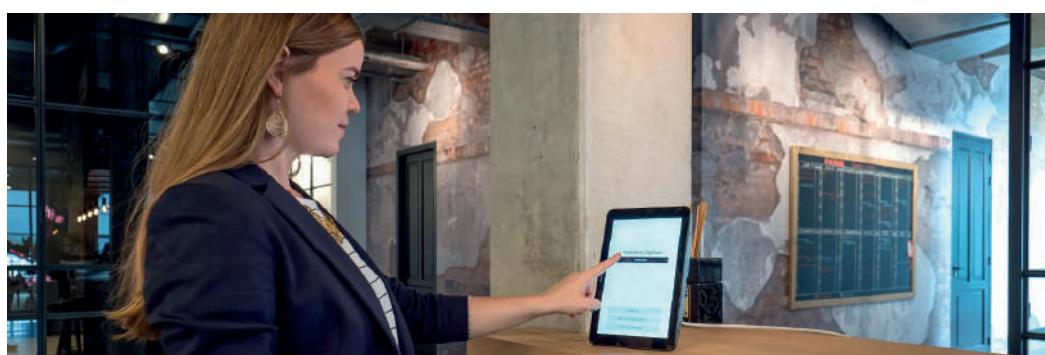
Bis Econocom

"BIS|Econocom adviseert, ontwerpt, realiseert en onderhoudt ruimtes waarin Audio-visuele & ICT oplossingen de kern vormen.

BIS ID Interactive is innovatieve software voor het zelf maken van interactieve touch applicaties in receptie, lobby en andere (openbare) ruimtes. Gebruiksvriendelijk, een-voudig te beheren en veelzijdig. Doordat u de applicatie aan uw publiek aanbiedt op een informatiezuil, touch tafel of totem met aantrekkelijke uitstraling trekt u uw bezoekers bijna vanzelf naar u toe. U kunt zelfs uw receptie vervangen door een digitale variant, waarbij de bezoeker zich digitaal kan aanmelden en zelf op afdeling, functie of naam kan zoeken om direct daarna contact op te nemen met degene die hem of haar verwacht. U stroomlijnt de processen, bespaart kosten en geeft de bezoeker een actieve rol (veel mensen vinden dat erg prettig).

Met wayfinding geïntegreerd in je narrowcasting systeem heb je voortaan nog maar één platform voor al je publieke communicatie in en rondom je gebouw. Naast het weergeven van route-informatie is het mogelijk om (tegelijk) allerlei andere informatie te tonen, zoals verkeersinformatie, het laatste nieuws, belangrijke mededelingen en/of lunchaanbiedingen. Maak wayfinding onderdeel van je communicatiestrategie."

usp's = QR code en wifi, kunnen zien wie aanwezig is, hebben van informatiefeeds en het eerst ontvangen van een email met al allemaal informatie





Comparison Chart

Meest opvallende USPs van de gevonden bedrijven versus de Company Locator. Komt de Company Locator in de buurt van de andere Nederlandse bedrijven of lopen we achter? **Groen** = heeft Company Locator ook, **rood** = heeft Company Locator niet

	Company Locator
Vervanging receptie / zelf aanmelden	
Laatste nieuws beschikbaar	Op het niet touchscreen scherm erboven
Customisatie kaarten	Kan, maar kost veel tijd per klant
Printen van kaart / route	Overbodig, voor de route op de mobiel zal staan
Extra informatie kamer / persoon	
Gebruiker kan zelf content aanpassen	Wordt over gepraat als functie, zit er nog niet 100% in
Zuil in de huisstijl	X, niet nodig
Schermen geheel in huisstijl	Kleuren en logo klanten worden erin verwerkt
Met QR code aanmelden	Zou kunnen, maar aanmeldproces kost al niet al teveel tijd
Met QR code kaart naar mobiel halen	
Kaart van tevoren al kunnen zien	
Sneltoets postbezorging	Zou kunnen bij grote bedrijven, maar dan moet postbezorging ook iets hebben, wat onhandig is
Uitlegknop over het product	Niet nodig, elk scherm heeft al kleine uitleg en beginpagina legt product al kort uit
Wifi hotspot	
Veiligheidscamera's	Schending privacy?
Touchscreen privacy folie	Zou kunnen, kost wel meer geld
Bieden van meerdere talen	
Bezoekersbadge uitprinten	Bij grote bedrijven met gesloten deuren zou kunnen, maar klinkt wel extra



En andersom? Komen de andere bedrijven in de buurt van de Company Locator? Het is belangrijk om eruit te staan van je competitie. (de usp's van de Company Locator in pagina ... genoemd) **Oranje** = heeft een beetje, **grijs** = niet bekend, niet te vinden.

	2Orange	Lamson Group	Diz	Gijten beek	Logis P.	Eva bez oekerser gistratie	Digi receptie	Blue Fire
De zuil								
QR code								
Meerdere schermen								
Vervanging receptie								
Helpende info bedrijf / kamer								
Afspelende video's (weer etc.)								
Bedrijven kunnen zelf aanpassen								
Show instead of tell								
Veel ruimte voor creativiteit								

	Virtual Reception	Prestop	Touch screen.nl	One display solution	Pan Oston	Future Forward	Bis Econocom
De zuil							
QR code							
Meerdere schermen							
Vervanging receptie							
Helpende info bedrijf / kamer							
Afspelende video's (weer etc.)							
Bedrijven kunnen zelf aanpassen							
Show instead of tell							
Veel ruimte voor creativiteit							



Benchmark Creation

Met Benchmark creation kijk ik weer naar dezelfde bedrijven, echter ga ik nu kijken naar hoe hun vooral hun design doel oplossen, met welke technieken en methodes. Het is een mix van hun usp's en hoe het product in elkaar zit, omdat ik op de website niet hun structuur goed kan zien. Ook zal ik dit een cijfer geven naarmate ik het ervaar. De gevonden informatie op het internet is dus echter wel beperkt, waardoor de antwoorden alleen zijn wat het bedrijf erover naar buiten wilt vertellen. Ik maak dus een Benchmark Creation zo goed als ik kan om zo te kunnen vergelijken hoe bedrijven hetzelfde oplossen.

	Designdoel 1: zelfstandig kunnen aanmelden	Designdoel 2: weg laten wijzen
2Orange	9 - zelf registreren, contactpersoon zoeken en contact opnemen, AVG wetgeving, printer	8 - alternatieve routes, niet altijd interactief, up-to-date, huisstijl, laatste nieuws
Lamson Group	8 - zelf registreren, bericht naar medewerker, gespeelde informatie om zo wachttijd gevoelsmatig verkorten	9 - beschrijving ruimte in gebouw, verschillende typen bewegwijzering, ook medewerkers te vinden
Diz	7 - zelf aanmelden, labelprinter en scanner, QR code	9 - zelf invullen of kiezen uit lijst, kamers en personen zoeken, software uit te breiden met andere functies zoals aanmelden, eigen software ook mogelijk
Gijtenbeek	6 - aanmelden niet perse nodig, maar zuil helpt wel op tijd bij afspraak te komen, gebruiker kan zelf aanpassen, weer en nieuws kan worden weergeven	6 - geen duidelijke kaart, veel zelfbeheer voor de klant, koppeling met andere software mogelijk
Logis P.	8 - voor medewerkers en bezoekers, aanmelden via QR-code, ID-bewijs of mobiel, contactpersoon ontvangt notificatie sms	9 - klant kan zelf aanpassen, points of interest op de kaart, alternatieve en mindervaliden routes, QR code, vooraf kaart kunnen bekijken, laagdrempelig
Eva bezoekers registratie	7 - AVG-wet, op de hoogte worden gehouden van veiligheidsregels, aanwezigheid getoond, contactpersoon wordt op de hoogte gebracht, QR code, klein scherm	X - niet van toepassing
Digi receptie	9 - QR code, bezoekers en medewerkers, vooraf een mail met afspraak informatie (routebeschrijving, parkeren, QR code), AVG-wet, contactloos, uitlegknop, sneltoets post, compleet aanpasbare huisstijl	X - niet van toepassing



	Designdoel 1: zelfstandig kunnen aanmelden	Designdoel 2: weg laten wijzen
Blue Fire	6 - zelf aanmelden, signaal naar persoon met wie afspraak *staat niet veel op website	5 - juiste route vinden, weg wijzen *voor meer informatie contact opnemen
Virtual Reception	8 - in- en uitcheck tijden, 4 uitbreidingsmodules, aanmelden met QR code in email ontvangen, medewerker op de hoogte gesteld, bezoekerspas uitgeprint, deur open en dichtdoen	X - niet van toepassing
Prestop	9 - privacy folie scherm, barcode scanners en printers, ingebouwde microfoon en speaker, webcam of videochat, klant kan uit veel extra modules kiezen	7 - interactieve plattegrond, informatie opvragen van waarheen gaan, ongevoelig invloeden van buitenaf
Touchscreen.nl	7 - zelfstandig aanmelden, opweg helpen met relevante informatie, videobellen *staat niet heel veel op website	7 - kan op meerdere schermen, bluetooth, cardreader, QR code *niet veel informatie op website
One display solution	X - niet van toepassing	6 - uit te breiden met reclame-uitingen, met software partner Adactive, printer *niet veel te vinden op website
Pan Oston	8 - Extra informatie bij uitnodiging (parkeerlocatie, bezoekersregelingen of wifi wachtwoord), werknemers altijd op de hoogte wie er zijn, strak en simpel	X - niet van toepassing
FutureForward	8 - elk item kan aanvullende informatie worden toegewezen, naamboordjes om te begroeten, live-data	6 - getekend pad, 2D *niet veel informatie op website
Bis Econocom	9 - uitnodigingsmail met informatie, alles in huisstijl, altijd zien wie aanwezig is, noodgevallen ontruiming lijst, piekdagen, bezoekers kunnen tekenen voor huisregels, ook postfunctie	X - niet van toepassing



Competitive analysis - buitenlandse bedrijven

Hetzelfde proces ga ik lopen met de buitenlandse soortgelijke bedrijven. Kijken of we wat van ze kunnen leren.

Mapwize

“Mapwize is the Indoor Mapping platform for the creation of new digital services inside buildings and events. Our maps are easy to build and even easier to integrate in your Wayfinding, Workspace Management, Maintenance or Security applications.”

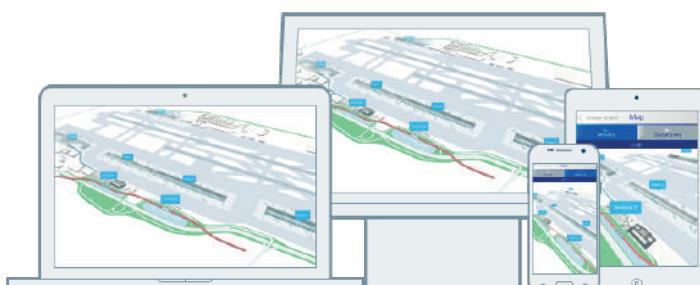
usp's: Customisatie plattegronden en het heeft meerdere schermen



Visioglobe

“Discover our innovative 3D mapping solutions for a natural wayfinding experience. The attractive, straight-forward and intuitive maps are designed for fluid, fast and practical (usefull) navigation.”

usp's: Je kan connecten met vrienden waar je bent, ook bevat het een 3D plattegrond en meerdere schermen



LocusLabs

“Use the LocusLabs platform to create amazing indoor location experiences, track assets, visualize IoT and more.”

usp's: Het heeft een 3D plattegrond en Augmented Reality

Express Image Digital

“Enhance your guest experience and boost your brand with Express Image Digital’s interactive wayfinding kiosks. We design and build custom systems with a focus on user experience design and intuitive interfaces. From software development to hardware procurement, we provide end-to-end solutions that offer a great ROI.”

usp's: Het heeft animerende plattegronden en bevat meerdere schermen



VisioSign

"Screens are a natural part of a modern workplace. If you need a visionary partner to create an innovative and digital work environment in your organisation. VisioSign is the natural choice. A digital reception and wayfinding in your building. Receive guests and guide them around in the building with digital reception, info points and wayfinder. Great guests and help them reach their destination in the building. This welcome will be a part of a good first impression of the organisation."

usp's = customisatie kaarten, kan zoeken voor medewerker, printer van gastkaarten



ConnectedSign

"An engaged audience starts with effective communications. Use one platform to improve your corporate communications and deliver dynamic content throughout your organization.

ConnectedSign's digital directory solutions help visitors and employees understand information quickly – and act on it. Our team works with each client to design and implement digital directories, kiosks, and mobile applications that simplify wayfinding, building access, event and meeting room scheduling."

usp's = virtuele concierge (basis informatie zoals check-in times, vervoer opties, etc) events zijn erop te zien, breadcrumb way finding, QR codes

Adamapp

"Design and develop your app, platform or AI technology with ease and confidence. Our proven 4-stage methodology has successfully brought 420 complex digital projects to life.

Your business' time is valuable and prioritizing responsibilities is essential. Alleviate some of the mundane tasks from your receptionist and provide time and opportunity for meaningful work. Our digital iPad app allows visitors to self-register their details, gives them access to the guest Wi-Fi network and informs the host they have arrived.



The efficiency of the app delivers a valuable customer experience and heightens productivity for your enterprise.”

usp's = QR codes, samen met een app, 15 talen



Greetly

Touchless receptionist to keep your workplace safe. Easy to use visitor management system. Save on a traditional receptionist with our intuitive to use friendly application. Fully customizable platform that integrates with all well-known messaging and CRMs. Simple set-up and management process.

usp's = instant notificaties, bedrijven kunnen zelf aanpassen, interface zelf aan te passen, printen van bezoekerspassen, third party software



Comparison Chart

Meest opvallende USPs van de gevonden buitenlandse bedrijven versus de Company Locator.

	Company Locator
Google Maps systeem	X
Draaien van de plattegrond	
3D plattegronden	
Augmented Reality	X
Stap voor stap hulp bij het lopen	Kan, maar is denk ik niet nodig, de plattegrond is niet al te ingewikkeld
Customisatie plattegronden	Kan, maar kost veel werk per klant
Hebben van meerdere schermen	
Animerende plattegronden	Kan leuk zijn, maar ook overbodig en veel werk



Comparison Chart

	Mapwize	Visio globe	Locus Labs	Express Image Digital	Visio Sign	Connected Sign	Adamapp	Greetly
De zuil	Green	Green	Orange	Green	Green	Green	Green	Yellow
QR code	Orange	Orange	Orange	Grey	Orange	Green	Green	Orange
Meerdere schermen	Green	Green	Green	Grey	Orange	Yellow	Orange	Orange
Vervanging receptie	Orange	Orange	Orange	Orange	Green	Green	Green	Green
Helpende info bedrijf / kamer	Green	Green	Green	Yellow	Green	Yellow	Orange	Grey
Afspelende video's (weer etc.)	Orange	Orange	Orange	Grey	Green	Green	Orange	Orange
Bedrijven kunnen zelf aanpassen	Green	Grey	Green	Orange	Grey	Green	Grey	Green
Show instead of tell	Green	Green	Green	Yellow	Green	Orange	Green	Green
Veel ruimte voor creativiteit	Orange	Yellow	Yellow	Green	Green	Green	Yellow	Yellow



Benchmark creation

Bij de vorige Benchmark creation was het al lastig om de structuur of de routing van het product te vinden, maar bij de buitenlandse bedrijven was het nog erger, hierbij vooral een lijst van meer usp's.

	Designdoel 1: zelfstandig kunnen aanmelden	Designdoel 2: weg laten wijzen
Mapwize	X - niet van toepassing	9 - invalide vriendelijk, meerdere schermen, zuil, laten zien of kamer bezet is, verschillende kaarten voor verschillende groepen (medewerkers, bezoekers)
Visioglobe	X - niet van toepassing	9 - 3D, weten waar andere mensen zijn, houdt rekening met drukte, zuil, binnen en buiten navigatie
Locus Labs	X - niet van toepassing	9 - 3D, voor bezoekers en medewerkers, augmented reality, mensen kunnen vinden
Express Image Digital	X - niet van toepassing	8 - Focus op experience design, veel verschillende stijlen, nieuwste software *weinig informatie op de website
VisioSign	8 - werknemers laten weten dat ze er zijn, gastkaarten printen, kan informeren over meetings van de dag en parkeerlocaties, meerdere vlakken van informatie op scherm	8 - Map afgebeeld in specifieke meeting rooms, customized map, 'you are here' plekje, in combinatie met kalender werknemers, 2D of 3D
ConnectedSign	8 - stap voor stap systeem, video walls, vertellen van veel informatie, events, veiligheidsprocedures te zien,	6 - 2D, niet veel kleuren in kaarten, you are here plekje *niet veel informatie op website
Adamapp	8 - wifi, medewerker contact functie in vorm van app, veel verschillende talen, simpel en strak	6 - niet op zuil, augmented reality, pop-up windows met notificaties over real time meetings
Greetly	8 - helemaal customisable, direct notificaties, bedrijven kunnen zelf aanpassen, geprinte badges, third-party software	X - niet van toepassing

Conclusie

De Unique Selling Points helpen mij te vertellen wat de Company Locator nou zo uniek en of aantrekkelijk maakt voor de gebruiker. Dit zijn belangrijke punten, omdat het het product laat afscheiden van de rest en zo interessant maakt. Dit waren punten zoals de QR code, het uiterlijk van de zuil zelf, hebben van meerdere schermen en de hoeveelheid ruimte die het heeft voor creativiteit. Dit zijn punten die aandacht moeten gaan vragen, om eruit te springen van de concurrentie.

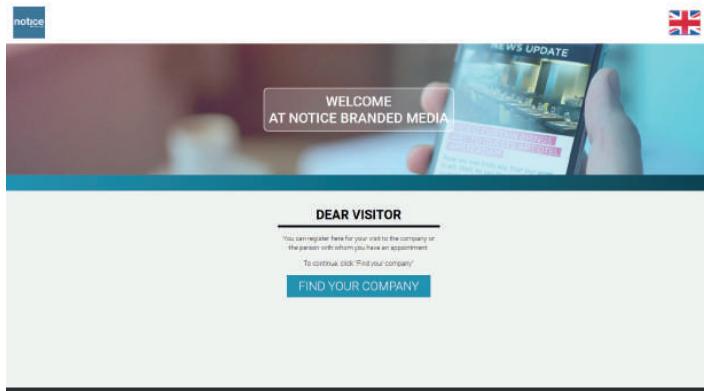
Om eruit te springen van de concurrentie moet ik wel weten wie of wat deze concurrentie is. Met behulp van de Competitive Analysis, Comparison Chart en Benchmark Creation ben ik online opzoek gegaan naar andere bedrijven met hetzelfde design doel en interactieve product. Echter was dit wel soms lastig te achterhalen, omdat alles via het internet moet worden gedaan in verband met Covid-19, zelf uittesten was geen optie en niet alles wordt altijd goed weergegeven op een website. Door andere bedrijven te onderzoeken ben ik erachter gekomen waar hun vooral de focus op leggen met hun product, ook over deze producten zelf ben ik meer te weten gekomen, wat ze precies doen en hoe ze dat uitstralen. Ik heb hierdoor geleerd hoe ik de Company Locator het beste kan laten uitstralen van de concurrentie, bijvoorbeeld door de elementen die onze zuil wel heeft en veel andere bedrijven niet te highlighten. Daarnaast ben ik ook wezen kijken naar wat de Company Locator zou kunnen leren van deze andere bedrijven, wat voor goede elementen gebruiken hun wat onze zuil ook misschien zou kunnen implementeren om beter van te worden. Zo kwam bijvoorbeeld naar voren dat customarisatie van plattegronden misschien wel een leuk idee zou kunnen zijn.

Meegenomen elementen uit het onderzoek:

- zorgen dat de Company Locator niet zijn usp's verliest
- Company Locator springt er wel al deels uit, geen 1 bedrijf heeft al dezelfde componenten (alhoewel Diz en Logis P. komen wel in de buurt)
- veel functies die de andere bedrijven hebben zijn redelijk extra en zullen er niet voor zorgen dat het aanmelden sneller gaat. (QR code aanmelden zou wel kunnen, maar onhandig als je telefonisch een afspraak boekt)
- goed om te weten wat er allemaal op de markt staat

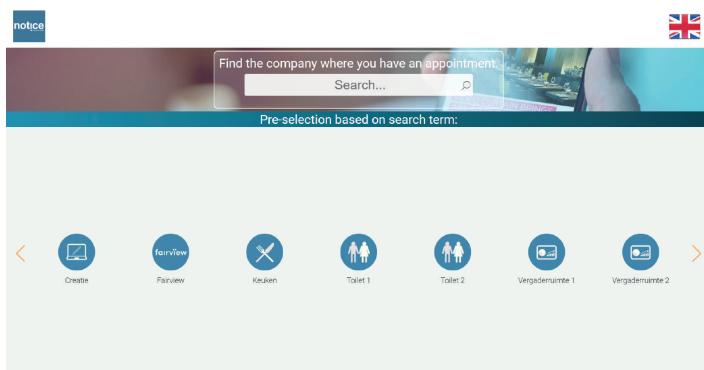
Ontwerponderzoek

Naast de structuur en hoe het doel van het product wordt behaald, is het design van het product ook erg belangrijk. De eerste stap om het design te verbeteren is om te kijken naar hoe het design er nu uit ziet. Ontwerpperonderzoek naar het huidige design.



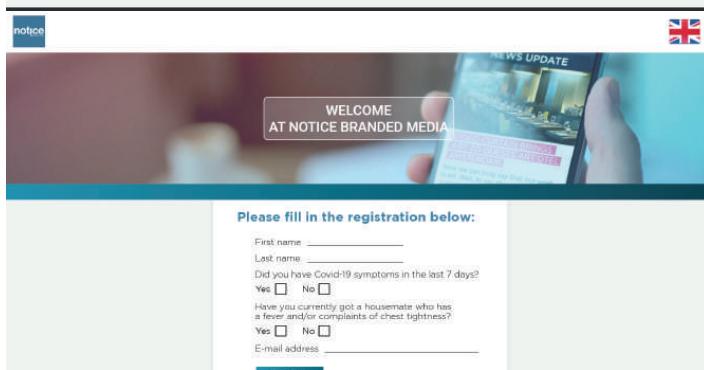
Vormen

Ronde en vierkante knoppen



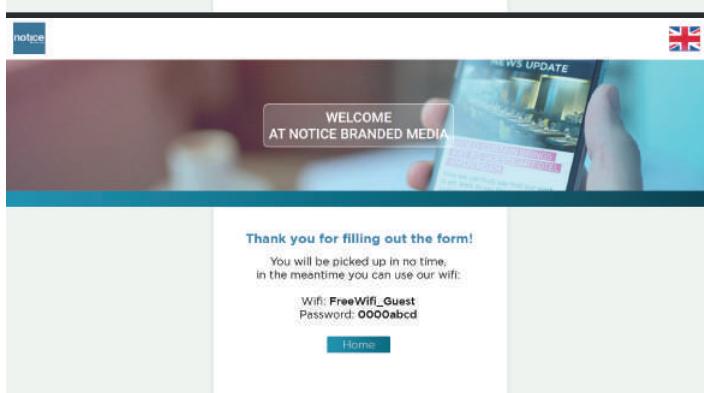
Kleuren

Rustige kleur neemt de overhand met fellere kleuren als accenten



Herkenbaarheid

Vlag herkenbaar voor taal
Positie tekst blijft hetzelfde
Duidelijk waar op te klikken is, zien eruit als knoppen



Wat ik misschien zou veranderen:

*tekst 'find the company where you have an appointment' niet goed te lezen

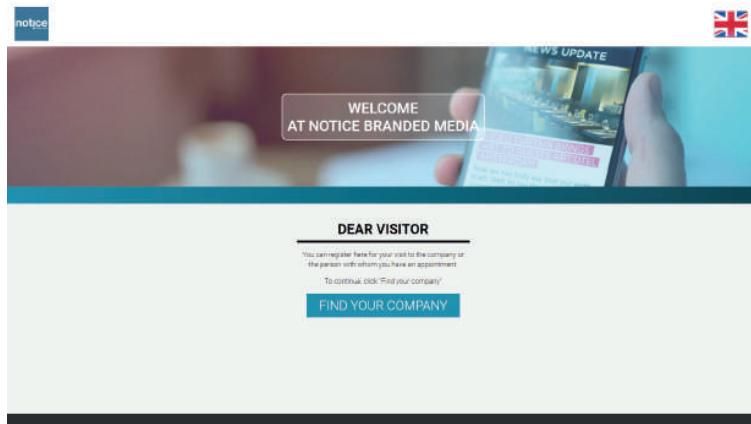
*meer ruimte tussen de vragen van het formulier, voor de mensen met wat dikker vingers is verkeerd klikken sneller mogelijk

*klein font?



Risk Analysis

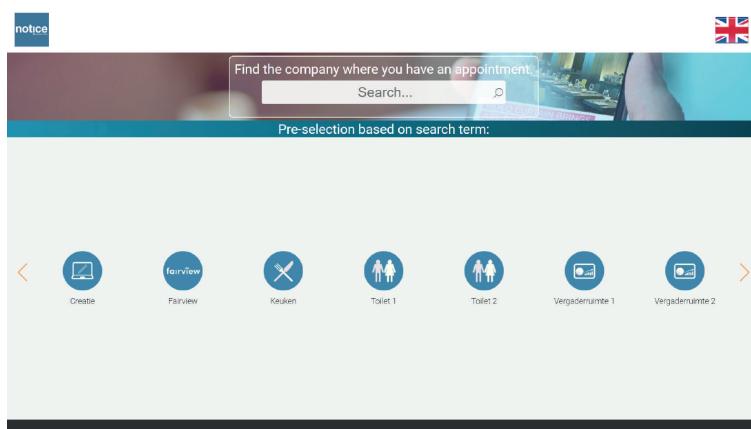
Naast het ontwerp zelf beoordelen moet er ook worden gekeken naar wat er allemaal fout kan gaan in dit huidige ontwerp. En hoe groot is die impact dan, en hoe zou dat opgelost en voorkomen kunnen worden. Deze elementen moeten goed worden toegepast in het nieuwere design.



Kleine kans (tekst voor slechtziende niet goed te lezen)

Niet het hele doel is te zien (het is duidelijk dat je registreert voor een afspraak, maar vertelt niks over de route)

Hoofdpagina springt er niet uit



Verwarring (find the company where you have an appointment en dan zie je toilet staan, plattegronden beter uitleggen)

+ moet er wel company staan, als je toiletten ook als keuze geeft? zorg dat alles matcht om verwarring te voorkomen Verwarring 2 (als klant weet je niet of je naar vergaderruimte 1 of 2 moet, misschien weet hij of zij de afdeling, dan kan creatie of fairview worden aangetikt, maar wat als de klant alleen de naam van de persoon weet? waar klikt je dus op als je alleen de naam weet?)



The screenshot shows a mobile application interface. At the top, there's a blue header bar with the word "notice" on the left and a British flag icon on the right. Below this is a blurred background image of a person holding a smartphone displaying a news update. In the center, a white rectangular box contains the text "WELCOME AT NOTICE BRANDED MEDIA". Below this, a section titled "Please fill in the registration below:" contains several input fields and checkboxes. The fields include "First name _____", "Last name _____", and "E-mail address _____. There are also two sets of checkboxes for COVID-19 symptoms and housemate concerns, both with "Yes" and "No" options. A "Confirm" button is located at the bottom of this section.

Wat als de klant verkeerd heeft gedrukt, hoe weet hij of zij hoe moet worden teruggekeerd? organisatie structuur kan duidelijker

Zorg dat het registratie formulier scrollbaar is, voor als het toetsenbord in beeld komt, anders kan niet worden gezien wat wordt ingevuld

confirm niet duidelijk te lezen

overbodige informatie: snap niet waarom e-mailadres nodig is, naam moet genoeg zeggen voor een afspraak

formulier moet snel en soepel verlopen

Waarom dezelfde titel als het beginscherf? dat had het tweede scherm ook niet?

Laatste NO en e-mailadres kan makkelijk verkeerd drukken, misschien meer gebruik maken van de ruimte

The screenshot shows a mobile application interface. At the top, there's a blue header bar with the word "notice" on the left and a British flag icon on the right. Below this is a blurred background image of a person holding a smartphone displaying a news update. In the center, a white rectangular box contains the text "WELCOME AT NOTICE BRANDED MEDIA". Below this, a section titled "Thank you for filling out the form!" contains the message "You will be picked up in no time, in the meantime you can use our wifi:". It then lists the WiFi information: "Wifi: FreeWifi_Guest" and "Password: 0000abcd". A "Home" button is located at the bottom of this section.

Zelfde als confirm home knop lastig te lezen

Navigeren naar wachtruimte? Of als we al in wachtruimte staan dan is niet nodig

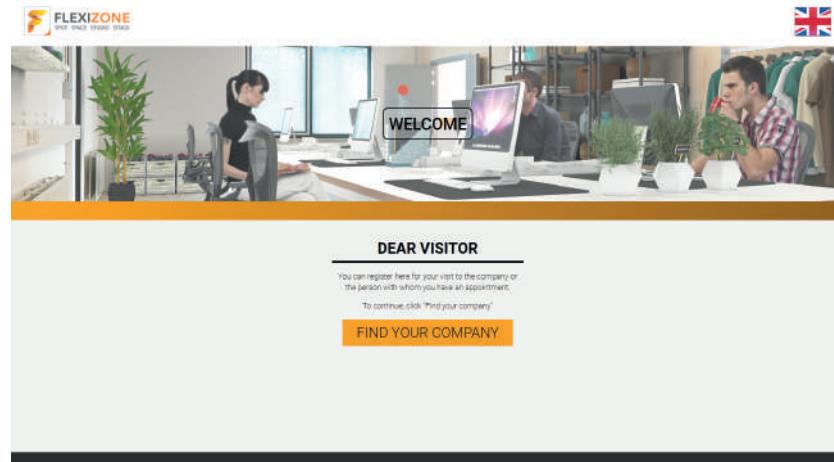
Overig:

Wat als opeens een scherm uitvalt -> backup scherm maken met uitleg wat te doen, excuses aanbieden en sturen naar de balie

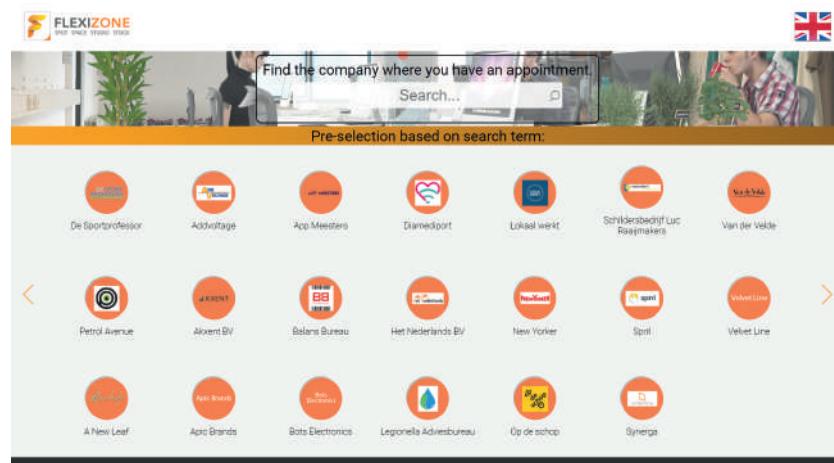
Black and white mode? rekening houden of de zuil in dezon staat of in de schaduw



Een tweede versie van het huidige design.



Welcome lastig te lezen door achtergrond, voor de rest zelfde gebleven



Oranje felle achtergrond soms lastig logo goed te zien

Find the Company past nu wel goed, alleen nog slecht te lezen door afbeelding waarop de letters staan

Pijltjes kunnen eigenlijk weg als alles op 1 pagina al staat

Persoonlijk vind ik de tekst nog een tikkeltje te klein onder de rondjes om echt goed te kunnen lezen



Please fill in the registration below:

First name _____ Last name _____

Did you have Covid-19 symptoms in the last 7 days? Yes No

Have you currently got a housemate who has a fever and/or complaints of chest tightness? Yes No

E-mail address _____

Confirm

Formulier keuzes staan nog steeds erg dicht bij elkaar, makkelijk verkeerd te klikken
Vragen zijn in mijn ogen een stuk meer verbeterd in vergelijking met de vorige versie
Keuze kunnen krijgen om terug te gaan naar keuzemenu van bedrijven voor als verkeerd is geklikt

Bedankt voor het invullen van het formulier!

U wordt zo opgehaald. In de tussentijd kunt u gebruik maken van onze wifi:

Wifi: FreeWifi_Guest_Flexizone
Wachtwoord: Flexzone

Onduidelijk hoeveel seconden er zijn voordat het scherm terugvalt naar beginscherm. Wel zorgen dat het lang genoeg is dat de persoon zijn of haar mobiel kan pakken, wifi kan intikken, fout kan schrijven en dan nog een keer kan proberen. Misschien ook een knop om handmatig terug te gaan? Of een klok?

Overig

Plattegrond is bij deze reeks scherm dus niet ingediend

Conclusie

Bij het Ontwerponderzoek en Risk Analysis heb ik eens goed gekeken naar de huidige ontwerpen van de Company Locator schermen. Hierbij heb ik mijn meningen erbij opgeschreven. Ik kwam er al snel achter dat veel dingen mij goed bevielen, zoals het gebruiken van de knoppen en de kleuren, maar ik zag ook andere fouten die zich herhaalden in meerdere schermen, zoals het onduidelijke lezen van de titel en het missen van noodzakelijke knoppen. Dit zijn elementen die ik nog wil gaan verbeteren, maar voordat ik kan beginnen met ontwerpen heb ik nog meer inzicht nodig over het ontwerpen zelf, hierover meer in het volgende gedeelte.

