



# PRODUCT BIOGRAFIE

# INHOUDSOPGAVE

**Inleiding ..... 4**

**Onderzoeken ..... 5**

Ontwerpproces.....5

CMD Home.....5

Mirte van Staalduinen.....5

CISIN .....8

Conclusie.....9

Probleemsituatie .....9

Huisstijlhandboek .....10

8 elementen .....10

PP Company .....10

Merlinone .....11

Conclusie.....11

**Probleemsituatie..... 13**

**ACT ..... 13**

**Doelgroep ..... 14**

**Persona ..... 14**

**Concurrenten..... 15**

Magnum .....15

Dribble .....16

Ice cream maker .....17

Conclusie.....17

**Brainstormen..... 18**

**Inspiratie opzoeken ..... 21**

**User trip ..... 25**

Dunkin Donuts.....25

Macdonalds .....26

**Mindmap ..... 27**

**Moscow ..... 28**

**Huisstijl ..... 29**

Logo .....29

Typografie.....33

Pay-off.....34

**Moodboard ..... 35**

<b>Sitemap</b> .....	<b>36</b>
<b>Low-fi</b> .....	<b>37</b>
<b>High-fi</b> .....	<b>40</b>
<b>Testplan / Draaiboek</b> .....	<b>44</b>
<b>User Test High-fi</b> .....	<b>48</b>
<b>Design</b> .....	<b>50</b>
<b>Styleguide</b> .....	<b>53</b>
<b>User Test High-fi</b> .....	<b>54</b>
<b>Design 2.0</b> .....	<b>55</b>
<b>Video</b> .....	<b>56</b>
Storyboard .....	56
Video.....	57

# **INLEIDING**

# ONDERZOEKEN

## Ontwerpproces

### CMD Home

Het ontwerpproces starten we met het onderzoeken van de gebruikers en hun behoeften en/of problemen. Om vervolgens ideeën te bedenken en die met behulp van

#### Ontwerpproces

Ontwerpen bestaat grofweg uit het probleem doorgronden, oplossingen bedenken en die uitwerken tot een product. Dat loopt echter niet in een rechte lijn. Onze studenten maken prototypes waarmee ze onderzoeken of het de goede kant op gaat. De uitkomsten gebruiken ze dan weer in een volgend prototype enz enz. Om 'goede' oplossingen te creëren is het

prototypes steeds verder te verfijnen. De focus bij de uitwerking ligt daarbij op de combinatie van vormgeving, interactie, technologie en het bouwen van de producten.

belangrijk om voeling met de maatschappij te hebben waarin je producten terecht komen (bijv. de discussie over privacy en Facebook). Ook moet je technologische ontwikkelingen op de voet volgen en bedenken hoe die van pas kunnen komen in je ontwerpen. Als laatste is het belangrijk om effectief en prettig met ander professionals te kunnen samenwerken.

### Mirte van Staalduin

Er zijn 4 fases

#### Look and feel

In deze fase doe je onderzoek naar de doelgroep, organisatie, trends en de concurrenten. Je gaat relevante informatie verzamelen over de opdracht en de opdrachtgever.

#### Techniek PACT

##### **Wat?**

P - People: Mensen verschillen van elkaar wat een groot effect kan hebben op de bruikbaarheid van een technologie.

A - Activities: Wat is het doel van de activiteit?

C - Context: In welke context vindt de activiteit plaats?

T - Technologies: Het medium waarmee designers werken.

**Wanneer:** Voorafgaand aan het ontwerpen van een nieuwe technologie

**Doel:** Een techniek om alle aspecten mee te nemen in het ontwerp en niks te vergeten.

## **Techniek Concurrentenanalyse**

**Wat:** Analyseren van de overige concurrenten in de markt.

**Wanneer:** Je gebruikt deze techniek wanneer je iets gaat ontwerpen voor een bedrijf en vervolgens bekijkt hoe de concurrenten dit doen.

**Doel:** Je doel is om te kijken wie de concurrenten zijn, welke sterken en zwakten zij hebben en hoe jij hier als ontwerper het beste op kunt spelen.

## **Techniek Persona**

**Wat:** In een persona worden de gemiddelde eigenschappen van personen onder de loep genomen, op basis hiervan kan er een beeld worden geschat van de doelgroep.

**Wanneer:** Je gebruikt deze techniek wanneer je de doelgroep duidelijk in beeld wilt brengen voor je ontwerp.

**Doel:** Je doel is om een persona te ontwerpen die een zo goed mogelijk beeld geeft van de gehele doelgroep. Het is belangrijk dat je je concept aan laat sluiten bij de persona.

## **Techniek Doelgroep analyse**

**Wat:** Analyseren wie de mensen uit je doelgroep zijn en wat ze graag willen.

**Wanneer:** Je gebruikt deze techniek voorafgaand aan je onderzoek om de doelgroep goed in beeld te krijgen.

**Doel:** Je doel is om te kijken wie de gebruikers zijn en wat zij graag willen zodat je concept daar goed op aansluit.

## **Techniek MOSCOW**

**Wat:**

Een techniek om eisen te prioriteren.

M - Must have: zonder deze benodigheden is het product nutteloos.

S - Should have: is essentieel als er genoeg tijd voor is, maar zonder deze is het systeem wel werkbaar.

C - Could have: minder belangrijk, kan eruit gelaten worden.

W - Want to have: kan wachten tot later in het proces.

**Wanneer:** Je gebruikt deze techniek wanneer je eisen wilt prioriteren.

**Doel:** Overzicht krijgen in de eisen.

## **Create concept**

In deze fase ga je aan de slag met de opgedane informatie uit de look and listen fase. Je gaat de eerste concepten uitwerken.

## **Techniek Moodboard**

**Wat:** Middels een moodboard geef je de sfeer van het concept weer. Dit wordt gedaan aan de hand van voorbeelden en illustraties.

**Wanneer:** Je gebruikt deze techniek wanneer je een visualisatie van je concept wilt laten zien.

**Doel:** Door middel van een visualisatie duidelijk je concept over brengen en de sfeer die het concept heeft.

## **Techniek Style tile (Huisstijl)**

**Wat:** In een style tile staat beschreven hoe het logo, de typografie en kleuren toegepast moeten worden om een consistente weergave van de identiteit van het merk, het product of de organisatie te waarborgen.

**Wanneer:** Je gebruikt deze techniek om aan te geven hoe de vormgeving van de website zal zijn.

**Doel:** Door middel van een style tile bepaal je de opmaak en deze zal in ieder ontwerp terugkomen.

## Design detail

Nadat je je concept hebt ontworpen tijdens de create concepts fase ga je deze verder uitwerken in de design details fase.

### **Techniek Paper prototype**

**Wat:** Door middel van tekeningen je eerste ontwerp van je website weergeven.

**Wanneer:** Je gebruikt deze techniek om de functionaliteit en lay-out te bepalen en deze visualiseren in een visuele prototype.

**Doel:** Het onderzoeken en vergelijken van websiteconcepten op basis van papieren schetsen.

### **Techniek Sitemap**

**Wat:** Een sitemap geeft een overzicht van de inhoud van de website en is hiërarchisch geordend.

**Wanneer:** Je gebruikt deze techniek om een bepaalde structuur in je ontwerp te creëren.

**Doel:** Structuur in het ontwerp brengen door een visualisatie.

### **Techniek Wireframes**

**Wat:** Een wireframe is een bouwtekening van de website, maar functioneert ook als een prototype.

**Wanneer:** Je gebruikt deze techniek om de structuur van de website te bepalen.

**Doel:** Structuur in het ontwerp brengen door een visualisatie.

## Make it real

Nadat je je concept hebt aangescherpt tijdens de design details fase ga je het concept in deze fase realiseren.

### **Techniek Hi-fi**

**Wat:** Uitgebreide tekeningen met details van je ontwerp.

**Wanneer:** Je gebruikt deze techniek om de stijl van een website te bepalen.

**Doel:** Duidelijke weergave van hoe de website eruit gaat komen te zien.

### **Techniek User test**

**Wat:** Aan de hand van je prototype laat je mensen je ontwerp testen.

**Wanneer:** Je gebruikt deze techniek wanneer je verder bent in de ontwerpfase. Deze ontwerpen laat je testen door verschillende gebruikers.

**Doel:** Het ontwerp testen en analyseren. Op deze manier kom je tot een beter concept.

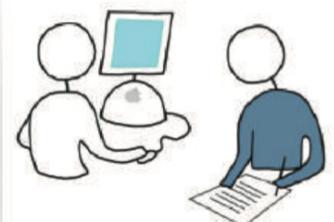
### **User testing**

Do users need my app?



### **Usability testing**

Can users use my app?



### **Techniek Styleguide**

**Wat:** In de style guide van je website staat onder andere aangegeven wat de huisregels zijn voor de vereisten weblinks en afbeeldingen moeten voldoen en welke regels er gelden op het gebied van opmaak.

**Wanneer:** Je gebruikt deze techniek om de structuur van de website te bepalen.

**Doel:** De huisregels vaststellen in een overzicht.

### **Techniek Experience testing**

**Wat:** Je product op verschillende onderdelen laten testen door de gebruikers.

**Wanneer:** Je gebruikt deze techniek om te onderzoeken hoe gebruikers je product ervaren.

**Doel:** Je product gebruiksvriendelijker maken.

# CISIN

1. *Productdefinitie* - Noodzaak om op het hoogste niveau te brainstormen over het product met belanghebbenden.
2. *Onderzoek* - Noodzaak om te weten wat uw gebruikers willen ("bouw het juiste product").
3. *Analyse* - Het haalt informatie uit gegevens die zijn verzameld tijdens de productonderzoeksfase.

## Productdefinitie

- Interviews
- Project kick-off
- Waardepropositie creëren
- Conceptschetsen

## Analyse

Het belangrijkste doel van het analysessegment is om inzichten te verkrijgen uit informatie die is verzameld tijdens de productonderzoeksfase. Vangen, ordenen en maken van het 'wat' klanten willen / denken / nodig hebben, kan UX-ontwerpers helpen het 'waarom' te

- Persona
- Scenario's
- User Journey
- Productdocumentatie

## Design

- Schetsen
- Draadframes
- Gebruikersstroom
- Wireframes
- Prototypes
- Mock-up
- Site map

4. *Design* - Maak benaderingen om hen te geven wat ze nodig hebben ("ontwikkelde het product rechts").
5. *Gebruikerstesten* - Bevestig uw resultaten bij klanten, of zoek uit wat u moet veranderen.

## Onderzoek

- Interviews
- Enquêtes
- Concurrenten

herkennen dat ze dat willen / denken / nodig hebben. In de loop van deze fase bevestigen ontwerpers dat de meest dwingende verdenkingen die worden geuit substantieel zijn.

## Gebruikerstesten

- Testplan
- Analyse
- Feedback

# Conclusie

Nu dat ik onderzoek heb gedaan op verschillende ontwerpprocessen neem ik het volgende mee in mijn ontwerpproces.

- Probleemsituatie
- ACT
- Doelgroep
- Persona
- Concurrenten
- Brainstormen
- Inspiratie opzoeken
- Mindmap
- Moscow
- Huisstijl
- Moodboard
- Sitemap
- Low-fi
- Highfi
- Testplan / Draaiboek
- User Test High-fi
- Design / Styleguide
- Testen
- Design 2.0
- Video

## Bronnen

<https://www.cmd-amsterdam.nl/cmd/>

<http://mirthevanstaalduinen.nl/wp-content/uploads/2019/02/Waaier-gecomprimeerd.pdf>

<https://www.cisin.com/coffee-break/nl/technology/best-ux-design-process-and-its-methodologies-what-clients-need-to-know.html>

## Probleemsituatie

Het aantal ijssalons is in de afgelopen tien jaar met bijna 60% gestegen en is uitgekomen op 525 vestigingen. De focus verschuift steeds meer naar duurzaam, biologisch en gezond ijs. De zomertrend van 2013 is chocolade ijs in verschillende vormen en combinaties. Ijssalons gaan daarnaast steeds meer (branchevremde) bijproducten verkopen.

Momenteel bestaat circa 70% van de ijssalons

uit gespecialiseerde ijssalons, 30% uit ijssalons die een aanvullend assortiment aanbieden en een verwaarloosbaar deel uit ijssalons die uitsluitend ijs leveren aan de horeca. Steeds meer ijssalons kiezen ervoor om het assortiment met bijvoorbeeld pannenkoek, chocolade of koffie te verbreden om hiermee in de wintermaanden extra omzet te genereren.

### Duurzaam, biologisch en gezond

Een trend is dat er meer aandacht is voor gezonde, biologische en duurzame producten. Dat is terug te zien bij de manier van ijsbereiding met het gebruik van natuurlijke grondstoffen, pure ingrediënten en FairTrade producten. Mensen betalen graag voor kwaliteit, en goede en eerlijke producten. Yoghurtijs is al enkele jaren enorm populair in Amerika en Azië, inmiddels is de opkomst nu ook in volle gang in Nederland.

### Ijstrends

Bij ijssalons wordt er geëxperimenteerd met bijzondere smaken zoals asperge-ijs, erwtenijs, ansjovisijs of ui-ijs. Het aanbod van ijs toppings groeit, hierdoor kunnen kinderen en volwassenen zelf hun favoriete ijsje samenstellen. De ijssmaak van 2013 is volgens de deskundigen chocolade. Een trend om ijssmaken in hun puurste vorm te maken is een van de uitdagingen die veel ijsbereiders deze zomer aangaan.

Nieuwe concepten met een moderne en frisse uitstraling in combinatie met verrassende ijssmaken zorgen voor een nieuwe belevening, waarbij het interieur steeds belangrijker wordt.

De inzet van social media zal zich verder ontwikkelen en actieve ondernemers zullen hiermee hun gastenbestand verder vergroten.

## Bronnen

<https://www.spronsen.com/brancheinfo/de-ijsalon-in-beeld-3/>

# Huisstijlhandboek

## 8 elementen

Een huisstijlhandboek is een huisstijl document waarin de richtlijnen en regels voor het toepassen van een huisstijl van een organisatie vastliggen. Een huisstijlhandboek is belangrijk voor meerdere partijen. Zoals:

- Ontwerpers
- Leveranciers
- Medewerkers

### 8 elementen binnen een huisstijl

- Logo gebruik
- Pay-off, slogan
- Kleurgebruik
- Typografie
- Stijlelementen
- Fotografie
- Huisstijldragers

Formaat, afmetingen, papiersoort, briefpapier, enveloppen, visitekaartje, headers, content

Een huisstijlhandboek is noodzakelijk om het consistente gebruik van een huisstijl te kunnen bewaken. Dingen wat ik een huisstijlhandboek kan zitten:

- Presentaties
  - Visitekaartje
  - Website
  - Brochure
- 
- Merk geschiedenis  
Als laatste is het goed om het merk, de historie en de achtergrond van de huisstijl in het huisstijlhandboek vast te leggen. Merkwaarde, de totstandkoming van het logo en uitleg van de gekozen merkarchitectuur.