Meegenomen elementen uit het onderzoek:

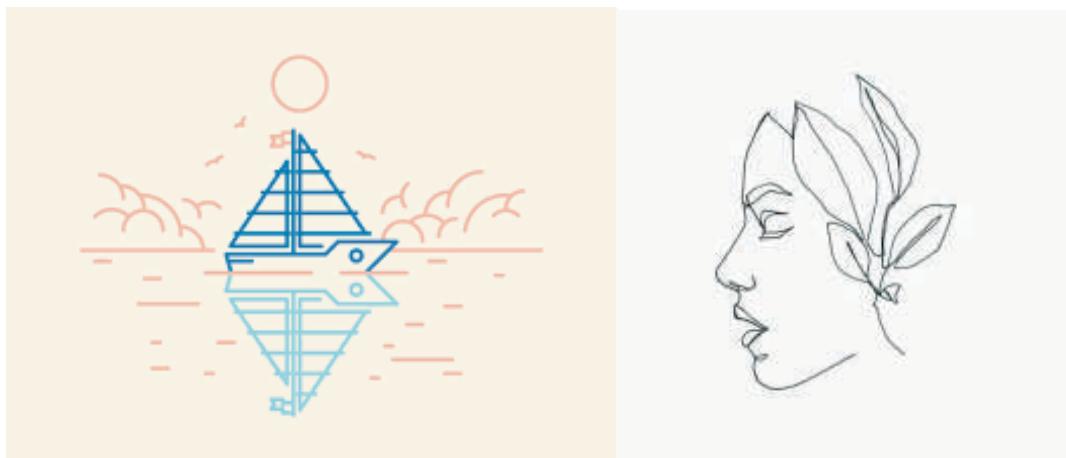
- tekst duidelijker maken, alles leesbaar maken
- meer contrast knoppen en tekst niet op een foto
- duidelijk aan de gebruiker vertellen wat de pagina is en het doel van het concept
- hoofdpagina anders maken van de andere pagina's, kwa design, eruit laten springen
- alleen laten zien wat noodzakelijk is in het keuzemenu en formulier
- terugkeer knop toevoegen, want wat als de gebruiker iets fout heeft gedrukt
- scrollbar bij formulier, anders zit toetsenbord op de tekst die moet worden ingevuld
- vlag werkt al goed, is goed te herkennen, iedereen snapt het
- meer ruimte tussen het formulier
- opties keuzemenu verduidelijken
- alleen noodzakelijke dingen vragen in het formulier



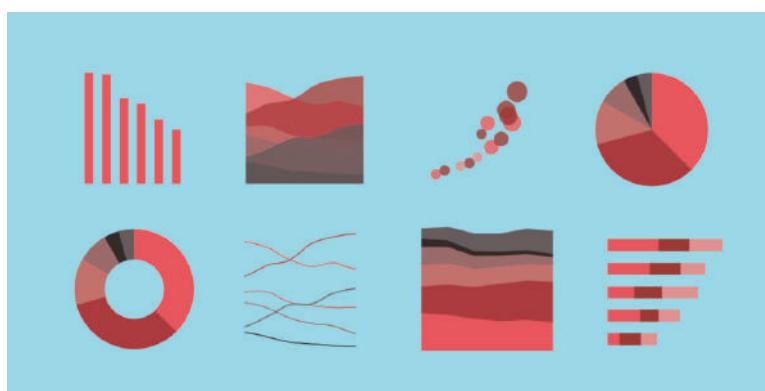
Trend Analysis

Als ik een nieuw design wil maken, moet ik ook kijken naar wat op dit moment hip en trendy is in de design wereld, dit heb ik gedaan door online onderzoek te doen naar de trends op dit moment of naar wat ze verwachten in de toekomst.

Line Art, hand-drawin elements



Simple Data visualizations / illustrations



Muted color palettes / earthy colors (a sense of vintage)





3D-Design en realism



Focus on Typography (bold, classic serif fonts, image and text masking)



Geometric designs



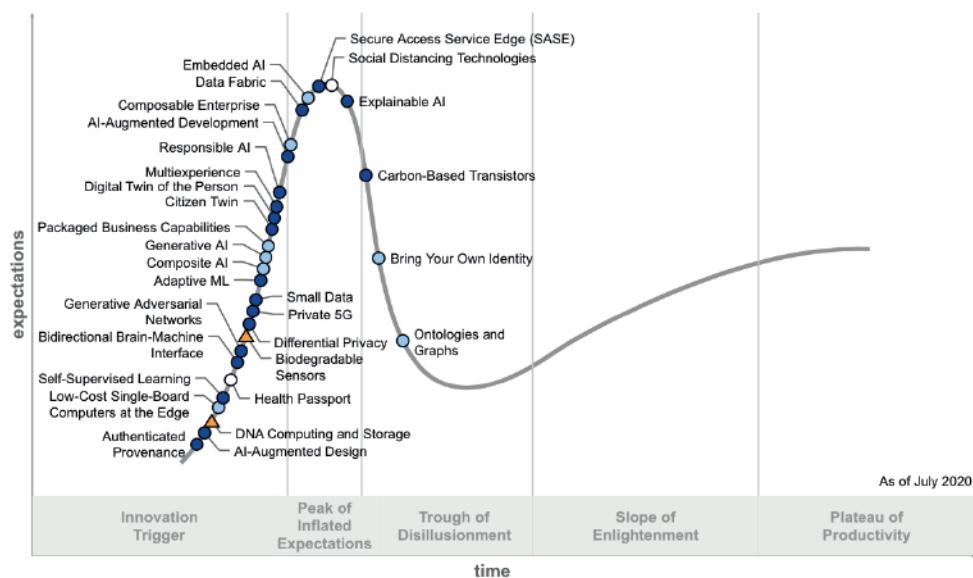
Gradients





Daarbij heb ik ook de Gartner Hype Cycle meegepakt. Deze cycle vertelt op verschillende gebieden wat eraan gaat komen kwa trends. Dit valt niet altijd onder het vakje design en ontwerp, maar is toch altijd handig om mee te pakken.

Interactive Hype Cycle



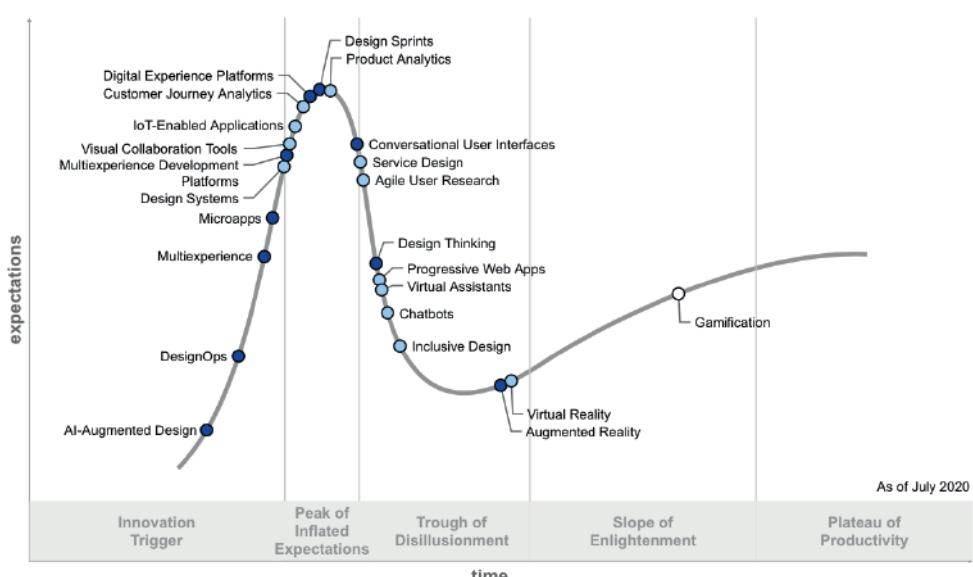
Plateau will be reached:

○ less than 2 years ● 2 to 5 years ● 5 to 10 years ▲ more than 10 years ✕ obsolete before plateau

© 2020 Gartner, Inc.

User Experience

Interactive Hype Cycle



Plateau will be reached:

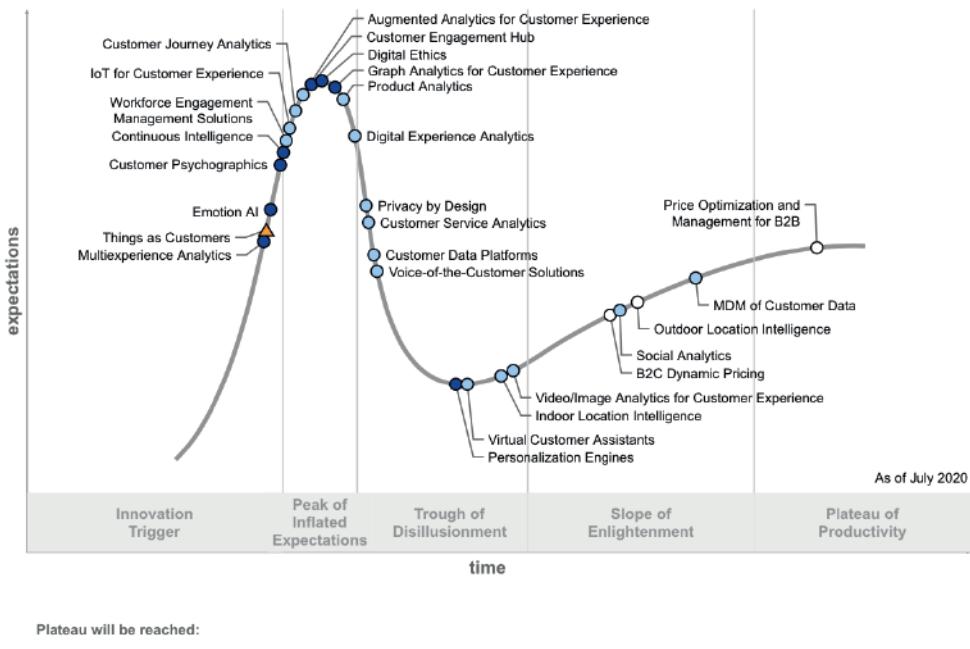
○ less than 2 years ● 2 to 5 years ● 5 to 10 years ▲ more than 10 years ✕ obsolete before plateau

© 2020 Gartner, Inc.



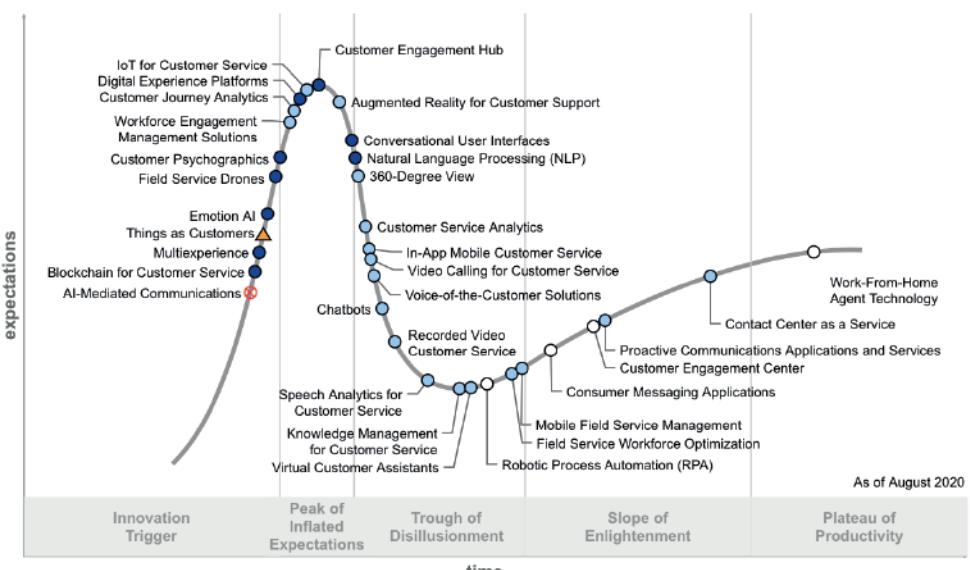
Customer Experience Analytics

Interactive Hype Cycle



Customer Service and Support Technologies

Interactive Hype Cycle



Plateau will be reached:

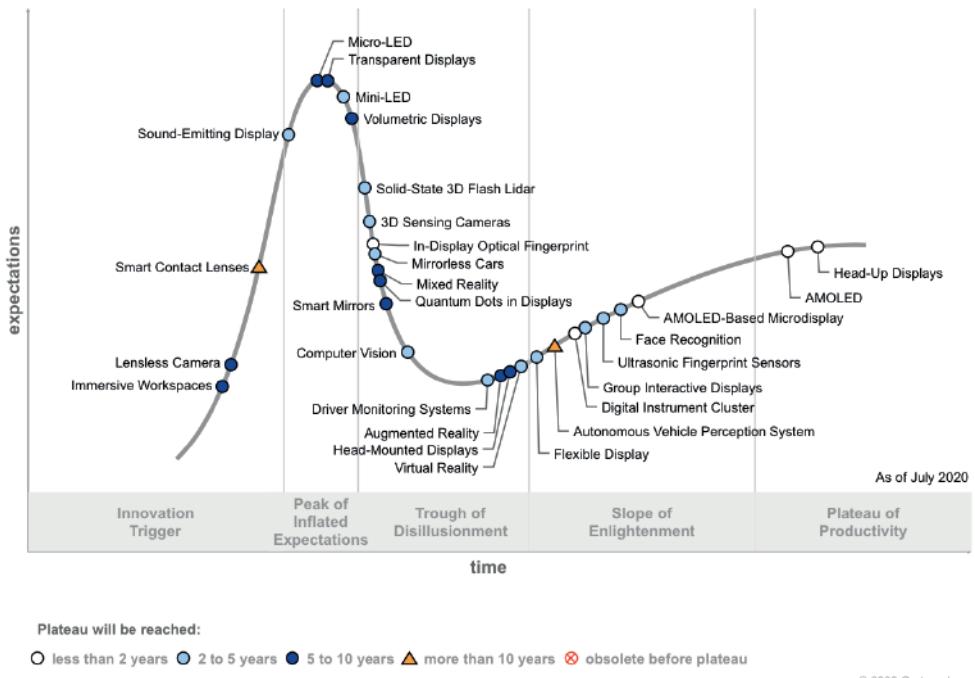
- less than 2 years
- 2 to 5 years
- 5 to 10 years
- ▲ more than 10 years
- ✗ obsolete before plateau

© 2020 Gartner, Inc.



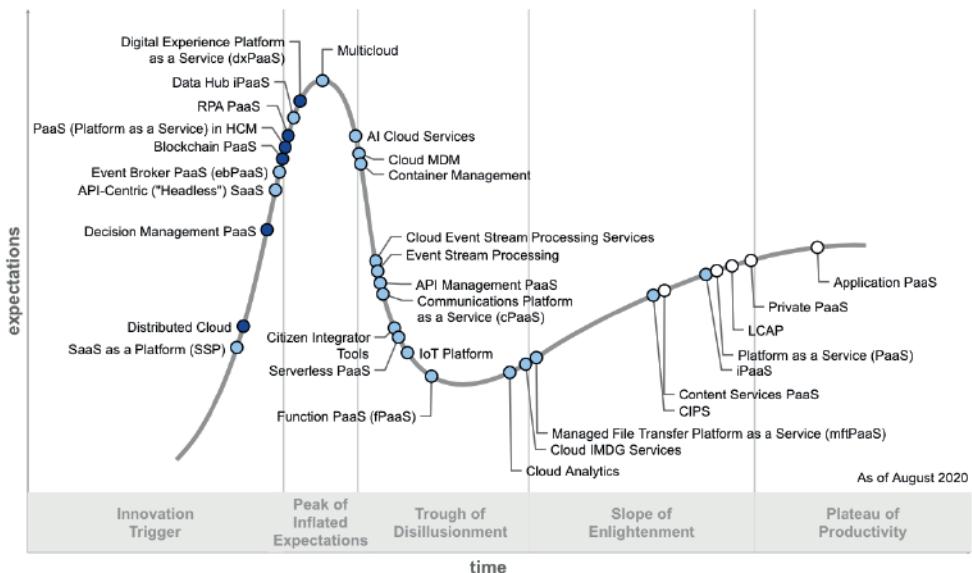
Bis economy

Interactive Hype Cycle



Platform as a Service

Interactive Hype Cycle





Good practices (met behulp van Literature study)

Ander online onderzoek dat ik heb gezocht is het zoeken naar Good & Bad Practices. Als ik de Company Locator wil gaan veranderen op het gebied van structuur en design, dan is het belangrijk om te weten wat als goede elementen/practices worden gezien in een product. Hoe kan ik het design in een bepaalde richting zo goed mogelijk maken, welke practices zou ik daarvoor kunnen inzetten. Hierbij eerst een lijst van al de Good Practices, met ingevoerde keywords zoals: wayfinding, digital map, map reading, digital signage, etc.

Good for Wayfinding

Algemeen

- Consistent branding, herkenbare elementen terug laten komen
- Houd het simpel, teveel elementen is afleidend en verwarringend
- Color-code
- Gebruik visuals, als je het visueel kunt vertellen, dan is dat vaker de betere optie
- Denk na over de plaatsing
- Map the path, hoe zal de gebruiker door het systeem gaan lopen
- Augment, extra informatie bieden met bijvoorbeeld een QR code
- Centraliseren
- Supplement, meerdere apparaten kunnen gebruiken
- Makkelijke taal, zorg dat iedereen het kan begrijpen

Wegwijzen

- Informeer de gebruiker waar ze zijn op het moment
- Vertel ze waar ze heen zouden kunnen gaan
- Effectief ze besturen naar een specifieke locatie
- Heb een backup voor als er iets fout gaat
- Bij digitaal wayfinding kan je meer focus leggen op gedetailleerde informatie
- Probeer de gebruiker zo min mogelijk na te laten denken
- Laat alleen zien wat nodig is, verwijder overbodige informatie
- Vier soorten tekens: informatie, richting, identificatie en waarschuwing
- Gebruik zichtlijnen om te laten zien wat er komt
- Progressive disclosure, hoe dichterbij je doel, hoe minder informatie op je wordt gegooid
- Interpersonal interaction, zorg dat het hele bedrijf de kaart kent voor als iemand er een vraag over heeft



Ingevoerde keywords: digital reception, digital independent sign up, digital registering, etc.

Good for Digital Reception

Zelfstandig aanmelden

- Maak het leesbaar, groot font, kort, sans-serif, niet meer dan twee verschillende fonts
- Maak het beschikbaar design, interactieve guidelines
- Laat doel van design duidelijk zien, point of transit. Als iemand snel langsloopt en glanst dat het punt duidelijk is. Echter in een wachtruimte, met een point of wait kan dit minder. Hetzelfde geldt voor geven van informatie, drukke ruimte heel snel, rustige ruimte rustiger, timing is alles.
- Less is more, teveel elementen is afleidend en verwarringend
- Gebruik visuals, als je het visueel kunt vertellen, dan is dat vaker de betere optie
- Perfect your call to Action, maak je bericht duidelijk en opvallend
- Bovenste scherm ruimte maken voor: weer, recepten, foto's, wifi etc.

Formulieren invullen

- Single column is beter dan multi-column
- Vertaal errors duidelijk aan de gebruiker en hoe op te lossen
- Inline form-field validatie is aangeraden
- Maak typen makkelijk
- Laat zien wat verplicht is en wat niet
- Naam en telefoonnummer kan in 1 veld, hoeft niet voornaam en achternaam
- Raad eerder buttons aan dan drop-down boxes, laat alle opties zien
- Gebruik zo min mogelijk een 'clear fields' button, kans op fout klikking.
- Forms should be one column
- Top align labels
- Group labels with their inputs
- Avoid all caps
- Show all selection options if under 6
- Resist using placeholder text as labels
- Place checkboxes (and radios) underneath each other for scannability
- Make CTAs descriptive
- Specify errors inline
- Use inline validation after the user fills out the field (unless it helps them while in process)



Paar voorbeelden van :Design Better Form van Andrew Coycle, 5 juli 2016.
<https://medium.com/nextux/design-better-forms-96fadca0f49c>

- Place checkboxes (and radios) underneath each other for scannability

The image shows two examples of a form field for selecting favorite animals. The left example, labeled 'Do', shows a vertical list of options: Lion, Tiger, Bear, Bull, and Serval, with 'Bear' checked. The right example, labeled 'Don't', shows the same options but grouped horizontally in a single row.

What are your favorite animals?

Do

Don't

What are your favorite animals?

Lion Tiger Bear Bull Serval

- Use inline validation after the user fills out the field (unless it helps them while in the process)

The image shows two examples of a form with validation. The left example, labeled 'Do', shows a 'Name' field with 'John Doe' and a green checkmark, and an 'Email' field with 'john@johndo' and a red exclamation mark. The right example, labeled 'Don't', shows the same fields but with the 'Email' field highlighted in red and the error message 'Not a valid email' displayed below it.

Name
John Doe

Email
john@johndo

Do

Don't

Name
John Doe

Email
john@johndo

Not a valid email

- Top align labels

The image shows two examples of a form with four input fields. The left example, labeled 'Do', shows the labels ('Label') positioned directly above each corresponding input field. The right example, labeled 'Don't', shows the labels positioned to the left of the input fields, creating a vertical column.

Label
Input

Label
Input

Label
Input

Label
Input

Do

Don't

Label
Input

Label
Input

Label
Input

Label
Input



- Show all selection options if under 6

What is your favorite animal?

Lion Tiger Bear Bull Serval

Do

What is your favorite animal?

- Select -

Lion
Tiger
Bear
Bull
Serval

Don't

- Don't hide basic helper text

Email

john@johndoe.com

Password

5 or more characters

Sign Up Cancel

Do

Email

john@johndoe.com

5 or more characters

Password ?

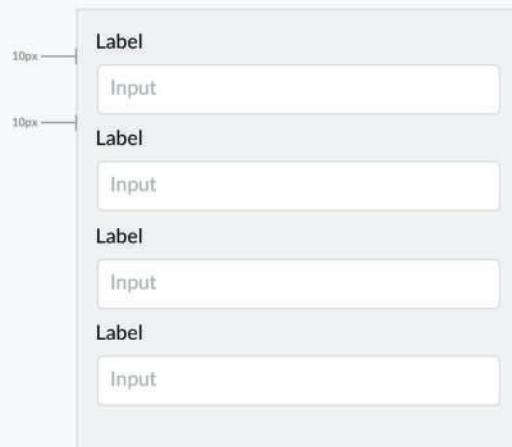
Submit Cancel

Don't

- Group labels with their inputs



Do



Don't



Bad practices (met behulp van Literature study)

En een lijst van al de Bad Practices, practices die in het algemeen worden afgeraden met ingevoerde keywords zoals: bad design patterns, bad digital design, bad practices, wrong design, etc.

Algemeen bad practices

- Proces niet duidelijk in beeld
- Tool selectie is of te veel, of te ingewikkeld of ongepast
- Focus is niet duidelijk
- Geen research gedaan
- Slechte en of inconsistente navigatie
- Ook verwarrende navigatie, zorg dat elke navigatie knop bekend is
- Lelijk, niet passend design
- Slecht signaal
- Te drukke pagina
- Rare, foute plaatsing
- Gebruiker wordt niet bezig gehouden
- Doel van het design of product is vergeten of valt weg
- Het geven van teveel informatie in 1 keer of overbodige informatie vertellen
- Wrijving toevoegen aan user acties
- Usability negeren
- Animaties die te lang duren
- Invasieve of afleidende achtergronden
- Gebruiken van erg standaard font
- Geen contrast hebben
- Teveel tekst in bold neerzetten
- Teveel tekst in uppercase neerzetten
- De content teveel tegen elkaar aan zetten
- Content niet uitlijnen met de pagina
- Gebruikers groeten met 'Welkom', welkom vertelt niks over wat het doet
- Flash intro's gebruiken, dan verplonsen we de gebruiker
- Hoofd / beginpagina hetzelfde eruit laten zien als de andere pagina's



Design Pattern Search

“User Interface Design patterns are recurring solutions that solve common design problems. Design patterns are standard reference points for the experienced user interface design.”

Als laatste ben ik ook online opzoek gegaan naar Design Pattern Searches. Design Patterns zijn methodes die design problemen op een mooie manier oplossen en je product in het algemeen beter maakt, wanneer je ze wel goed gebruikt. Uit Risk Analysis is naar voren gekomen dat er verwarring is bij het keuzemenu, je wilt een keuze maken uit bedrijven maar krijgt toiletten of een keuken als optie. Als tweede voorbeeld zou de gebruiker op geen 1 manier een fout kunnen herstellen, zoals het verkeerde bedrijf aanklikken. Deze elementen zouden handig op te lossen zijn met behulp van een bruikbaar en bijpassend Design Pattern. Echter naast kijken naar alleen oplossingen voor de Company Locator, is het ook belangrijk om te kijken naar wat het product al goed heeft uitgevoerd, deze elementen hoeven niet perse uit het ontwerp te worden gehaald en kunnen zelfs misschien omhoog worden gehaald.

Design Patterns die Company Locator gebruikt:

Probleem: Invoeren van data

Oplossing: [Input prompt](#)

Hoe: De company Locator voert dit uit door bij de search bar te laten zien wat er kan worden ingevuld.

Wanneer te gebruiken: Gebruiken wanneer het niet precies direct duidelijk is wat er moet worden ingevuld. Gebruiken voor het invoeren van data in het systeem en als je ruimte wilt besparen.

Probleem: De user heeft informatie nodig over de actie die er moet worden uitgevoerd

Oplossing: [Inline Help Box](#)

Hoe: Niet zo zeer een inline help box, maar Company Locator legt wel bij elke actie uit wat er moet worden gedaan met behulp van een tekstje.

Wanneer te gebruiken: Te gebruiken als het zonder uitleg niet duidelijk is en je daardoor de gebruiker moet gaan helpen. Ook te gebruiken als je de gebruiker wilt motiveren om een stap te volbrengen.

Probleem: De gebruiker wilt terug naar de startlocatie



Oplossing: Home Link

Hoe: Company Locator heeft op elke pagina linksboven in de hoek een icoon van het bedrijf zitten wat bij een klik de gebruiker terugstuurt naar de startpagina.

Wanneer te gebruiken: Te gebruiken voor een fijner navigatie.

Probleem: De gebruiker moet kiezen uit een set of items

Oplossing: Carousel

Hoe: Voor het keuzemenu in Company Locator zijn de keuzes in een soort van carousel gezet, je kan scrollen/klikken van links of rechts voor een andere selectie van opties.

Wanneer te gebruiken: Te gebruiken wanneer je een groot aanbod van keuzes hebt, maar je de gebruiker tijd wilt geven zich te concentreren op een selectie per keer. Ook te gebruiken wanneer je niet genoeg ruimte hebt om alles in 1x te laten zien. Niet te gebruiken als er niks visueels bij zit.



Probleem: Gebruiker heeft hulp nodig wanneer search dingen lastig te onthouden zijn of makkelijk verkeerd te typen

Oplossing: Autocomplete

Hoe: Bij het invullen van de search bar helpt de Company Locator hierbij door een hint te geven van wat het woord kan zijn, net zoals Google.

Wanneer te gebruiken: Te gebruiken wanneer je makkelijk autocomplete suggestions kan tonen en als het systeem het goed kan matchen. Ook als je het zoekproces wilt versnellen.

Google



©2010 - Privacy



Probleem: Weten wie de user is om zo te helpen

Oplossing: [Account registration](#)

Hoe: Company Locator gebruikt dit soort van, door het formulier in te laten vullen om zo te achterhalen wie de gebruiker is.

Wanneer te gebruiken: Te gebruiken wanneer je bepaalde content wilt weerhouden voor een gebruiker, zoals de plattegrond, totdat je zeker weet wie de gebruiker is. Bepaalde content geven aan een bepaalde gebruiker. Ook beschermt het de gebruiker zijn informatie.

Probleem: Gebruikers raken afgeleid van al de verschillende soorten content op pagina.

Oplossing: [Tunneling](#)

Hoe: Company Locator heeft 1 sterk focuselement op de pagina, waardoor de gebruiker niet afgeleid kan worden.

Wanneer te gebruiken: Design for conversion. Gebruiken als je de gebruiker op een bepaald doel wilt laten focussen en hem of haar geen ruimte wilt geven voor detours.

Probleem: Verschillende onderwerpen door elkaar halen

Oplossing: [Chunking](#)

Hoe: Company Locator zet bij het formulier de juiste onderwerpen bij elkaar, zoals gegevens gebruiker bij elkaar en corona gegevens bij elkaar.

Wanneer te gebruiken: Te gebruiken als je informatie makkelijker wilt laten interpreteren en leesbaarder wilt laten maken. Te gebruiken om informatie makkelijker te processen.

[Designs Patterns die Company Locator nog eventueel erbij kan gebruiken:](#)

Probleem: Gebruiker verwacht feedback van ingevoerde actie

Oplossing: [Input feedback](#)

Hoe: De gebruiker feedback geven bij het invullen van het formulier, zeggen van je hebt een goed geldig emailadres ingevuld of juist niet.

Wanneer te gebruiken: Te gebruiken wanneer je feedback wilt geven of als je de gebruikers hun fouten wilt tonen tijdens het invullen. Te gebruiken om gebruikers te laten zien dat alles goed is gelopen. Planned upon content.



The screenshot shows the Twitter sign-up page. It has fields for 'Full name' (Anders Toxboe), 'Username' (uipatterns), 'Password' (*****), and 'Email'. Each field has a small feedback box indicating its status: 'ok' for the first three and 'Good' for the password. Below the fields is a checkbox for email updates.

Probleem: De gebruiker wilt alleen controls zien die kunnen worden gebruikt.

Oplossing: [Morphing Controls](#)

Hoe: Gebruiken bij keuzemenu? Voor als niet elke keuze op dat moment mogelijk is.

Wanneer te gebruiken: Te gebruiken wanneer niet alle controls in gebruik zijn, gebruiken als je alleen de bruikbare en nodige controls wilt showen. Declutteren van het scherm.

Probleem: De gebruiker wilt een input terug kunnen gaan

Oplossing: [Undo](#)

Hoe: Door het toevoegen van een terugknop

Wanneer te gebruiken: Te gebruiken wanneer je de gebruiker meer zelfvertrouwen wilt geven en de willingness to play around. De kans geven niet vast te zitten aan een fout. Makkelijk terug kunnen halen van hun eigen acties, indien nodig of gewenst.

Probleem: Wanneer de gebruiker 1 doel heeft dat verspreidt is in meerdere stappen.

Oplossing: [Wizard / Steps Left](#)

Hoe: De stappen van het hele proces van de Company Locator laten zien, van beginpagina tot eindpagina. Laten zien dat het maar enkele stappen zijn.

Wanneer te gebruiken: Te gebruiken wanneer de gebruiker hulp nodig heeft om het hele doel te begrijpen. Te gebruiken om de gebruiker te helpen als hij of zij zelf niet slim genoeg is. En te gebruiken wanneer de stappen in specifieke volgorde moeten worden gedaan. De gebruiker de impressie geven dat het niet oneindig is en de stappen zullen eindigen. Niet te gebruiken bij een erg weinig aantal stappen of als het al te zien is vooraf.

Probleem: Gebruiker wilt weten waar hij of zij is in de hierarchical structure om ook zo makkelijker terug te gaan

Oplossing: [Breadcrumbs](#)

Hoe: Zou in hand in hand kunnen worden gebruikt met de terugknop.

Wanneer te gebruiken: Te gebruiken wanneer de hierarchical structure in een



lopende lijn gaat. Wanneer het te verdelen is in section. Wanneer het niet de hoofdnavigatie is, maar een andere form van navigatie wilt gebruiken. Een sub navigatie.

Probleem: De wensen van de gebruiker kunnen geven als de content lastig te lezen is

Oplossing: [Adaptable view](#)

Hoe: De gebruiker zelf de fontgrootte laten aanpassen, of dark/light mode.

Wanneer te gebruiken: Te gebruiken als sommige gebruikers de gegeven content lastig te lezen of te gebruiken vinden. Te gebruiken als je de gebruiker meer macht wilt geven. Ook te gebruiken als de gebruiker disability heeft of als de dienst switcht.

Probleem: De gebruiker wilt zich focussen op de huidige taak maar in details kunnen gaan indien nodig.

Oplossing: [Progressive disclosure](#)

Hoe: Misschien te gebruiken bij keuzemenu, meer informatie geven over waarop de gebruiker drukt.

Wanneer te gebruiken: Te gebruiken als je het overwhelming gevoel op de pagina wilt verkleinen en de gebruiker zijn focus wilt helpen.

The screenshot shows a comment section with the following content:

- extremeDR** 4 months ago
Working together on something for a purpose (other than just making profit) is awesome. People love to work but they hate to do useless work.
Reply • 43
- extremeDR** 4 months ago
+@XtremeDR useless work that adds disproportionately to someone else's profits
Reply • 10

Probleem: Gebruiker heeft hulp nodig met de applicatie

Oplossing: [Blank slate / Inline hints](#)

Hoe: Hints van aanpak geven

Wanneer te gebruiken: Te gebruiken als je de gebruiker wilt motiveren. De gebruiker wilt helpen en om te laten zien hoe de actie het beste kan worden gebruikt. De gebruiker gidsen door het proces heen. Ook de gebruiker helpen met onbekende features en als je de content ervaring van de gebruiker niet wilt verstören, wel ervoor zorgen dat het dan subtiel opvalt.

Probleem: De gebruiker herinnert zich het eerste en het laatste item het meest in een lijst.

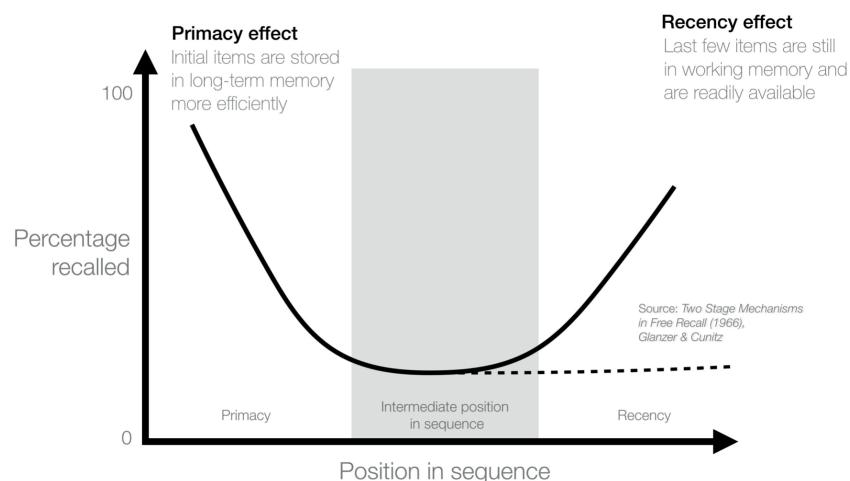
Oplossing: [Serial positioning effect](#)

Hoe: De belangrijkste of meest voorkomende keuzes in het keuzemenu vooraan of



achteraan zetten, alhoewel achteraan zetten lijkt me niet het handigst voor deze keuzes perse.