# PP Company

### • Het bedrijf

Waar staat de onderneming voor? Wat is de doelgroep en hoe wordt deze bereikt. Wat is het marktgebied van het bedrijf en wat zijn de voornaamste uitingen? Is dat regionaal, nationaal of internationaal (en daardoor meertalig)?

### • Logo

Beeldmerk of woordmerk, positionering en verhoudingen, uitzonderingen, kleur of zwartwit

### • Pay-off

Pay-off in combo met logo

### • Kleuren

PMS, CMYK, RGB

### • Typografie

### • Huisstijlelementen

Brief papier, visitekaartje, enveloppen

### • Fotografie

### • Teksten

Tone of voice, jij of u

### • Social media

## **Merlinone**

**Wat zijn richtlijnen voor merkidentiteit?**  
Er is niet één definitie van richtlijnen voor merkidentiteit - ze zijn er in verschillende vormen, functies en maten. Ze zijn afhankelijk van uw bedrijf en doelen. Maar

### **4 stappen hoe jij jouw merkidentiteit definieert**

- Begrijpen van merk  
Zet in op het opschrijven van uw officiële missieverklaring, kernwaarden en visieverklaring.
- Verken je publiek  
Identificeer specifieke demografische gegevens.
- Overzicht van kopers reis  
U begrijpt uw merkaanbod. U kent uw doelgroep. En u weet waar ze samenkommen. Op het snijvlak van de pijnpunten van de consument en uw oplossing. Breng dit proces in kaart van consumentenbewustzijn tot productoverweging. Van aankoop/beslissing tot merkadvocaat (uw uiteindelijke doel).

### **Voor in de merkidentiteit**

- Logo
- Pay-off
- Kleurenpalet
- Typografie
- Merkstem (Tone of voice)
- Fotografie en afbeeldingen

## **Conclusie**

Uit deze bevindingen heb ik gezien dat alle 3 de websites ongeveer op hetzelfde neerkomen. Ik heb op het MBO een huisstijlhandboek gemaakt voor het keuzevak: Corporate Design.

de basis is altijd hetzelfde: uw richtlijnen voor merkidentiteit dienen als een geschreven identiteitshandleiding en stijlgids om uiteengezet merknormen via digitale en gedrukte media.

### **Schrijven**

Schrijf met het bovenstaande in gedachten uw merkmethodes: uw merkpositie, attributen, visie, belofte en waarden.

### **Werk zien?**

[Mail naar: xiao.nan.pols@hva.nl](mailto:xiao.nan.pols@hva.nl)

80% van de inhoud van mijn onderzoek is hetzelfde als wat ik had gemaakt op het MBO. Ik wil mijn mbo-kennis combineren met wat ik heb onderzocht.

**Mijn huisstijlhandboek zal het volgende bevatten:**

- Merkmodel
- Golden Circle
- Kleurenverantwoording
- Logo
- Pay-off
- Typografie
- Stijlelementen
- Stationary

**Bronnen:**

<https://teamnijhuis.com/hl/blog/huisstijlhandboek-8-elementen-tips-en-voorbeelden-vakpraatvideo/>

<https://pp-company.nl/blog/huisstijlhandboek>

# PROBLEEMSITUATIE

Meer ijssalons komen op de markt. 70% van de ijssalons zijn gespecialiseerde ijssalons. Ijssalons verbreden hun assortiment met bijvoorbeeld: pannenkoeken, koffie en chocolade. De trend is om meer aandacht te hebben voor gezonde, biologische en duurzame producten. Mensen betalen graag

voor kwaliteit, en goede en eerlijke producten. Ijssalons gaan graag met de trends mee. Aanbod van ijstoppings vergroot waardoor klanten hun eigen ijs kunnen samenstellen. Nieuwe concepten met een moderne en frisse uitstraling in combinatie met verrassende ijssmaken zorgen voor een nieuwe beleving.

## Oplossing

Om een app te ontwikkelen waarbij gebruikers hun eigen ijs kunnen samenstellen is een moderne nieuwe manier om mee te gaan met de tijd. Steeds meer horecaondernemers hebben een online manier gevonden om bestellingen op te nemen. Via de grote tablet in het restaurant of via de mobiel op afstand. Door deze nieuwe oplossing van bestellen, kunnen gebruikers vrij zijn in variëren en de controle nemen over hun bestelling.

# ACT

## Wat is het doel van de activiteit?

Door deze nieuwe interface kunnen gebruikers gemakkelijk hun eigen ijs samenstellen. Ze hebben zelf de controle over hun bestelling. Door een bestelling te plaatsen in vorm van beeld kunnen zij precies zien wat er gebeurt.

## Het medium waarmee designers werken:

De interface zal worden gemaakt met HTML, CSS en JavaScript.

## In welke context vindt de activiteit plaats?

De interface zal plaatsvinden in het restaurant zelf of bij de gebruiker op afstand.

### *In het restaurant*

De gebruiker is in de ijssalon en wilt een bestelling plaatsen. De gebruiker kan de grote tablet gebruiken. Op die manier heeft hij groot overzicht en heeft hij een kleine kans om opties en of keuzes te missen.

### *Op afstand*

De gebruiker is in zijn eigen omgeving een bestelling aan het plaatsen. Hij hoeft zijn product alleen maar op te halen bij de ijssalon vandaan.

# DOELGROEP

Elk persoon die houdt van ijs kan komen bij Xiaoco Ijs. Omdat de bestellingen online gaan moet de doelgroep weten hoe hij de device kan gebruiken. Daarom richt ik mij op de doelgroep tussen de 12 tot 25 jaar.

94% van deze doelgroep gebruiken mobiel internet. 93% van 12 tot 18-jarige zijn dagelijks online. Bij mensen tussen de 18 en 25 jaar is dat 96%.

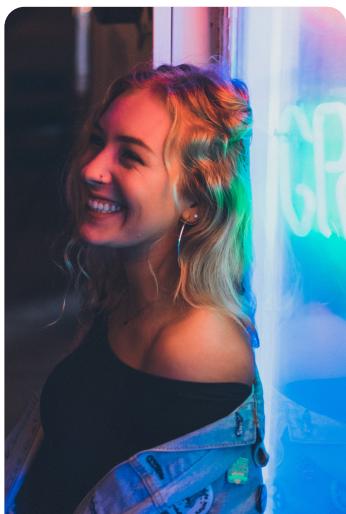
Vanuit deze cijfers weet deze doelgroep hoe zij een device moeten gebruiken.

## Bronnen:

<https://longreads.cbs.nl/ict-kennis-en-economie-2019/ict-gebruik-van-huishoudens-en-personen/>

# PERSONA

## Lisa Bakker



"Je leeft maar 1 keer"

### Biografie

Lisa houdt van het leven. Ze maakt er elke dag een feestje van. Graag wil ze iets meegeven aan de wereld om niet vergeten te worden. En dat doet ze met haar muziek. Met Lisa verveel je je nooit. Overal ziet zij wel positiviteit in. Ze wil geen minuut missen van de gezelligheid. Bij iedereen is Lisa wel het zonnetje in huis.

### Redenen om ijs te eten

- Redenen om ijs te eten
- Verkoeling na pittig eten
- Als toetje na het eten
- Excus bij ongesteldheid
- Nieuwe smaken uitproberen
- Als beloning

### Doelen en gedrag

- Als het warm weer is met vriendinnen een ijsje eten
- Bij het avondeten een lekker toetje nemen
- Nieuwe smaken proberen vergroot je ijskennis

### Verwachtingen

- Snel kunnen bestellen
- Duidelijk overzicht
- Zelf kunnen samenstellen
- Precies zien hoeveel het gaat kosten

### Motivatie

Angst

Groei

Kracht

Sociaal

### Persoonlijkheid

Extrovert

Introvert

Denken

Voelen

Oordelen

Observeren

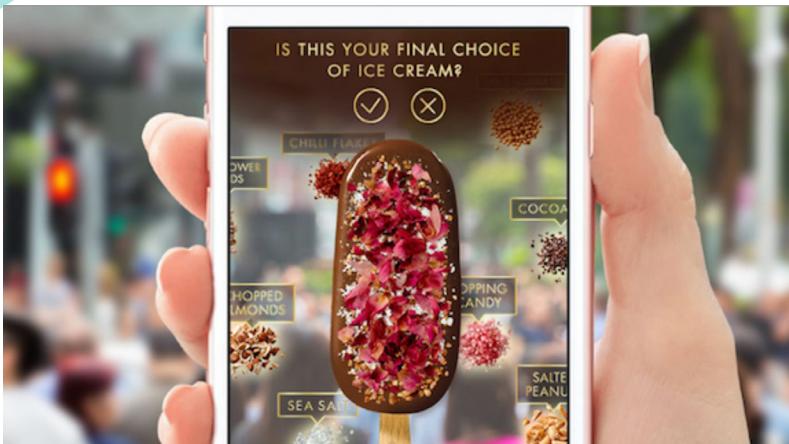
Leeftijd	18
Werk	Detailhandel
Status	Relatie
Locatie	Amsterdam
Hobby	Gitaar, feesten, tekenen
Archetype	De nar

## Bronnen:

<https://unlp.nl/kennisbank/archetypen-van-jung-dit-zijn-de-12-persoonlijkheidstypen-van-jung/>  
[https://unsplash.com/photos/6\\_9TzlWhpdM](https://unsplash.com/photos/6_9TzlWhpdM)

# CONCURRENTEN

## Magnum



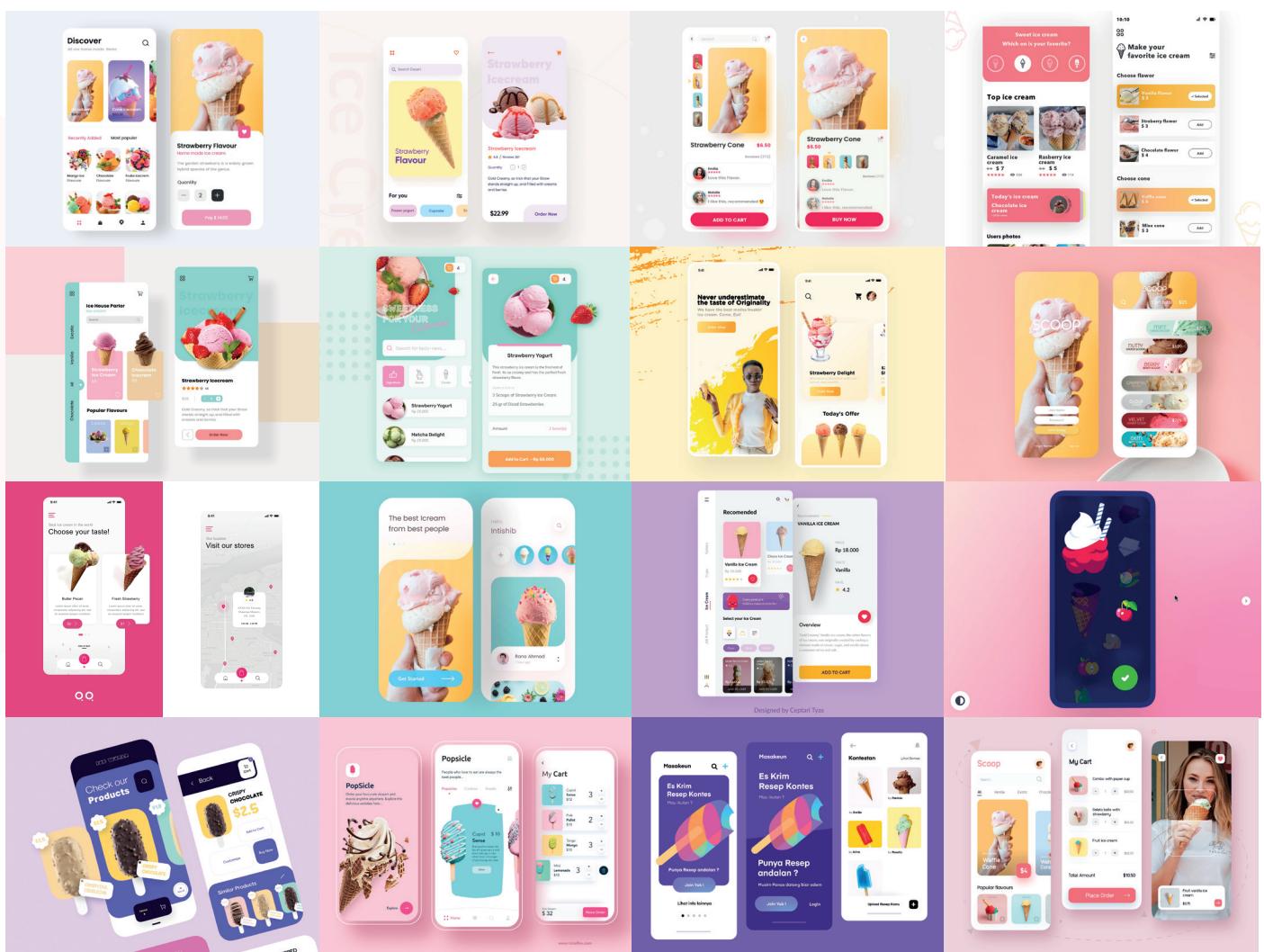
Magnum gaat in samenwerking met Blippar om mensen hun eigen ijs te maken met AR. Gebruikers kunnen kiezen uit 18 smaken. De ervaring maakt gebruik van de gyrocoop van

de smartphone om gebruikers ijscoatings, toppings en motregen in 180° rondom hen te laten zien.

De campagne creëert krachtige kansen om bezoekersaantallen en aankopen naar Magnum's paradijs Pleasure Store te stimuleren.



De gebruiker kan hier keuzes maken. Bij de coating en bij de drizzle moet de gebruiker op een arrow klikken voor varianten. Bij de toppings kan de gebruiker met zijn mobiel draaien.



Er zijn al een aantal ijs app concepten. Op de meesten kun je alleen ijs bestellen en niet customizen. Uit deze bevinding valt het mij op dat er lichte kleuren worden gebruikt in het design. Dit kan ik meenemen voor mijn kleurenverantwoording.

## Bronnen:

<https://dribbble.com/xiaonanpol21/collections/5161742-Xiaoco-ijs>

## Ice cream maker



In deze game kan je je eigen ijs customize. Niet alleen ga je het samenstellen maar je gaat ook zelf het ijs maken. (Suiker, melk, ei toevoegen) Uit deze game zou ik verschillende smaken kunnen gebruiken voor mijn eigen Xiaoco ijs.

## Conclusie

Er is nog maar 1 Ijssalon of merk die echt een eigen customizer heeft voor zijn klanten. Verder zijn er alleen nog maar concepten beschikbaar. Dit geeft mij de kans om anders te zijn dan de andere Ijssalons.

### Bronnen:

<https://www.blippar.com/blog/2018/01/29/magnum-partners-blippar-let-people-customize-their-own-ice-cream-using-augmented-reality>

[https://dribbble.com/tags/icecream\\_app](https://dribbble.com/tags/icecream_app)

<https://play.google.com/store/apps/details?id=br.com.tapps.myicecreammaker&hl=en&gl=US>

# BRAINSTORMEN

Ik ging een brainstormsessie houden met mijn doelgroep.

bakjes/hoornjes

feestje  
discodel

Swirl  
akita plastic Chinese muur  
boba carte Hello kitty bts aliexpress Jamin  
pastel Chinese vibe Korea plastic  
hoofdjes poppetjes drake accesoire hotpot

Cafetaria disco dip zoef  
Febo kleur thema's  
sunnewerk

toppings snoep  
marsh nootjes knetters mellow zuiker

Kat

Xiaoco Ijs Customizen

bubble thea

hoorn personaliteit

Cupcake apparaat in de muur

klap deur febo

Bolletjes Ijs

Hoorntje met  
meerdere bollen

Niet originele ijskleuren

brand auto glas

explode autoban Car crash

meezelf slipsporen

Xiaoco Ijs Customizer

verschillende

Combineren

disco / nacht

choco/koekjes

OPTIES

Unieke toppings

Unieke ijshoorntjes

Unieke bekers

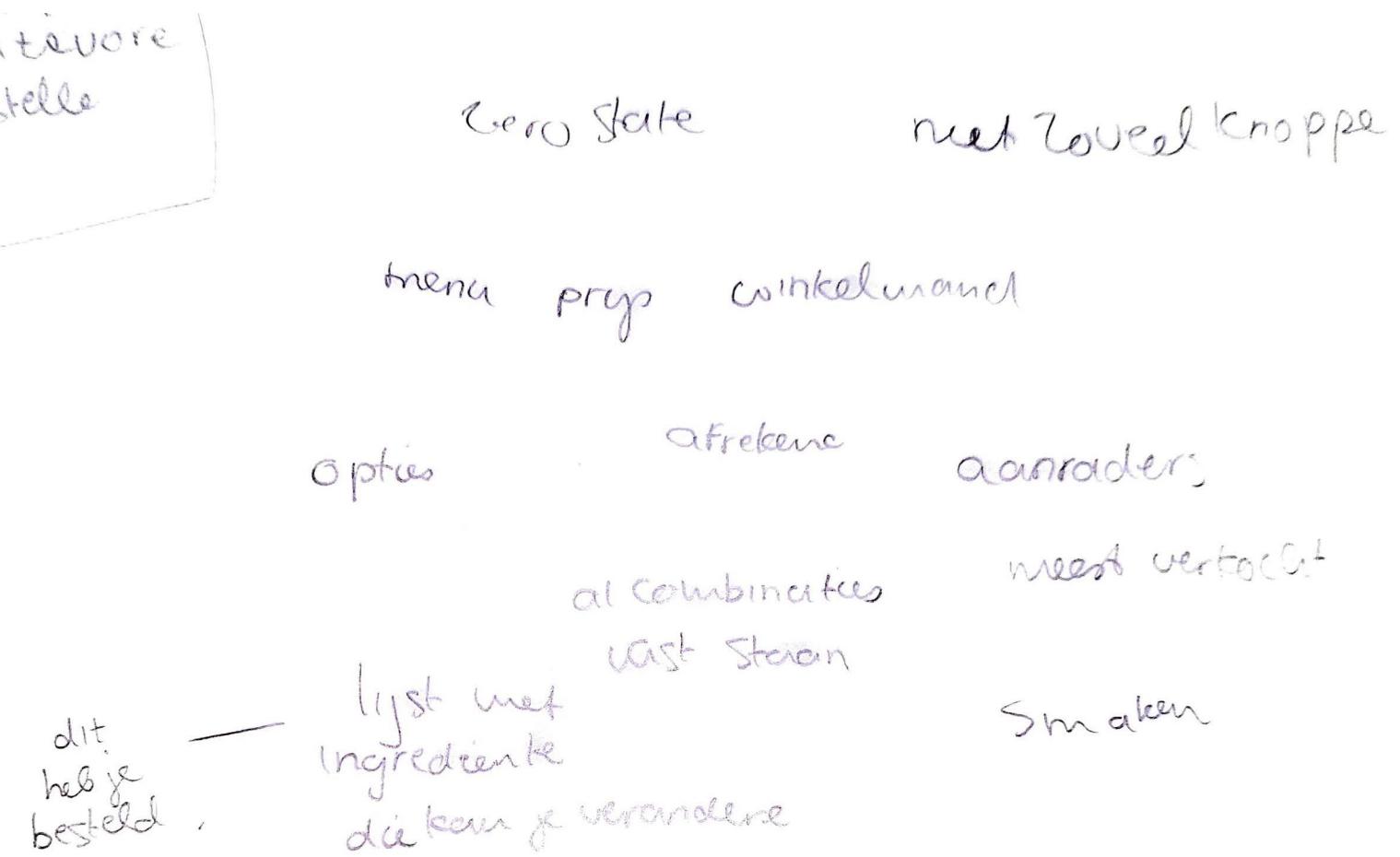
Smaken

Unieke smaken

Uit deze brainstormsessie kwam uit dat de gebruiker zijn hoorn wil customizen en dat er verschillende smaken moeten komen natuurlijk. Doordat het product Xiaoco Ijs gaat heten vond de doelgroep het ook leuk om mijn persoonlijkheid in te verwerken. Door 'cupcake in de muur' denk ik eraan om ook merch te gaan verkopen met mijn app. Doordat het een nieuwe app is voor het ijs en alvast een richting voor de huisstijl, moet alles uniek zijn. Zo wil ik proberen om unieke smaken te bedenken, unieke hoornjes etc.

Ook had ik 2 vragen aan mijn doelgroepen gesteld. Zou je liever willen bestellen op afstand met de mobiel of via een grote tablet in de shop? Mijn doelgroep wou liever dat ze het konden bestellen via een grote tablet in de shop omdat dat persoonlijker aanvoelt. Ook kunnen zij hulp vragen aan het personeel als het eventjes niet lukt. Door dit inzicht ga ik verder met het ontwerpen voor een groot tabletscherm.

2e vraag was: Als je een ijsje mocht customizen, wat voor functies zou dan belangrijk voor je zijn?

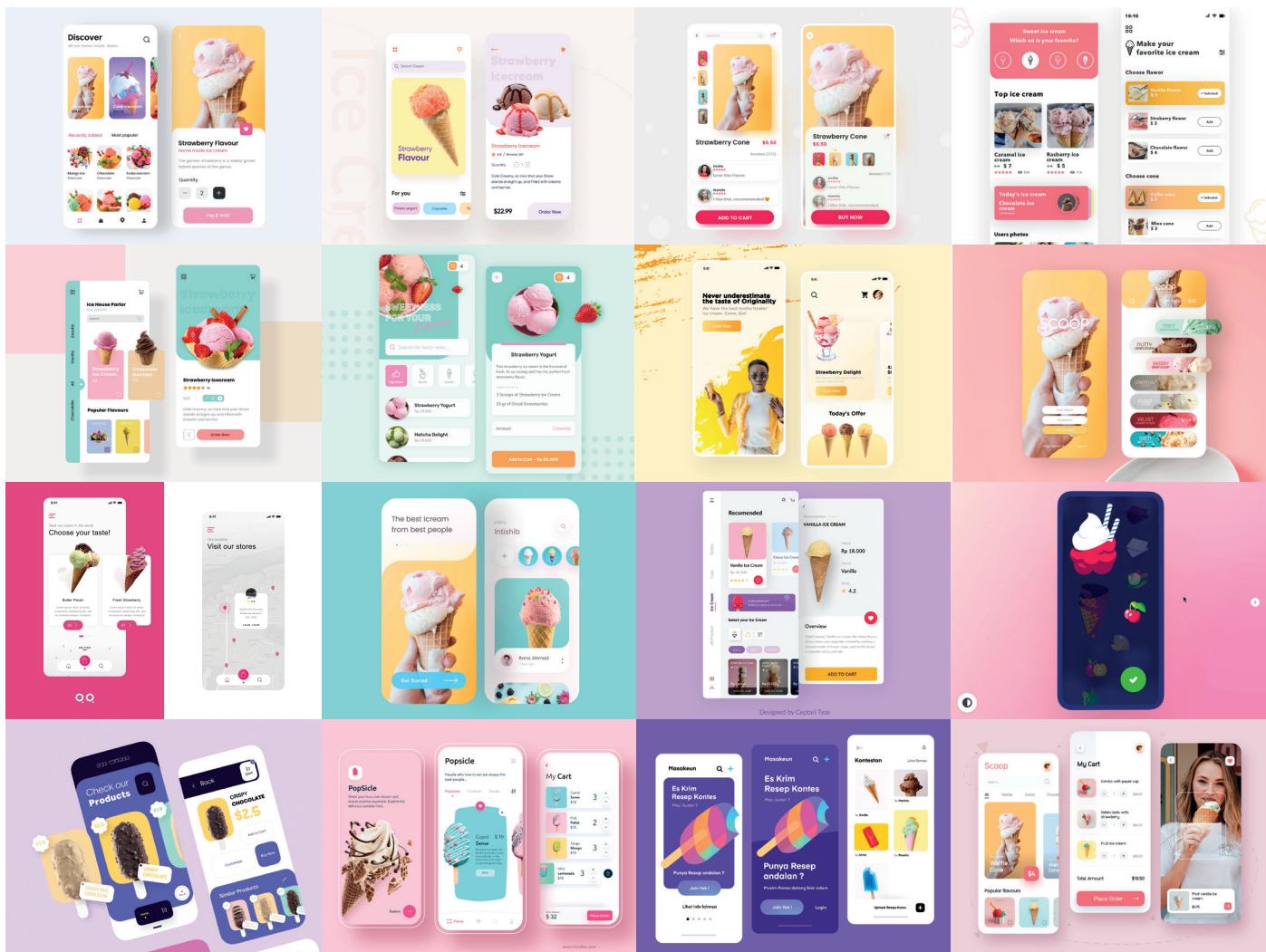
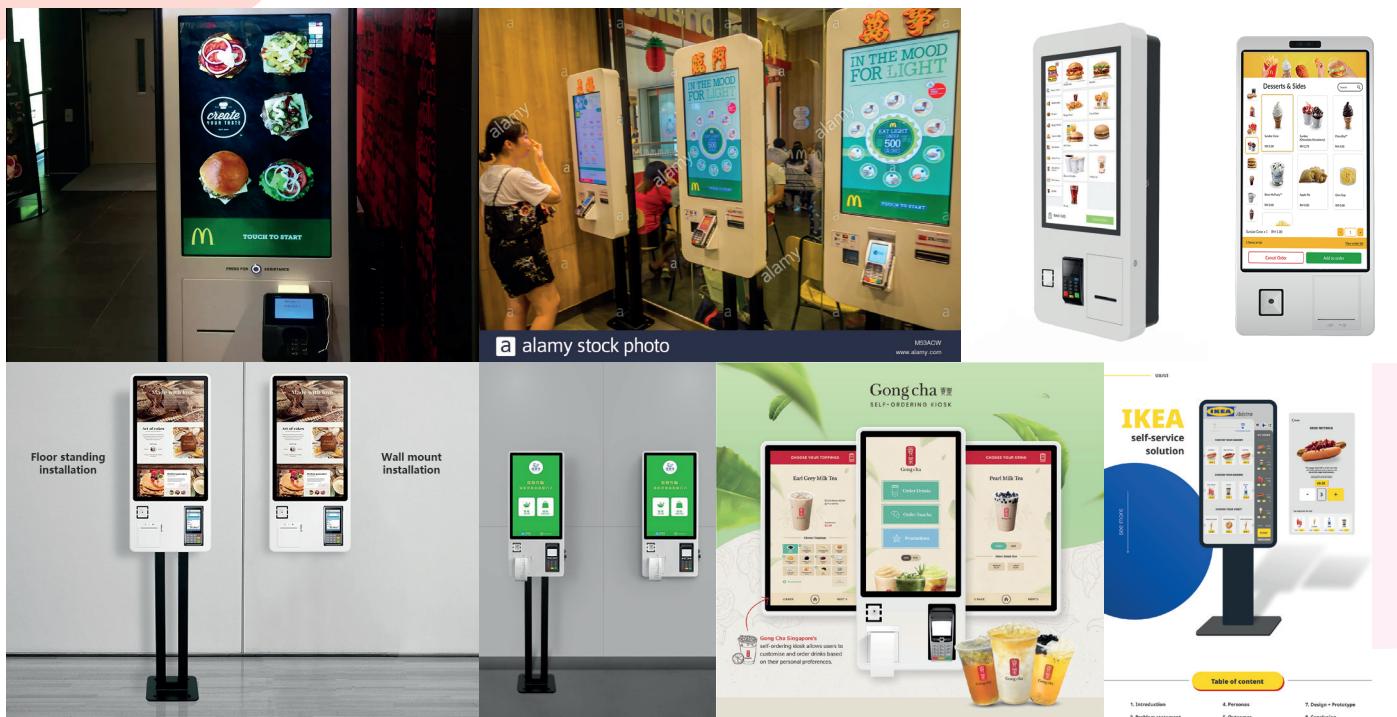


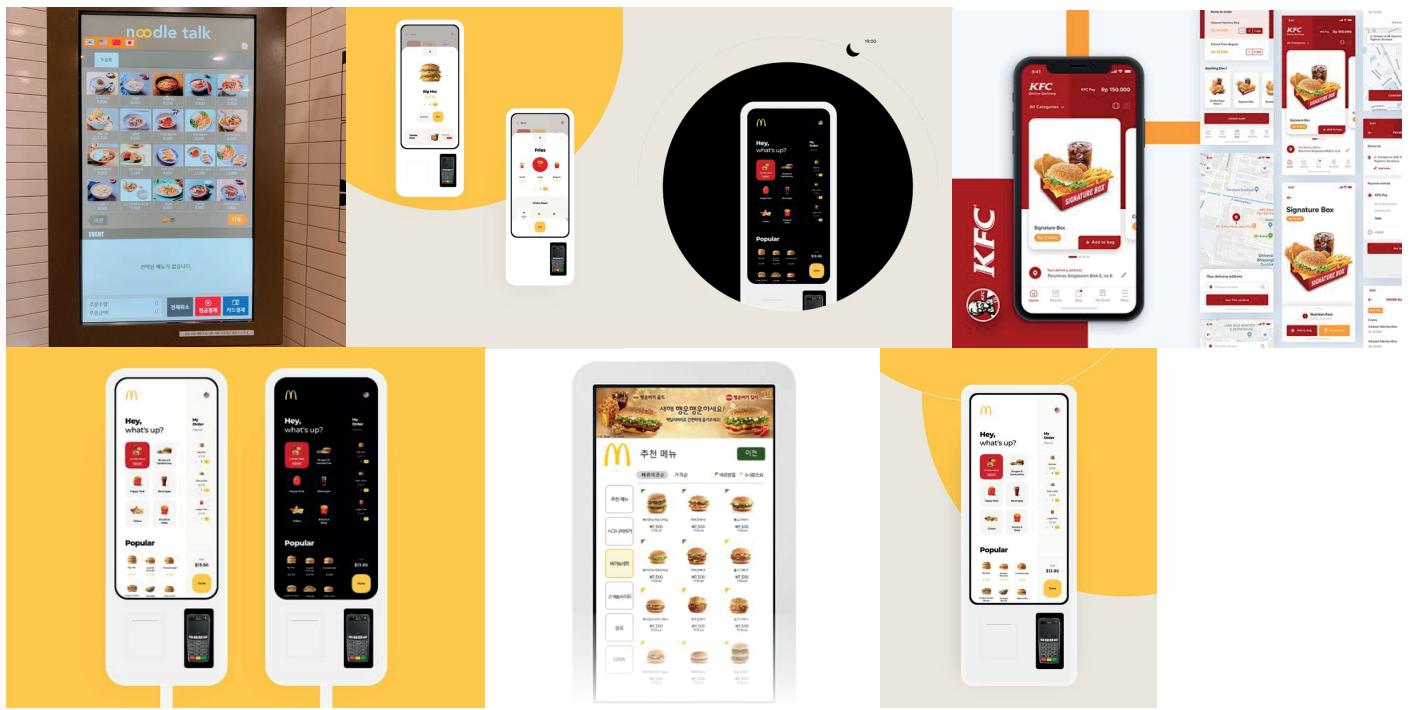
Hieruit kwam dat er ijs aanraders leuk zou zijn voor de klanten. Zo kunnen klanten snel een ijsje kiezen i.p.v helemaal van vooraf aan beginnen als zij nog geen idee hebben. Wanneer de gebruiker bijna klaar is met bestellen, krijg je nog een lijst met wat je hebt gekozen en misschien met de ingrediënten erbij. Zo kan de gebruiker nog een check doen

en aanpassen. Voor de rest kwamen standaard conclusies uit deze vraag. Zoals menu, afreken knop etc.