Wanneer te gebruiken: Te gebruiken wanneer je moet nadenken over hoe je je lijst wilt ordenen. Te gebruiken als het belangrijk is dat de gebruiker bepaalde opties het meest moet gaan onthouden.



Conclusie

Eerst ben ik opzoek gegaan met de Trend Analysis naar de ontwerp trends wat in is op het moment of dat worden verwacht in te gaan in de toekomst. Hieruit kan ik vooral concluderen dat simpele ontwerpen met uitdrukkende lettertypen het meest naar voren kwamen. Mensen houden in 2020 en 2021 meer van strak, duidelijke en minimalistische ontwerpen.

Echter om het ontwerp te gaan verbeteren moet ik wel verder kijken dan alleen de vormgeving. Daarom ben ik onderzoek gaan doen naar Good & Bad Practices en Design Pattern Search. Ik heb hierbij gekeken naar goede elementen voor bewegwijzering (nog in versie 1) en zelfstandig aanmelden. Ik heb ontdekt wat goede practices zouden kunnen zijn voor de Company Locator, zoals het gebruiken van consistente herkenbare elementen, veel visual don't tell en de beste manier om een formulier te maken. Daarnaast heb ik ook geleerd waar ik juist van moet afblijven, zoals drukte op het scherm, het laten wegvalLEN van het doel of een startpagina maken die er niet uitspringt. Daarna ben ik gaan kijken naar Design Patterns, manieren om slim het ontwerp over te laten komen en vervelende elementen op te lossen. Eerst ben ik gaan kijken naar de Design Patterns die de Company Locator zelf al heeft, deze zouden dus geen verandering nodig hebben, zoals de thuis knop en het carrousel in het keuzemenu. Echter heb ik ook Design Patterns ontdekt die mogelijk de Company Locator nog zouden kunnen helpen, zoals input feedback, het hebben van een terugknop en de gebruiker laten weten waar hij of zij is in de structuur.

Meegenomen elementen uit het onderzoek:

- muted color palettes, soft colours, geometric designs, gradients, simple illustrations
- simpel houden, less is more
- consistentie houden
- veel visual, visual boven tekst
- mapping the path
- makkelijke taal gebruiken
- errors duidelijk uitleggen
- inline form-fields aanpassen
- Design Patterns die de Company Locator al gebruikt van benutten
- Input feedback toevoegen bij formulier, zoals bij email
- Undo knop toevoegen
- gebruiker laten weten waar hij of zij is
- Progressive disclosure bij formulier, om pagina minder vol te maken



Inspiration Wall structuur

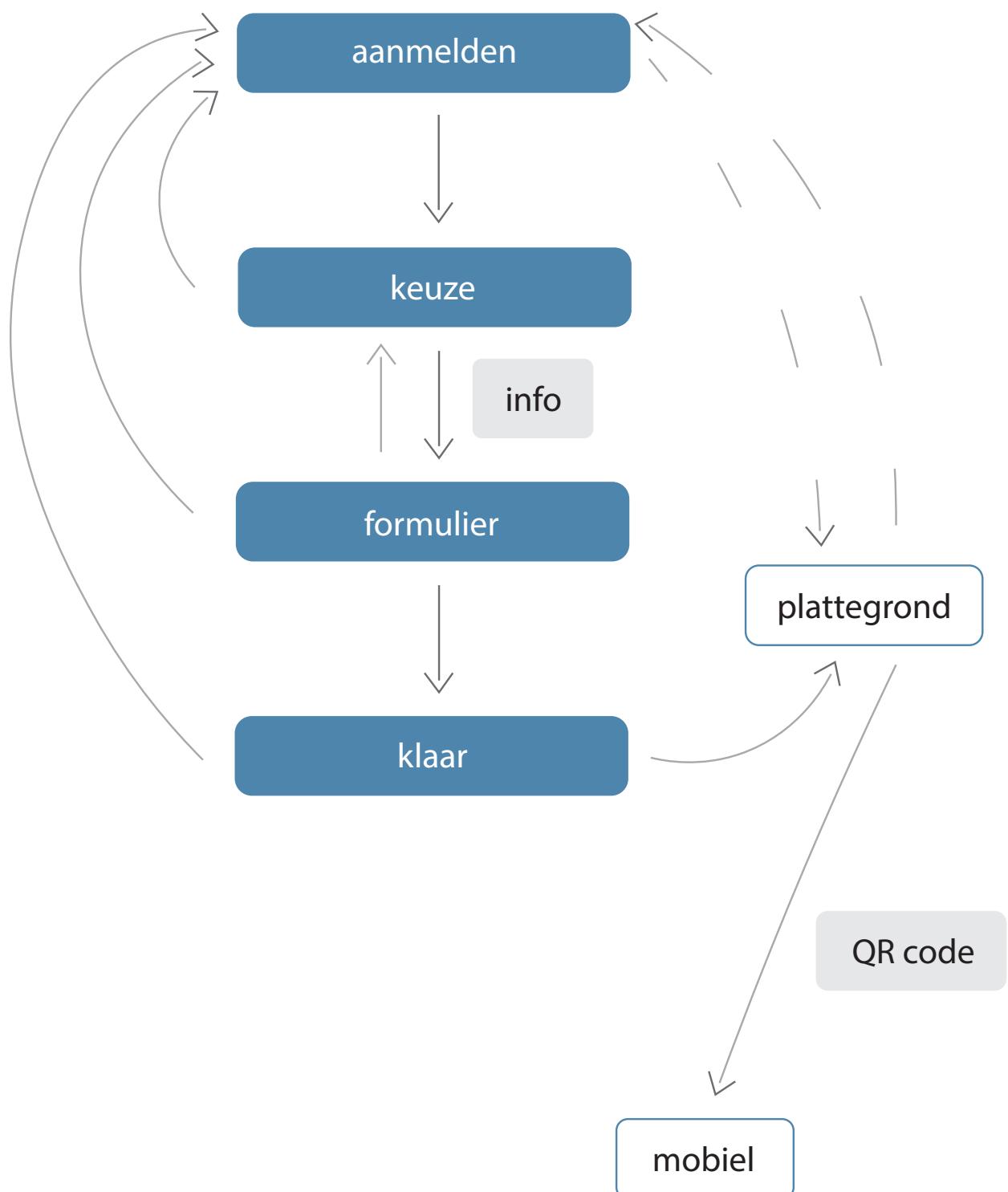
Tijdens het werken aan mijn onderzoek, was ik meerdere keren op wat ideeën gevallen, ik besloot deze op te schrijven. Met behulp van een Inspiration Wall kan ik altijd naar deze ideeën terugkomen. Kijken hoe ze zijn veranderd en of verbeterd en natuurlijk welke het uiteindelijk hebben gehaald.



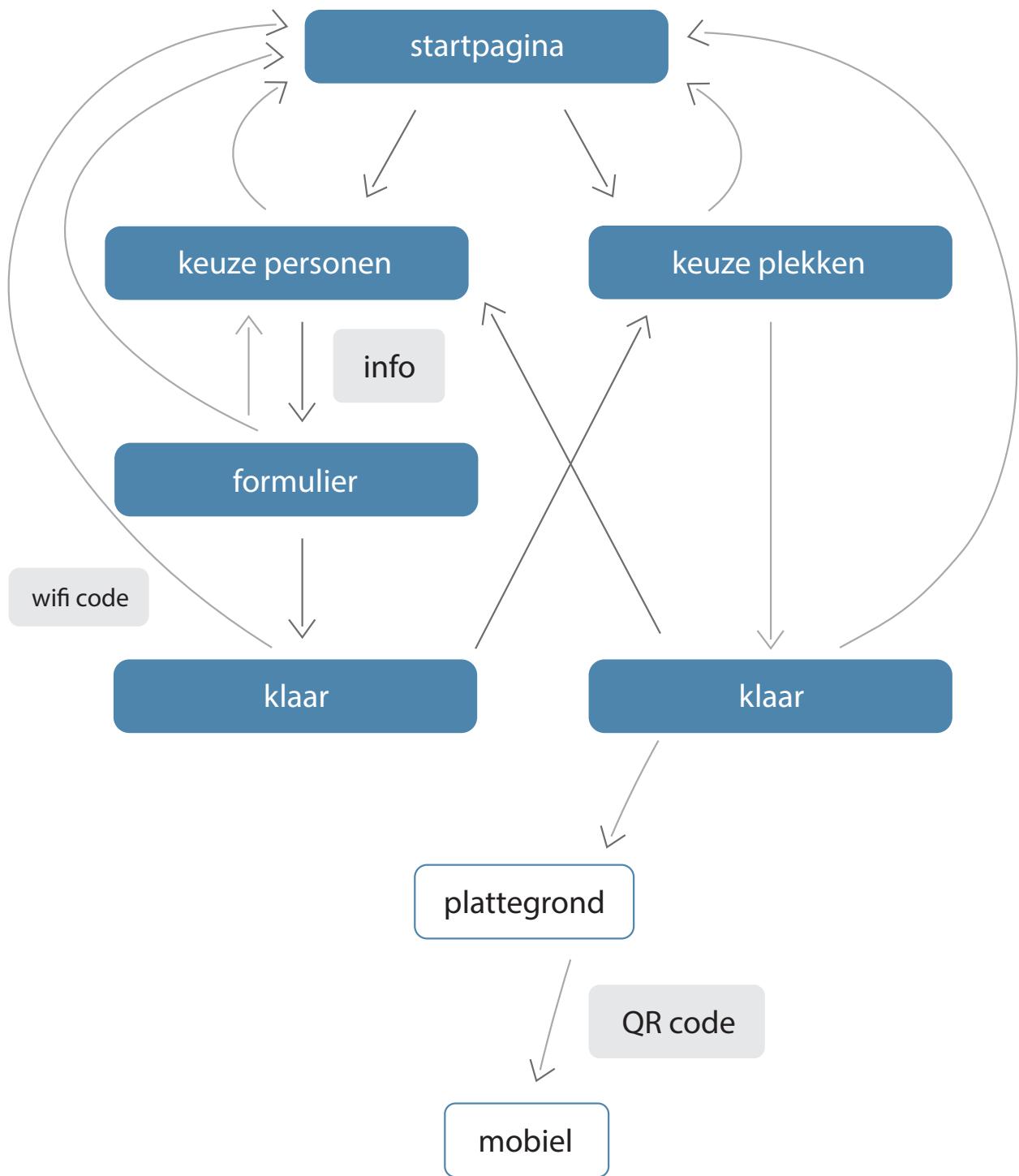
Met al deze verzamelde informatie en ideeën ben ik doorgegaan naar het schetsen en het ontwerpen van de nieuwe designs, hierbij start het volgende gedeelte: Design.

Conceptueel model versie 1

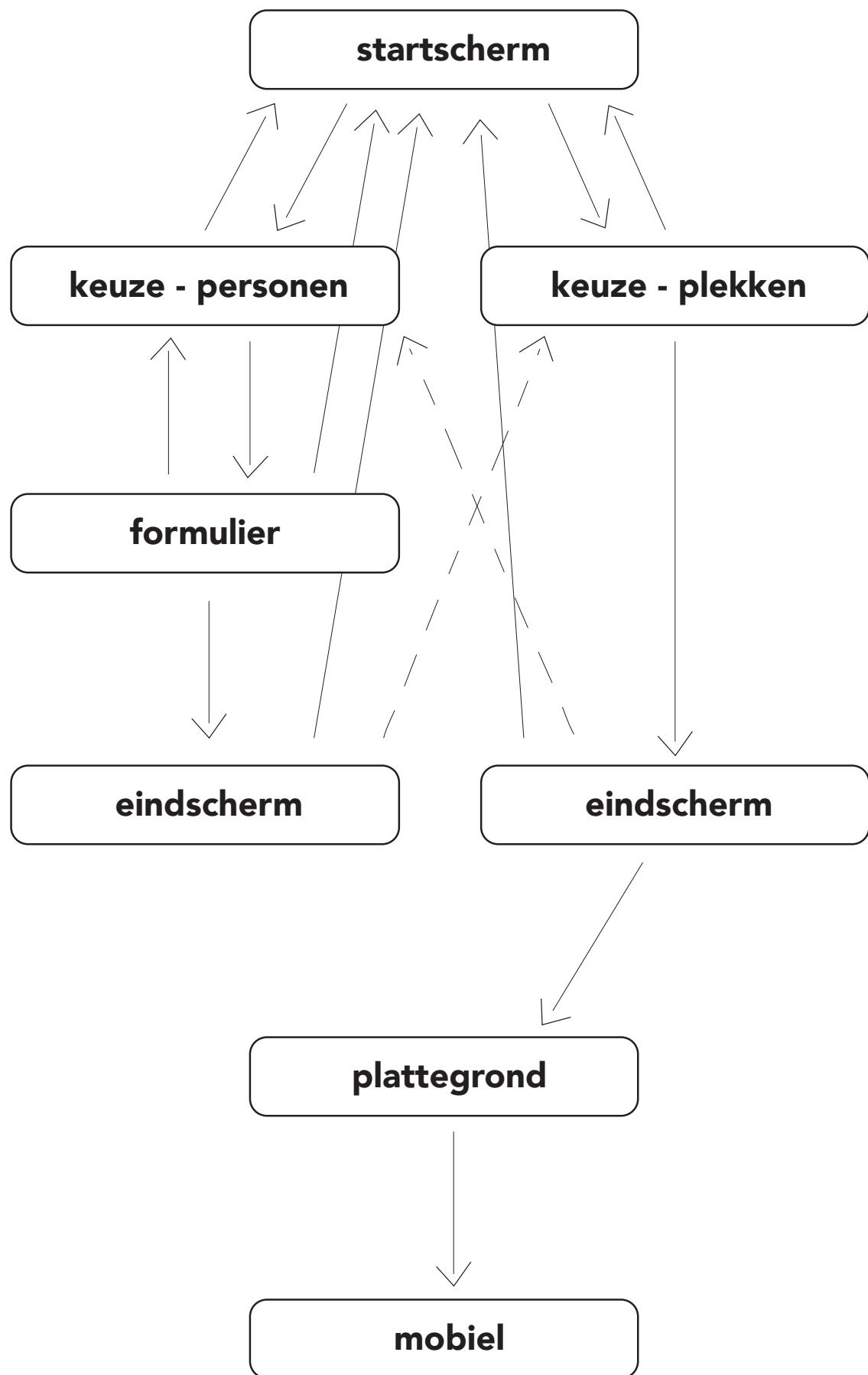
Voor het schetsen ben ik nog wezen nadenken over de organisatiestructuur van de zuil en hoe ik deze het beste kon gaan veranderen. In deze en de komende twee pagina's was het overleg over wat er precies in de zuil moest nog steeds bezig, hierdoor had ik de plattegrond ook nog toegevoegd, echter wel op een manier dat het er ook makkelijk uit te halen zou zijn.



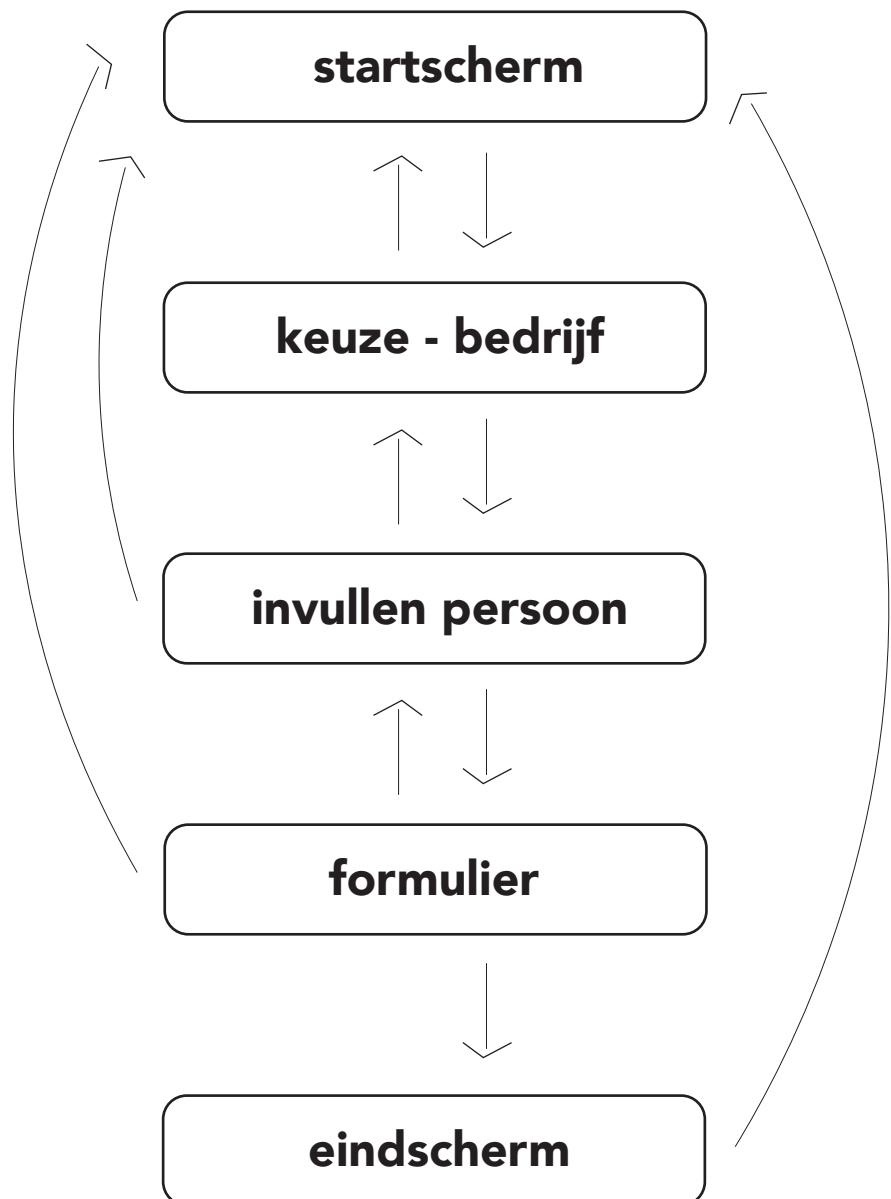
Conceptueel model versie 2



Conceptueel model versie 3

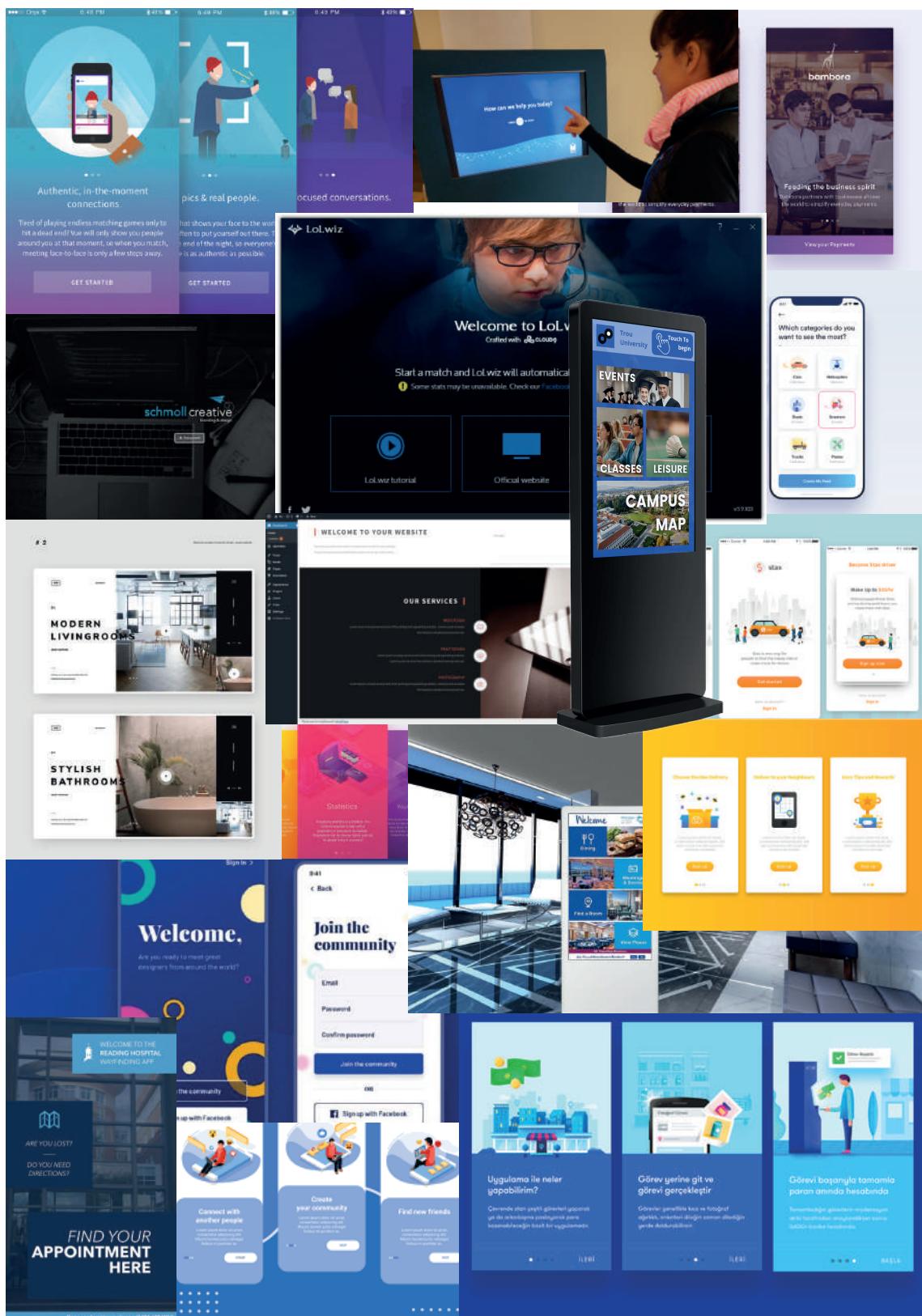


Conceptueel model versie 4



Moodboard beginscherm

Voordat ik kan beginnen met ontwerpen, moet ik eerst inspiratie opdoen, dit heb ik gedaan met behulp van de Trend Analysis eerder genoemd, de zuil zelf en met het maken van een moodboard. Ik heb moodboards gemaakt voor elk onderdeel in de zuil.



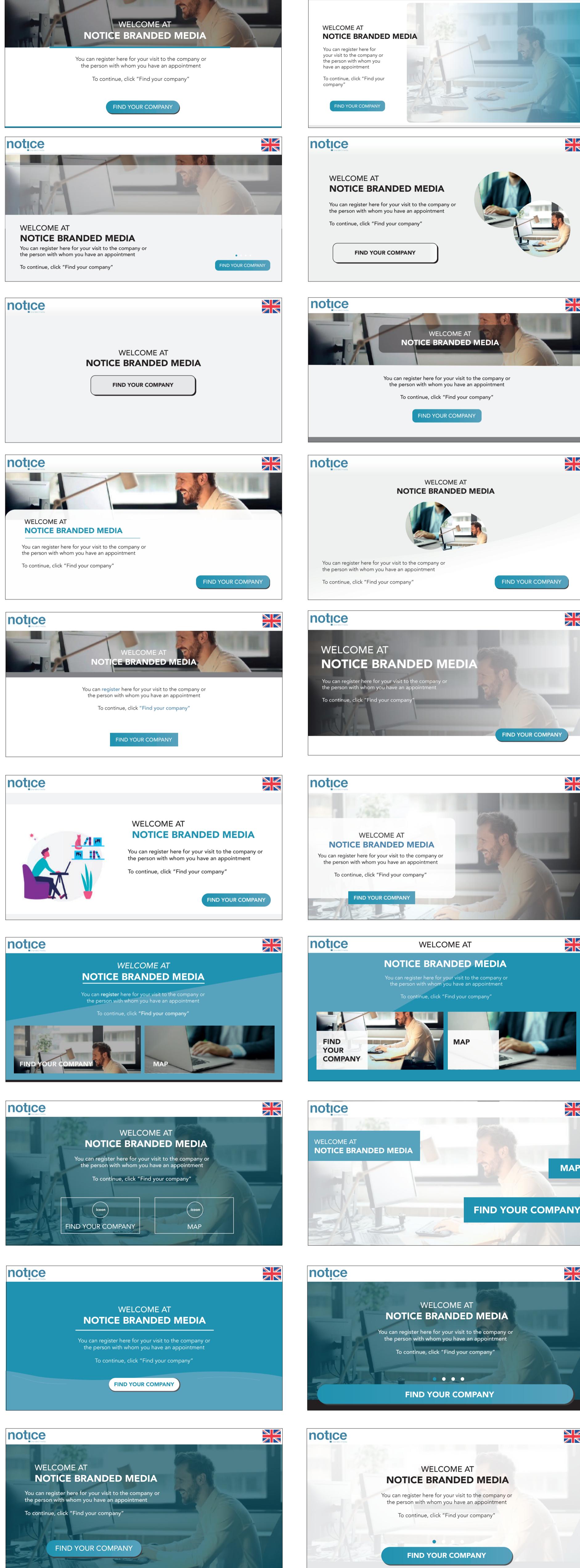
Een aantal schetsen

Mijn stijl van schetsen is altijd heel simpel, omdat ik liever digitaal schets.

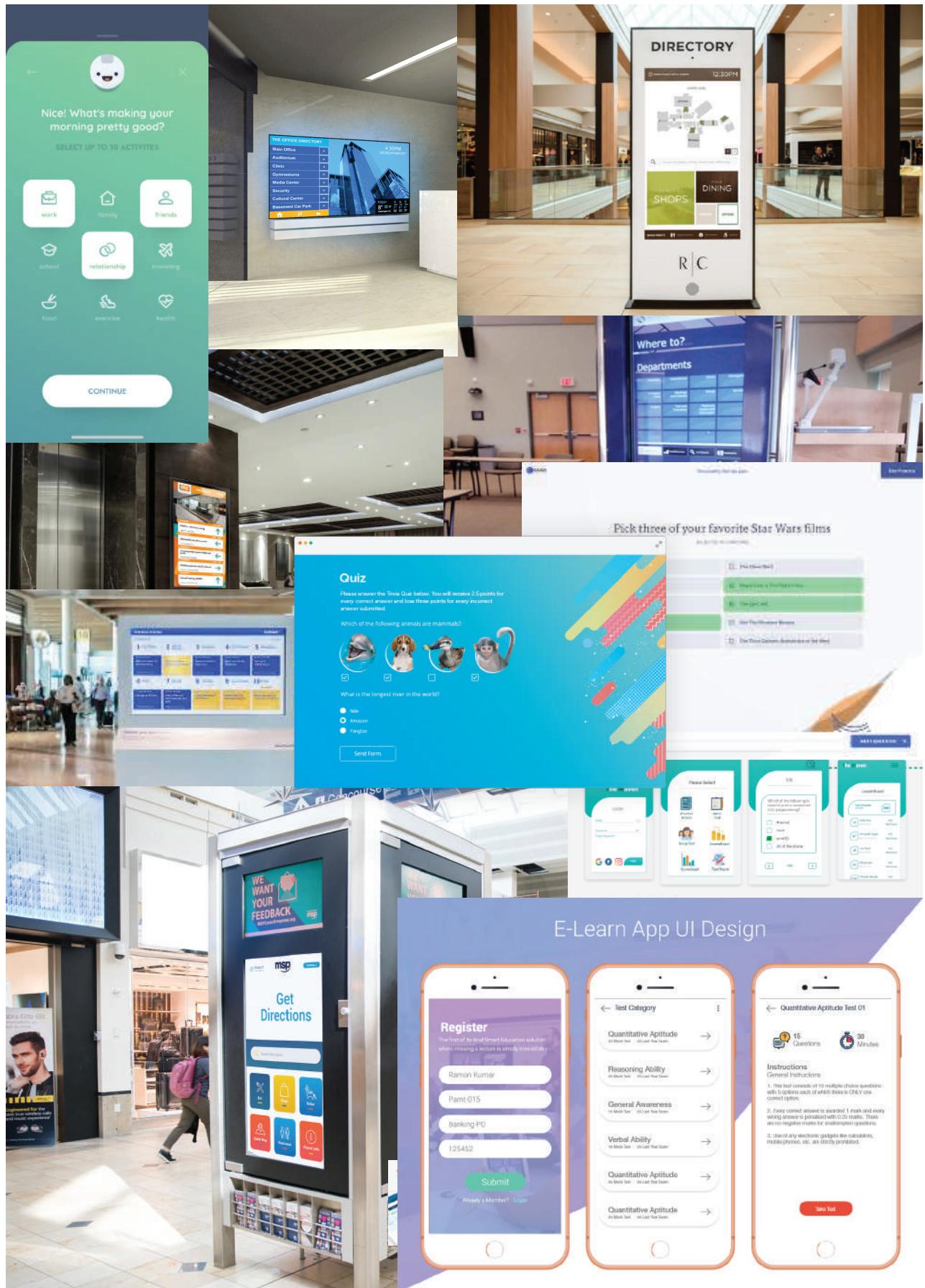


Eerste digitale designs beginpagina

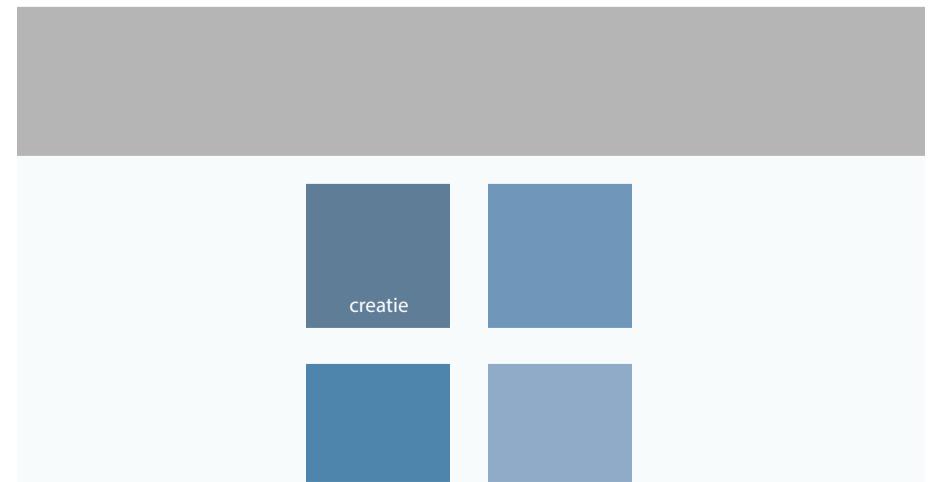
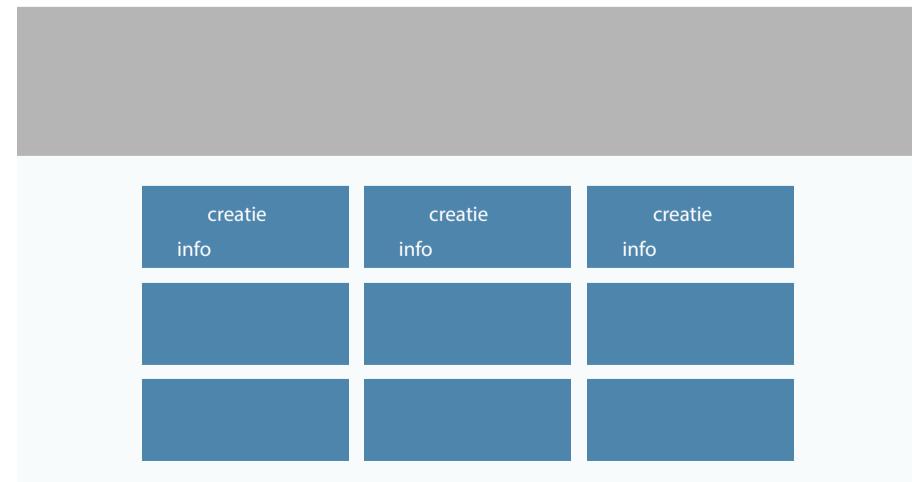
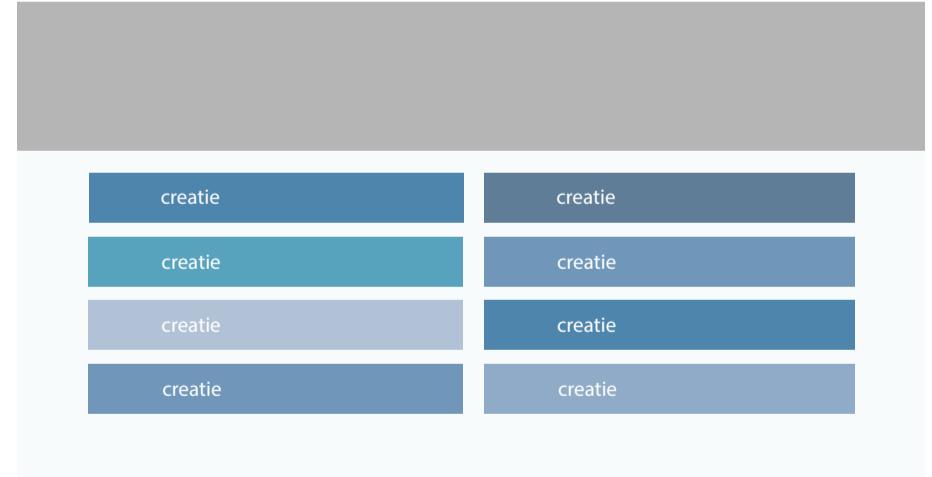
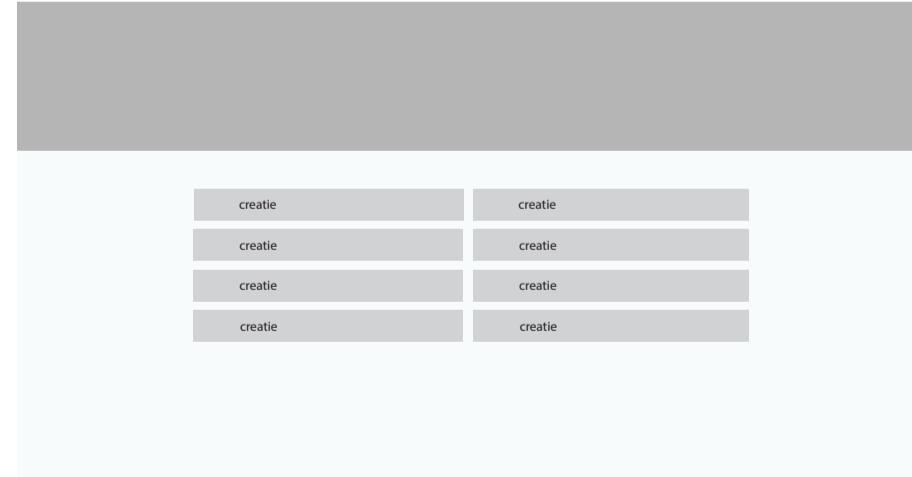
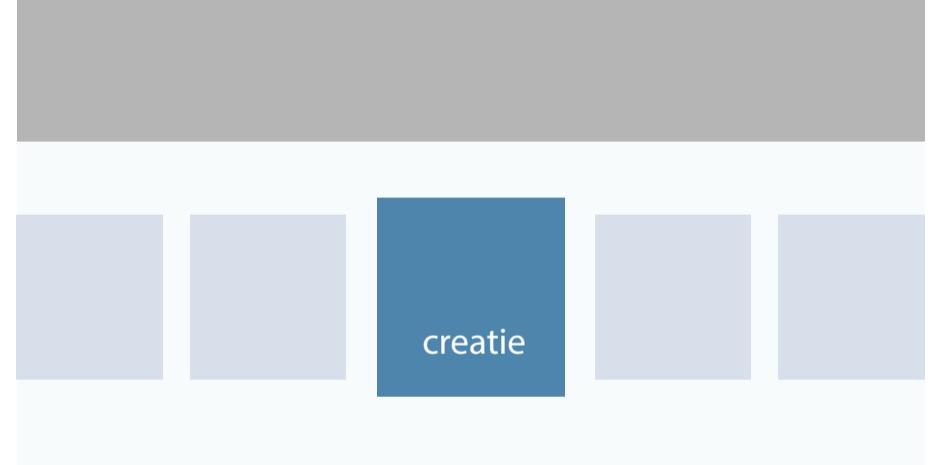
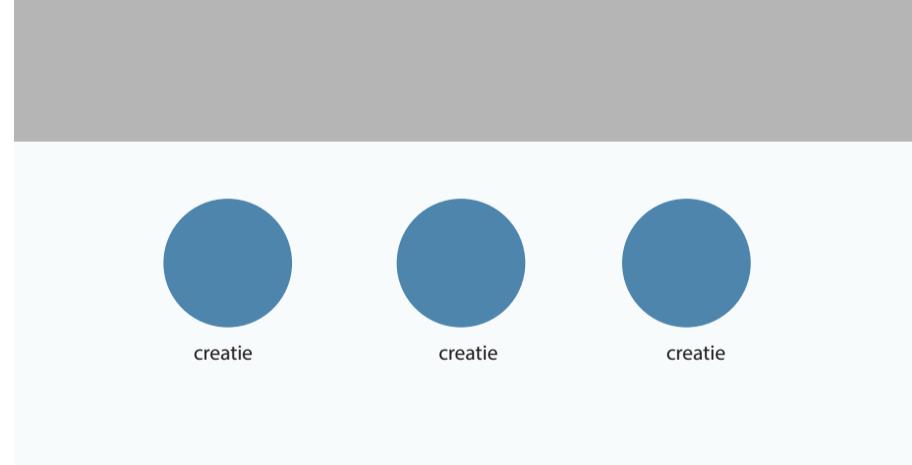
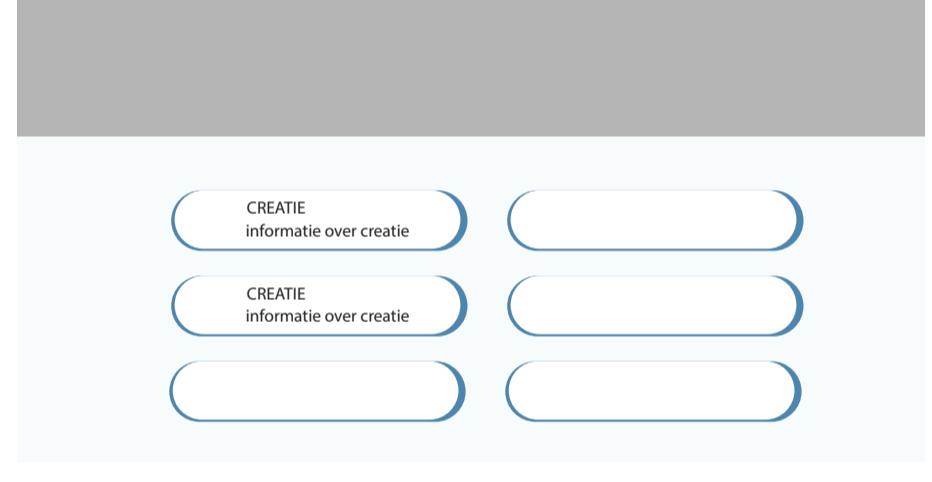
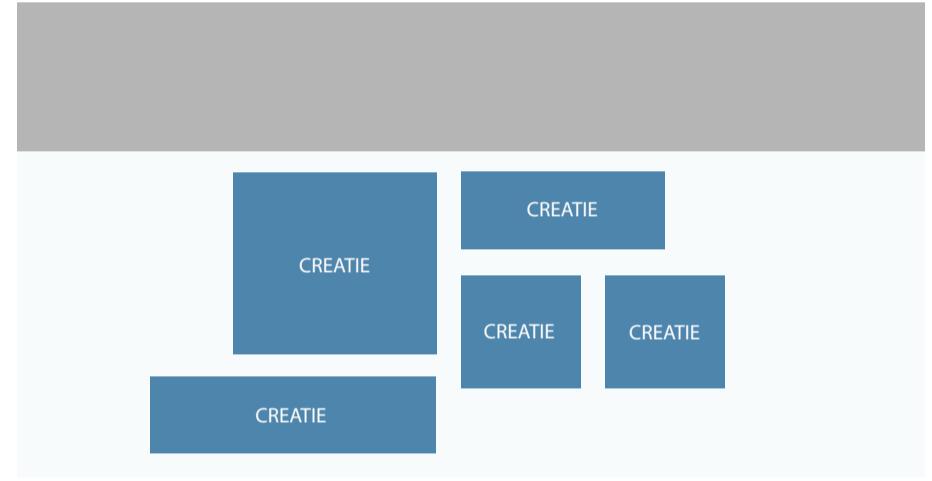
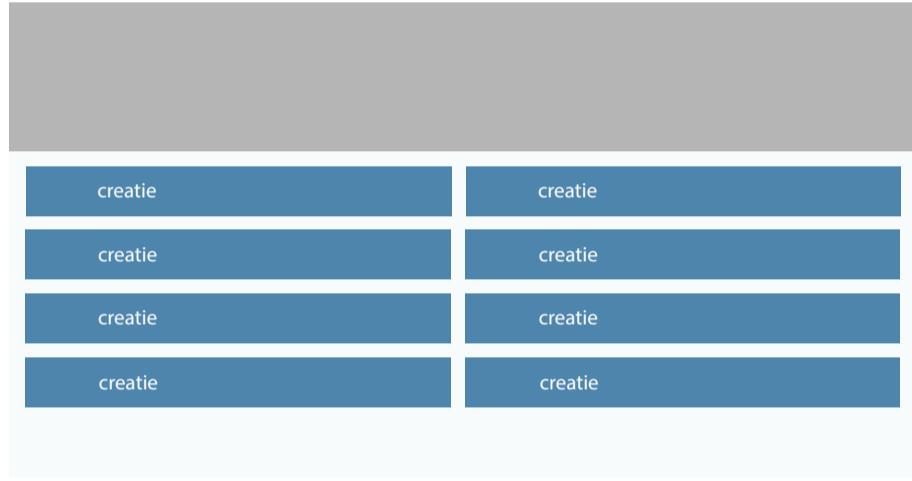
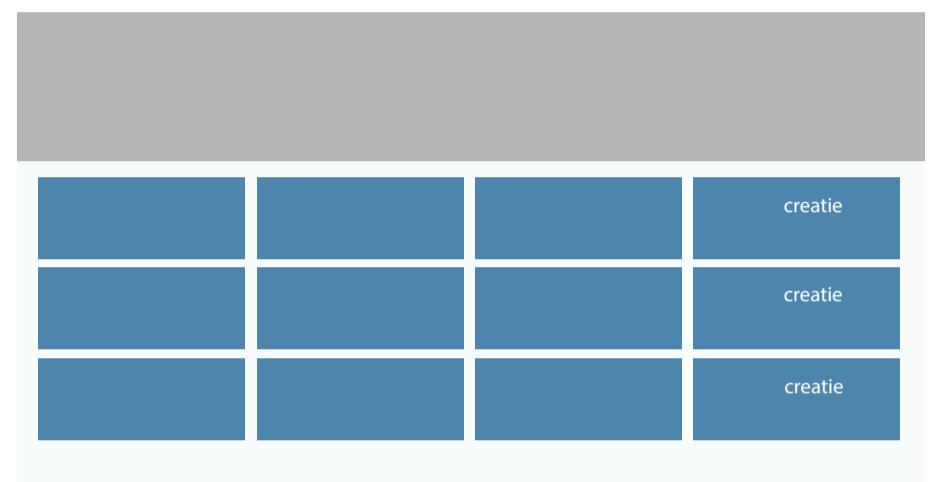
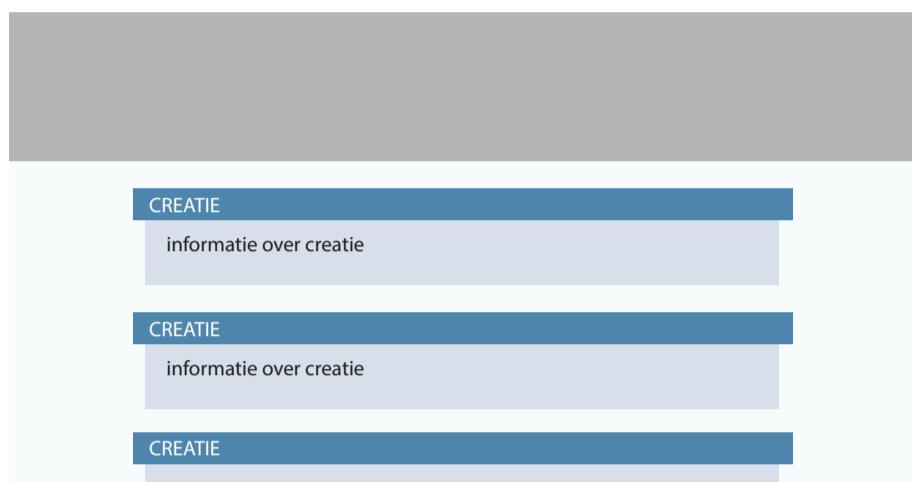
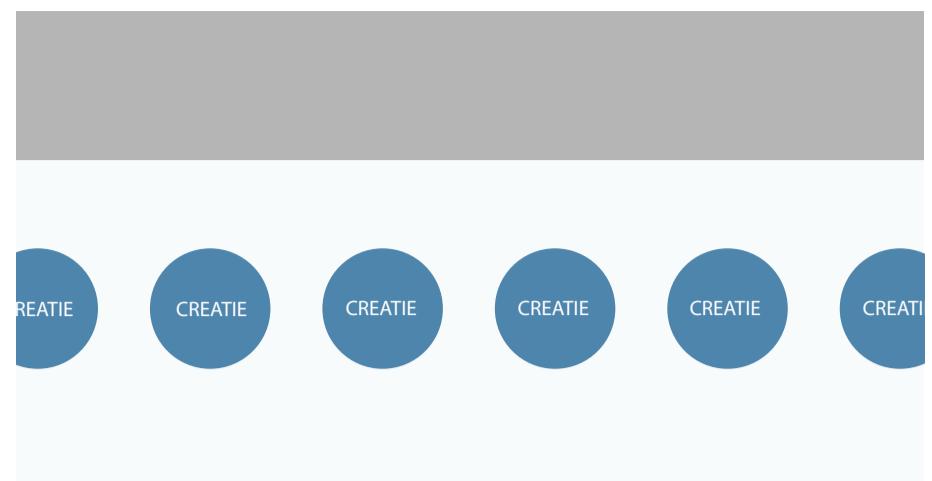
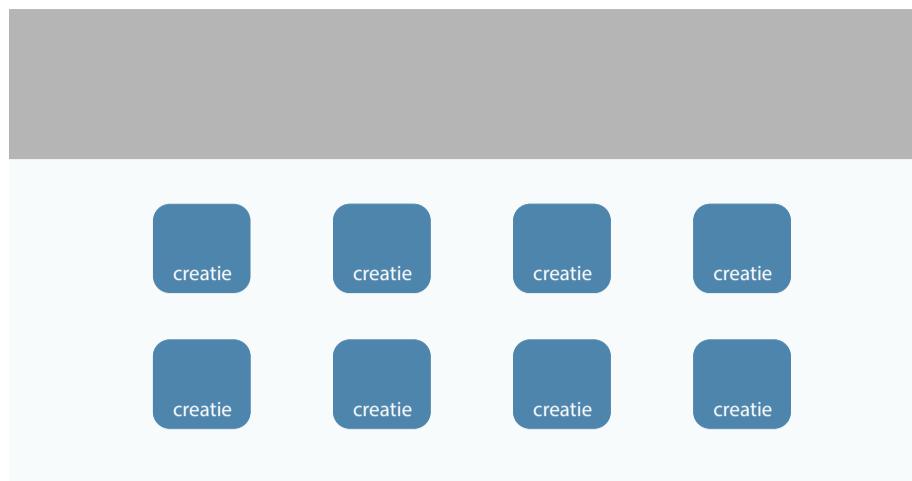
Na veel schetsen besloot ik mijn eerste digitale versies te maken van de beginpagina. Ze zijn nog niet heel gedetailleerd gemaakt, maar laten wel duidelijk overkomen welke stijl ik wil laten zien. Ik besloot vroeg digitaal te beginnen, omdat ik het aan mijn collega's zou laten zien en ik vind persoonlijk dat digitaal beter te beoordelen is dan schetsen.



Moodboard keuzemenu



Eerste digitale designs keuzemenu



Moodboard formulier

DEEPIINSPIRE

Let's connect

Have cool idea for new project? Need reliable partner to improve your product?
We are here to help you uncomplicate your product development.

Choose your payment method

Your payment informations are secure and not sharing with third parties.

Credit Card

Safe money transfer using your bank account: Visa, Maestro

PayPal

Credit card needed. Safe payment online. PayPal account is necessary.

Credit Card Information

Name of the Card Owner

Number on the Card

Expiration Date

Checkboxes

Radiobuttons

Tooltips

Text Box

Headers

Header 1

Header 2

Header 3

Header 4

Header 5

PAYMENT DETAILS

Name on card
Claire Hill

Credit card
Number

CVC Expiration

Security code MM/YY

REVIEW YOUR ORDER

1	2	3
4	5	6
7	8	9
PQRS	TUV	WXYZ

Credit Card

First Name

Last Name

Credit Card Number

Security Code

Expiration Month

Expiration Year

PREVIOUS

NEXT

Eerste digitale designs formulier

Name

Did you have Covid-19 symptoms in the last 7 days?

Yes

No

confirm

Name

Did you have Covid-19 symptoms in the last 7 days?

Yes

No

confirm

Name

Did you have Covid-19 symptoms in the last 7 days?

Yes

No

confirm

Name

Did you have Covid-19 symptoms in the last 7 days?

Yes

No

Name

Did you have Covid-19 symptoms in the last 7 days?

Yes

No

confirm

Name

Did you have Covid-19 symptoms in the last 7 days?

Yes

No

confirm

Name

Did you have Covid-19 symptoms in the last 7 days?

Yes

No

confirm

Name

Did you have Covid-19 symptoms in the last 7 days?

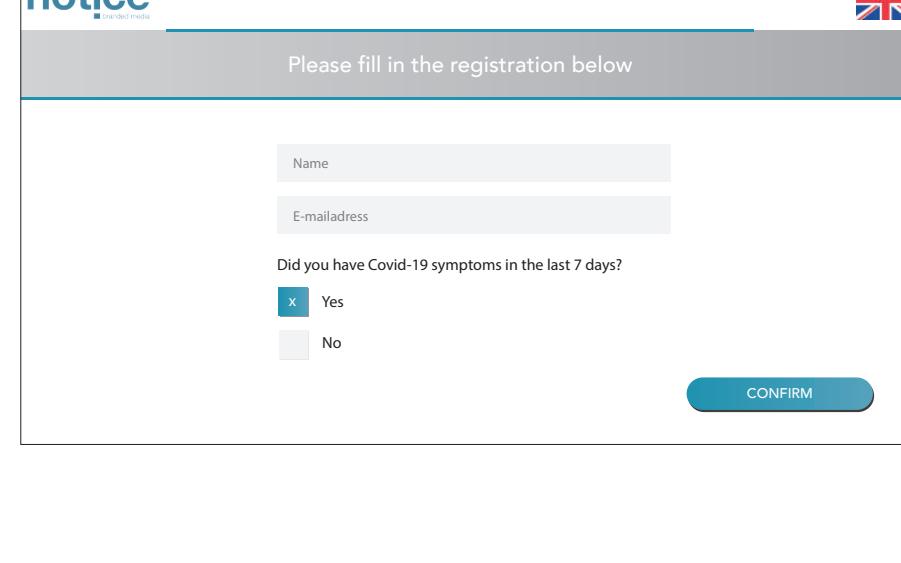
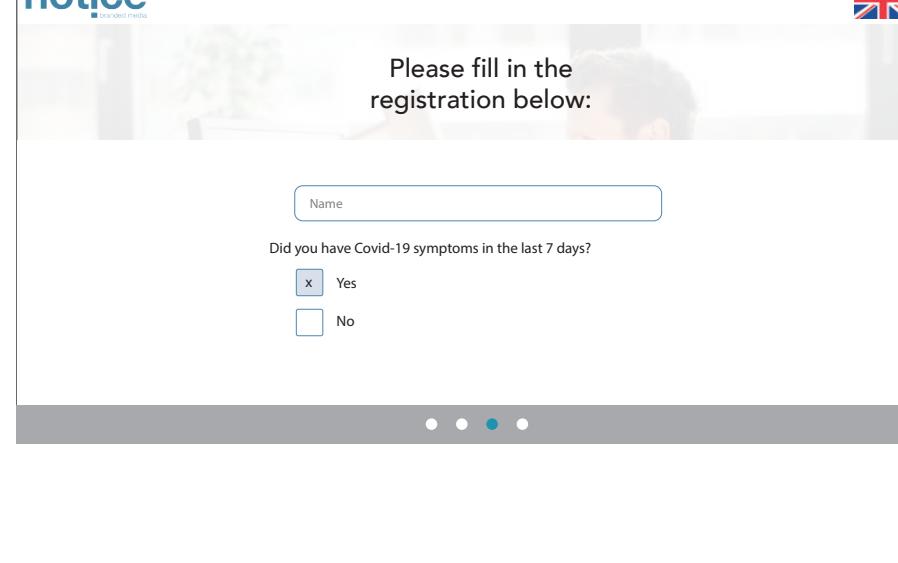
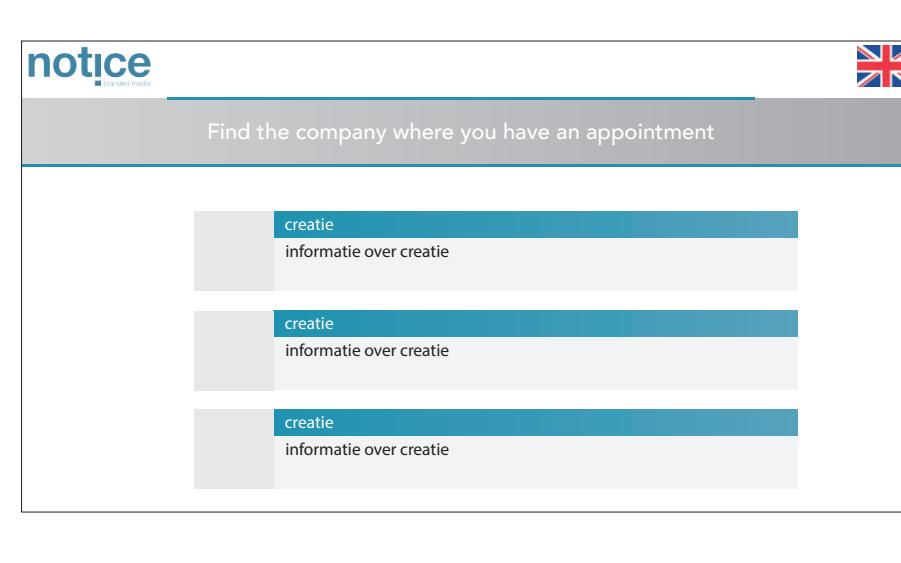
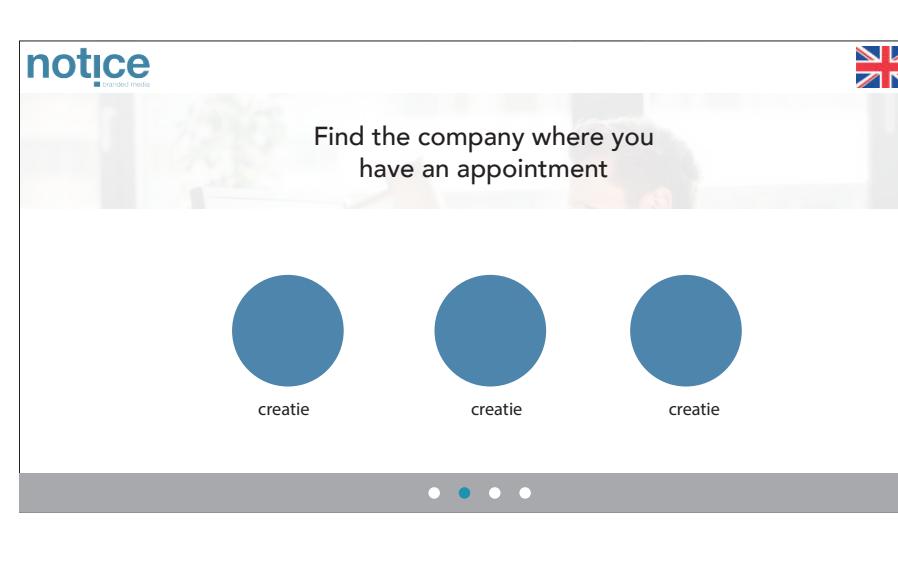
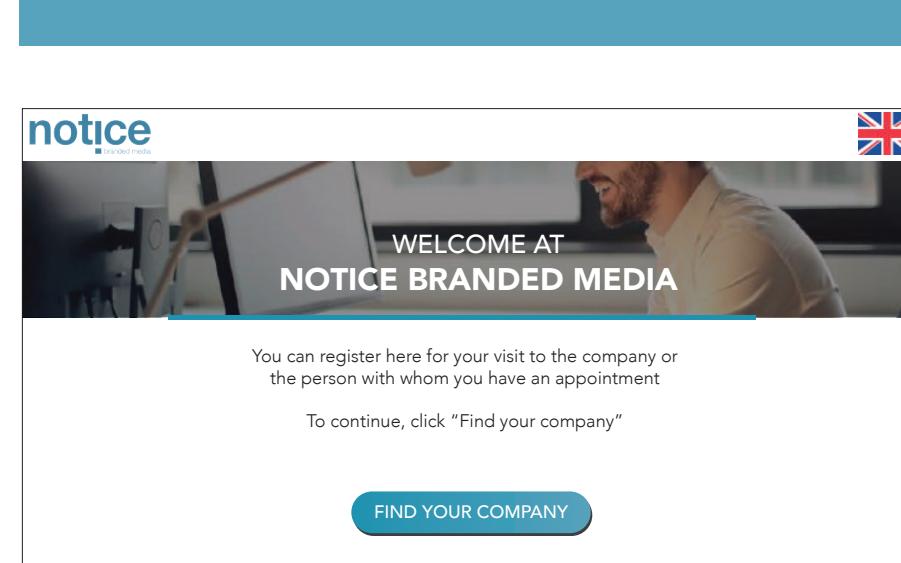
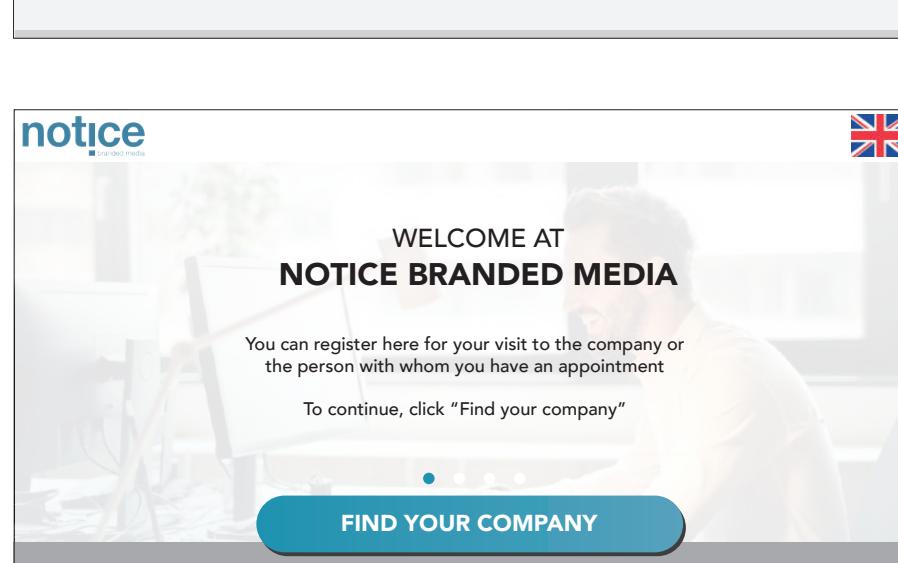
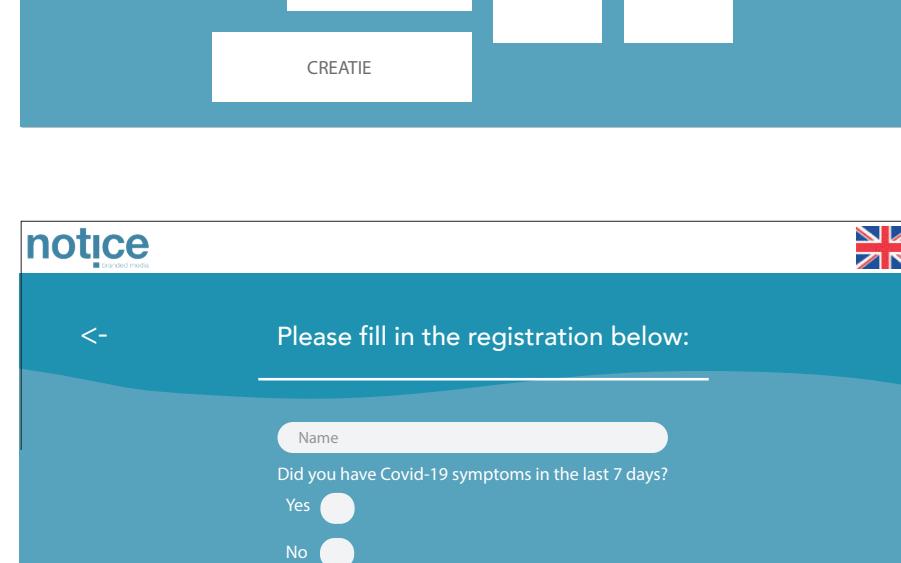
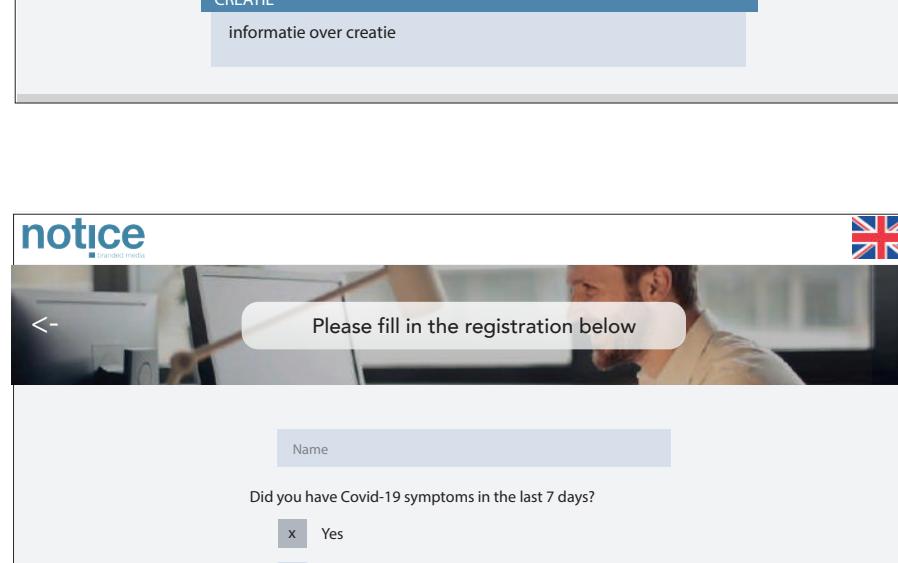
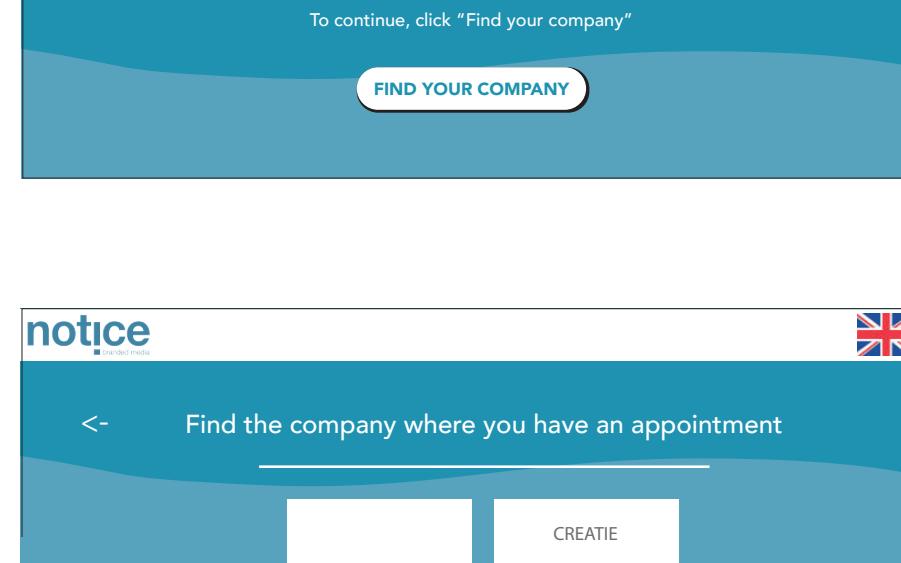
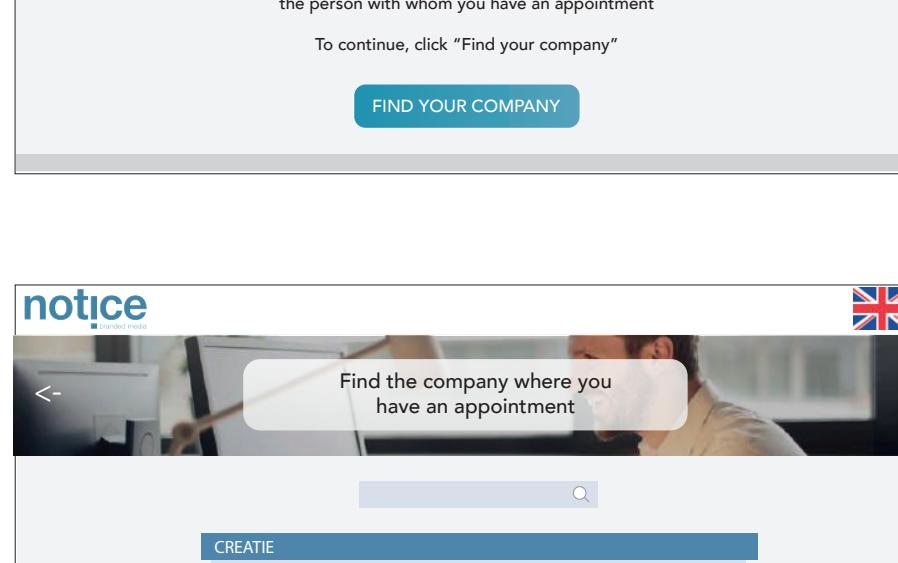
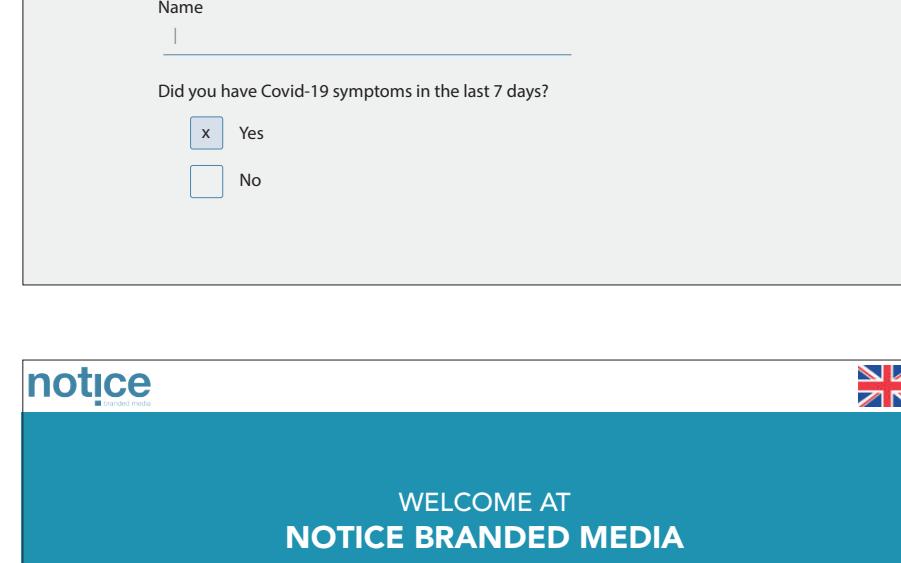
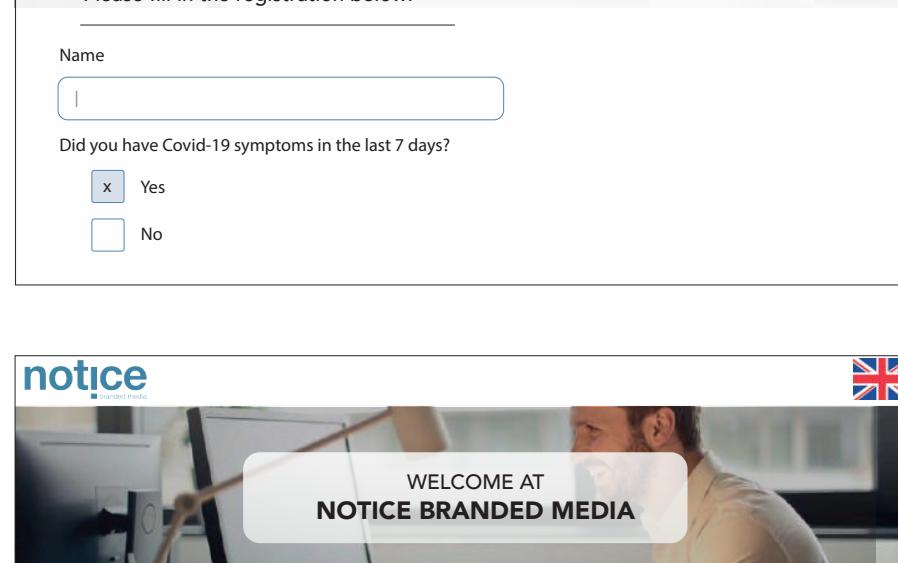
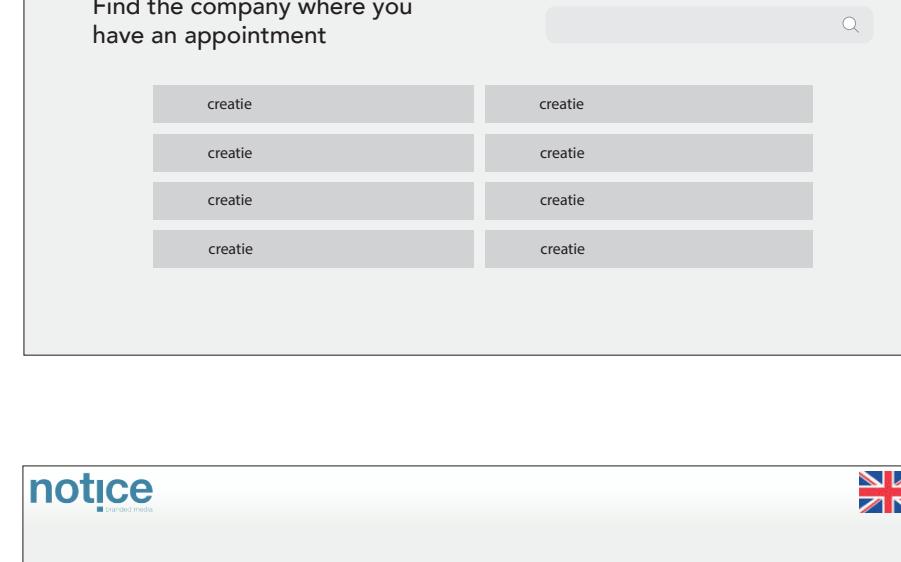
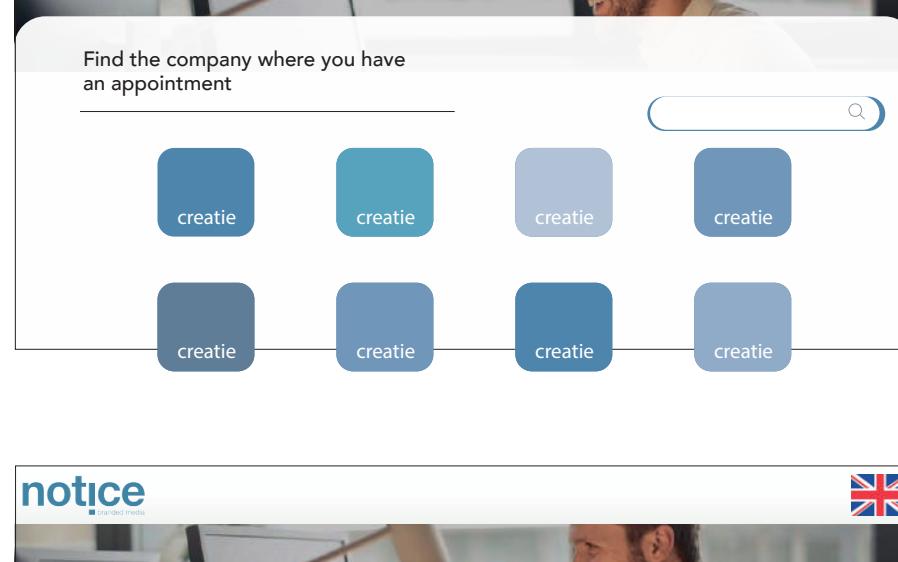
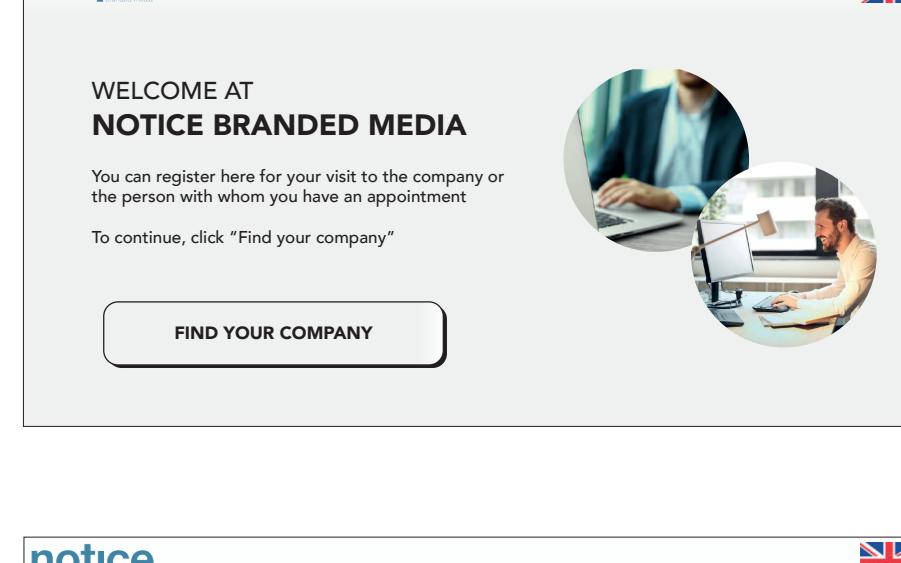
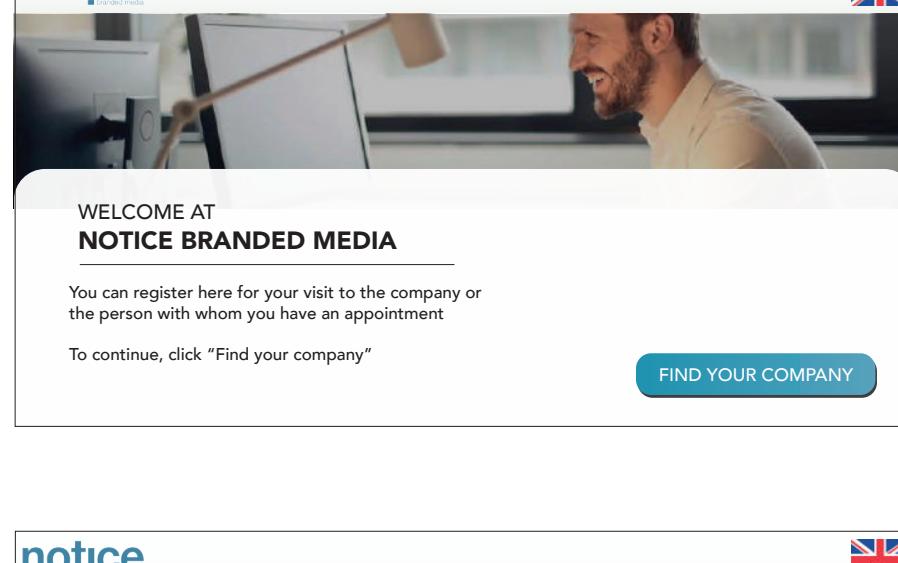
Yes