Door deze bevindingen wil ik een Usertrip doen. Zo ga ik naar restaurants waar je kan bestellen via een groot scherm. Bijvoorbeeld: Macdonalds, YOYO, KFC etc.

# INSPIRATIE OPZOEKEN







Starbucks order mobile app ☆



Coffee Shop Apps for... Adil Logo Design



Recipe Sharing Mobile Application ☆



Bill Henry Ben Add New



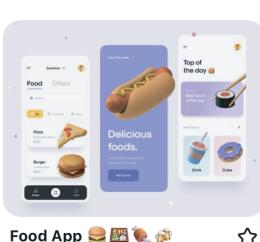
Food App 🍔🍟🍕🌭



Smoothie ☆



Popsicle - Online food delivery ☆



Food App 🍔🍟🍕🌭



Plant Watering App ☆



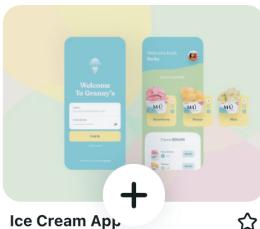
Pizzario UI Kit - UI Kits ☆



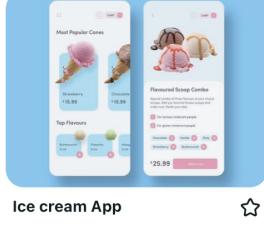
Yoghurt Mock-up 2 ☆



Neumorphism - Food App Design ☆



Ice Cream App ☆



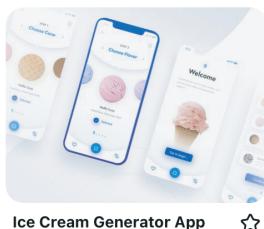
Ice cream App ☆



Plant Watering App ☆



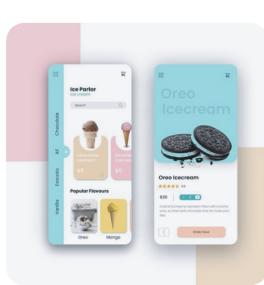
3/24Do you like ice cream? ☆



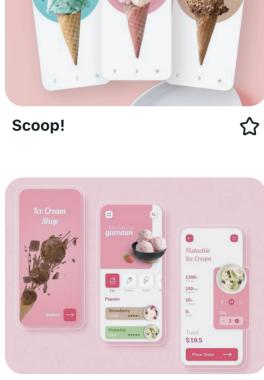
Ice Cream Generator App 🍦 (Automated Hack #21) ☆



Plant Shop App ☆



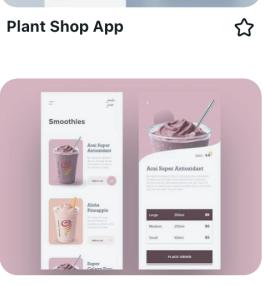
Ice cream App Design Concept 😊 ☆



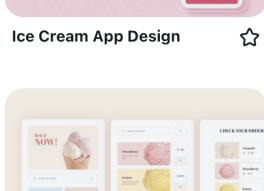
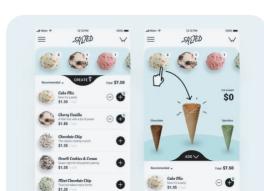
Scoop! ☆



mobile application user... B Inspirational Branding Ide... ☆



Smoothie App Exploration ☆



Uit deze bevindingen heb ik gezien dat er verschillende bedrijven zijn die een self service tablet aanbieden aan restaurants. Bijvoorbeeld: Oracle.

Bij de eerste verzameling aan inspiratie viel mij op dat de navigatie aan de linkerkant staat van het scherm. Dat is ook zo bij de Mac, KFC,

YOYO en Dunkin Donuts. Dat zal terugkomen bij de User trip. Om anders te zijn dan anderen kan de vormgeving van de app toegepast kunnen worden bij de tablet. Maar zal mijn doelgroep dat leuk vinden? Dat zal ik kunnen zien wanneer ik een A/B test ga doen met mijn gebruikers.

**Bronnen:**

<https://www.businessinsider.com/what-self-serve-kiosks-at-mcdonalds-mean-for-cashiers-2015-8?international=true&r=US&IR=T>

<https://www.alamy.com/stock-photo-singapore-singapore-february-01-2018-self-service-kiosks-at-mcdonalds-175251017.html>

<https://www.jameshoggdisplay.digital/products/27-self-service-kiosk>

<https://www.fmetadata.com/product/self-service-ordering-kiosk-display/>

<https://www.taiyuntech.com/the-usa-market-need-self-service-kiosk/>

<https://nl.pinterest.com/pin/738027457660783386/>

[https://www.behance.net/gallery/76993347/Gong-Cha-Self-order-Kiosk-UI-UX-Design?tracking\\_source=project\\_owner\\_other\\_projects](https://www.behance.net/gallery/76993347/Gong-Cha-Self-order-Kiosk-UI-UX-Design?tracking_source=project_owner_other_projects)

<https://nl.pinterest.com/cdaomai/smart-kiosk/>

<https://dribbble.com/xiaonanpols21/collections/5161742-Xiaoco-ijs>

<https://nl.pinterest.com/xiaonanpols21/xiaoco-ijs/tablet-ui/>

<https://nl.pinterest.com/xiaonanpols21/xiaoco-ijs/app/>

<https://www.oracle.com/nl/industries/food-beverage/restaurant-pos-systems/pos-hardware/self-service-kiosks/>

# USER TRIP

## Dunkin Donuts

Ik heb een donut besteld via een groot tabletscherm in de winkel. Daar heb ik de volgende dingen genoteerd.

- Als je begint heb je een afbeelding met een knop: klik hier. Dan krijg je een pop up van of je het mee wilt nemen. (Je kan het alleen maar meenemen dus waarom staat die functie daar?)
- Op hetzelfde scherm staan taal icons die de gebruiker kan gebruiken.
- Aan de linkerkant heb je een rij met onderwerpen waar je uit kunt kiezen. Bijvoorbeeld: Meest besteld, Merch, Donuts, Hot drinks, Dagdeals etc, Special deals etc.
- 1 special deal wordt bovenaan op het scherm getoond. Die blijft ook de hele tijd op het scherm zitten.
- Aan de onderkant heb je de prijs van het totale bedrag, en aan de rechterkant heb je een duidelijke knop 'Bestellen'.
- Als je gaat bestellen krijg je een pop-up van de ingrediënten die in het product zitten en een pop-up van: Misschien wil je dit ook wel kopen.
- Als je gaat bestellen kom je op het pinscherm.



Het product komt in een mooi vormgegeven bakje. Het vakje is dicht door een sticker. De donut zit in een papiertje die je er makkelijk af kan halen. De donut zag er mooi uit maar zo bijzonder was het niet.

## Macdonalds

Ik heb een ijskoffie besteld via een groot tabletscherm in de winkel. Daar heb ik de volgende dingen genoteerd.

- Het begint bij een startscherm met ‘klik hier’ dan word je geleidt naar een scherm om te kiezen of je het wilt meenemen of hier wilt opeten. Je kan ook verschillende talen kiezen.
- Je kan iets laten scannen via de app of een lokale coupon gebruiken. Dit staat vast bovenaan het scherm.
- Aan de linkerkant staan alle categorieën waar je uit kunt kiezen.
- ‘Uitverkocht’ staat duidelijk op het product. Het product heeft ook een opacity.
- Feedback in het groen voor de klant: Hier opeten als je daarvoor hebt gekozen.



- Als je je product hebt geselecteerd kom je op een scherm om hoeveelheid aan te passen en om te personaliseren.
- Het scherm kan veranderd worden voor een rolstoelgebruiker. Dan wordt de helft van het scherm gebruikt.
- Als je onderaan klikt op afrekenen krijg je je bestelling te zien van wat je allemaal hebt gekozen en nog een pop-up van wil je doneren aan Ronald Macdonald.

Op een ander scherm bij Macdonalds staan bestellingen die bereid worden aan de linkerkant. Aan de rechterkant staan de bestellingen die klaar zijn. Ik had nummer 82. Voor 5 seconden stond mijn bestelling aan de linkerkant op het scherm en na 5 seconden was mijn nummer verdwenen. Hij stond ook niet aan de rechterkant. Ik ging naar de balie toe en zei dat mijn nummer verdwenen was. De medewerker zei dat hij er wel gewoon aankwam. Dus ik wachten. En ik zag mijn ijskoffie voor een lange tijd op een tafel staan. Ik liep terug naar de balie en zei: ‘Mijn bestelling staat gewoon daar mag ik hem hebben?’ Toen gaf hij mijn bestelling. Ik vond dit niet een goede ervaring. Mijn nummer verdween, mijn ijskoffie stond voor een tijdje op de tafel wat niet nodig was.

Dit geeft aan dat de ervaring van je product (bestellingstablet) niet alleen bestaat op het scherm zelf maar ook daarna in de ‘echte wereld’.

# MINDMAP

## Smaken

- Xiao
  - Pizza
  - Rice
  - Noodles
  - Tteokboki

- Original
  - Choco
  - Cardamom
  - Vanilla
  - Cookies
  - Hazelnut

## Tops

- Kroepoek
- Sambal
- Kimchi
- Seaweed
- Pocki



## Bottoms

- Groot hoortje
- Klein hoortje
- Schelp
- Stokje
- Bakje



## Merch

- Sleutelhanger → tote bag
- Tas → Tas voor ijs
- lepel
- Rubber hoortje
- Rubber bakje



tote bag



Tas → Tas voor ijs



miljard

## Functies



+ 1 ☐

- IJssplitten, 2 keuzes
- Afrekenen (winkelmand)
- Categorieën
- Dit heb je besteld → kan je aanpassen & ingrediënt
- Bestellen knop
- Betaalscherm



## Concurrenten / inspiratie

- Startscherm
- Keuze hier meenemen
- Taal icons
- Categorieën
- 1 speciale deal vast
- Popup: wil je dit erbij kopen?
- App / coupon?
- Uitverkocht
- Doneren aan kinderen die gekleren maken?
- Appart scherm: voorbereinen is klaar
- AI
  - ijsmakende echte wereld

Sortering	Kleur
82	81
83	84
89	85
86	87

Met deze mindmap leg ik vast wat ik op de app wil hebben. Met de MOSCOW ga ik vastzetten welke van deze elementen het belangrijkst zijn voor het uiteindelijke ontwerp.

## Bronnen:

<https://doyouremember.com/98057/drumstick-ice-cream-cereal>

# MOSCOW

Deze MOSCOW is gemaakt vanuit de Mindmap  
en uit Inspiratie zoeken

## Must have

- Smaken, tops, bottom
- Afrekenen / Bestelknop
- Categorieën
- Dit heb je besteld (user kan aanpassen)
- Prijs

## Could Have

- 2 ijssmaken keuzes
- Betaalscherm
- 1 dagdeal vast
- Wat wil je erbij kopen?
- Uitverkocht
- Doneren aan kinderen die je kleren maken?
- Merch

## Should Have

- Startscherm
- Mobiel design
- Hoever je bent in de stappen
- Min en plus knop

## Won't Have

- Taal icons
- Keuze: hier of meenemen?
- App/coupon
- Appart apparaat met: bezig en klaar scherm
- Drag & Drop
- Dark Mode
- AI

# HUISSTIJL

## Logo

Ik heb inspiratie gehaald van Pinterest:

<https://nl.pinterest.com/xiaonanpol21/xiaoco-ijs/logo/>

The image is a collage of various ice cream shop logos and branding concepts, likely from Pinterest. It includes:

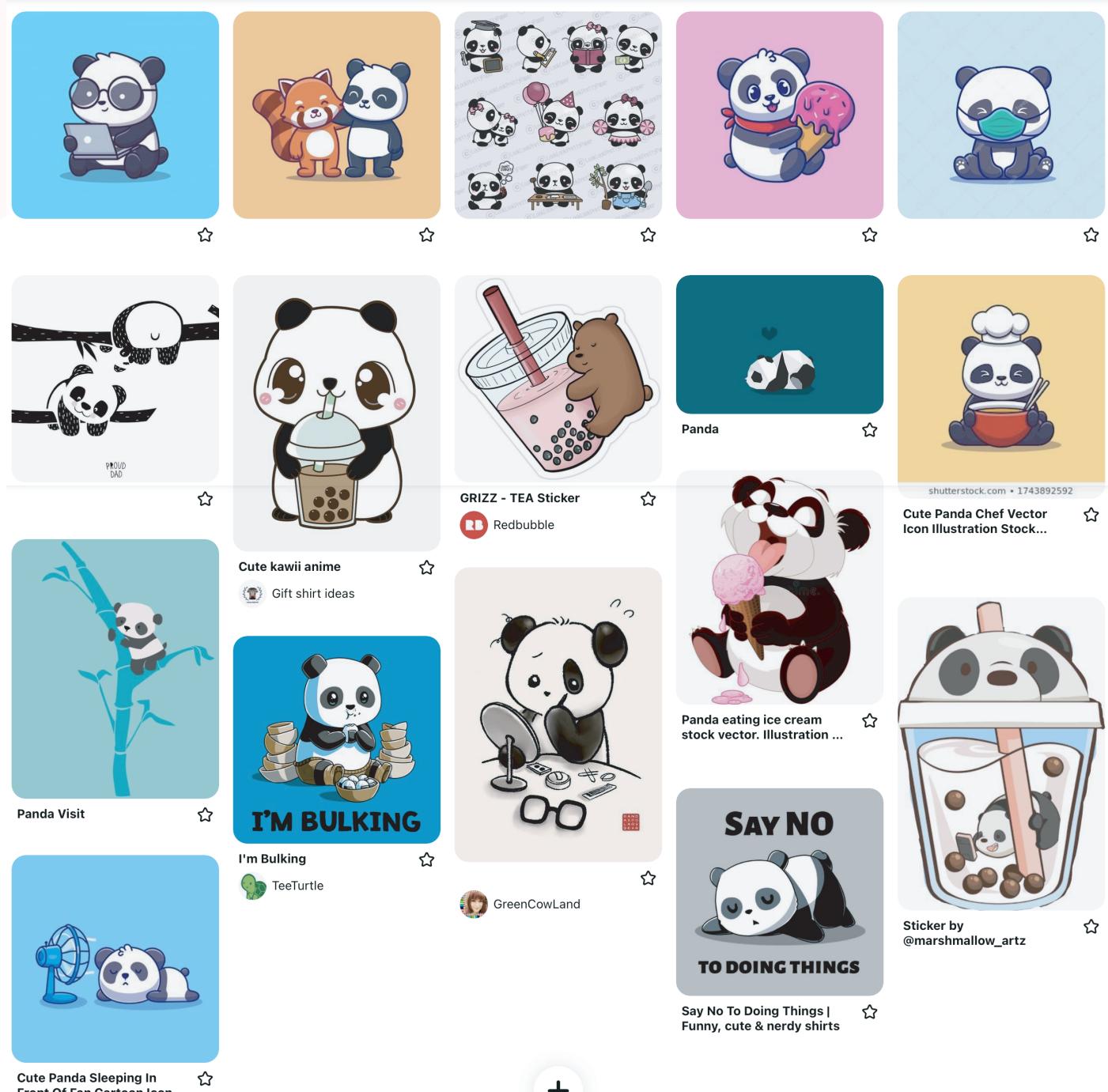
- A row of four logo designs featuring rabbits and ice cream cones.
- A logo for "ICEPANDA SWEET DESSERT" featuring a pink panda in an ice cream cone.
- A row of three logo designs featuring cats and ice cream cones.
- A logo for "mixta ICE CREAM" featuring a stylized ice cream cone.
- A logo for "Ice Cream" featuring a colorful ice cream cone.
- A logo for "yummy Coco" featuring a pink ice cream cone.
- A logo for "Ice Cream - Your Slogan Goes Here" featuring a blue ice cream cone.
- A logo for "Ice-Cream Brand Concept" featuring a hand holding an ice cream cone.
- A logo for "Ice-Cream Brand Concept" featuring a hand holding an ice cream cone.
- A logo for "Milk + ICE handcrafted ice cream" featuring a circular logo with a milk and ice icon.
- A row of five logo designs featuring ice cream cones and various icons.
- A logo for "ICECREAM" featuring a blue ice cream cone.
- A logo for "ICECREAM" featuring a yellow background.
- A logo for "Design Template Logo And Emblem - Taste And Liqui..." featuring a blue ice cream cone.
- A logo for "Ice Cream Logo" featuring a blue ice cream cone.
- A logo for "Download Ice Cream Shop Logo Set Vector for free" featuring a pink ice cream cone.
- A logo for "Ice-Cream Brand Concept" featuring a hand holding an ice cream cone.
- A logo for "RIO" featuring a toucan bird.
- A logo for "Rio: Colorful ice cream branding concept" featuring a toucan bird.
- A detailed logo design for "Creamii Candy" featuring a cartoon bear, a color palette, mascot designs, and website header variations.

Uit deze bevinding wil ik een logo maken dat te maken heeft met ijs en ikzelf. Dus ik kan bijvoorbeeld mij als dier met ijs presenteren of mij als cartoon met ijs. Als ik mezelf als dier presenteert moeten gebruikers of mensen die dit concept zien begrijpen dat ik dat dier ben.

Ik heb gevraagd aan mijn doelgroep of hun kunnen begrijpen dat ik het dier ben met mijn ijs. Mijn doelgroep zei dat het een leuk idee is en dat je bij vele andere bedrijven ook een mascotte hebt waarbij je niet meteen snapt waarom dat zo is. Mijn doelgroep vond het een leuk idee als ik een roze panda zou zijn.

Door de opmerking van Tijn, mijn doelgroep wil ik het thema Panda's uitstralen. Zo neem ik de panda als mascotte en wil ik verschillende panda's illustreren die iets met mij te maken heeft. Dus een panda die boba dringt, een panda die wimpers op zijn ogen aan het plakken is, een panda die achter de laptop zit etc. Pinterest:

<https://nl.pinterest.com/xiaonanpol21/xiaoc-ijs/illustraties/>



Ik heb hier 4 verschillende panda beeldmerken gemaakt. Het woordmerk met de pay-off komt bij het beeldmerk te staan. Om de knoop door

te hakken heb ik aan mijn doelgroep gevraagd welke van de 4 zij het liefst zouden kiezen. Mijn doelgroep koos voor de eerste.



XIAOCOYS

EN EEN BEETJE VAN XIAO

Ik ging aan de gang om mijn beeldmerk te visualiseren. Mijn doelgroep zei dat zij graag een roze panda wilden hebben omdat een roze panda mij visualiseert. Ik keek naar de roze panda en dacht, is het dan niet te veel roze? Ik maakte een zwarte versie en toen zei mijn

doelgroep: Wat als je de roze panda zwarte lijnen geeft? Ik had dat gedaan en i.p.v zwarte lijnen, gebruikte ik grijze lijnen omdat ik zwarte lijnen te zwart vind in combinatie met de roze ingevulde kleur. Dus mijn beeldmerk wordt de rechte panda.



Ik ging beginnen met de typografie. Ik koos deze fonts omdat de panda ‘cute’ is, dan wil ik dat ook terug laten komen in de typografie.

# Xiaoco Ijs

# XIAOCO IJS

xiaoco ijs

xiaoco ijs

xiaoco ijs

Ik had verschillende lettertype bij het beeldmerk neergezet om te kijken welke nou het beste was. Ik kwam er zelf niet uit dus vroeg weer aan mijn doelgroep welke zij zouden kiezen. Er werd getwijfeld tussen de linker laatste en de rechter laatste. Eerst vond

mijn doelgroep de onderste het leukst van de eerste rij. Maar als je inzoomt vonden zij de laatste het leukst van de tweede rij. Dus ik heb gekozen om met de recht onderste verder mee te werken.



Xiaoco Ijs



xiaoco ijs



XIAOCO IJS



xiaoco ijs



xiaoco ijs

## Bronnen:

- <https://patrickschriel.nl/2013/04/25/kernwaarden-lijst-voorbeelden-en-waarden-oefening/>
- <https://patrickschriel.nl/2012/06/20/kernkwaliteiten-en-kernkwadranten-voorbeelden-lijst/>
- <https://suprevo.com/de-betekenis-van-kleuren/>
- <https://nl.pinterest.com/pin/510525307752778694/>
- <https://nl.pinterest.com/xiaonanpol21/xiaoco-ijs/color/>

## Typografie

Ik ging kijken naar de volgende ijssalon websites met hun fonts:

- <https://www.deijssalon.nl/>  
Roboto, Lato
- <https://www.ijssalonpinoccio.nl/>  
Open Sans
- <http://www.ijssalondemient.nl/>  
Tekton Pro, Century Gothic
- <https://www.ijssalononde hoop.nl/>  
Bandoengsche, System-ui

De eerste 2 sites gebruikte standaard lettertypes die goed te lezen waren op beeld. De andere 2 gebruikte unieke fonts die niet lekker leesbaar zijn op scherm. Hierdoor wil ik een standaard lettertype kiezen voor de interface.

Meest populaire fonts aller tijde die goed zijn voor beeldschermen:



## Bronnen:

- <https://www.lifehack.org/428846/top-20-most-popular-fonts-of-all-time>

## Pay-off

Ik ging kijken met de verschillende font diktes welke het beste past als pay-off.

En een beetje van xiao

En een beetje van xiao

Met de verschillende font diktes, plaatste ik het bij het logo en vergeleek ze met elkaar. Ik kies voor de eerste van de rechterkolom. Met dikgedrukte letters komt het overeen met het



**xiaoco ijs**

En een beetje van xiao

EN EEN BEETJE VAN XIAO

EN EEN BEETJE VAN XIAO

font van het logo en kan het zo zijn dat je denkt dat dat 1 groot logo is. Met kapitale letters komt er geschreeuw vanuit de zin wat ik niet wil laten overkomen.



**xiaoco ijs**

EN EEN BEETJE VAN XIAO



**xiaoco ijs**

EN EEN BEETJE VAN XIAO

Ik heb ervoor gekozen om de pay-off te veranderen. I.p.v En staat er nu Met. Zo klinkt het duidelijker dat wat xiao magie bij je ijs zit.



**xiaoco ijs**

Met een beetje van xiao

Ook staat de pay-off dichter bij het logo om samenhang meer naar voren te krijgen.

# MOODBOARD

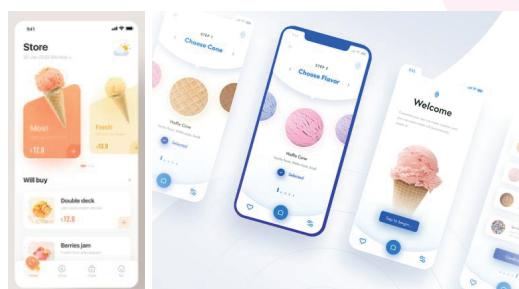
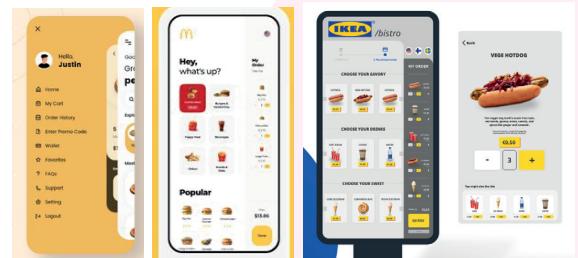
Met dit moodboard wordt de sfeer weergegeven en elementen die in de interface zal komen te zitten. Het logo als hoofddoel,

inspiratie van andere apps als leiding naar de vormgeving, de kleuren als kleurenpaljet en de druppels als stijlelementen.



## xiaoco ijs

Met een beetje van xiao



# SITEMAP

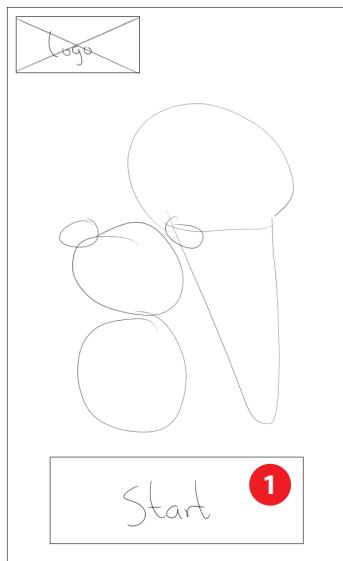
Voor dieper detail heb ik inspiratie opgezocht via deze video:

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

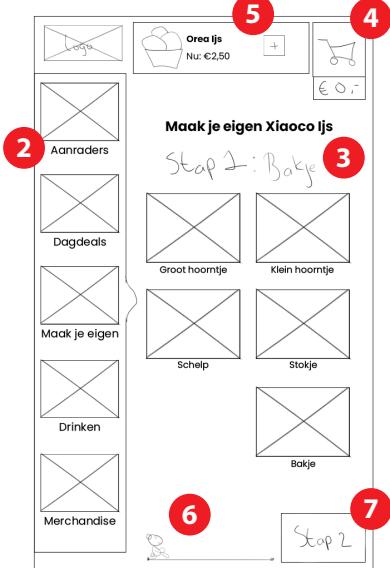


# LOW-FI

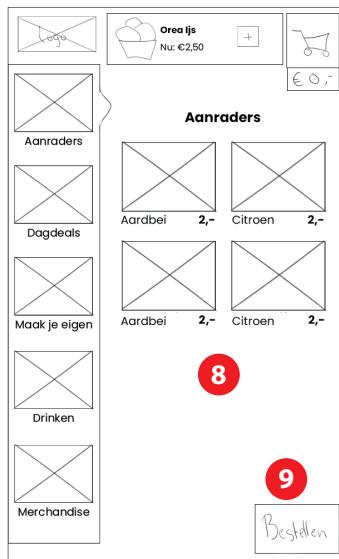
## STARTSCHERM



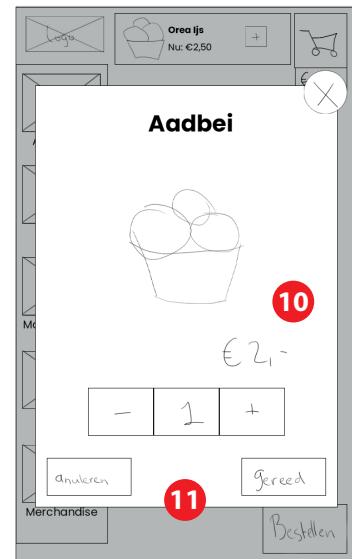
## HOME



## AANRADERS



## KIES: AARDBEI B.V



## WINKELWAGEN



## DONEREN



## AFREKENEN



## WAT WIL JE ERBIJ?



- Als de gebruiker bij het scherm komt, wordt hij verwelkomt met het startscherm.
- Hier is een kolom met alle categorieën waar de gebruiker uit kunt kiezen om te bestellen. Hoe een specifieke categorie eruitziet, is te vinden bij: Aanraders.
- Het beginscherm begint met het maken van je eigen Xiaoco Ijs omdat dat het hoofddoel is van de interface.
- Als de gebruiker wil weten wat hij allemaal gekocht heeft, kan hij kijken bij: Winkelwagen. Als er producten in de winkelwagen zit, komt

er een bolletje met een cijfer bij de knop terecht en het bedrag verandert.

- Vanuit de User Trip van Dunkin Donuts staat er een speciale dagdeal vast op het scherm. De gebruiker kan hem gemakkelijk toevoegen met de + knop.
- Als de gebruiker bezig is met zijn eigen Xiaoco Ijs kan hij zien hoeve hij nog moet om de taak te voltooien. De panda verplaatst zich op de lijn. Zie Stap 2 50% op de volgende bladzijde.
- Als de gebruiker verder wil, kan hij drukken

op stap 2 als hij bezig is met een eigen Xiaoco Ijs maken. Deze knop verandert naar een Bestellen knop als de gebruiker bezig is met een andere categorie. Een stap terug knop moet nog gemaakt worden.

**8.** Zo ziet het scherm eruit bij een andere categorie.

**9.** Knop Stap 2 bij scherm Home is veranderd naar Bestellen. Bestelling annuleren knop moet nog toegevoegd worden.

**10.** Als de gebruiker op een product heeft geklikt, krijgt hij een pop-up voor zich om het aantal te veranderen. Eerst had ik in gedachten om erbij te zetten de info van het ijs en ingrediënten die je kan verwijderen of toevoegen. Maar dat lijkt mij meer iets voor een uitgebreider restaurant.

**11.** Gebruiker kan de bestelling annuleren of goedkeuren via de knoppen. Of is annuleren voldoende door alleen de – knop?

**12.** Al de producten op een rijtje kan de gebruiker zien via zijn winkelwagen. Dit scherm is te zien via de winkel icon en de Bestellen

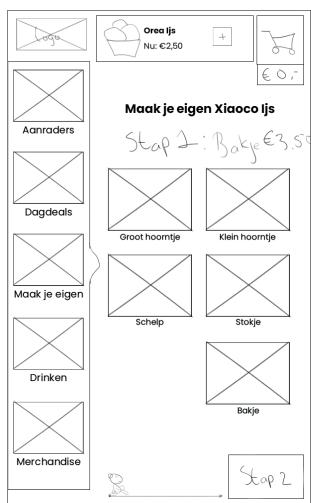
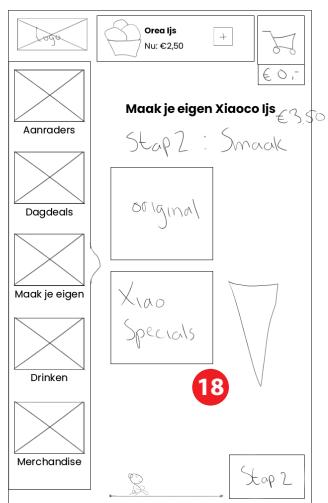
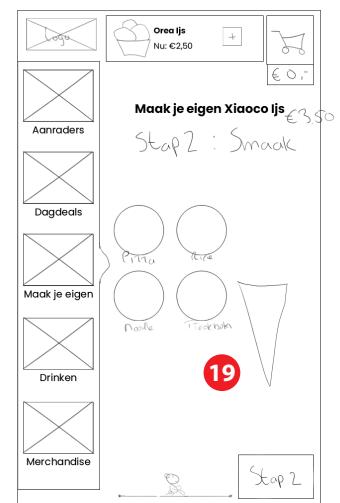
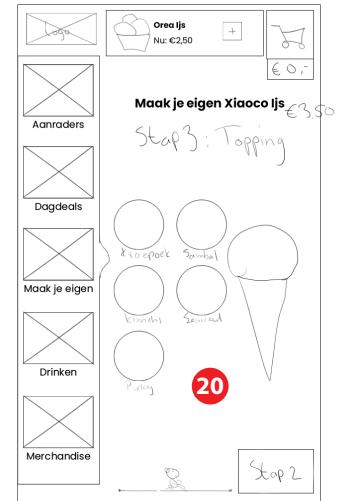
knop. Een Eigen Xiaoco Ijs kan nog veranderd worden als de gebruiker toch op het laatste moment zijn gedachte heeft veranderd. Of de gebruiker zijn keuzes kan veranderen via een apart scherm of via originele manier met zijn keuzes al ingevuld, moet nog beslist worden.

**13.** Totale kosten staat op scherm. Als de gebruiker het weet, kan hij gaan afrekenen.

**14.** Dan krijgt hij nog een pop-up om een donatie te doen. Dit komt uit de User Trip van Macdonalds.

**15.** Dit scherm komt naar voren, na een paar seconden zal het scherm veranderen naar Bedank scherm. Als de gebruiker toch niet wil betalen, kan hij zijn bestelling afbreken.

**16.** Dit scherm komt nadat de gebruiker op Gereed heeft geklikt bij scherm Kies: Aardbei B.V. Zo kan je gebruikers nog meer dingen aansmeren met dingen wat ze niet nodig hebben. Dit idee komt uit de User Trip van Macdonalds.

**BEDANK****STAP 1****STAP 2 50%****STAP 2 100%****STAP 3**

17. Als de gebruiker heeft betaald, wordt hij nog bedankt vanuit het Xiaoco ijs team.
18. Bij smaak en topping is er een keuze. Wil je originele saaie smaken? Of wil je iets wat anders en een beetje van Xiao?
19. Smaken komen weergegeven met een

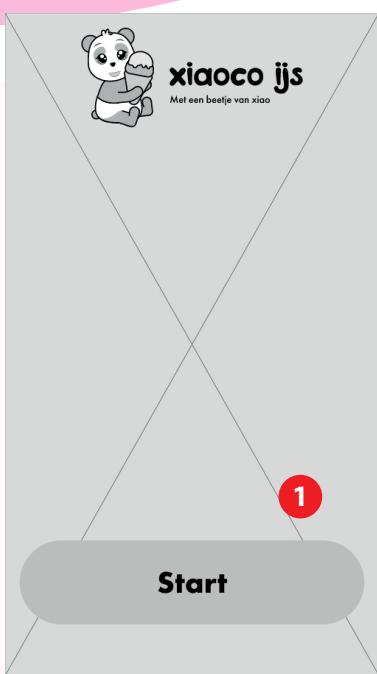
Ik zal niet een test uitvoeren met de low-fi omdat ik denk dat het handiger is als de schermen strakker zijn waarbij de teksten getypt zijn en niet geschreven. Zo voorkom je verwarring.

illustratie en daaronder de naam van de smaak of topping. Het wordt dan weergegeven bij het hoortje erbij. Het hoortje was een keuze optie bij dit voorbeeld.

20. Hetzelfde geld voor topping.

# HIGH-FI

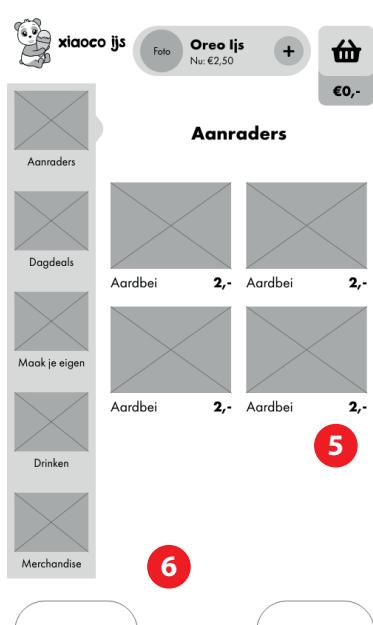
## STARTSCHERM



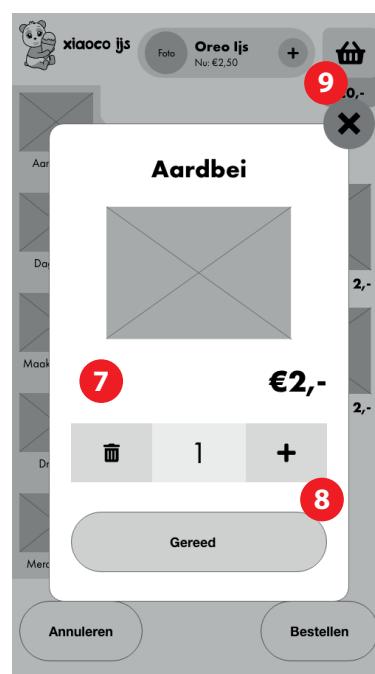
## HOME



## AANRADERS



## KIES: AARDBEI BV



## WINKELMAND



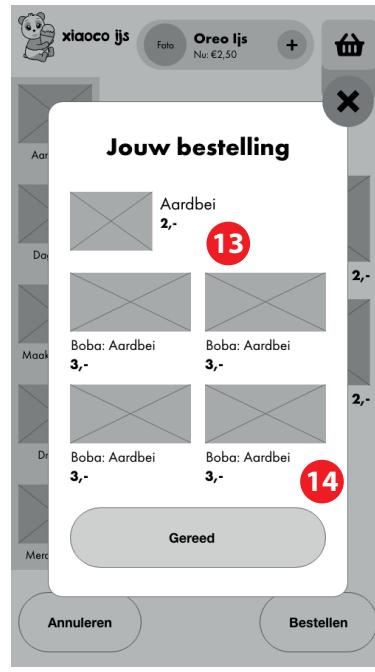
## DONEREN



## AFREKENEN



## WAT WIL JE ERBIJ?



- Op het startscherm getoond met de pay-off.
- De categorie kolom heeft een fit height van de categorieën. Zo heb je meer ruimte. Ik plaats de vorige stap knop daar en de annuleren knop. Zie schermen Aanraders en Stap 2: 50%.
- De winkelwagen icon is veranderd naar een winkelmand omdat logischer lijkt voor dit concept. Als je je ijs ergens in zou willen doen, zou je dat sneller in een tas of mand doen i.p.v. een wagen.

Speciale dagdeal tekst moet nog toegevoegd worden

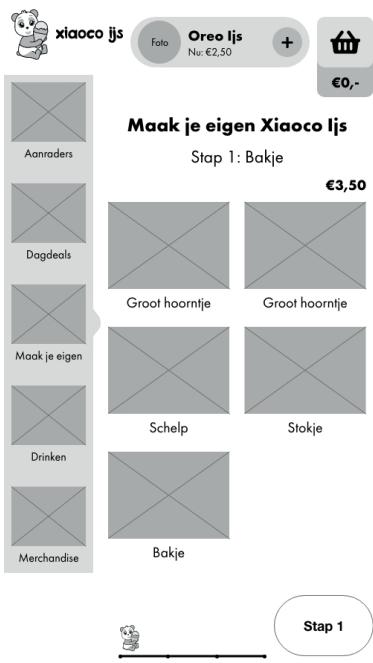
- De bar heeft puntjes waardoor de gebruiker beter kan zien hoeveel stappen er komen zal.
- Met het bedrag als dikgedrukt, zal het gemakkelijker scannen (lezen) zijn voor de gebruiker. Er staat geen euroteken voor het bedrag omdat je dan meer de kans hebt dat de gebruiker juist niet naar het bedrag kijkt. Zo krijg je meer winst.

- 6.** Afrekenen knop is toegevoegd.
- 7.** Als de gebruiker om het emmertje klikt, krijgt de gebruiker een pop-up van: weet je het zeker? Zie scherm Verwijderen. Als het getal van de input 2 is, verandert het emmertje naar een – icon.
- 8.** Als de gebruiker op gereed drukt, wordt het toegevoegd aan zijn winkelmand. Het bedrag zal verhoogd worden en er komt een bolletje met aantal bij de winkelmand te staan.
- 9.** Als de gebruiker op het kruisje klikt, zal de bestelling worden geannuleerd. Dan kop je op de pop-up: Weet je zeker dat je dit product wilt annuleren? Dat geldt hetzelfde voor als de gebruiker drukt op Annuleren links onderin. Die schermen moeten nog gemaakt worden.
- 10.** Als de gebruiker toch zijn ijs wil bewerken, wordt hij geleidt naar Stap 1 scherm met al zijn keuzes al ingevuld.
- 11.** De gebruiker is geneigd om de rechter knop in te drukken. Maar hier is de linker knop gekleurd i.p.v de rechter wat je meestal ziet. Dit is een hersenbrein grap.
- 12.** Afbreken knop is voor als de gebruiker toch niet wil betalen. Dan wordt zijn bestelling wel helemaal geannuleerd. De knop is niet full-width omdat je dan voorkomt dat ze op de knop gaan klikken.
- 13.** Tekst is onder de foto geplaatst i.p.v.ernaast zoals bij de low-fi. Dit is gedaan omdat er niet genoeg ruimte was op het scherm.
- 14.** Als de gebruiker hier producten selecteert, komt er alleen een border om de gekozen producten.

## BEDANKT



## STAP 1



## STAP 2: 50%



## STAP 2: 100%



## STAP 3: 50%



## STAP 3: 100%



## BEVESTIGING



15. De Bedankt pagina is gemaakt van het Startscherm.
16. Terug knop is toegevoegd.
17. Als de gebruiker naar op 1 van de 2 keuzes heeft geklikt, komen de smaken naar voren. Stap 1 knop wordt veranderd naar een Stap 2 knop of een pijltje zodat de gebruiker terug kan gaan naar scherm Stap 2: 50%. Ik zat te denken om de categorie blok te verkleinen zodat de keuzes en het ijsje groter worden. Zie scherm: A/B Test voor de visuals. Ik zal een test doen met mijn gebruikers of dit handig is.
18. Hier zie je goed waar je bent in de stappen

voor het maken van je eigen Xiaoco ijs. Misschien is het nog handiger om klein neer te zetten: Stap 1, 2, 3 en finish.

19. Als de gebruiker klaar is met zijn ijsje customize en klikt op Gereed, komt hij op scherm Bevestiging.
20. Hier kan de gebruiker zijn aantal veranderen of toch nog teruggaan voor bewerken. Dan wordt de gebruiker geleid naar Stap 1 met al zijn keuzes al ingevuld. Als de gebruiker meerdere ijsjes wilt maken met verschillende smaken, dan moet hij het proces opnieuw doorlopen. Als de gebruiker op gereed

drukt, zal hij terugkomen op home maar met een leeg customize scherm.

**21.** Zo ziet de Verwijderen scherm eruit. Ik twijfel of ik annuleren knop moet kleuren i.p.v verwijderen omdat je liever niet wilt dat de

Ik heb de maat van een selfservice kiosk opgenomen via:

<https://www.innograph.com/product/digital-kiosk/digisign-self-services-kiosk>

De maat is officieel 2003 x 3556 pixels. De maat is geschaald naar 507 x 900 pixels zodat de pixels ongeveer kloppen als ik het ga

klant het gaat verwijderen. Dit idee komt van de Shein app.

**22.** Zo heb je een groter en cleaner beeld om op te werken.

programmeren op mijn laptop.

Iconen zijn van een plugin van Adobe XD: icons 4 Design.

# TESTPLAN / DRAAIBOEK

## Testplan

Algemene info over product en makers	
<b>Teamnamen</b>	Xiaoco Ijs
<b>Datum</b>	20-10-2021
<b>Omschrijving product</b>	Met de Xiaoco Ijs interface kunnen klanten hun eigen Xiaoco Ijs samenstellen. Technologie is op komst. Een nieuw tijdperk voor ijssalons zijn gekomen.
<b>Doel van product voor de gebruiker</b>	Controle geven aan de gebruiker.
<b>Doelgroep</b>	Elk persoon die houdt van ijs kan komen bij Xiaoco Ijs. Omdat de bestellingen online gaan moet de doelgroep weten hoe hij de device kan gebruiken. Daarom richt ik mij op de doelgroep tussen de 12 tot 25 jaar.