No

confirm

Samenvoegen eerste digitale designs

In de laatste stap voordat ik het aan mijn collega's liet zien heb ik deze drie elementen samengevoegd, om een meer totaal plaatje te creëren.



notice
branded media

WELCOME AT
NOTICE BRANDED MEDIA

You can register here for your visit to the company or the person with whom you have an appointment

To continue, click "Find your company"

FIND YOUR COMPANY

notice
branded media

WELCOME AT
NOTICE BRANDED MEDIA

You can register here for your visit to the company or the person with whom you have an appointment

To continue, click "Find your company"

FIND YOUR COMPANY

notice
branded media

Find the company where you have an appointment

creatie
creatie
creatie
creatie
creatie
creatie
creatie
creatie

notice
branded media

Find the company where you have an appointment

notice
branded media

Please fill in the registration below

Name _____
E-mailadress _____

Did you have Covid-19 symptoms in the last 7 days?
 Yes
 No

CONFIRM

notice
branded media

Find the company where you have an appointment

Name _____
E-mailadress _____

Did you have Covid-19 symptoms in the last 7 days?
 Yes
 No

notice
branded media

WELCOME AT
NOTICE BRANDED MEDIA

You can register here for your visit to the company or the person with whom you have an appointment

To continue, click "Find your company"

FIND YOUR COMPANY

notice
branded media

WELCOME AT
NOTICE BRANDED MEDIA

You can register here for your visit to the company or the person with whom you have an appointment

To continue, click "Find your company"

FIND YOUR COMPANY

notice
branded media

Find the company where you have an appointment

creatie info
creatie info
creatie info
creatie info
creatie info
creatie info

notice
branded media

Find the company where you have an appointment

CREATIE informatie over creatie
CREATIE informatie over creatie

notice
branded media

Find the company where you have an appointment

Name _____
E-mailadress _____

Did you have Covid-19 symptoms in the last 7 days?
 Yes
 No

notice
branded media

Find the company where you have an appointment

Name _____
E-mailadress _____

Did you have Covid-19 symptoms in the last 7 days?
 Yes
 No

Peer review

Uiteindelijk kwam de peer review, hier heb ik veel uit kunnen halen. Mijn collega's waren erg enthousiast en zagen dat ik de goede richting opging, echter had ik wel teveel bomen gemaakt waardoor het bos niet te zien was. Naast hulpvolle ontwerptips en mij meer laten nadenken over wat een developer zou kunnen maken, moest ik ook minder gaan maken en meer keuzes durven te zetten over wat mijn top designs waren om te laten zien. Hierdoor hadden we een nieuw plan ontwikkeld, dat ik mijn top drie ging kiezen, deze verbeteren en daarna weer terugkomen voor feedback.

Schaduw achter de knop = fan, laten zien dat het een knop is

Verschillende kleuren onhandig, klant geeft meestal max 2 kleuren mee

Cirkels zijn altijd goed, veilig

Geen grijs, lijkt teveel op oude iphone

Achtergrond golfje kan, maar dan zonder lijn, niet op de lijn

Meer witbalk geven voor bovending, voor als logo's ronder zijn

Bolletjes werken goed

Grijs met cirkels design het leukst volgens kasper

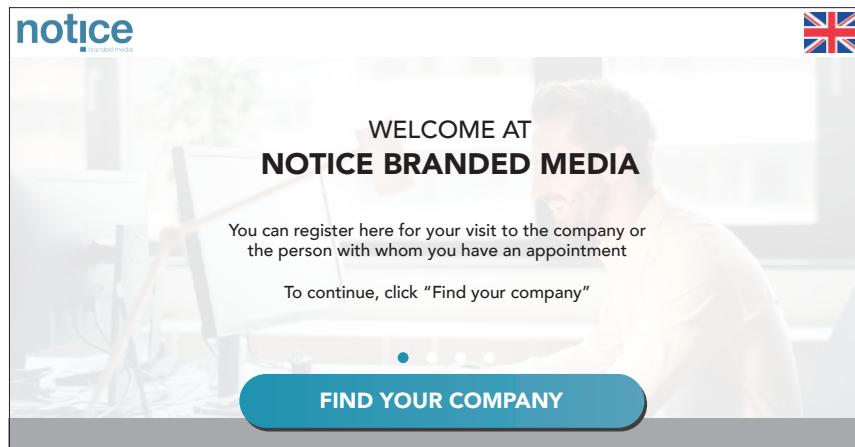
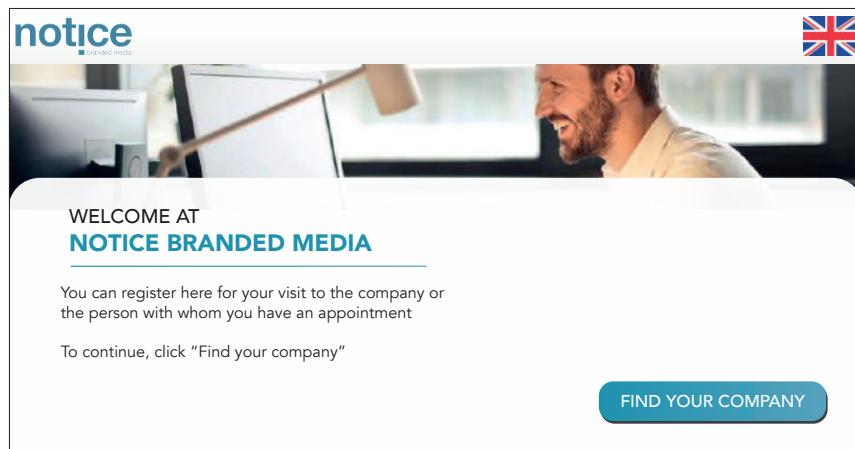
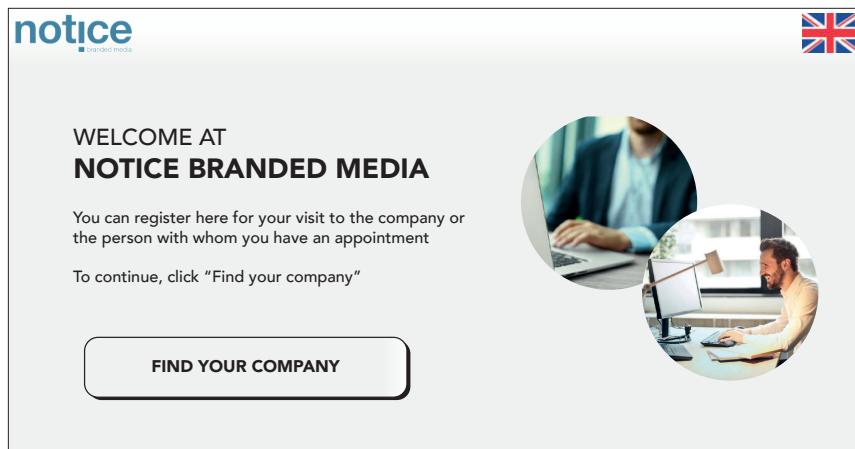
Inspiration Wall design

Eenmaal door het maken van de ontwerpen heen en van al het onderzoek dat ik had gemaakt, begon ik ideeën te krijgen. Deze heb ik opgeslagen in een Inspiration Wall zodat ik er altijd nog op kan terugkomen en zien hoe ik mijzelf heb verbeterd.



3 gekozen designs

Dit werden de drie ontwerpen waarop ik verder zou gaan. Naast persoonlijke voorkeuren van mij en mijn collega's, zijn ze ook alledrie erg verschillend en te maken voor een developer.



Vorderingen van design 1

notice
branded media

WELCOME AT
NOTICE BRANDED MEDIA

You can register here for your visit to the company or the person with whom you have an appointment

To continue, click "Find your company"

FIND YOUR COMPANY



BRITISH FLAG

notice
branded media

WELCOME AT
NOTICE BRANDED MEDIA

You can register here for your visit to the company or the person with whom you have an appointment

To continue, click "Find your company"

REGISTER APPOINTMENT **FIND LOCATION IN COMPANY**



BRITISH FLAG

notice
branded media

Welkom bij
Notice Branded Media

You can register here for your visit to the company or the person with whom you have an appointment

To continue, click "Find your company"

REGISTER APPOINTMENT **REGISTER APPOINTMENT**



BRITISH FLAG

notice
branded media

Welkom bij
Notice Branded Media

Je kan je hier zelfstandig registeren voor je bezoek of jezelf de weg laten wijzen in het gebouw.

Om verder te gaan, klik op 'afspraak registeren' of op 'plattegrond gebouw'

Afspraak registeren **Plattegrond gebouw**



BRITISH FLAG



notice
brand media

Find the company where you have an appointment

CREATIE
informatie over creatie

CREATIE
informatie over creatie

CREATIE
informatie over creatie

CREATIE
informatie over creatie

< >

notice
brand media

go back page

Click the person with who you have an appointment

...person you are looking for

Timmie K
All Designer

Amanda S
UX Designer

Marie E
Motion Designer

Matheo A
Motion Designer

< >

notice
brand media

go back page

Click the person with who you have an appointment

Creatie afdeling

...person you are looking for

Timmie Kunst
All Designer

Amanda Straten
UX Designer

Marie Egelman
Motion Designer

Matheo As
Motion Designer

< >

notice
brand media

go back page

Vindt de persoon met wie je een afspraak hebt

Creatie afdeling

...persoon naar wie je zoekt

Timmie Kunst
Animator

Amanda Straten
UX Designer

Marie Egelman
Motion Designer

Matheo As
Motion Designer

< >



Fill in the form

Name

E-mailadres

Did you have Covid-19 symptoms in the last 7 days?

Yes

No



Fill in the form

Name

E-mailadres

Did you have Covid-19 symptoms in the last 7 days?

Yes

No

CONFIRM



Fill in the form

Volledige naam

Emailadres

Heb je afgelopen 7 dagen Covid-19 symptonen gehad?

Ja

Nee

Akkoord



Vul hieronder het registratie formulier in

Volledige naam

Emailadres

Heb je afgelopen 7 dagen Covid-19 symptonen gehad?

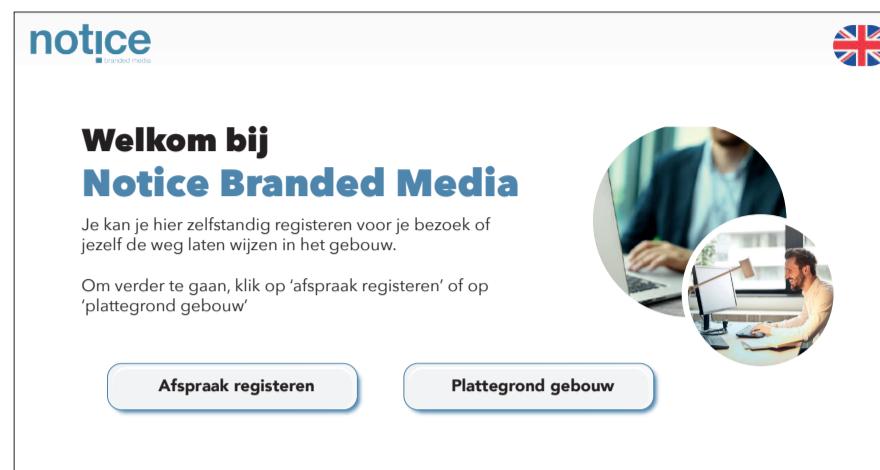
Ja

Nee

Akkoord

Deze ontwerpen zijn gemaakt op het moment dat organisatiestructuur versie 3 nog bovenaan stond

startscherm



keuze - personen

keuze - plekken

formulier

eindscherm

eindscherm

Vorderingen van design 2

The screenshot shows a mobile version of the Notice Branded Media website. At the top left is the 'notice branded media' logo, and at the top right is the British flag icon. Below the logo is a blurred background image of a man smiling. A white callout box contains the text: 'WELCOME AT NOTICE BRANDED MEDIA'. Underneath, it says: 'You can register here for your visit to the company or the person with whom you have an appointment'. Below that is the instruction: 'To continue, click "Find your company"' followed by a blue button labeled 'FIND YOUR COMPANY'.

The screenshot shows a mobile version of the Notice Branded Media website. At the top left is the 'notice branded media' logo, and at the top right is the British flag icon. Below the logo is a blurred background image of a man smiling. A white callout box contains the text: 'Welkom bij Notice Branded Media'. Underneath, it says: 'You can register here for your visit to the company or the person with whom you have an appointment'. Below that is the instruction: 'To continue, click "Find your company"' followed by two blue buttons labeled 'REGISTRATE APPOINTMENT'.

The screenshot shows a mobile version of the Notice Branded Media website. At the top left is the 'notice branded media' logo, and at the top right is the British flag icon. Below the logo is a blurred background image of a man smiling. A white callout box contains the text: 'Welkom bij Notice Branded Media'. Underneath, it says: 'Je kan je hier zelfstandig registeren voor je bezoek of jezelf de weg laten wijzen in het gebouw.' Below that is the instruction: 'Om verder te gaan, klik op 'afspraak registeren' of op 'plattegrond gebouw''. At the bottom are two blue buttons labeled 'Afspraak registeren' and 'Plattegrond gebouw'.

notice
branded media



Find the company where you have an appointment

creatie	creatie	creatie	creatie
creatie	creatie	creatie	creatie

notice
branded media



Find the person with whom you have an appointment

...person you are looking for

	Timmie Head of Creation				

notice
branded media

<- Person



Find the person with whom you have an appointment

...person you are looking for

Timmie Kunst All designer	Amanda Straten UX Designer	Marie Egelman Motion Designer	Matheo As Motion Designer	Timmie Kunst All designer
Marie Egelman Motion Designer	Matheo As Motion Designer	Timmie Kunst All designer	Amanda Straten UX Designer	Marie Egelman Motion Designer

notice
branded media

startscherf - Keuze personen



Vindt de persoon met wie je een afspraak hebt

...persoon naar wie je zoekt

Timmie Kunst All designer	Amanda Straten UX Designer	Marie Egelman Motion Designer	Matheo As Motion Designer	Timmie Kunst All designer
Marie Egelman Motion Designer	Matheo As Motion Designer	Timmie Kunst All designer	Amanda Straten UX Designer	Marie Egelman Motion Designer

notice
branded media

Please fill in the registration below

Name
E-mailadres

Did you have Covid-19 symptoms in the last 7 days?

Yes
 No

CONFIRM



notice
branded media

<- Formulier



Fill in the form

Je volledige naam

Emailadres

Heeft u de afgelopen 7 dagen Covid-19 symptonen ervaren?

Ja Nee

Akkoord

notice
branded media

keuze personen - **Formulier**



Vul hieronder het registratie formulier in

Je volledige naam

Emailadres

Heeft u de afgelopen 7 dagen Covid-19 symptonen ervaren?

Ja Nee

Akkoord

startscherm



keuze - personen

keuze - plekken

startscherm - Keuze personen

Vindt de persoon met wie je een afspraak hebt

Timmie Kunst All designer	Amanda Straten UX Designer	Marie Egelman Motion Designer	Matheo As Motion Designer	Timmie Kunst All designer
Marie Egelman Motion Designer	Matheo As Motion Designer	Timmie Kunst All designer	Amanda Straten UX Designer	Marie Egelman Motion Designer

startscherm - Keuze afdeling

Vindt de afdeling waarnaar je opzoek bent

Creatie	Fairview	Keuken	Toiletten	Creatie
Keuken	Toiletten	Creatie	Fairview	Keuken

formulier

keuze personen - Formulier

Vul hieronder het registratie formulier in

Je volledige naam

Emailadres

Heeft u de afgelopen 7 dagen Covid-19 symptonen ervaren?

Ja Nee

Akkoord

eindscherm

eindscherm

Bedankt voor het invullen

Je wordt zo snel mogelijk opgehaald. In de tussentijd kan je gebruik maken van onze wachtruimte en van onze wifi code.

Wifi: FreeWifi_Guest
Wachtwoord: 000abc

Terug naar beginscherm

Bekijk de plattegrond hierboven voor de weg

Maak gebruik van ons wifi netwerk om zo gemakkelijk de plattegrond met behulp van de QR code op de mobiel te plaatsen.

Wifi: FreeWifi_Guest
Wachtwoord: 000abc

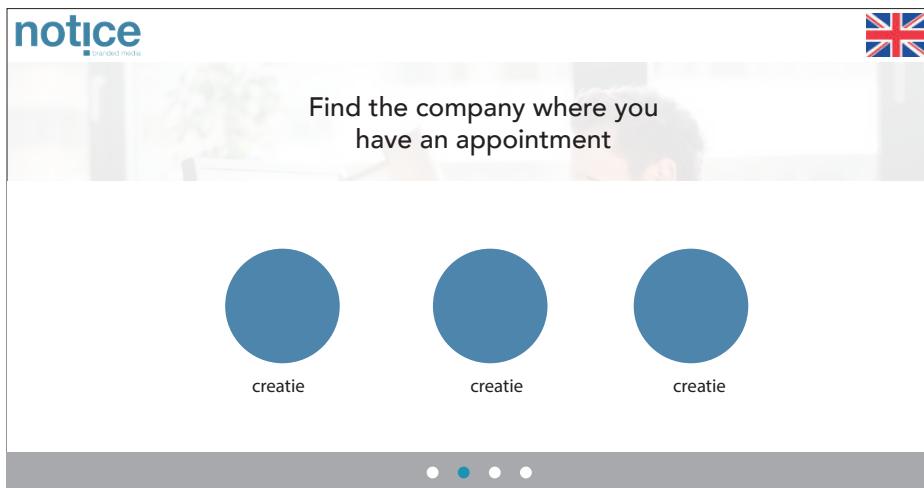
Terug naar beginscherm

Vorderingen van design 3

The screenshot shows the homepage of the Notice Branded Media website. At the top left is the 'notice' logo with the tagline 'branded media'. At the top right is the British flag icon. The main heading 'WELCOME AT NOTICE BRANDED MEDIA' is centered above a text block that reads: 'You can register here for your visit to the company or the person with whom you have an appointment'. Below this text is a button labeled 'FIND YOUR COMPANY'. The background features a blurred image of an office environment.

This screenshot shows a modified version of the homepage. The 'FIND YOUR COMPANY' button has been moved to the bottom of the page, appearing twice: once on the left side and once on the right side of the central content area. The rest of the layout, including the logo, main heading, and text block, remains the same as the first screenshot.

This screenshot shows another variation of the homepage. The 'FIND YOUR COMPANY' button has been removed from the bottom and placed directly below the main text block. The text block now includes a note: 'Je kan je hier zelfstandig registeren voor je bezoek of jezelf de weg laten wijzen in het gebouw.' and 'Om verder te gaan, klik op 'afspraak registeren' of op 'plattegrond gebouw''. The overall layout is more compact compared to the previous versions.



This screenshot shows a mobile application interface for 'notice branded media'. The top section is identical to the previous one, featuring the 'notice' logo, a blurred office background, and a teal-highlighted second dot in the navigation bar. The main content area has a curved blue header bar. Below it is a search bar with the placeholder '...person you are looking for' and a magnifying glass icon. The central part of the screen displays four profile cards, each with a small photo, the name, and job title: 'Timmie Kunst All Designer', 'Amanda Straten UX Designer', 'Marie Egelman Motion Designer', and 'Matheo As Motion Designer'. Navigation arrows ('<' and '>') are positioned on the left and right sides of the card row respectively.

This screenshot shows a mobile application interface for 'notice branded media', similar to the previous one but with a different header message. The top section includes the 'notice' logo, a blurred office background, and a teal-highlighted second dot in the navigation bar. The main content area has a different header message: 'Vindt de persoon met wie je een afspraak hebt' (Find the person with whom you have an appointment). Below this is a search bar with the placeholder '...persoon naar wie je zoekt' and a magnifying glass icon. The central part of the screen displays the same four profile cards as the previous interface: 'Timmie Kunst All Designer', 'Amanda Straten UX Designer', 'Marie Egelman Motion Designer', and 'Matheo As Motion Designer'. Navigation arrows ('<' and '>') are positioned on the left and right sides of the card row respectively.

notice
branded media

Please fill in the registration below:

Name

Did you have Covid-19 symptoms in the last 7 days?

Yes
 No

• • • •

notice
branded media

Fill in the form

Volledige naam

Emailadres

Heeft u de afgelopen 7 dagen Covid-19 symptonen ervaart?

Ja Nee

Akkoord

notice
branded media

Vul het registratie formulier in

Volledige naam

Emailadres

Heeft u de afgelopen 7 dagen Covid-19 symptonen ervaart?

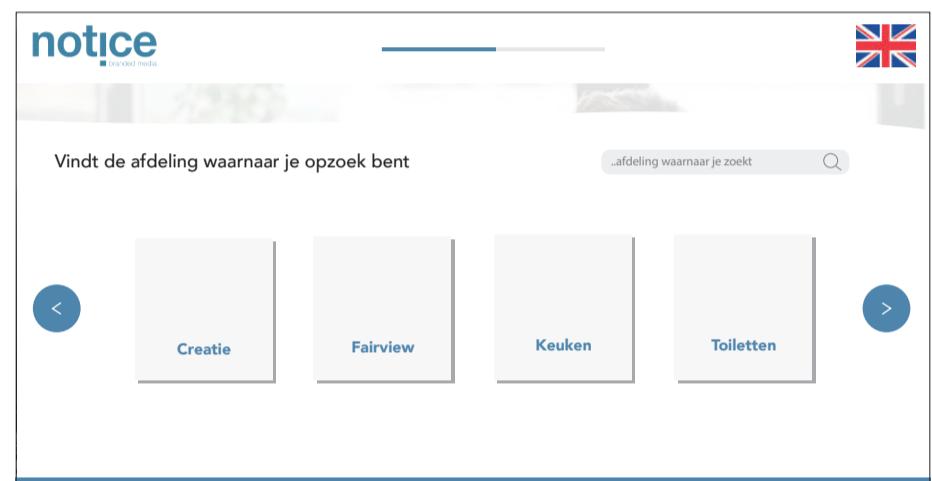
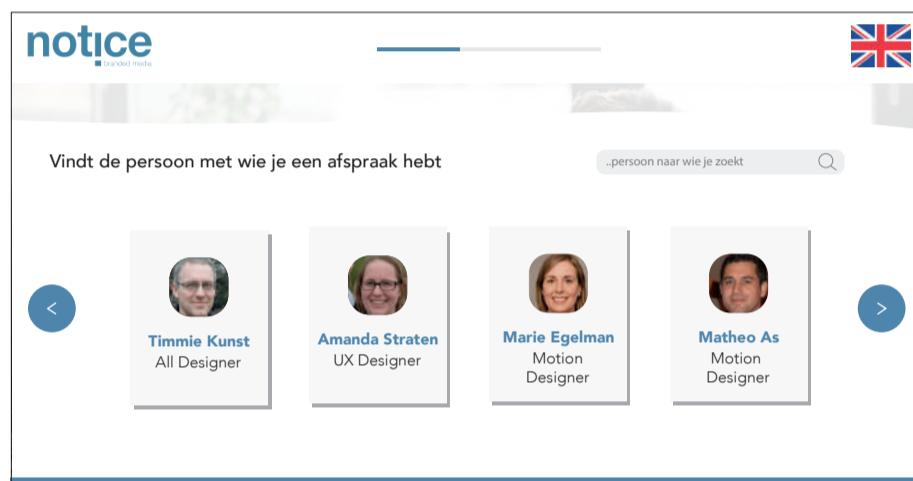
Ja Nee

AKKOORD

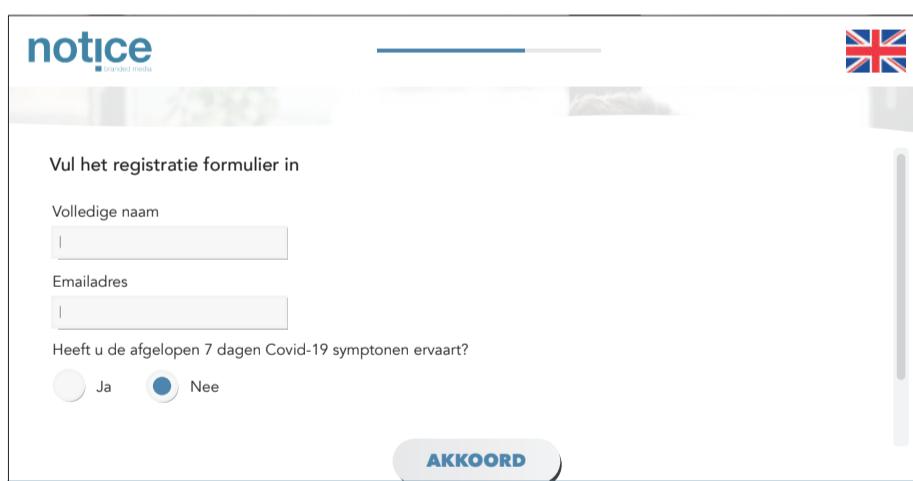
startscherm



keuze - personen



formulier



eindscherm



Peer review

De volgende ronde van feedback gebeurde ook digitaal. Wat positief was, was dat iedereen snel een keuze kon maken over een design, design 1. Die werd het best ontvangen en vond ik persoonlijk ook het leukst. Daarnaast was de feedback dat het font en de grootte nog niet lekker zaten, dat ik daarmee moest gaan leren spelen. En niet alleen bij het font, maar het design in het algemeen, kijken wat leuk is om toe te voegen, te veranderen of weg te halen. Als laatste kreeg ik ook te horen dat ik mijn design op de zuil op kantoor eens moest neerzetten. Dit geeft mij een beter idee van hoe het er in het echt uitziet, ook vooral met de verhoudingen van het scherm. Het aanpassen van design 1 en het neerzetten op de zuil werd mijn nieuwe plan.