Doel van test	
<b>Wat wil je te weten komen?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Is doel van de interface duidelijk?</li> <li>• Heb je happy flow?</li> <li>• Kan de gebruiker de interface begrijpen?</li> <li>• De stappen om je ijs te maken, zijn die logisch?</li> </ul>

Onderzoeksvragen	
<b>Over welke onderwerpen heb je info nodig om testdoel te bereiken?</b>	<p>Zal de gebruiker:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Succesvol zijn Xiaoco Ijs kunnen samenstellen?</li> <li>• Extra producten aan zijn winkelmand kunnen toevoegen?</li> <li>• Speciale dagdeal kunnen toevoegen?</li> <li>• Zien bij welke stap hij is?</li> <li>• Kunnen zien wat hij al in zijn winkelmand heeft?</li> <li>• Andere categorie en product verwijderen</li> </ul>

Aanpak	
<b>Wat heb je nodig?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Testrapport voor uitslag van de test</li> <li>• Draaiboek voor het voorbereiden van de test</li> <li>• Testpersoon</li> </ul>

## Draaiboek

<b>Inleiding</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Op gemak stellen</b></li> <li>• <b>Aanmoedigen hardop denken</b></li> <li>• <b>Toestemming voor filmen</b></li> </ul>
<b>Wat ga je zeggen om te beginnen?</b>	<p>Welkom, om te beginnen wil ik je graag bedanken dat je de tijd hebt genomen om mij vandaag te helpen. Ik ga je zo vragen om een paar taken uit te voeren met het prototype van mijn Xiaoco Ijs interface. Wees niet bang om hardop te zeggen wat je denkt tijdens het gebruiken van de interface. Maar eerst wil ik je graag een paar vragen stellen. Om te beginnen, heb ik jouw toestemming om te filmen?</p>

<b>Algemene info</b>	<b>Kijken of gebruiker de doelgroep is</b>
<b>Naam en contactgegevens testpersoon, leeftijd, etc</b>	Hoe heet je? Hoe oud ben je?
<b>Informatie over ijs: eet de gebruiker wel eens ijs?</b>	Eet je veel ijs? Wat voor smaken neem je dan? Ben je wel eens naar ijssalons geweest? Wat maakt ijs voor jou lekker? Hoe vaak eet je ijs? Maand / week?
<b>Informatie over ijs in de toekomst:</b>	Hoe zie jij ijssalons voor je in de toekomst? Zou je ijs kunnen bestellen op een speciale manier?
<b>Gebruikt de testpersoon vergelijkbare interfaces?</b>	Gebruik je meestal een self service of ga je naar de balie om te bestellen? Waarom is dat? Denk je dat we met zulke technologie allemaal introverts worden?

<b>Scenario</b>	<b>Beschrijf hier uitgebreid de context, geef een inleiding over de gebruikerssituatie, zodat de gebruiker zich in kan leven.</b> <b>Beschrijf de plek, de activiteit en wat de gebruiker wil bereiken, maar zeg niets voor.</b>
<b>Maak het voor de proefpersoon duidelijk in welke situatie hij het product gaat gebruiken, zodat hij/zij zich in kan leven in de test.</b>	Het is een warme zomerdag. Je gaat met een vriend/vriendin naar de stad en besluit om een ijsje te gaan halen. Je hebt gehoord dat Xiaoco Ijs de beste is in Amsterdam. Je besluit ernaartoe te gaan. Je loopt naar de grote tablet en begint met bestellen.

## Opdrachten

Beschrijf hier de opdrachten waarmee je de onderzoeksvragen onderzoekt. Zorg dat het geen handleiding voor jouw app is, maar een opdracht uit de echte wereld.

Dus niet: Ga naar recepten; kies lasagne; klik dan op ingrediënten. Maar wel: Je hebt zin om lekker Italiaans te gaan koken, maar eerst moet je weten of je alles in huis hebt, hoe pak je dat aan?  
Let op: zeg niets voor!

<b>Opdracht 1</b>	Je begint. Je ziet de speciale dagdeal staan. Je wilt hem toevoegen aan je winkelmand.
<b>Opdracht 2</b>	Je gaat voor die speciale Xiaoco Ijs. Luister goed naar mij met de keuzes die ik voor je maak. Je gaat een eigen Xiaoco Ijsje maken. Jij hebt zin in een groot ijsje.
<b>Opdracht 3</b>	Je wilt wel eens weten wat voor Speciale smaken er zijn.
<b>Opdracht 4</b>	Je denkt: gadverdamme en wilt terug naar de originele smaken en kiest voor standaard chocolade.
<b>Opdracht 5</b>	Je wilt toch wel de speciale toppings proberen en kiest de sambal.
<b>Opdracht 6</b>	Nu dat je je ijsje hebt, ben je wel geïnteresseerd in de bijhorende deal en kiest voor Boba aardbei
<b>Opdracht 7</b>	Je wilt nu wel eens weten wat je allemaal in je winkelmand hebt zitten.
<b>Opdracht 8</b>	Je wilt toch eventjes kijken bij de merchandise en bestelt een rubber lepel voor de volgende keer.
<b>Opdracht 9</b>	Je denkt dat dit wel voldoende is. Je wilt je bestelling plaatsen.
<b>Opdracht 10</b>	Je haat kinderen en besluit om geen donatie te doen.

## Vragen na de test

Deze interviewvragen gaan over jullie eigen applicatie

<b>Vraag 0</b>	Zou jij op de manier zoals nu genoeg ruimte hebben om te werken, of vind je het fijner om een uitklap categorie kolom te hebben?
<b>Vraag 1</b>	Wat ben je te weten gekomen over het Xiaoco Ijs?
<b>Vraag 2</b>	Wat voor gevoel kreeg je toen je de app gebruikte?

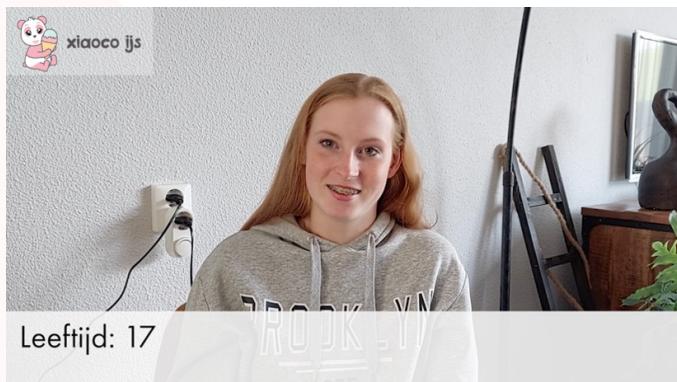
<b>Vraag 3</b>	Hoe vond je de algemene ervaring van de interface? Was de interface overzichtelijk, of vond je het lastig om bepaalde dingen te vinden?
<b>Vraag 4</b>	Vond je het duidelijk hoe jij je ijsje kon samenstellen?
<b>Vraag 5</b>	Hoe vond je hoe alles was ingedeeld? Had alles voor jou een logische plek?
<b>Vraag 6</b>	Had jij duidelijke feedback van de interface? Van, waar je was nadat je op iets had geklikt?

### Welke informatie zou je graag nog van doelgroep willen weten

<b>Vraag 1</b>	Wat zijn functies die je wilt toevoegen om de interface nog leuker en duidelijker te maken?
<b>Vraag 2</b>	Zijn er functies die voor jou weg kunnen om de interface beter te maken?
<b>Vraag 3</b>	Zijn er nog dingen die je aan de interface kan toevoegen waarbij je kan zien van: Ja dit is Xiao, 100%?
<b>Vraag 4</b>	<del>Hoe is het design voor jou?</del> Is dat duidelijk, Wat vind je van de tone of voice?
<b>Vraag 5</b>	Nog andere opmerkingen?

# USER TEST HIGH-FI

Ik heb een User Test gehouden met mijn doelgroep. Ik kijk hoe mijn doelgroep reageert op mijn product. Ik zal met deze test de pijnpunten uit het product halen voor het officiële ontwerp.



Leeftijd: 17



Wat voor ijs? Italinaans, schepijs Cornetto ...

<https://youtu.be/t9V0hvPltek>

## De uitslag van de User Test met Michelle:

- De user test met Michelle ging goed. Ze gebruikte de app zoals ik in gedachten had. Ze maakten geen ‘fouten’.
- Feedback om te interface leuker te maken: Animaties en i.p.v. winkeltas een noodle tas.

## De uitslag van de User Test met Laura en Vincent

- De user test met Michelle ging goed. Ze gebruikte de app zoals ik in gedachten had. Ze maakte geen ‘fouten’.
- De enige feedback die er was, was om plaatjes en kleurtjes toe te voegen aan de interface.

*Er was vele miscommunicatie om dit te plannen. Mijn gebruikers wisten niet wat een interface was dus zij dachten dat zij echt ijs moesten gaan proeven toen ik vroeg: Wil je mijn ijs interface testen?*

gemaakt voor mijn doelgroep? Omdat er toch altijd wel verbeterpunten zijn of fouten die je tegenkomt dacht ik. Maar blijkbaar nu niet.

Door deze nieuwe bevindingen, neem ik de feedback van Michelle mee naar het design. Doordat mijn gebruikers geen fouten vonden in de interface vraag ik mij af: Heb ik het eigenlijk wel goed gedaan? Of heb ik het te makkelijk

## Bronnen:

<https://tenor.com/search/bts21-gifs>

[https://www.google.com/search?q=bt21%20png%20gifs&tbo=isch&hl=nl&tbs=itp:animated&rlz=1C5CHFA\\_enNL912NL912&sa=X&ved=0CAQQpwVqFwoTCLibocHe2\\_](https://www.google.com/search?q=bt21%20png%20gifs&tbo=isch&hl=nl&tbs=itp:animated&rlz=1C5CHFA_enNL912NL912&sa=X&ved=0CAQQpwVqFwoTCJiPkePd2_MCFQAAAAAdAAAABAD&biw=1440&bih=788#imgrc=qKKeptYxFpoHM)

[MCFQAAAAAdAAAAABAC&biw=1440&bih=731#imgrc=8YppiKgZGPsp4M](https://www.google.com/search?q=ice%20cream%20png%20gif&tbs=isch&hl=nl&tbs=itp:animated&rlz=1C5CHFA_enNL912NL912&sa=X&ved=0CAQQpwVqFwoTCNCcjvDe2_)

[https://www.google.com/search?q=ice%20cream%20png%20gif&tbs=isch&hl=nl&tbs=itp:animated&rlz=1C5CHFA\\_enNL912NL912&sa=X&ved=0CAQQpwVqFwoTCNCcjvDe2\\_](https://www.google.com/search?q=ice%20cream%20png%20gif&tbs=isch&hl=nl&tbs=itp:animated&rlz=1C5CHFA_enNL912NL912&sa=X&ved=0CAQQpwVqFwoTCNCcjvDe2_)

[MCFQAAAAAdAAAAABAC&biw=1440&bih=731#imgrc=FconQjZ4Bd0ALM](https://www.google.com/search?q=ice%20cream%20png%20gif&tbs=isch&hl=nl&tbs=itp:animated&rlz=1C5CHFA_enNL912NL912&sa=X&ved=0CAQQpwVqFwoTCNCcjvDe2_)

<https://www.istockphoto.com/nl/vector/flat-icon-check-gm496603666-78633601>

[https://www.youtube.com/watch?v=2qM3Aa9msr0&ab\\_channel=BTS-Topic](https://www.youtube.com/watch?v=2qM3Aa9msr0&ab_channel=BTS-Topic)

[https://www.youtube.com/watch?v=m2QAH1SpEQ8&ab\\_channel=ThinkMedia](https://www.youtube.com/watch?v=m2QAH1SpEQ8&ab_channel=ThinkMedia)

# DESIGN

## STARTSCHERM



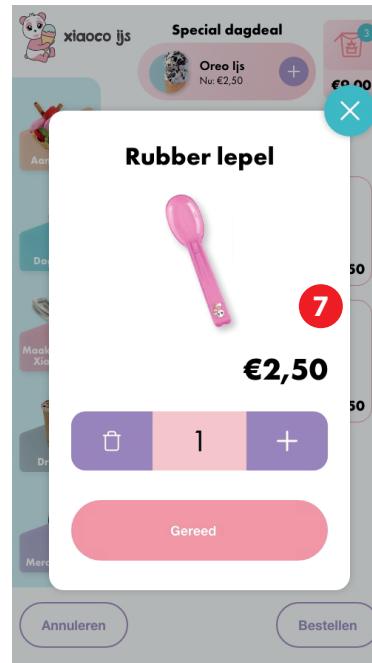
## HOME



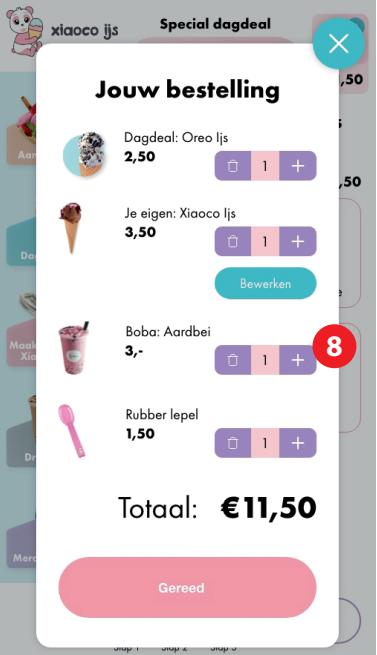
## MERCHANDISE



## KIES: RUBBER LEPEL



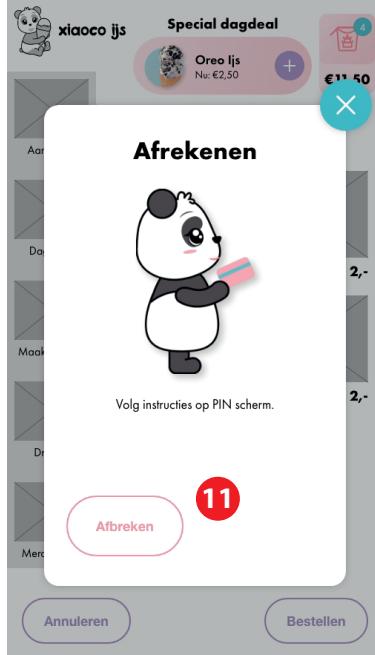
## WINKELMAND



## DONEREN



## AFREKENEN



## WAT WIL JE ERBIJ?



- De gebruiker wordt welkom gesteld door de mascotte. Deze is zwart i.p.v. roze omdat het contrast anders niet lekker loopt.
- Elke categorie heeft een eigen kleur. Deze kleur is aangepast met een gradient overloop. De ene kant is 50% en de andere kant is 80% van een bepaalde kleur.
- Als de gebruiker klikt op een keuze, wordt de rand dikker met 5px.
- Als de gebruiker verder gaat met zijn

- stappen, loopt de panda naar voren.
- De naam van het product en de prijs zitten naast elkaar. Er is geen € teken omdat je dan meer kans hebt dat gebruikers niet letten op de prijs. Zo krijg je meer winst.
- De gebruiker kan zijn bestelling annuleren. Misschien is het handig om de annuleerknop een opacity te geven zodat hij minder opvalt.
- Als de gebruiker op een product heeft geklikt, krijgt hij een zekerheid pop-up waarbij

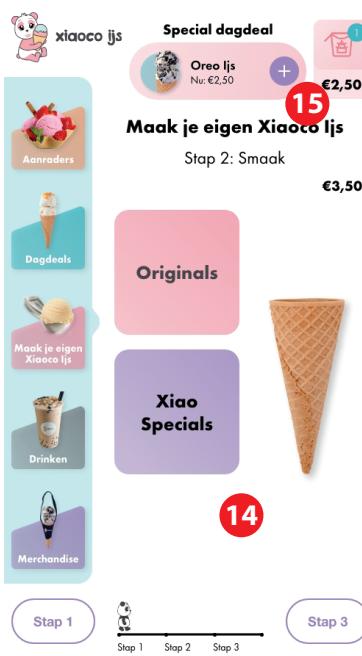
de gebruiker het aantal kan veranderen. Als de gebruiker klikt op de prullenbak, komt hij op scherm: Verwijderen.