1ste werkst best, sterkste design

licht kleur verschil werkt goed

font verbeteren (notice font)

taal cirkel of vierkant, keuze maken

verhouding tekstgrootte, moet stuk kleiner

go back geschreven tekst bovenaan moet weg (staat meestal ergens onder)

design 2 het minst

vooral design 2 buttons, te enthousiast

drop shadow lichter knop design 2

Notice font! Of anders Helvetica het meest safe

*3de design blokken saai, maar beter dan 2, snapte wel wat ik probeerde en dat was slim
klein strookje is lastig met afbeelding, je weet niet wat afbeelding is die erin zit en wat je dus ziet van de afbeelding*

Spelen met font grootte en lettertype, font erg belangrijk!

vragen designs op company locator kantoor neer te zetten

Verbeteren gekozen design

Op dit punt ging ik spelen met de designs, feedback verwerken en kijken hoe ik ze verder kon verbeteren

**Welkom bij
Notice Branded Media**

Je kan je hier zelfstandig registeren voor je bezoek of jezelf de weg laten wijzen in het gebouw.

Om verder te gaan, klik op 'afspraak registeren' of op 'plattegrond gebouw'

Afspraak registeren **Plattegrond gebouw >**

**Welkom bij
Notice Branded Media**

Je kan je hier zelfstandig registeren voor je bezoek of jezelf de weg laten wijzen in het gebouw.

Om verder te gaan, klik op 'afspraak registeren' of op 'plattegrond gebouw'

Afspraak registeren **Plattegrond gebouw**

Vindt de persoon met wie je een afspraak hebt

Creatie afdeling

...persoon naar wie je zoekt

Timmie Kunst Animator	Marie Egelman Motion Designer
Amanda Straten UX Designer	Matheo As Motion Designer

Vindt de persoon met wie je een afspraak hebt

Creatie afdeling

...persoon naar wie je zoekt

Timmie Kunst Animator	Marie Egelman Motion Designer
Amanda Straten UX Designer	Matheo As Motion Designer

Vul hieronder het registratie formulier in

Volledige naam

Emailadres

Heb je afgelopen 7 dagen Covid-19 symptonen gehad?

Ja
 Nee

Akkoord

Vul hieronder het registratie formulier in

Volledige naam

Emailadres

Heb je afgelopen 7 dagen Covid-19 symptonen gehad?

Ja
 Nee

Akkoord

Bedankt voor het invullen

Je wordt zo snel mogelijk opgehaald.
In de tussentijd kan je gebruik maken van onze wachtruimte en onze wifi code.

Wifi: FreeWifi_Guest
Wachtwoord: 000abc

Terug naar beginscherm

Het scherm zal automatisch na 30 seconden terugkeren

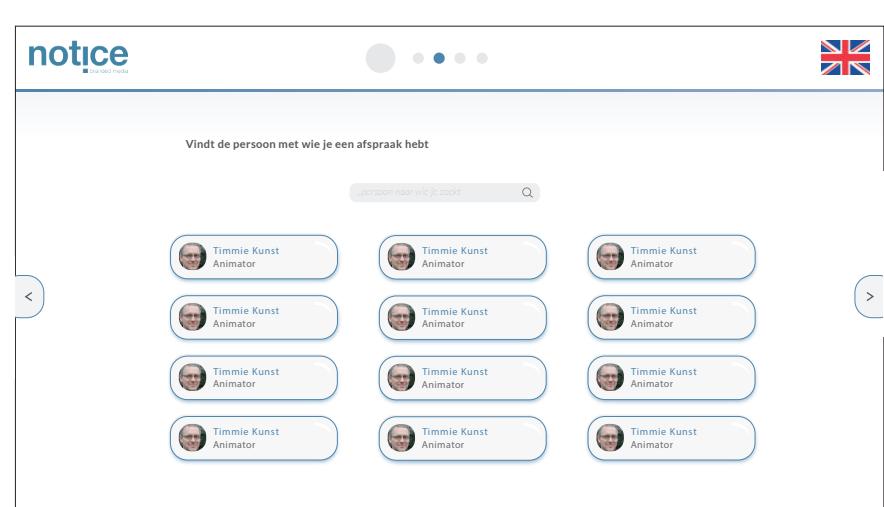
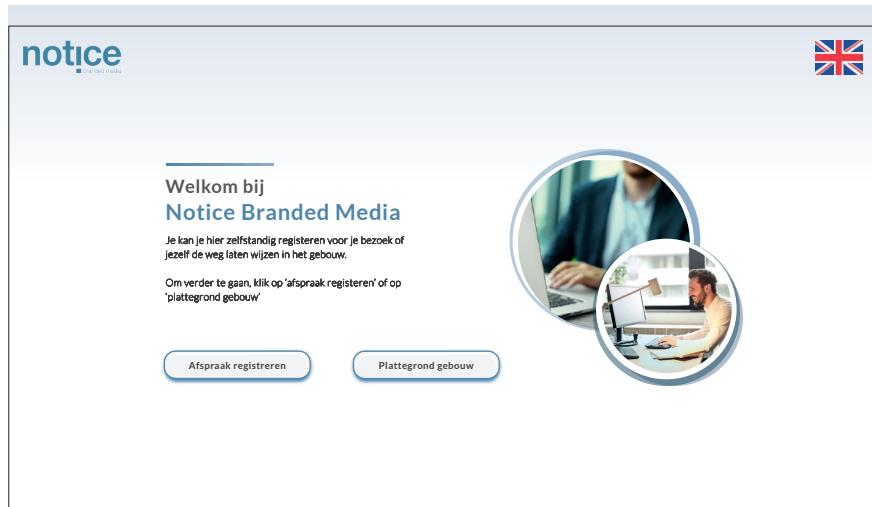
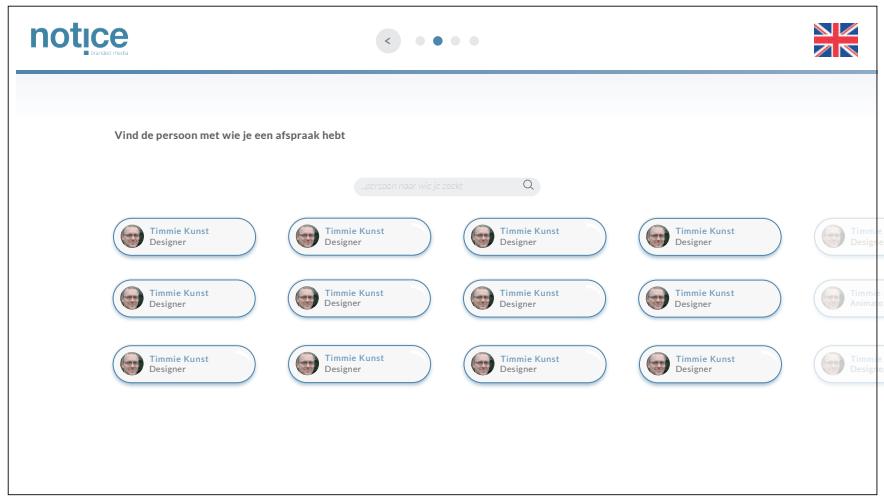
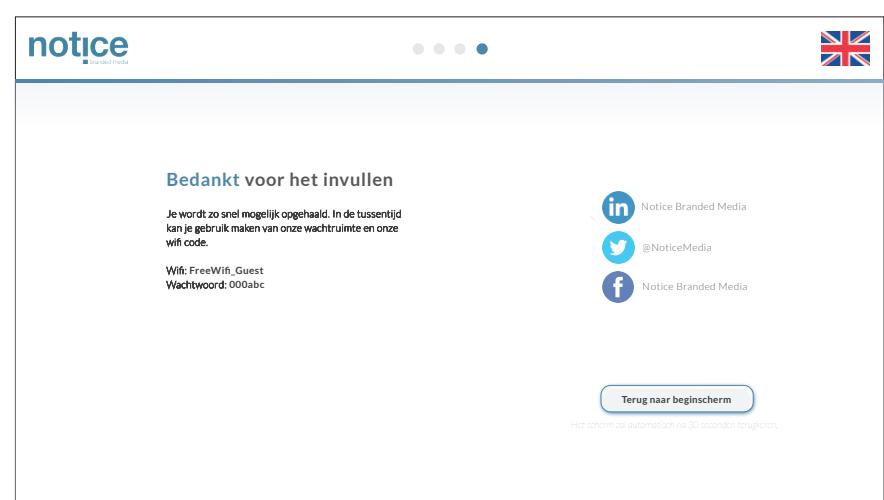
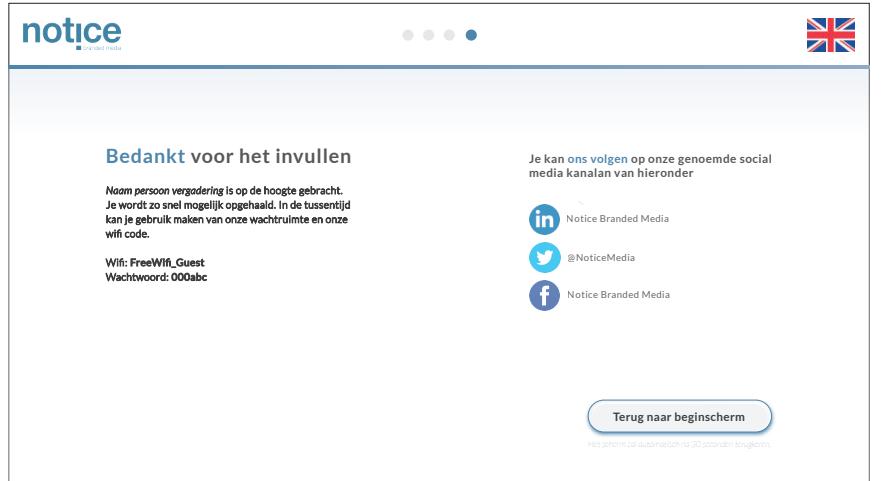
**Welkom bij
Notice Branded Media**

Je kan je hier zelfstandig registeren voor je bezoek of jezelf de weg laten wijzen in het gebouw.

Om verder te gaan, klik op 'afspraak registeren' of op 'plattegrond gebouw'

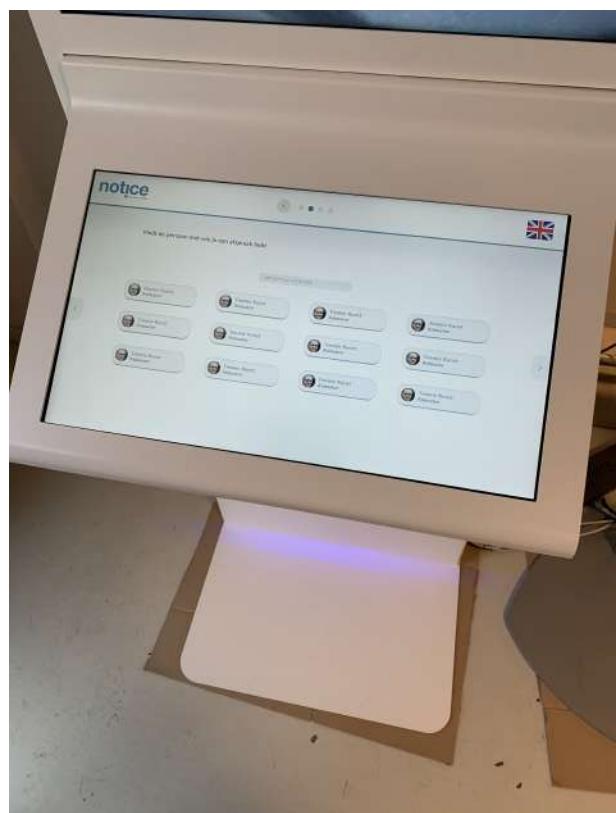
Afspraak registeren **Plattegrond gebouw**

Na bij de vorige schermen feedback van Kasper te vragen, vertelde hij dat het font nog steeds te groot was en dingetjes hier en daar nog beter konden. Dit is het resultaat van die feedback:

Schermen op de Company Locator

De schermen op de zuil dag was aangekomen en ik was samen met Kasper op kantoor. We hebben beide naar de schermen gekeken en besloten dat het hier en daar nog wat beter kon, zoals de fontgrootte weer, pijltjes in het keuzemenu en de bolletjes.



Nog meer verbeteren gekozen design

Scherm 1: Beginpagina

The screenshot shows the homepage of Notice Branded Media. It features a blue header with the logo 'notice' and 'Branded media'. Below the header is a large circular profile picture of a person working at a desk. To the left of the profile picture, there is a welcome message: 'Welkom bij Notice Branded Media' and 'Je kan je hier zelfstandig registeren voor je bezoek met een bedrijf in dit gebouw.' Below this message is a button labeled 'Zoek je bedrijf'.

Scherm 2.1: Bedrijf kiezen veel opties

This screenshot shows a list of many identical 'Notice Branded Media' buttons arranged in a grid. Above the grid, there is a search bar with the placeholder text '...bedrijf naai waar je zoekt' and a magnifying glass icon. To the right of the search bar, there are navigation arrows and a progress indicator.

Scherm 2.2: Bedrijf kiezen minder opties

This screenshot shows a list of two company options: 'Notice Branded Media' and 'Fairview'. Above the list, there is a search bar with the placeholder text '...bedrijf naai waar je zoekt' and a magnifying glass icon. To the right of the search bar, there are navigation arrows and a progress indicator.

Scherm 3.1: Persoon afspraak vinden / formulier invullen

This screenshot shows a search interface for finding a person. It features a search bar with the placeholder text 'Met wie in Notice Branded Media heb je een afspraak?' and a magnifying glass icon. Below the search bar, there is a text input field labeled 'Naam persoon' with the placeholder text 'T'.

Scherm 3.2: Persoon afspraak vinden / formulier invullen

This screenshot shows a dropdown menu for selecting a person. The input field contains the letter 'T'. Below the input field, a list of three people is shown: 'Tiana van Dijk Motion Designer', 'Tim Vanger Manager', and 'Timmie Kunst Designer'. Each item in the list includes a small profile picture.

Scherm 3.3: Persoon afspraak vinden / formulier invullen

This screenshot shows a detailed registration form. At the top, it asks 'Met wie in Notice Branded Media heb je een afspraak?' with the input field containing 'Timmie Kunst'. Below this, there are fields for 'Volledige naam' (with placeholder 'Timmie Kunst') and 'Emailadres' (with placeholder 'timmiekunst@timmiekunst.com'). There are also two questions with radio buttons: 'Heb je afgelopen 7 dagen Covid-19 symptonen ervaart?' (Ja or Nee) and 'Heb je een huisgenoot die koorts of klachten van benauwdheid heeft?' (Ja or Nee).

Scherm 3.4: Persoon afspraak vinden / formulier invullen

This screenshot shows the final step of the registration process. The input field 'Naam persoon' now contains 'Timmie Kunst'. Below it, there is a section titled 'Vul als laatste hieronder het registratie formulier in' with fields for 'Volledige naam' (placeholder 'Greet van Vis') and 'Emailadres' (placeholder 'greetvanvis@gmail.com'). At the bottom, there are two questions with radio buttons: 'Heb je afgelopen 7 dagen Covid-19 symptonen ervaart?' (Ja or Nee) and 'Heb je een huisgenoot die koorts of klachten van benauwdheid heeft?' (Ja or Nee). A large blue button labeled 'Akkoord' is positioned at the bottom right.

Scherm 4: Eindscherm

This screenshot shows the final confirmation screen. It features a blue header with the logo 'notice' and 'Branded media'. The main content area has a heading 'Bedankt voor het invullen' and a message: 'Timmie Kunst is op de hoogte gebracht. Je wordt zo snel mogelijk opgehaald. In de tussentijd kan je gebruik maken van onze wachtruimte en onze wifi code.' Below this message, it lists the WiFi details: 'Wifi: FreeWifi_Guest' and 'Wachtwoord: 000abc'. To the right, there is a section for social media links: 'Je kan ons volgen op onze genoemde social media kanalen van hieronder' with icons for LinkedIn, Twitter, and Facebook. At the bottom right, there is a blue button labeled 'Terug naar beginscherm'.

Naast elementen verbeteren ben ik ook weer dingen gaan uitproberen:

The image displays a 2x5 grid of wireframe prototypes for a website, specifically for 'Notice Branded Media'. The prototypes are arranged in two columns and five rows. Each prototype features a blue header bar with the 'notice' logo and a British flag icon. The content varies across the prototypes, showing different sections like 'Welkom bij Notice Branded Media', social media links (LinkedIn, Twitter, Facebook), and a registration form. The prototypes illustrate various design iterations and user interface concepts.

Peer review

Na de laatste schermen door te sturen kreeg ik digitaal via berichtjes feedback, omdat er geen tijd was voor een digitale meeting. Na deze feedback was ik erg dicht bij het eindresultaat, het enige wat nog nodig was waren het ontwerpen van verschillende states.

"@Anouk Vreeburg ziet er goed uit.

paar comments:

- knop "zoek bedrijf" en "terug naar beginscherm" zijn dubbel. volgens mij zijn het 2 knoppen op elkaar.
- de subtiele teksten zoals onder de "terug naar beginscherm" en bij invulvlakken zijn nu wit met een lichtgrijze dropshadow denk ik. dit zou ik voor de leesbaarheid gewoon grijs doen.
- klein detail maar het is denk ik bezoek "aan" ipv "met" en registreren mist een R.

Ik loop ook nog even langs Timo om te kijken of er op technisch vlak nog iets geeks te vinden is en dat laat ik je hier zo even weten.

REPLY

12:05

@Anouk Vreeburg Timo ziet niks geeks dus dat zit goed"

States toevoegen

Ideal State

Het perfecte plaatje van het product, er gaat niks fout en er is veel content te zien

notice
branded media

Naam persoon: Timmie Kunst

Vul als laatste hieronder het registratie formulier in

Volledige naam: Greet van Vis

Emailadres: greetvanvis@gmail.com

Heb je afgelopen 7 dagen Covid-19 symptonen ervaart?

Ja
 Nee

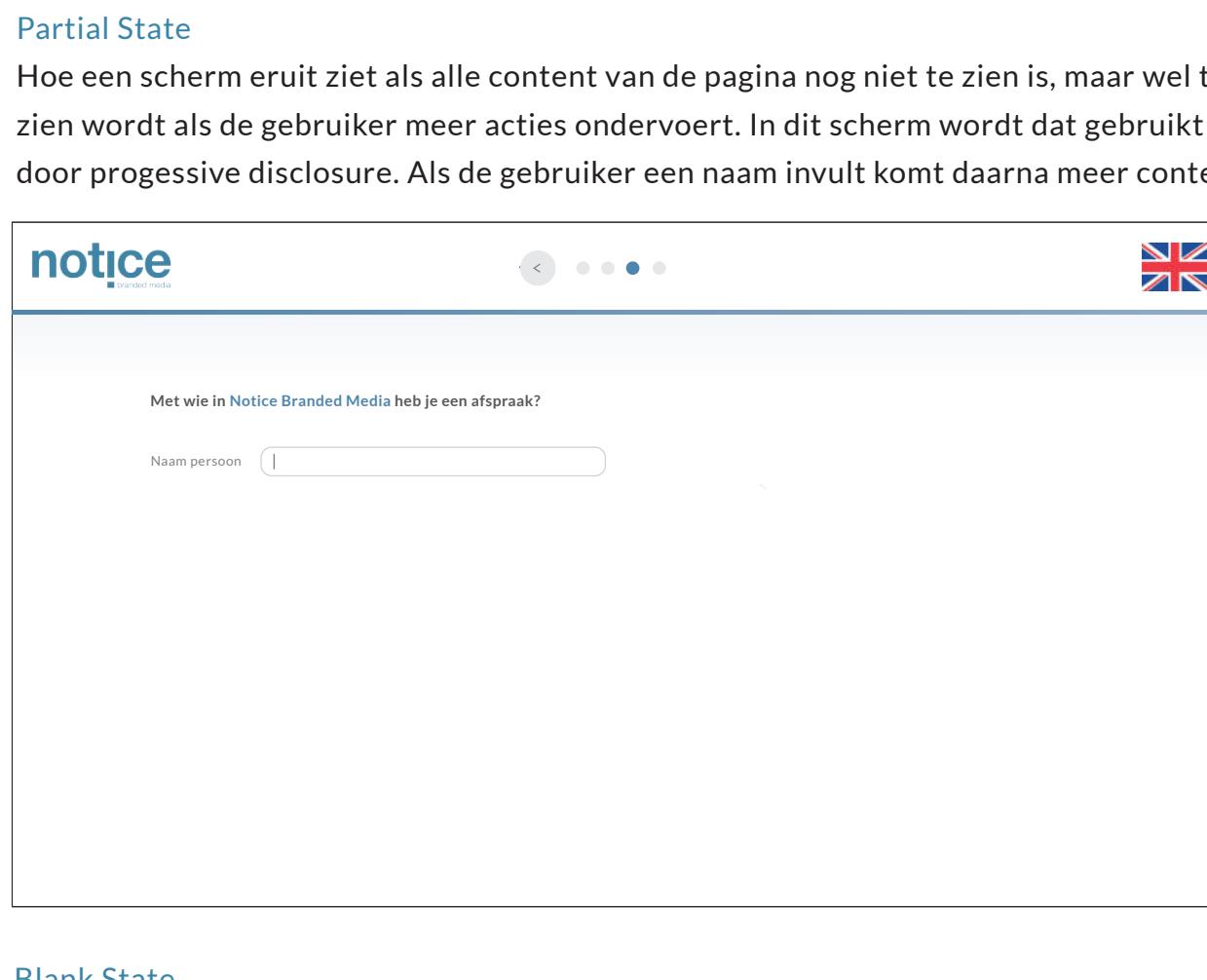
Heb je een huisgenoot die koorts of klachten van benauwdheid heeft?

Ja
 Nee

Akkoord

Loading State

Wat de gebruiker te zien krijgt tijdens het laden (als het laden niet direct gaat). Het balkje bovenaan zal van links naar rechts gaan, met de pagina meeladen, en er kan eventueel nog een extra visuele hulp worden getoond in het midden dat er wordt geladen.



Partial State

Hoe een scherm eruit ziet als alle content van de pagina nog niet te zien is, maar wel te zien wordt als de gebruiker meer acties ondervooert. In dit scherm wordt dat gebruikt door progressive disclosure. Als de gebruiker een naam invult komt daarna meer content.

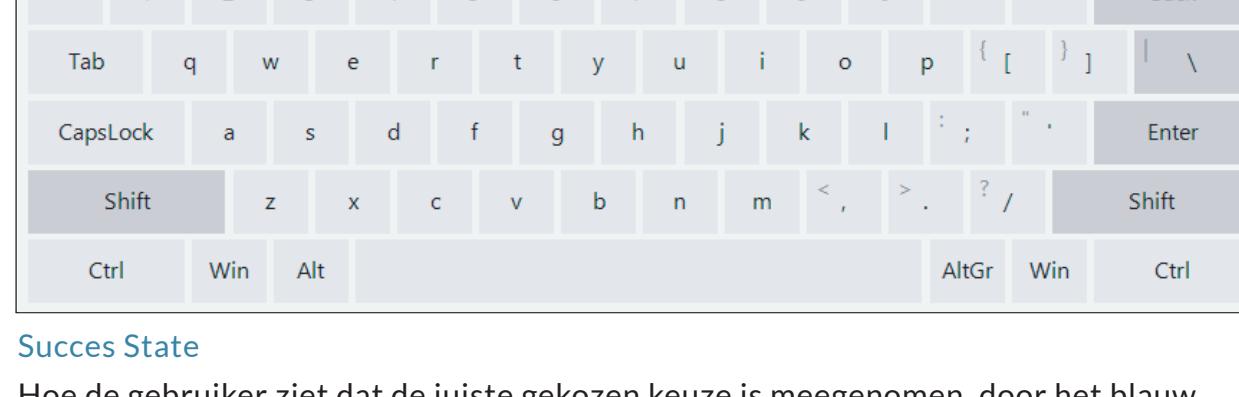
notice
branded media

Met wie in Notice Branded Media heb je een afspraak?

Naam persoon: [empty input]

Blank State

Het scherm dat de gebruiker te zien krijgt als hij of zij als eerst begint met het product



Blank State

Wat de gebruiker te zien krijgt als een zoekwoord niks oplevert. Als er geen voorgestelde namen zijn met het zoekwoord, dan zullen er simpelweg geen voorgestelde namen zijn.



Succes State

Hoe de gebruiker ziet dat de juiste gekozen keuze is meegenomen, door het blauw te vinken op de volgende pagina (zie Timmie Kunst). Of door er een blauw streepje onder te zetten zoals in het formulier.



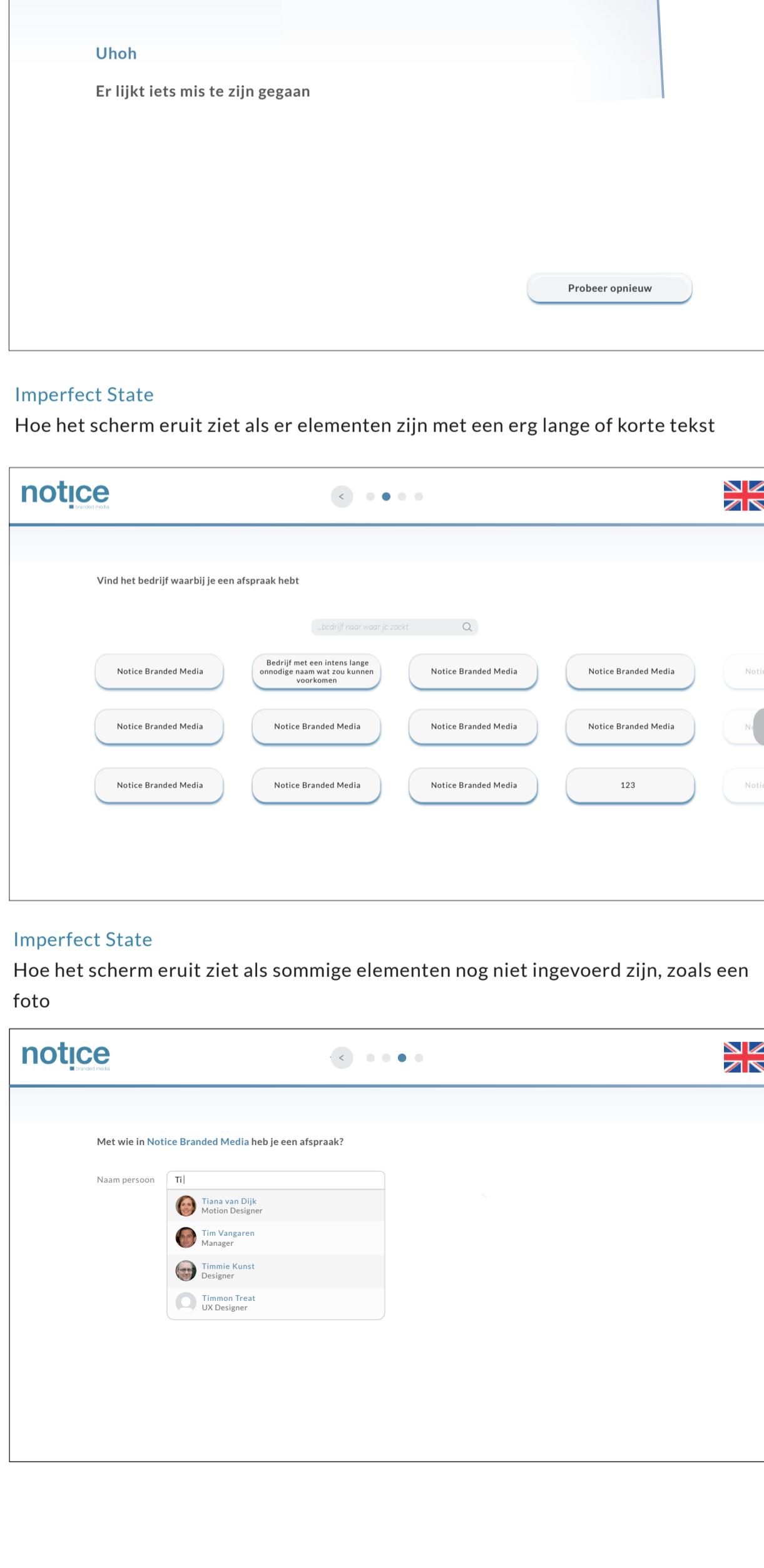
Error State

Wat de gebruiker te zien krijgt als er iets fout is getjept in het formulier

The screenshot shows a registration form for 'notice branded media'. At the top, there's a logo and a navigation bar with a British flag icon. The form fields include 'Naam persoon' (Timmie Kunst) and 'Vul als laatste hieronder het registratie formulier in'. Below these, 'Volledige naam' (Greet van Vis) is entered. In the 'Emailadres' field (greetvanvis@gmail.com), a red error message 'Er is iets fout gegaan' (Something went wrong) appears next to the input field. There are two questions with radio button options: 'Heb je afgelopen 7 dagen Covid-19 symptonen ervaart?' (Ja or Nee) and 'Heb je een huisgenoot die koorts of klachten van benauwdheid heeft?' (Ja or Nee). A blue 'Akkoord' button is located on the right side of the form.

Error State

Wat de gebruiker te zien krijgt als de pagina niet goed wilt laden of er iets fout is gegaan



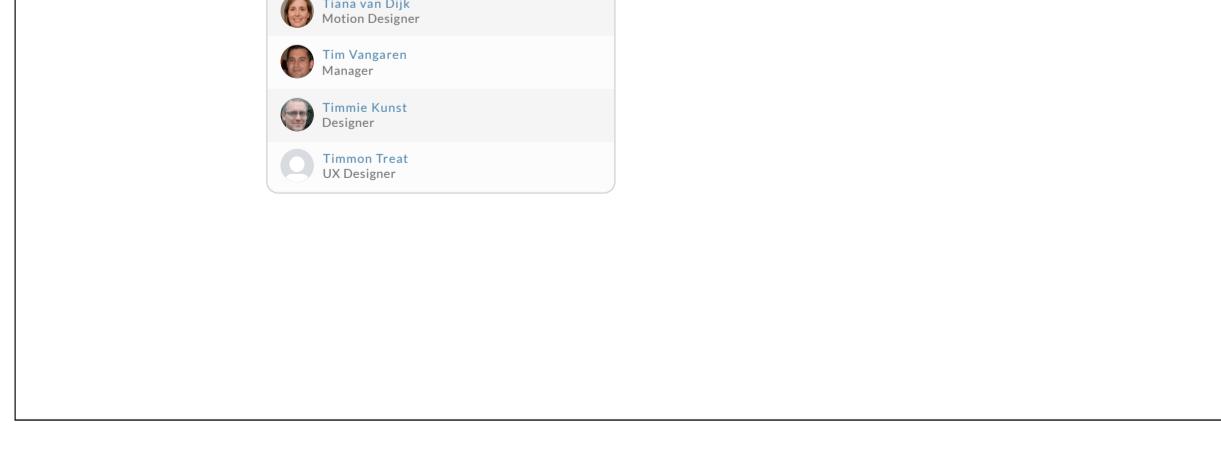
Imperfect State

Hoe het scherm eruit ziet als er elementen zijn met een erg lange of korte tekst



Imperfect State

Hoe het scherm eruit ziet als sommige elementen nog niet ingevoerd zijn, zoals een foto



Laatste schermen

Scherm 1: Beginpagina

Scherm 2.1: Bedrijf kiezen veel opties

Scherm 2.2: Bedrijf kiezen minder opties

Scherm 3.1: Persoon afspraak vinden / formulier invullen

Scherm 3.2: Persoon afspraak vinden / formulier invullen

Scherm 3.3: Persoon afspraak vinden / formulier invullen

Scherm 3.4: Persoon afspraak vinden / formulier invullen

Scherm 4: Eindscherm



Proof of Concept

Na veel onderzoek en ontwerpen te hebben gedaan is het tijd voor het belangrijkste onderdeel, testen uitvoeren.

“Demonstrate the desirability or the feasibility of your idea or design.”

Nu aangekomen bij mijn eerste versie van mijn eindversie zal ik het in InVision gooien, zodat het kan worden getest. Dit ga ik doen zodat ik kan checken of ik echt tevreden ben met mijn eindversie en belangrijkst of de gebruikers er tevreden mee zijn. Ook geeft het een meting van of alle punten zijn behaald. Met behulp van een Proof of Concept loop ik het proces af en wat ik verwacht van de testen.

Het idee

De nieuwe schermen van de Company Locator gaan testen. Er zijn nieuwe schermen gemaakt, omdat de oude niet meer goed zouden passen en functioneren met de nieuwe functies van de zuil. Hierdoor kwam het idee om een kleine reboot ervan te maken. Deze reboot heb ik op mij genomen, door veel onderzoek en ontwerpen te maken wil ik nu mijn resultaat gaan testen.

Plan concept project

Vanwege de corona situatie zal fysiek testen lastig gaan. Hierdoor is mijn plan om vooral via videocallen te gaan testen, wel heb ik een paar uitzonderingen, zoals mensen bij mij thuis en mensen op stage. In de loop van meerdere weken wil ik deze testen gaan uitvoeren, de vragen en de designs zelf kunnen licht worden aangepast naarmate met de test mee, maar zal nooit drastisch gaan veranderen. Het plan is om minimaal vijf testen te hebben afgenumen en om voldoende resultaat te kunnen ontvangen om zo ook verder te kunnen gaan, met verbeteren en of daarna akkoord geven.

Verwachtingen van het plan

Ik verwacht dat veel mensen dezelfde reacties zullen hebben op de vragen, omdat veel fouten al zijn verwijderd door veel feedback van collega's van het bedrijf. Echter kan er altijd nog wat links uit de hoek vallen of een andere interessante mening naar bovenkomen, dus ik verwacht wel nieuwe dingen te gaan leren.

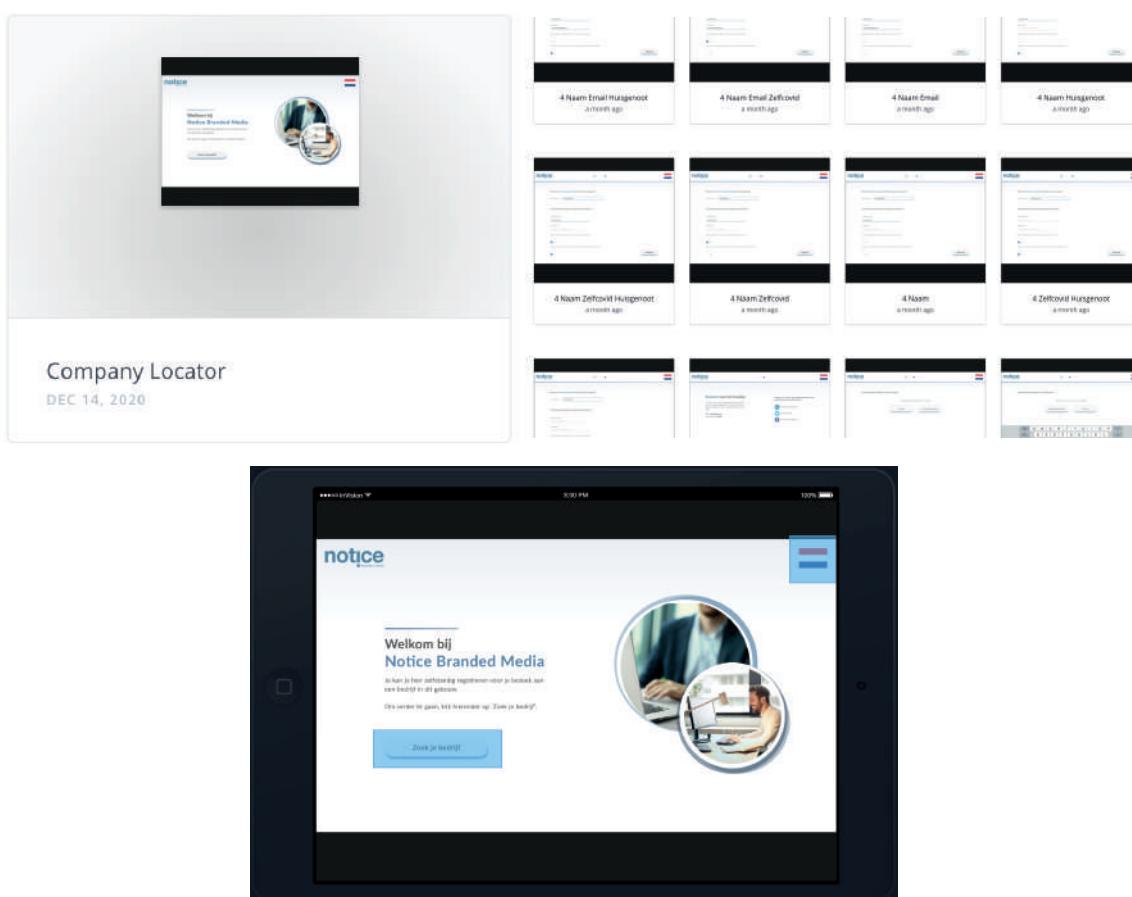


Hoe ik me voorbereid

Ik heb me hiervoor voorbereid door eerst meerdere keren mijn design te laten beoordelen door collega's. Met deze feedback heb ik veel stappen in mijn design kunnen zetten, en toen hun feedback ook redelijk stil viel besloten we dus om het te gaan testen met mensen die de designs nog nooit hebben gezien. Maar voordat ik ook maar kon beginnen met testen, moest ik eerst de designs soort van fysiek naar de tester kunnen brengen. Dit heb ik gedaan door de designs in Invision te zetten, dit is een programma waarbij je klikpunten kunt plaatsen op je design om er zo doorheen te lopen. Dit design valt goed op een iPad, wat dat lijkt het meest op het scherm van de zuil en naast de iPad kan het ook online worden bekeken en geklikt met behulp van een link. Daarnaast is het ook belangrijk om een testplan op te stellen, anders weet je niet wat je moet doen tijdens de test. Dit plan ben ik na mijn Invision stap wezen maken.

Bouwen van het plan

Testplan en Invision schermen.



Testen

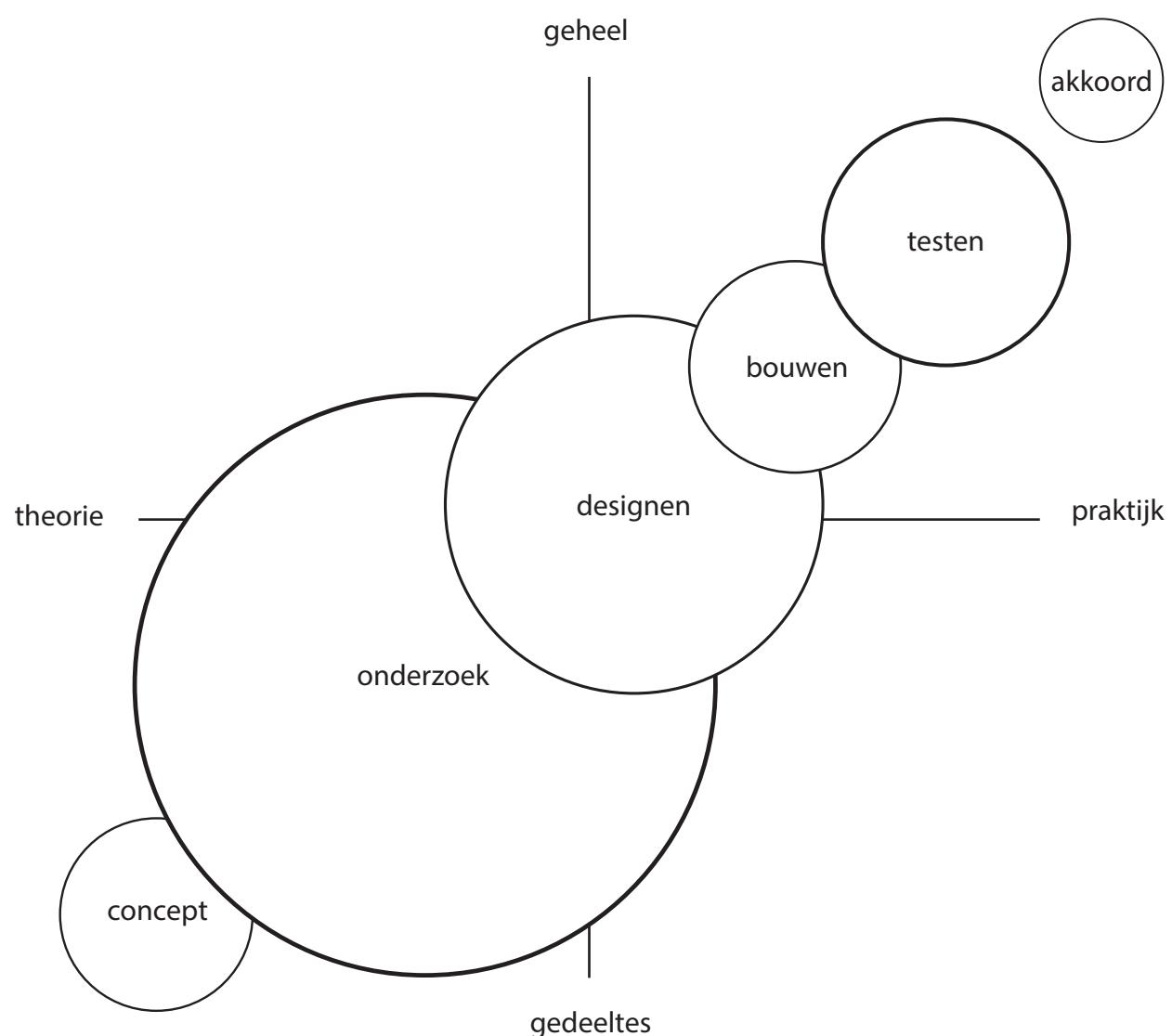
Zie de komende pagina's.



Het analyseren

Ik zal de testen gaan analyseren met behulp van het testplan en de resultaten, dat wordt neergezet in een usability test. Daarna ga ik deze resultaten ook nog meer uitspitsen met behulp van een Task Analysis en een Empathy Map, om hierdoor zo goed mogelijk de tester te kunnen begrijpen en van te kunnen leren.

Een figuur dat het proces simpel en kort laat zien:





Testplan

Voordat ik begin met testen moet ik eerst een testplan opstellen. Met behulp van een testplan ga ik voorbereid de test in, dan weet ik wat ik wil vragen aan de gebruiker en waar ik achter wil gaan komen.

Aanleiding

Ik wil gaan testen om te kijken of mijn nieuwe designs lekker loopt bij de testers, op gebied van design, inhoud en structuur. Ik hoop de fouten eruit te kunnen halen die ik als ontwerper over het hoofd heb gezien. Ook hoop ik positieve resultaten te krijgen van de testers, om zo een sein te krijgen dat ik de goede kant opga en of al ben.

Aanpak

Onderzoeks vragen:

- Snapt de gebruiker het doel van het product?
- Weet de gebruiker waar op te drukken?
- Is het stappenplan voor de gebruiker duidelijk?
- Zou de gebruiker iets veranderen aan de structuur of volgorde van de schermen?
- Kan de gebruiker alles uitvoeren zonder extra uitleg?
- Hoelang doet de gebruiker er ongeveer over, in het geheel en per scherm?
- Wat is het gedrag van de gebruiker? Gezichtsuitdrukking/houding, negatief of positief?

Onderzoeksopzet

1. Tester uitnodigen
2. Vertellen wat de Company Locator is
3. Doel aan de tester vertellen, wat je gaat testen
4. Tester laten beginnen met klikken door de Invision schermen (mag zelf niet meer praten en of helpen)
5. Aantekeningen maken van wat de gebruiker doet op het scherm en wat hij of zij hardop nadenkt
6. Zodra de schermen klaar zijn ga ik de tester wat vragen stellen

Vragen aan de testers

- Wat vond je van de Company Locator zuil, algemeen?
- Wat was je eerste indruk toen ik je vertelde wat het was en wat je ging testen?
- Denk je dat dit beter is dan het fysieke receptie aanmelden?



- Was er een onderdeel in de structuur wat je niet fijn vond, hoe zou je dat veranderen?
- En was er een onderdeel dat je juist heel fijn vond en meer zou willen terugzien?
- Waren de schermen op eerste blik duidelijk en snel te begrijpen?
- Zou je de Company Locator nog een keer willen gebruiken?
- Leidde het design je teveel af, of was het juist te saai of precies goed?
- Vond je het teveel stappen om aan te melden, of juist te weinig of precies goed?

Benodigde middelen en tijd

- Invision account voor de schermen
- Geen minimale en maximale tijd
- Een iPad om het op te testen of een Invision link
- Een tester

Documenteren en verwerking

- Visueel documenteren, film of foto
- Tijdens de test opschrijven wat ik zie en hoor
- En na de test antwoorden van de vragen documenteren

Mijn taken

Schermen maken en indienen Invision, uitleggen, observeren, vragen stellen en documenteren



Usability Testing 1

Tester: Marjolein Vreeburg, 57 jaar, onbekend met de Company Locator

Voor de test heb ik mijn tester uitgelegd wat ze gaat testen. Hierbij het ik verteld wat de Company Locator ongeveer inhoudt, met een foto van de zuil te laten zien. Ook heb ik daarbij de link gemaakt dat op een iPad scherm wordt getest, met behulp van de applicatie Invision, wat natuurlijk een stukje kleiner is dan de zuilscherm zelf, dus als het font te klein lijkt, dan weet ze waarom. Na de basisinformatie kon de test beginnen:



Mijn tester ging vrij snel door alle schermen heen, het leek alsof ze het in 1 keer begreep wat moest worden gedaan. Daarnaast leesde ze hardop de zinnetjes voor en tikte ze daarna verder en nam ze nog een slokje wijn.

Antwoorden vragen:

1. Wat vond je van de Company Locator zuil, algemeen?

Ziet er verzorgd, strak en professioneel uit

2. Wat was je eerste indruk toen ik je vertelde wat het was en wat je ging testen?

Handig, praktisch, heb op mijn werk ook een kleine versie voor aanmelden medewerkers

3. Denk je dat dit beter is dan het fysieke receptie aanmelden?

Ja, mits het goed werkt, dat scheelt weer wachten tot de receptionist klaar is

4. Was er een onderdeel in de structuur wat je niet fijn vond, hoe zou je dat veran-



deren?

Nee, alles was in 1x duidelijk, geen ingewikkelde structuur

5. En was er een onderdeel dat je juist heel fijn vond en meer zou willen terugzien?

Kan niet op het moment iets bedenken dat eruit sprong

6. Waren de schermen op eerste blik duidelijk en snel te begrijpen?

Jazeker

7. Zou je de Company Locator nog een keer willen gebruiken?

Ja hoor, het is handig, doet direct wat je wilt dat het doet als je een afspraak hebt

8. Leidde het design je teveel af, of was het juist te saai of precies goed?

Precies goed, mooi strak

9. Vond je het teveel stappen om aan te melden, of juist te weinig of precies goed?

Emailadres lijkt mij overbodig, voor de rest stappen perfect, snap dat Timmie wilt weten wie er is en de Covid-19 vragen

Opvallende punten:

- Ze drukte op de taalknop, maar was helemaal vergeten die te maken
- Thuisknop was niet duidelijk (logo)
- 30 seconden is lang genoeg voor het laatste scherm, hoeft niet langer
- Rondjes bovenaan pagina waren in 1 keer duidelijk en ze had door wat ze betekende
- Ontwerp geeft ook een rustig gevoel
- Had volgens mij niet in 1x door dat er een naam moest worden ingevuld bij persoon zoeken

Geobserveerde onderzoeksvragen:

1. Snapt de gebruiker het doel van het product?

Ja, dit was in 1x duidelijk, ik denk omdat ze al ervaring had met een soortgelijk product van werk

2. Weet de gebruiker waar op te drukken?

Ja ook direct, later nog te horen gekregen dat de schaduwen onder de knoppen leuk waren.

3. Is het stappenplan voor de gebruiker duidelijk?

Ja, het was logisch om te gaan van bedrijf -> persoon -> formulier

4. Zou de gebruiker iets veranderen aan de structuur of volgorde van de schermen?

Nee, dat kwam niet ter sprake

5. Kan de gebruiker alles uitvoeren zonder extra uitleg?

Ja, alhoewel ik moet toegeven dat ik veel heb verteld in mijn verhaaltje, ik weet niet hoeveel invloed dat had.

6. Hoelang doet de gebruiker er ongeveer over, in het geheel en per scherm?



Omdat het op Invision was gemaakt, en Invision alleen klik en volgende scherm doet, ging het erg snel, maar als ze als gebruiker zou moeten tiepen bij persoon en formulier dan daalt die snelheid weer een beetje.

7. Wat is het gedrag van de gebruiker? Gezichtsuitdrukking/houding, negatief of positief?

Neutraal

Als conclusie kan ik zeggen dat het een geslaagde test was, het waren de resultaten op wat ik hoopte en resultaten waarmee ik weer verder kan. Echter kan ik niet met zekerheid zeggen dat mijn testpersoon 100% objectief naar het product keek, omdat het een dichte naaste van mij is. Hierdoor is het zeker ook belangrijk nog een test te voeren met een persoon die ik niet goed ken of van wie ik weet durft te spreken, en die dus meer zou durven te zeggen.



Task Analysis

Een Task Analysis loopt samengevat de stappen van een tester door. Het verteld mij hoe een tester in het algemeen door de taken heenliep.

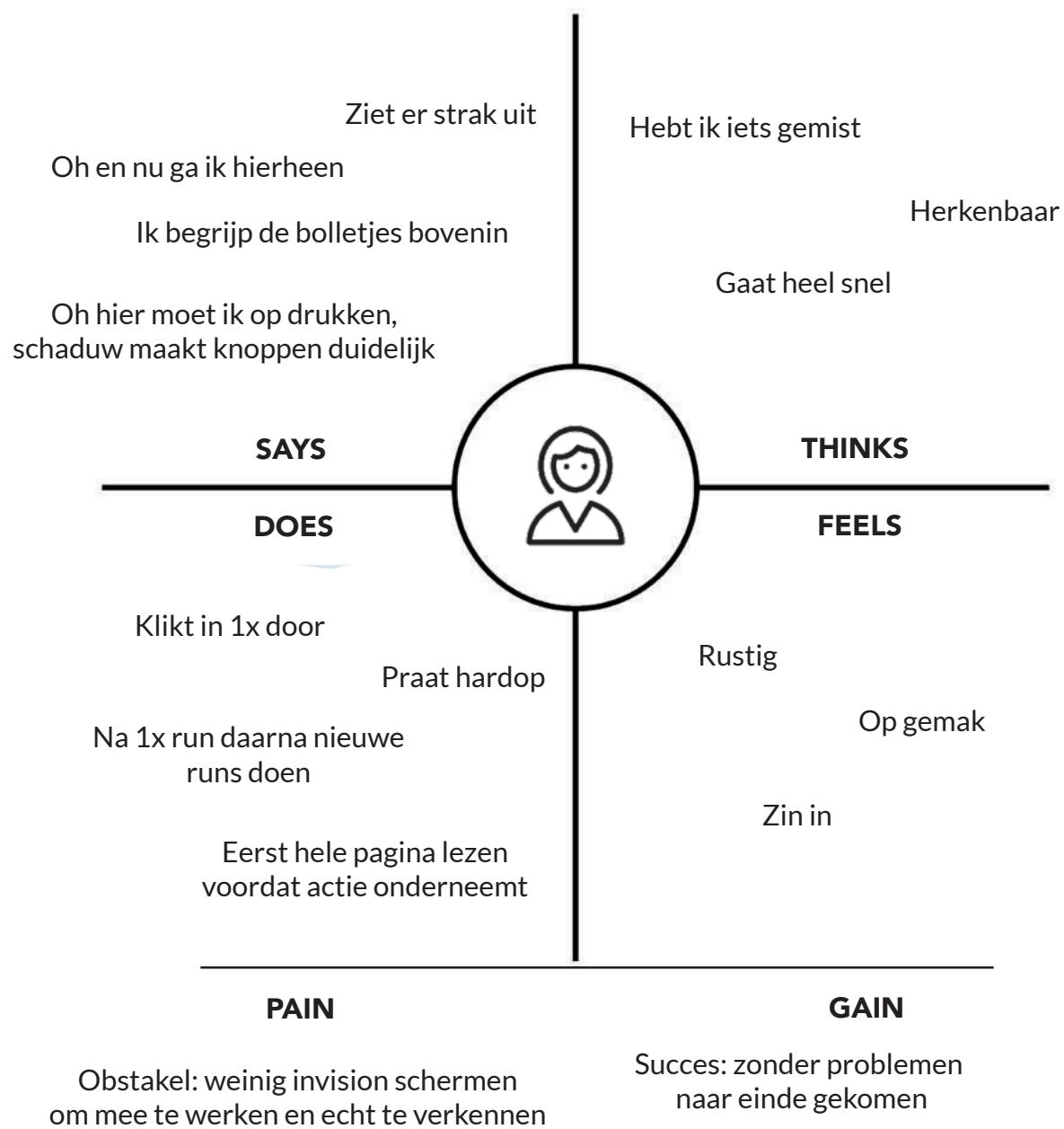
In het algemeen liep tester 1 snel door de taken heen, maar dat komt ook omdat deze tester nog ging testen met niet meer dan 6 schermen. Binnen een minuut waren we al begonnen met de schermen en alweer gestopt. De tester ging in een rechte lijn door na het eindscherm en heeft geen stappen terug gemaakt. Na de eerste officiële testronde en bij het beantwoorden van de vragen ging de tester echter wel terug in de schermen om meer te checken. Ook omdat het product een linear stappenplan heeft gaat de gebruiker dus altijd van stap 1 naar stap 5 toe. De gebruiker kan nooit een volgende stap bereiken als de stap ervoor niet gelukt is, echter kan hij of zij dus wel stappen terug zetten.

Stap 1 Begin scherm	Lezen van de pagina	Klikken op de knop		
Stap 2 Keuze bedrijf	Lezen van de pagina	Klikt op Fairview, doet niets	Klikt op Notice, gaat verder	
Stap 3 Keuze persoon	Lezen van de pagina	Klikt op tievpeld	Klikt op de naam die eruit komt	
Stap 4 Formulier	Lezen van de pagina	Klikt op een vraag in het formulier, het vult in	Klikt op de Akkoord knop	
Stap 5 Eind scherm	Lezen van de pagina	Wacht tot de 30 seconden voorbij zijn		



Empathy Map

Bij een Empathy Map schrijf ik het gedrag en de emotie van een tester op, zodat ik kan zien hoe de tester zich voelt over het product.





Usability Testing 2

Tester: Simon Vreeburg, 57 jaar, onbekend met de Company Locator

Net als met de vorige test heb ik mijn tester uitgelegd wat hij gaat testen. Hierbij heb ik verteld wat de Company Locator ongeveer inhoudt, met behulp van een foto van de zuil te laten zien. Ook heb ik daarbij de link gemaakt dat op een iPad scherm zal worden getest, met behulp van de applicatie Invision. Een iPad scherm is natuurlijk een stukje kleiner dan de zuilscherm zelf, dus als het font wat te klein lijkt, dan weet hij waarom. Na de basisinformatie kon de test beginnen:



Ook deze tester kon vrij snel door alle schermen heen gaan. Echter sprak deze tester wel minder hardop, maar liet vooral zijn emoties zien door middel van gezichtsgebaren en hoofdbewegingen.

Antwoorden vragen:

1. Wat vond je van de Company Locator zuil, algemeen?

Ziet er erg handig uit, fijn dat je niet meer met een receptionist hoeft te praten

2. Wat was je eerste indruk toen ik je vertelde wat het was en wat je ging testen?

Zelfde als hierboven, ik dacht dit zal extra werk schelen. Moest ook denken aan de McDonalds, waar ik liever ook met een zuil werk dan nu eerder fysiek bestel.

3. Denk je dat dit beter is dan het fysieke receptie aanmelden?

Ik denk dat beide kanten zeker werkt, maar deze sneller is

4. Was er een onderdeel in de structuur wat je niet fijn vond, hoe zou je dat veranderen?



Nee het was een duidelijk stappenplan

5. En was er een onderdeel dat je juist heel fijn vond en meer zou willen terugzien?

Weet niet 1 2 3

6. Waren de schermen op eerste blik duidelijk en snel te begrijpen?

Ja

7. Zou je de Company Locator nog een keer willen gebruiken?

Zeker, alleen heb ik nooit afspraken met bedrijfleiders, dus de kans zou vrij klein zijn.

8. Leidde het design je teveel af, of was het juist te saai of precies goed?

Erg strak design, misschien wat grotere letters, maar voor de rest precies goed

9. Vond je het teveel stappen om aan te melden, of juist te weinig of precies goed?

Precies goed, bedrijf en personeninformatie is beide belangrijk om te weten, en dat invullen gaat heel snel.

Opvallende punten:

- Als hij een pagina begreep of klaar was met lezen, een hoofd knikje
- Ging niet heel veel zoeken in het design, na 1 ronde klikken was genoeg en duidelijk
- Later bij navertellen had hij de terugknop niet duidelijk gezien
- Leuk dat er foto's van medewerkers bij staan
- Was wel fanatiek aan het drukken op de andere medewerkers, voordat Timmie werd goedgekeurd.
- Stillere tester

Geobserveerde onderzoeksvragen:

1. Snapt de gebruiker het doel van het product?

Ja, maar is moest wel een wat uitgebreidere uitleg geven dan bij de vorige tester, maar door de test heen begreep de tester het doel steeds beter.

2. Weet de gebruiker waar op te drukken?

Ja, de knoppen leken in 1x duidelijk te zijn.

3. Is het stappenplan voor de gebruiker duidelijk?

Ja, het was te begrijpen dat deze informatie nodig is voor het verifiëren van een afspraak, volgorde zou hem niet uitmaken

4. Zou de gebruiker iets veranderen aan de structuur of volgorde van de schermen?

Nee, ik krijg geen hint dat dit of daar beter kon, maar zoals hierboven werd er wel verteld dat formulier gegevens ook voor persoon gegevens konden.

5. Kan de gebruiker alles uitvoeren zonder extra uitleg?

Ja en nee, ik denk dat de tester door de schermen te lezen makkelijk zich erdoor kon laten, maar de extra vooraf hulp was wel nodig voordat hij begon.

6. Hoelang doet de gebruiker er ongeveer over, in het geheel en per scherm?



Net als bij de vorige tester was deze test helaas nog met niet veel Invision schermen. Dus het klikken ging allemaal erg snel, wel nam hij de tijd om de pagina te lezen en te bekijken en klikte dan pas verder.

7. Wat is het gedrag van de gebruiker? Gezichtsuitdrukking/houding, negatief of positief?

Veel positieve knikjes, scherm dicht bij hoofd vanwege kleine tekstgrootte, maar positieve gezichtsuitdrukking en houding.

Als conclusie kan ik zeggen dat ook dit een geslaagde test was, het waren positieve resultaten met inzichten die ik zelf nog niet had gezien, zoals dat het omwisselen van persoon en bedrijf eigenlijk best plausibel zou kunnen zijn. Echter net als de vorige testpersoon was het vooral meer positief wat ook deels te maken kan hebben met dat het een dichte naaste van mij is. Wel fijn was dat bij deze tester het idee, het concept nog in het begin volledig ombekend was, en dat na het leren van het concept positief erop wordt gereageerd is zeer positief resultaat.



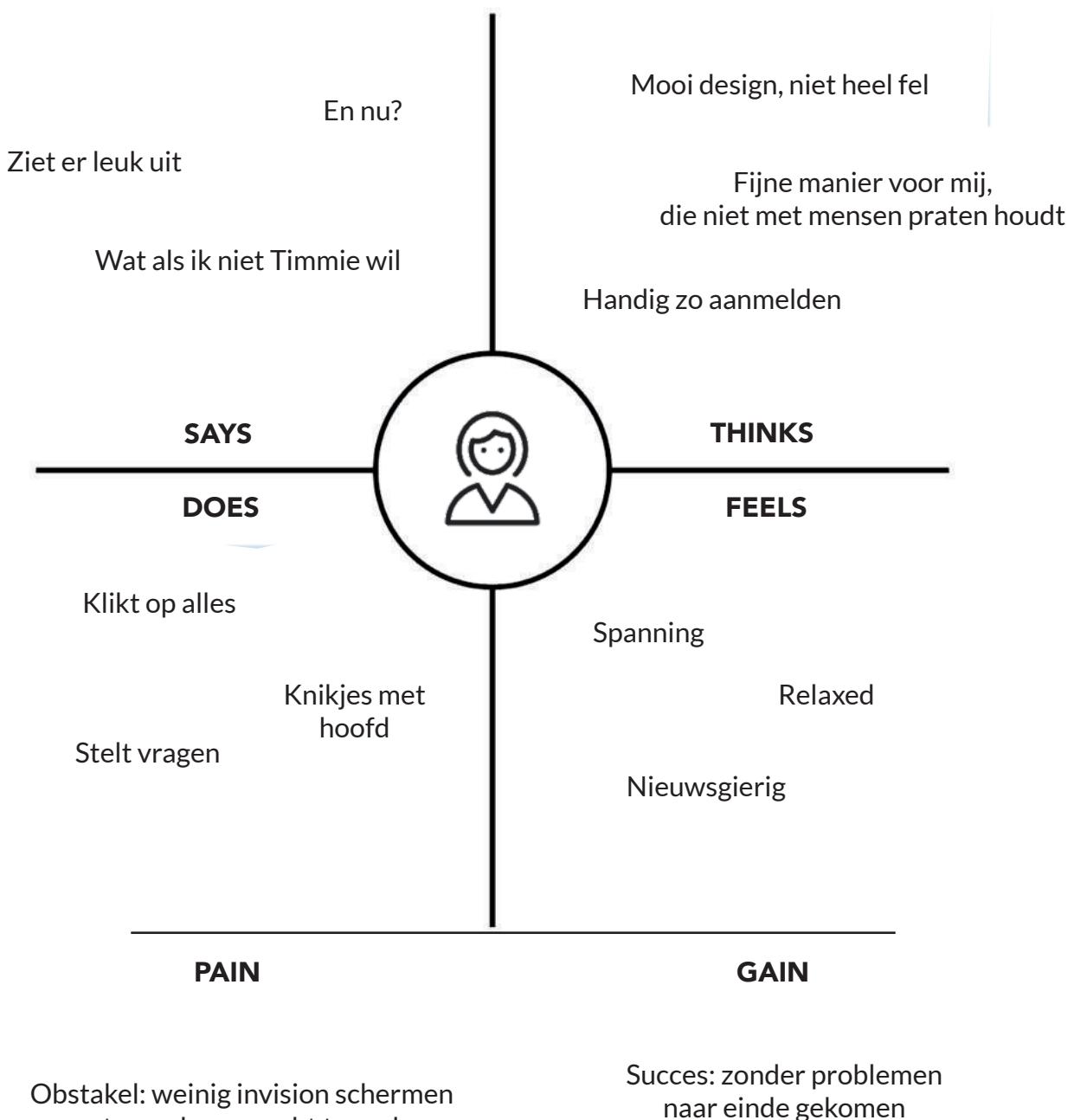
Task Analysis

Tester 2 liep redelijk snel door de taken heen en nam ook niet echt een omweg, maar dat komt ook omdat deze tester nog met weinig schermen moest werken. Binnen een minuut was het alweer voorbij, net als bij de vorige tester. Dit zorgde ervoor dat ook deze tester in een rechte lijn van begin tot eind zich verliet.

Stap 1 Begin scherm	Lezen van de pagina	Klikken op de knop		
Stap 2 Keuze bedrijf	Lezen van de pagina	Klikt op Notice, gaat verder		
Stap 3 Keuze persoon	Lezen van de pagina	Klikt op tiepveld	Klikt eerst op al de andere namen	Klikt op Timmie en gaat verder
Stap 4 Formulier	Lezen van de pagina	Klikt op een vraag in het formulier, het vult in	Klikt op de Akkoord knop	
Stap 5 Eind scherm	Lezen van de pagina	Wacht niet tot de 30 seconden voorbij zijn		



Empathy Map





Usability Testing 3

Tester: Danny, 23 jaar, onbekend met de Company Locator

Deze test heb ik uitgevoerd via een teams call. Voor de test heb ik mijn tester uitgelegd wat hij gaat testen. Hierbij heb ik verteld wat de Company Locator ongeveer inhoudt, met behulp van een foto van de zuil te laten zien. Ook heb ik daarbij de link gemaakt dat op de Invision link zal worden getest, en deze link op het laptopscherm van mijn tester wordt weergegeven. Dit grote scherm komt meer overeen dan met een ipad scherm, maar het fysieke gedeelte valt hierdoor wel weg. Ook had ik bij deze tester mijn Invision schermen meer uitgebreid, wat voor een betere ervaring zal maken. Na de basisinformatie kon de test beginnen:

Net als met de vorige testen, ging ook deze tester makkelijk en snel door de schermen heen. Het zag er naar uit dat het duidelijk te begrijpen was. Deze tester klikte wel eerst op al de andere knoppen voordat er verder werd geklikt op de belangrijke knop. Ook was deze tester meer spraakzaam dan de andere twee. Wel ben ik helaas vergeten foto's te maken van de test, dus deze tester zal niet visueel worden weergegeven.

Antwoorden vragen:

1. Wat vond je van de Company Locator zuil, algemeen?

Lijkt me handig, valt lekker op als je binnen loopt, pakt direct mijn aandacht. Het doel zelf lijkt me handig, helemaal met wat ik hoorde van een plattegrond erbij. Echter als het rustig is in het gebouw, dan lijkt het een beetje dubbel op met een receptionist, echter is wel fijn dat diens werk niet wordt gestoord.

2. Wat was je eerste indruk toen ik je vertelde wat het was en wat je ging testen?

Leuk, ben benieuwd. Benieuwd of het beter is dan fysiek aanmelden bij een receptionist.

3. Denk je dat dit beter is dan het fysieke receptie aanmelden?

Uiteindelijk een grote ja en een kleine nee, ja want de ene persoon zou dit een stuk fijner vinden dan met vreemden praten, aan de andere kant als de receptionist het niet druk heeft, dan kan je makkelijk ook daar naartoe gaan. Maar persoonlijk vind ik de zuil leuker, omdat het heeft toch iets geeft als je zelf de controle hebt en niet de receptionist, dat geeft een fijner gevoel, dat je het zelf kan.

4. Was er een onderdeel in de structuur wat je niet fijn vond, hoe zou je dat veranderen?

Ehm, het klikken op de taalknop zou ik nog veranderen, zag er beetje gek uit. Voor de



rest de structuur was duidelijk, niet teveel stappen en klikt makkelijk doorheen.

Misschien kiezen bedrijf overbodig en het bedrijf bij personen informatie zetten? En misschien een terugknop op het laatste scherm, vind dat wachten op 30 seconden beetje tijdstress geven, met de wificode en social media kanalen erbij. Als laatste de error state pagina, uitleggen wat er fout is gegaan en hoe dat kan worden opgelost.

5. En was er een onderdeel dat je juist heel fijn vond en meer zou willen terugzien?
Fijn dat op de formulier pagina je kan zien wat je fout doet als je iets fout doet, naam functie en foto van de collega's is ook een perfect hoopje van informatie om te laten zien. Ook goede actuele vragen bij het formulier.

6. Waren de schermen op eerste blik duidelijk en snel te begrijpen?

Yes, er is niet teveel of te weinig informatie op het scherm. Veel visual hints en het is duidelijk hoe er moet worden genavigeerd.

7. Zou je de Company Locator nog een keer willen gebruiken?

Ja hoor, het is effectief en snel.

8. Leidde het design je teveel af, of was het juist te saai of precies goed?

Ik vind het een mooi design, past goed bij het uiterlijk van de zuil. Ontbreekt wel wat vrolijke kleurtjes, maar vrolijke kleurtjes hoeven niet perse bij een aanmeld proces. Daarbij is duidelijkheid en snelheid het belangrijkst en dat doet het design.

9. Vond je het teveel stappen om aan te melden, of juist te weinig of precies goed?

Ik vond het prima hoeveelheid stappen. Actuele vragen voor corona en vragen over de persoon zelf, meer dan dat zal ik niet vragen.

Opvallende punten:

- Enthousiast
- Elk design keuze op het scherm kon de gebruiker begrijpen, de thuisknop, de puntjes, terugknop etc
- Praat veel tijdens het testen
- Test elk klein puntje op het design uit. Vertelt: ik weet dat ik op deze knop moet drukken om verder te gaan, maar ik ga eerst nog even ontdekken.

Geobserveerde onderzoeksvragen:

1. Snapt de gebruiker het doel van het product?

Ja, dit was erg snel duidelijk met een korte uitleg vooraf.

2. Weet de gebruiker waar op te drukken?

Ook een ja, de knoppen leken duidelijk op knoppen

3. Is het stappenplan voor de gebruiker duidelijk?

Ja, het is allemaal informatie dat is logisch is om te willen verkrijgen van de gebruiker.

4. Zou de gebruiker iets veranderen aan de structuur of volgorde van de schermen?



Structuur zie antwoord vraag 4 vorige bladzijde, maar de volgorde hebben we het niet over gehad.

5. Kan de gebruiker alles uitvoeren zonder extra uitleg?

Ja, tijdens de test heb ik niks gezegd.

6. Hoelang doet de gebruiker er ongeveer over, in het geheel en per scherm?

Deze keer had ik in Invision meer schermen gemaakt, dus het ging niet in rap tempo voorbij. Ook was deze tester veel aan het ontdekken, dus het duurde totaal een max van 5 minuten.

7. Wat is het gedrag van de gebruiker? Gezichtsuitdrukking/houding, negatief of positief?

Omdat we online via teams deze test hebben afgelegd, en hij zijn scherm deelde zodat ik kon meekijken, kon ik niet zijn gezicht zien, maar hij klonk positief.

Als conclusie kan ik zeggen dat dit een zeer waardevol test was, ik heb veel goede feedback hiermee kunnen ontvangen. Positieve en behulpzame feedback. Het is altijd fijn om een nieuw CMD oog te kunnen krijgen op een ontwerp, hij heeft dingen gezien die ik over het hoofd zag, zoals de error pagina. Ik kan zeker met zijn feedback verder om het design en doel nog beter te maken.



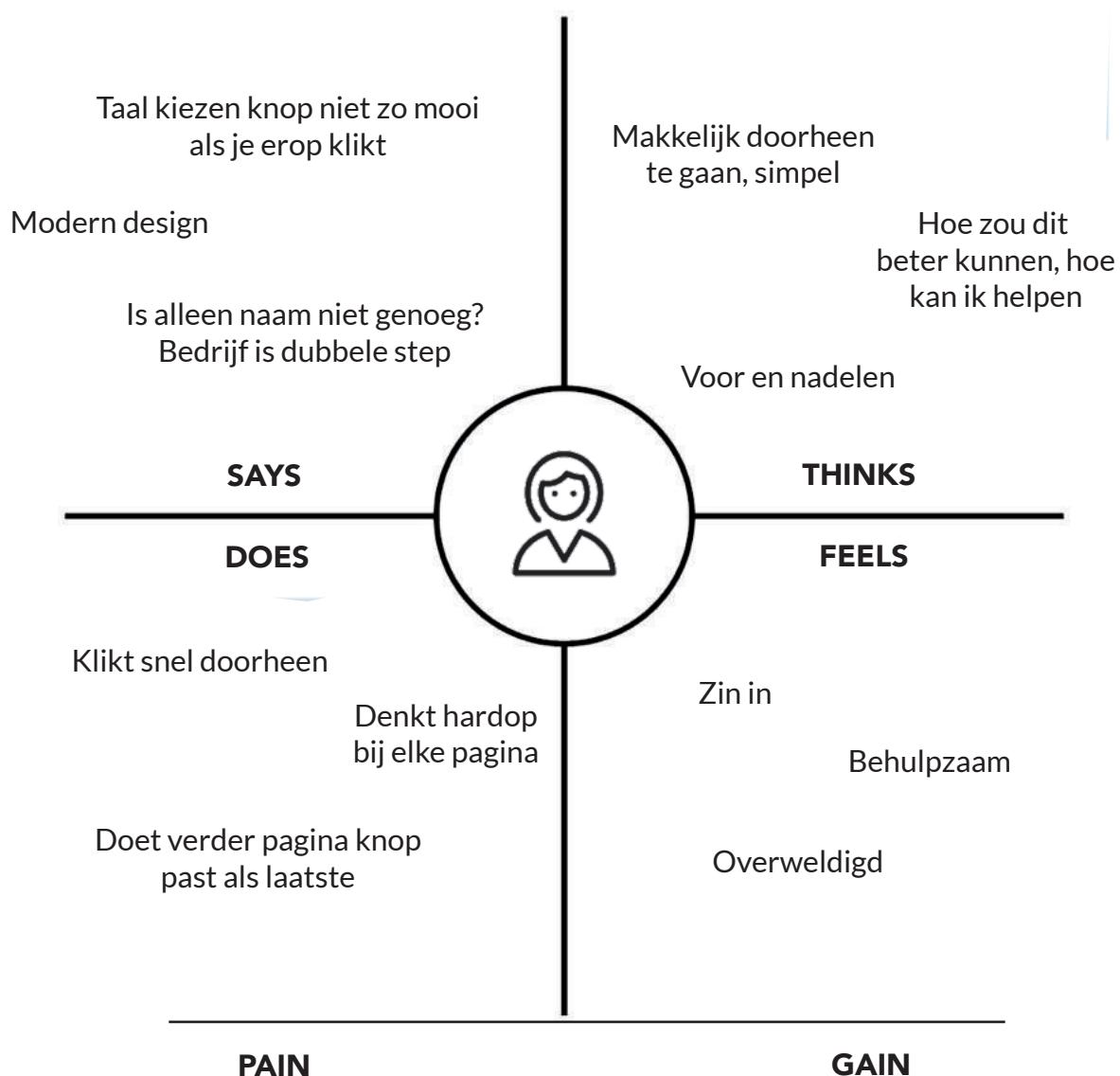
Task Analysis

Tester 3 liep minder recht door de schermen heen, ook al wist hij hoe de schermen zich zouden verlopen. Tester 3 wou meer op de verkenningsstocht gaan om alles te kunnen ontdekken. Dit zorgde ervoor dat we langer bezig waren met de schermen, maar wel nog onder de vijf minuten zaten. De tester wist precies op welke knop hij moest drukken om verder te gaan, en als alles op de pagina was onderzocht, drukte hij die pas in en begon hij een nieuw onderzoek op de pagina erna. Omdat het een linear pad is, verliep de tester zich wel netjes via de eerste stap naar de laatste stap. Dit al en al zorgde voor veel feedback en een interessante kijk op hoe een persoon het design testte.

Stap 1 Begin scherm	Lezen van de pagina	Klikken op de taal knop	Klikken op de afbeeldingen	Klikken op de verdergaan knop
Stap 2 Keuze bedrijf	Lezen van de pagina	Klikt op search, doet niets	Klikt op Fairview, doet niets	Klikt op Notice, gaat verder
Stap 3 Keuze persoon	Lezen van de pagina	Klikt op tiepveld	Klikt op de namen die eruit komen	Klikt op Timmie en gaat verder
Stap 4 Formulier	Lezen van de pagina	Klikt op een vraag in het formulier, het vult in	Klikt op de Akkoord knop, rode melding	Klikt terug naar de naam persoon doet die stap opnieuw Vult daarna het formulier helemaal in
	Drukt op akkoord knop			
Stap 5 Eind scherm	Lezen van de pagina	Klikt op de social media kanalen	Wacht 20 seconden	Drukt op de home knop



Empathy Map



Obstakel: Invision schermen gingen via de computer, omdat niet in persoon was, maar videocall

Kon te werk gaan met veel meer invision schermen
Succes: zonder problemen naar einde gekomen

Conclusie

Het testen heeft mij zeer zeker geholpen, alhoewel ik wel spijt heb zo weinig testen te hebben kunnen afnemen. In verband met de feestdagen en drukte met anderen opdrachten was er niet altijd veel tijd voor meer testen, dit is zeker een verbeterpuntje voor in de toekomst, maar de testen die zijn uitgevoerd hebben mij geholpen op nieuwe inzichten te komen, zoals het veranderen van de taalknop, verschillende reacties over het formulier en in het algemeen hoe eerste gebruikers de Company Locator ervaarden. Ik kwam goed tot deze inzichten ook met behulp van een testplan. Ik wist precies wat ik wou vragen, weten en doen, dit heeft geleid tot strakke testen die precies volgens plan verliepen. Tijdens de test heb ik veel genoteerd en opgeschreven om zo de beste resultaten te kunnen weergeven. Deze resultaten heb ik weergeven op het Testplan, op een Task Analysis en op een Empathy Map. De Task Analysis heeft mij informatie gegeven over hoe een gebruiker door de structuur heen loopt, dit is handig om te weten omdat het mij vertelt of de gebruiker vastloopt, het in 1x begrijpt en of nieuwsgierig is om meer te ontdekken. Daarnaast een Empathy Map, deze methode vertelt mij hoe een gebruiker zich voelt bij de test, al en al was dit een positief resultaat, wat goed was om te zien.

Ondanks de weinige testen hebben ze mij zeker geholpen, als ontwerper zie ik niet altijd de fouten in mijn eigen design en ook mijn collega's van wie ik veel feedback heb gekregen was het zicht weg. We stonden te dicht bij het ontwerp en product om er echt streng naar te kijken, testers doen dit gelukkig wel. Dit laat goed zien dat testen een erg vitaal element is in het maken van een product. Als laatste nu ik dit schrijf op het moment, heb ik wel spijt dat ik geen online formulier heb gemaakt met vragen, dit had een leuke manier kunnen zijn van resultaten kunnen bekijken en weergeven.

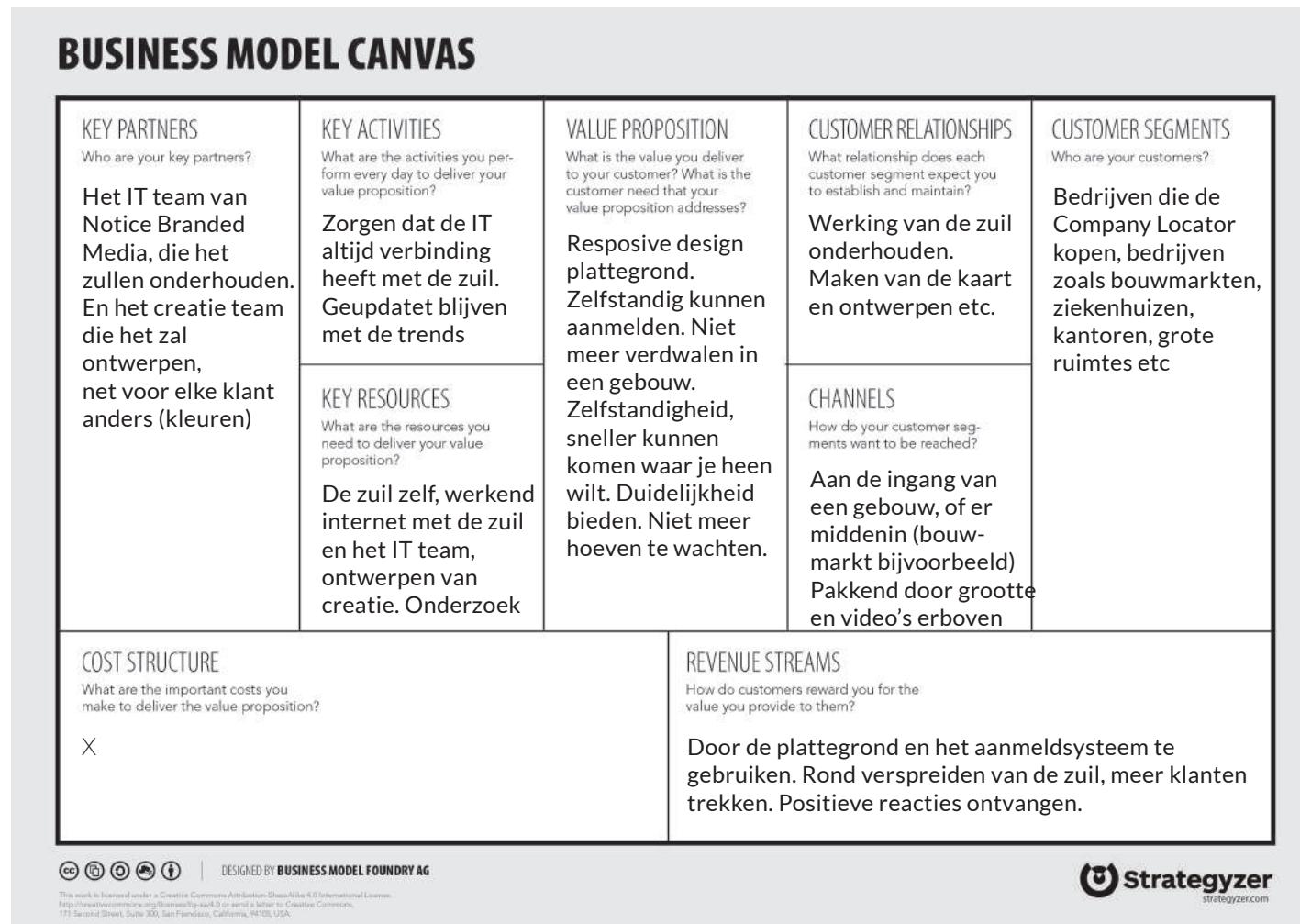
Meegenomen elementen uit het onderzoek:

- taalknop verbeteren
- kijken of wisselen vna bedrijven en persoon een leuke optie is
- terugknop duidelijker maken
- bij error pagina vertellen hoe opgelost kan worden
- 99% positief over het design, alleen kleine aanpassingen nodig
- duidelijker vertellen in de toekomst dat sommige gebouwen, zoals een bedrijvencomplex geen receptioniste hebben



Business model canvas

Hoe kan Company Locator het beste nieuwe klanten trekken en hoe kan de Company Locator het beste worden voorgesteld. Wel nog lastig in te vullen omdat het niet het focuspunt van dit document is, het verkopen van het product, eerder het verbeteren.



Oplossing

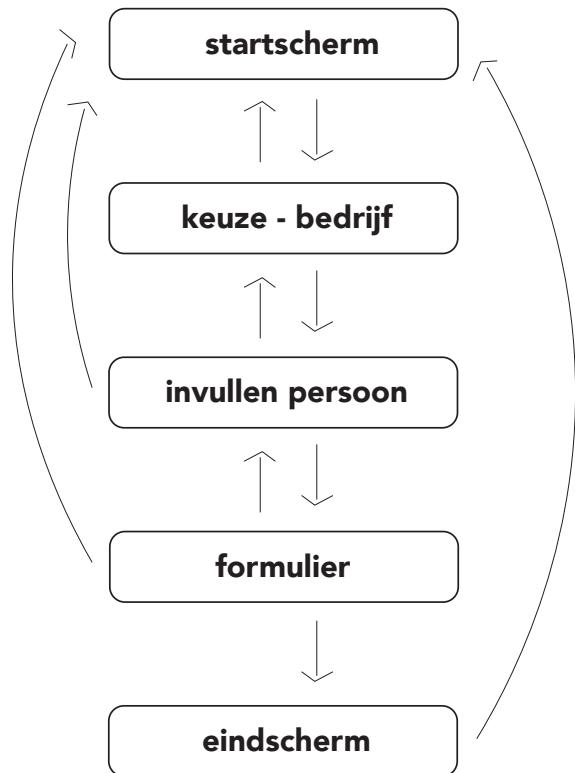
- tekst duidelijker maken, alles leesbaar maken
 - taalknop verbeteren
- meer contrast knoppen en tekst niet op een foto
- kijken of wisselen vna bedrijven en persoon een leuke optie is
- duidelijk aan de gebruiker vertellen wat de pagina is en het doel van het concept
- muted color palettes, soft colors, gradients, simple illustrations
- hoofdpagina anders maken van de andere pagina's, kwa design, eruit laten springen
 - bij error pagina vertellen hoe oeps kan worden
 - alleen laten zien wat noodzakelijk is in het keuzemenu en formulier
- Company Locator moet terugkeer knop toevoegen, want wat als de gebruiker iets fout heeft gedrukt
 - 99% positief over het constante raadplegen, de aanpassingen nodig
- duidelijker vertellen voor de toekomst dat een feit gebouwen, zoals een scrollbar bij formulier, anders zit toetsenbord op de tekst die moet worden ingevuld
- veel functies die de gebruiker gebruikt, maar de receptie medewerkers zullen er niet voor zorgen dat het aanmelden sneleregaat. Oude aanmelden zou wel kunnen, maar
 - makkelijke taal gebruiken
 - meer ruimte tussen het formulier onhandig als telefoon een spraak boekt)
 - opties keuzemenu verduidelijken
 - inline form-fields aanpassen
- conceptuele opmaak en gebruiksgemak structuur, de routing kan beter
 - Design Patterns die de Company Locator al gebruikt van benutten
- eerst prioriteiten maken, daarna kijken naar wat er eventueel bij kan. Eerst
 - Input feedback toevoegen bij formulier, zoals bij email
 - melding medewerker confirmation voor gebruiker
 - gebruiker laten weten waar hij of zij is
 - formulier invullen minst leuke taak
- Progressive disclosure bij formulier, om pagina minder vol te maken
 - keuzemenu en einde leukste momenten
 - 10 seconden te kort om wifi code over te nemen

Tromgeroffel astublieft, hierbij呈现 ik de oplossing aan het einde van dit document:



Dit is eindelijk het nieuwe ontwerp geworden. Het ontwerp is veranderd op het gebied van structuur en design.

Op het gebied van structuur hebben we de manier van zelfstandig aanmelden aangepast. In het begin koos je alleen het bedrijf en vulde je het formulier in, maar dit was niet genoeg om jezelf echt aan te melden.



Op het gebied van structuur hebben we dus de manier van zelfstandig aanmelden aangepast. In het begin kon je als gebruiker je aanmelden voor een afspraak door op het bedrijf te zoeken en een formulier in te vullen, echter is dit niet genoeg informatie. Het is fijn voor de gebruiker en de medewerkers van het bedrijf om te weten met wie de afspraak is die is gepland. Door deze extra stap levert dat een stuk meer duidelijkheid op voor beide partijen. De gebruiker zal zich meer op zijn of haar gemak voelen dat de juiste persoon op de melding is gebracht, letterlijk op de melding is gebracht, want deze medewerker krijgt een notificatie op zijn mobiel of email dat de persoon van de afspraak klaar staat. Zo kan deze medewerker de persoon ophalen. Een groot element dat wel is bewaard van het oude model is het lineare systeem. De structuur loopt van beginpagina, naar keuze bedrijf, naar keuze persoon, naar formulier, naar einde. Het is onhandig om de gebruiker zelf te laten kiezen welke hij of zij eerst wilt gaan doen, dit zou het scherm erg chaotisch maken. Daarnaast is deze volgorde ook erg logisch voor de gebruiker, omdat het convergeert van groot naar klein (bedrijf > persoon). Het keuzemenu voor bedrijven is ook goed veranderd. Eerst

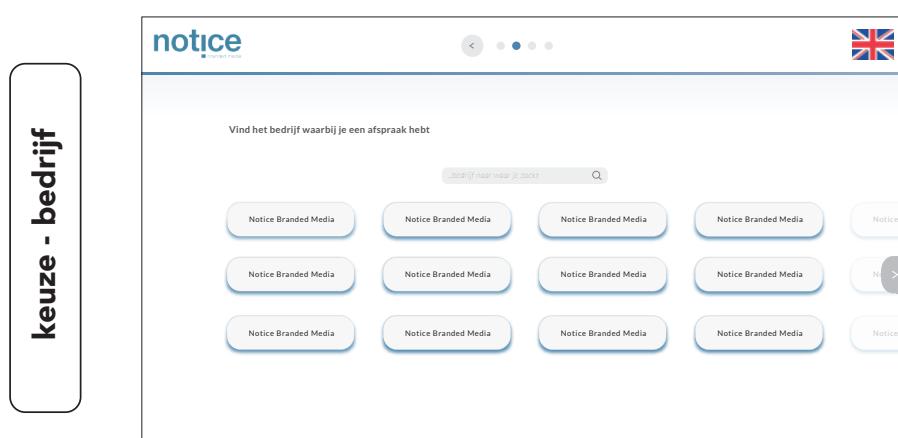
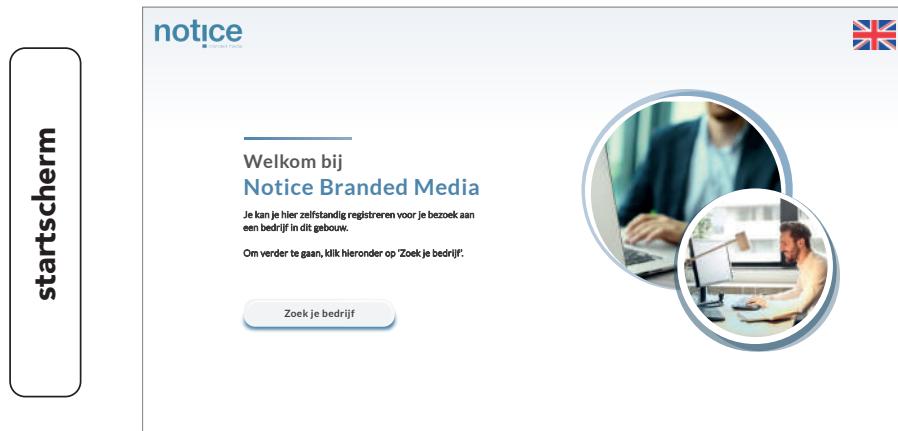
kon je als gebruiker een bepaalde ruimte kiezen voor in het gebouw, zoals de toiletten of vergaderzalen, nu is dat weggehaald en vervangen voor een keuzemenu van alleen bedrijven. Als de gebruiker voor een afspraak komt dan is naar de keuken lopen niet nodig. Nog een onderdeel dat hetzelfde is gebleven van het keuzemenu is het klikken en het hebben van een licht design pattern carousel systeem. Als de pagina te vol wordt met keuzes dan moet je op links of rechts klikken voor een andere selectie. De nieuwe toevoeging, persoon zoeken is gemaakt met het design pattern ‘input prompt’, de gebruiker tiept de naam in en als het systeem de letters herkent dan komen de keuzes al tevoorschijn. Daarnaast is er ook gebruik gemaakt van responsive design in het ontwerp, nadat de persoon is gekozen komt pas het formulier tevoorschijn, allebei staan dus op dezelfde pagina, alleen formulier staat in het begin verstopt. Dit zorgt voor meer rust op het scherm en een minder aantal pagina’s, wat voelt als minder stappen voor de gebruiker. Het formulier zelf is niet veel veranderd, er wordt nog steeds gevraagd om de naam en de Covid-19 situatie. Het zijn weinig maar noodzakelijke vragen om de persoon te kunnen identificeren en de boel veilig te houden. Als laatste het eindscherm, oorspronkelijk stond er niet veel op het eindscherm en had je ook niet door dat na een aantal seconden het scherm terugsprong naar het begin. Dit is veranderd, want het lag mij niet goed. Nu laat het eindscherm een stuk betere reactie achter, een wifi code, social media gegevens en tekst over de hoeveelheid tijd wanneer het scherm zal gaan terugvallen. Dit zorgt ervoor dat de gebruiker niet schrikt als de pagina weggaat. Daarnaast geeft dit de gebruiker ook wat om te doen tijdens het wachten op de medewerker, door gebruik te maken van de wifi code en of op zoek te gaan naar de social media.

Dus op gebied van structuur

- toevoegen van keuze persoon
- toevoegen van een terugknop
- seconden langer laten gelden voor de laatste pagina
- keuzemenu verduidelijken
- formulier overbodige vragen weghalen
- social media toegevoegd, gebruiker keuze geven iets te doen tijdens wachten
- gebruiker meer confirmatie geven, waar hij of zij in de structuur is en aangeven of dingen goed of fout zijn gegaan

Op het gebied van design is er ook veel veranderd, er is een hoop omgegooid. De stijl is een stuk strakker en moderner geworden dan het eerste plaatje, wat beter bij de zuil past. De schermen zijn rustiger, met mildere kleuren en gradients, wat volgens de Trend Analysis nu helemaal in is. Het straalt duidelijkheid en snelheid uit, wat precies

is wat de gebruiker wilt op dat moment. Daarnaast springt de hoofpagina er ook een stuk meer uit dan eerst. In het begin leek deze pagina precies hetzelfde als de formulier pagina en dat trekt geen aandacht. Nu staat de hoofdpagina losser van de rest om zo de aandacht van de gebruiker te trekken, maar dit betekent niet dat de hoofdpagina er niet meer bij hoort. Door de schermen heen komen continu herkenbare elementen terug die laten zien dat het een geheel is, zoals de gradients, blauwe letters en leuke 3D lijkende knoppen. Ook is het design een stuk breder geworden, waar eerst het design erg opgekropt zat en alleen een klein deel van de ruimte gebruikte is dat nu helemaal veranderd. De hele pagina wordt gebruikt voor de inhoud, wat zorgt dat de gebruiker meer klikruimte krijgt. Daarnaast zijn er ook handige middelen in het design gekomen, zoals de terugknop en de scrollbar. Als gebruiker zat je eerst namelijk vast in de pagina, je kon alleen nog maar vooruit als je een fout had gemaakt. Naast deze toegevoegde middelen hielp het toevoegen van states hier ook goed bij, zoals de error state. Als de gebruiker iets fout heeft getypt op het formulier, iets dat niet kan zoals @@, dan krijgt de gebruiker dat duidelijk te zien. Hetzelfde geldt voor als iets lang duurt met laden of als de pagina zelfs helemaal niet meer wilt werken. Zulke kleine design keuzes kunnen voor de gebruiker en het ontwerp al een groot verschil maken.



invullen persoon

Met wie in Notice Branded Media heb je een afspraak?

Naam persoon



invullen persoon

Met wie in Notice Branded Media heb je een afspraak?

Naam persoon Tij



Tiana van Dijk Motion Designer
Tim Vangaren Manager
Timmie Kunst Designer

formulier

Met wie in Notice Branded Media heb je een afspraak?

Naam persoon Timmie Kunst

Vul als laatste hieronder het registratie formulier in

Volledige naam Greetje Vis

Emailadres greetjevis@gmail.com

Heb je afgelopen 7 dagen Covid-19 symptonen ervaart?
 Ja
 Nee

Heb je een huisgenoot die koorts of klachten van benauwdheid heeft?
 Ja
 Nee



formulier

Met wie in Notice Branded Media heb je een afspraak?

Naam persoon Timmie Kunst

Vul als laatste hieronder het registratie formulier in

Volledige naam Greetje Vis

Emailadres greetjevis@gmail.com

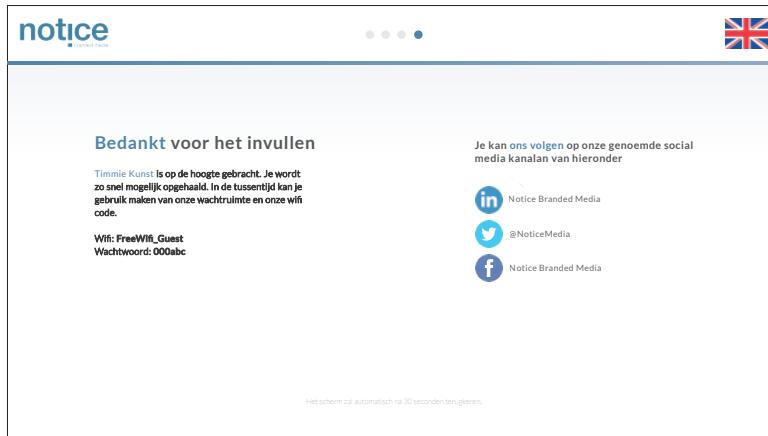
Heb je afgelopen 7 dagen Covid-19 symptonen ervaart?
 Ja
 Nee

Heb je een huisgenoot die koorts of klachten van benauwdheid heeft?
 Ja
 Nee



Akkoord

eindscherm



Dus op gebied van design

- meer gebruik gemaakt van de ruimte
- hoofdpagina er meer uit laten springen
- zelfde kleuren gepakt, maar minder fel gebruiken, strakker en rustiger gemaakt
- trends en ontwikkelingen meegenomen in het design
- contrast vergroot, leesbaarheid overall, meer informatie maar wel visual don't tell
- heel nieuw design gemaakt

Ten slotte kan ik zeggen dat ik zeer tevreden ben met deze oplossing. De problemen van het oude design zijn opgelost en nieuwe methodes zijn toegevoegd. Deze positieve resultaten komen ook niet alleen van mij, maar ook van mijn collega's en testers. Op een begeven moment begon de feedback te stoppen en stonden we stil bij deze versie. Het lost het design doel snel en duidelijk op, met als kers op de taart dat het er ook nog heel leuk en modern uitziet!

Invision link: <https://invis.io/ABZPQ2YFZD5>

Eindconclusie

Als afsluiter van dit project ben ik zeer tevreden. Dit is voor het eerst dat ik zelfstandig een project op zo een grote schaal heb mogen maken. In het begin was dit wel een beetje eng, want ik wist niet zo goed waar ik precies moest beginnen, maar gelukkig met hulp van mijn collega's en de CMD methodes liep ik stapje bij stapje steeds verder. Daarnaast vond ik het ook heel leuk om dit project te doen. Het onderwerp sprak mij erg aan, zo een interactieve zuil, iets wat ik zelf nog nooit had gebruikt. Ook vond ik het een uitdaging, omdat het aan de nieuwere kant voor mij zat. Ook het onderwerp, aanmelden, had ik nog nooit eerder aan de proef gehad. Dit heeft deze hele ervaring ook heel leerzaam gemaakt, ik heb nieuwe technieken en methodes geleerd, mijn ontwerp vaardigheden omhoog gehaald en voor het eerst voor een echt groot project van een echt bedrijf gewerkt. Al en al heeft dit zeker een brandig op mij achtergelaten en ik ben erg trots op wat ik heb neergezet. Bedankt Sebastiaan, Yoeri en Kasper voor zo een tof project en alle hulp!

Column Five. <https://www.columnfivemedia.com/25-tips-to-upgrade-your-data-visualization-design>

Cousins, C. (2015, 18 november). The Evolution of Flat Design: Muted Colors. Design Shack. <https://designshack.net/articles/graphics/the-evolution-of-flat-design-muted-colors/>

3D in Graphic Design - Notes on Design. (2018, 21 september). Sessions College. <https://www.sessions.edu/notes-on-design/3d-in-graphic-design/>

30 Beautiful Color Gradients For Your Next Design Project. (2019, 4 november). Digital Synopsis. <https://digitalsynopsis.com/design/beautiful-color-gradients-backgrounds/>

Gartner: Fueling the Future of Business. (z.d.). Gartner. <https://www.gartner.com/en>

Ontwerponderzoek / Risk Analysis

Drive Notice Branded Media

Good practices

Coyle, A. (2020b, juli 29). Design Better Forms - NextUX. Medium. <https://medium.com/nextux/design-better-forms-96fadca0f49c>

Design Pattern Search

Toxboe, A. (z.d.-b). UI-Patterns.com. UI Patterns. <http://ui-patterns.com/>

Business Model Canvas

DesignABetterBusiness.tools | Business Model Canvas. (z.d.). Design A Better Business. <https://www.designabetterbusiness.tools/tools/business-model-canvas>

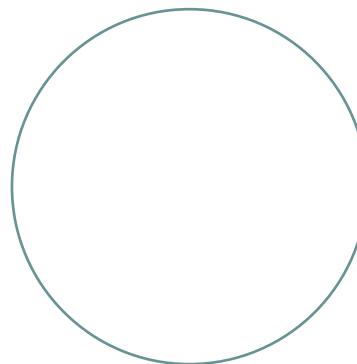
Empathy Map

<http://www.pivotbot.com/empathy>

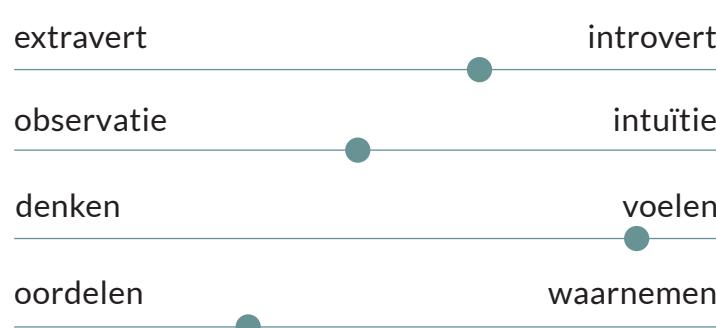


Bijlage: Persona

Koen Schippers



Basisgegevens	60 jaar Woonachtig in Baarn Werkt als beeldhouwer in zijn eigen zaak Getrouwd met 2 kinderen
Doel	Meneer Schippers wilt graag een promotievideo maken van al zijn werk. Daarom gaat hij naar Notice Branded Media voor hulp.
Motivaties	1. Meer werk willen verkopen 2. Bekender worden 3. Meer mee willen gaan met de technologie van nu
Frustraties	1. Raakt vaak de weg kwijt 2. Drukte 3. Slecht geheugen
Interessepunten	1. Kunst 2. Tv kijken 3. Tetris spelen
Persoonlijkheid	





Bijlage: Scenario / Storytelling

Koen Schippers is een 60 jarige man die in zijn jeugd een grote passie ontwikkelde voor beeldhouwen. Door het een keer live op televisie voor uren te hebben gekeken was de vlam in hem aangewakkerd. Sindsdien is hij dagelijks bezig met zijn beeldhouwprojecten. Hij maakt beelden van hout, steen, glas en nog meer exotische elementen. Zijn beeldhouwwerken werden goed ontvangen en hij is hierdoor zijn eigen winkeltje begonnen dat op de dag van vandaag nog steeds goed loopt. Echter is meneer Schippers ambiteus, en hij wilt eigenlijk nog meer stijgen in zijn werk (en geld). Nu ligt zijn winkeltje in een drukke straat, dat zou goed zijn zou je zeggen, maar niet voor Koen. De winkels om hem heen trekken veel aandacht en dat trekt aandacht van zijn winkel weg, met hun spetterende buitenkanten en flitsende beelden. Dit heeft meneer Schippers ook nodig, om zo meer klanten zijn winkel in te laten gaan. Nu heeft meneer via via geleerd over het bedrijf Notice Branded Media en hij is meer dan overtuigd dat dit bedrijf hem kan helpen. Koen zelf is niet de beste met al de opkomende technologien, dus hij hoopt dat hij niet verward raakt in zo een bedrijf. Hij hoopt zich daar op zijn gemak te kunnen voelen, dat zelfs een 60 jarige man gemakkelijk het allemaal snapt. Vrijdag heeft hij zijn eerste afspraak en hij is erg benieuwd naar de komende resultaten.