8. De gebruiker krijgt een lijst van zijn producten. Als de lijst langer is, kan de gebruiker in de lijst scrollen en komt er een scrollbar aan de rechterkant tevoorschijn.
9. Door een zielig plaatje kan je de gebruiker overhalen om te doneren.
10. De knop nee is gekleurd omdat dit een grap is. Knoppen die gekleurd zijn worden sneller ingedrukt dan transparante knoppen.

## BEDANKT



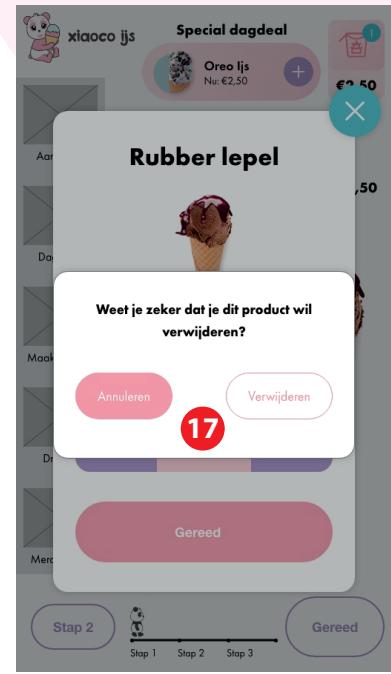
## STAP 2: 50%



## STAP 2: 100%



## VERWIJDEREN



## STAP 3: 100%



13. Als de gebruiker heeft betaald, komt hij op de bedank pagina terecht. Wat tof zou zijn, om het ijsje te veranderen naar de gebruiker zijn ijsje.

14. De subcategorieën hebben een eigen kleur.
15. De gebruiker kan de Special dagdeal toevoegen via het plusje.
16. Real life bolletjes zijn te zien voor de gebruiker. Zo krijgen ze meer een beeld van wat ze kunnen verwachten.
17. Als de gebruiker het product wil verwijderen, komt hij op dit scherm terecht. Annuleren is gekleurd omdat je wil dat de gebruiker het annuleert zodat je het kan verkopen. Zo krijg je meer winst.
18. De toppings zijn weergegeven als life action.

## Bronnen

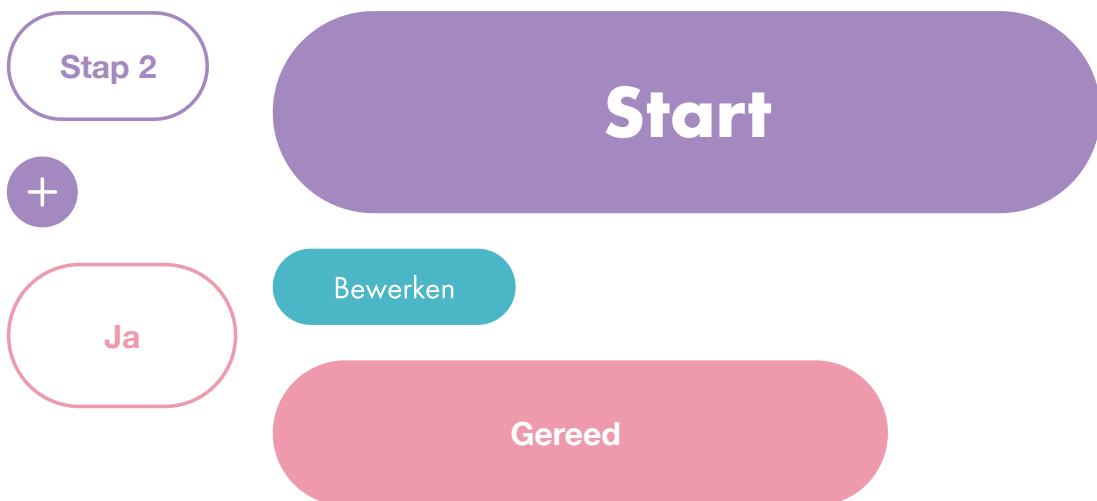
<https://www.dreamstime.com/black-white-sun-sunburst-pattern-black-white-sun-rays-beams-element-sunburst-pattern-starburst-shape-white-background-image106431692>  
[https://www.iconfinder.com/icons/6093320/box\\_chinese\\_noodles\\_rice\\_take\\_away\\_wok\\_icon](https://www.iconfinder.com/icons/6093320/box_chinese_noodles_rice_take_away_wok_icon)

## Life action

[https://www.pngkey.com/detail/u2w7y3a9a9a9t4i1\\_ice-cream-png-transparent-images-strawberry-ice-cream/](https://www.pngkey.com/detail/u2w7y3a9a9a9t4i1_ice-cream-png-transparent-images-strawberry-ice-cream/)  
<https://dingmansdairy.biz/shop/brands/joy-cones/gluten-free-sugar-cone-8-12case/>  
<https://www.sweetestmenu.com/oreo-ice-cream/>  
<https://www.pngkey.com/maxpic/u2w7q8a9q8r5e6u2/>  
[https://www.nicepng.com/ourpic/u2w7o0t4q8q8i1o0\\_bubble-milk-tea-png-milk-tea-boba-png/](https://www.nicepng.com/ourpic/u2w7o0t4q8q8i1o0_bubble-milk-tea-png-milk-tea-boba-png/)  
[https://fmssbag.en.alibaba.com/product/62211962876-804525743/Eco\\_friendly\\_custom\\_printing\\_canvas\\_cup\\_sleeve\\_holder\\_coffee\\_bag\\_environmentally\\_canvas\\_cup\\_sleeve.html](https://fmssbag.en.alibaba.com/product/62211962876-804525743/Eco_friendly_custom_printing_canvas_cup_sleeve_holder_coffee_bag_environmentally_canvas_cup_sleeve.html)  
<https://news.cision.com/carvel/i/vanilla-small-cone-2,c1259843>  
<https://realhousemoms.com/homemade-magic-shell-recipe/>  
<https://www.vectorstock.com/royalty-free-vector/ice-cream-wooden-sticks-flat-vector-27908077>  
[https://www.alibaba.com/product-detail/Disposable-plastic-ice-cream-spoon-PS\\_1600135342552.html](https://www.alibaba.com/product-detail/Disposable-plastic-ice-cream-spoon-PS_1600135342552.html)  
<https://www.amazon.com/MISAZ-Realistic-Simulation-Artificial-Decoration/dp/B07ZVKJYND>  
<https://emackandboliohk.com/products/peanut-butter-oreo-ice-cream>  
<https://www.go-tan.com/nl/professionals/assortiment/>  
<https://www.ah.nl/producten/product/wi505270/go-tan-sriracha>  
<https://www.stickpng.com/img/food/kimchi/kimchi>  
<https://www.pay-less.com/p/gilco-pocky-cookies-cream-covered-biscuit-sticks/0007314115935>  
<https://www.istockphoto.com/nl/foto/dark-chocolate-ice-cream-ball-geïsoleerd-op-witte-achtergrond-close-up-gm1153632028-313388209>  
<https://www.mockupworld.co/free/clean-water-bottle-mockup/>

# STYLEGUIDE

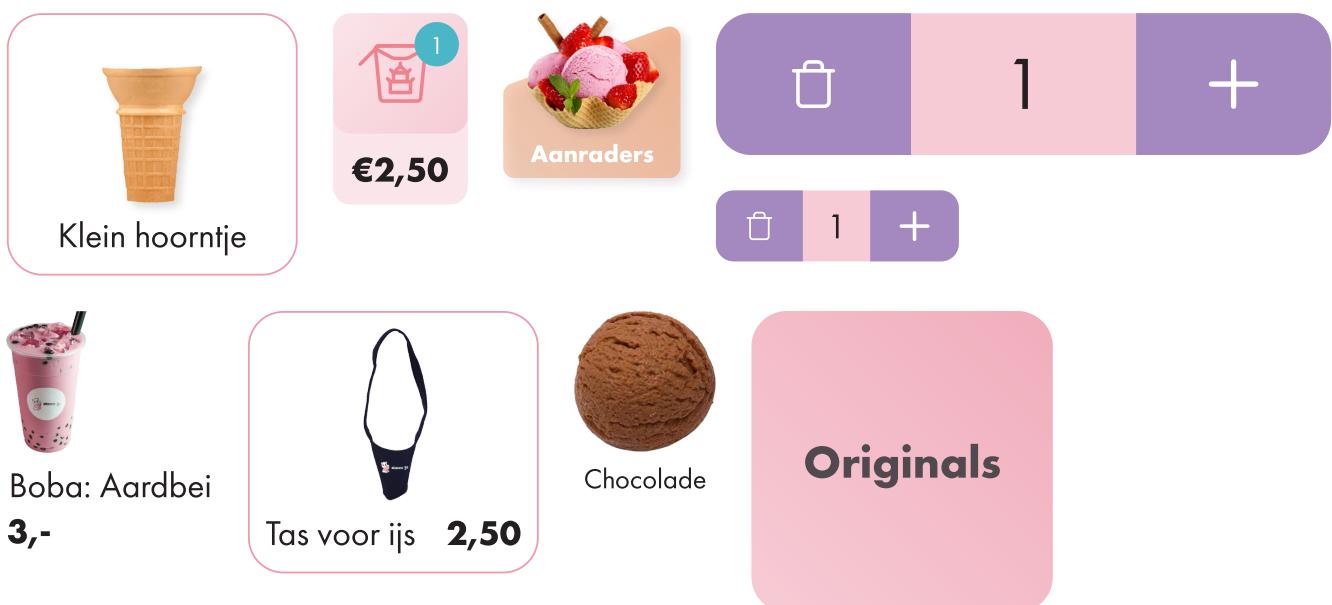
## Buttons



## Icons

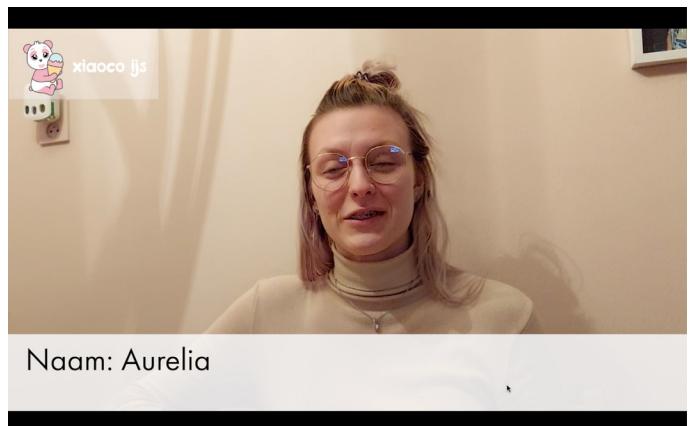


## Components



# USER TEST HIGH-FI

Ik heb een User Test gehouden met mijn doelgroep. Ik kijk hoe mijn doelgroep reageert op mijn product. Ik zal met deze test de pijnpunten uit het product halen voor het officiële ontwerp.



<https://youtu.be/6FiB6dDu6Lo>

## De uitslag van de User Test met Tijn:

De user test ging over het algemeen goed, wel zijn er wat puntjes waar Tijn feedback op heeft gegeven. **Video stopt bij 9.40**

- Special Dagdeal kon hij niet eerst vinden, oplossing: Andere kleur
- Tekst bij stap 1 vond hij niet relevant. Andere tekst zou daar beter passen
- Finish icon bij de panda bar

Door deze nieuwe bevindingen, neem ik de feedback van Tijn en Aurelia mee naar het design. Punten sparen is wat ik nog niet mee neem, dit is een Wouldn't have en iets voor in de toekomst.

[https://youtu.be/wpZn1\\_ijIaw](https://youtu.be/wpZn1_ijIaw)

## De uitslag van de User Test met Aurelia

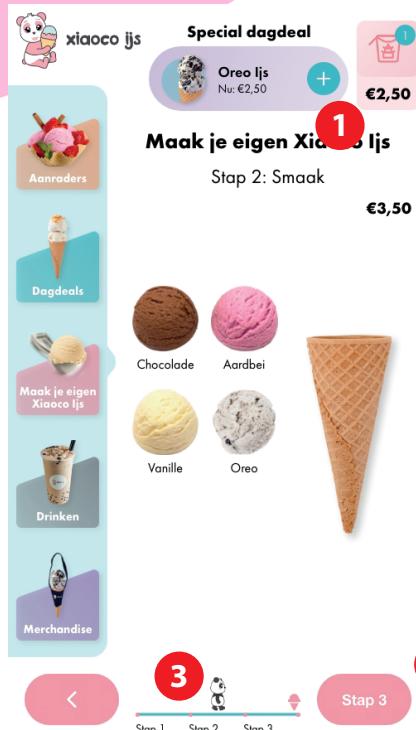
De user test ging over het algemeen goed, wel zijn er wat puntjes waar Aurelia feedback op heeft gegeven.

- Special Dagdeal kon hij niet eerst vinden, oplossing: Andere kleur
- Aurelia kon niet makkelijk terug met de < button. Oplossing: De buttons een background-color geven.
- Functies toevoegen: Punten sparen

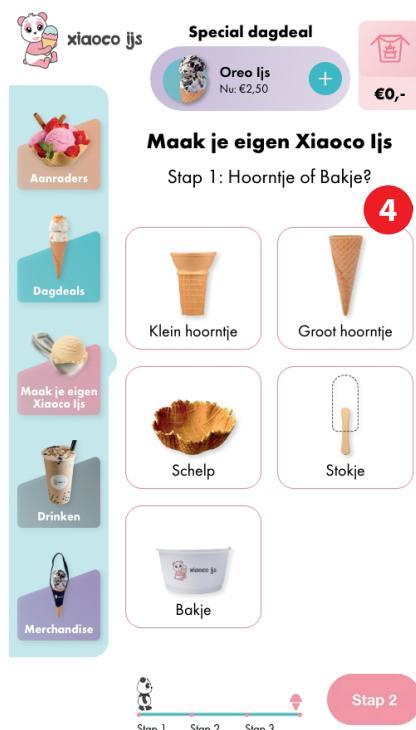
Ik had niet verwacht dat ik feedback zou krijgen van Aurelia omdat zijn geen CMD student is zoals mijn High-fi testers. Maar blijkbaar kan je de structuur wel goed hebben, maar kan je de fout in de gaan als je gaat designen. Dat verbaast mij en is dit weer een leer voor de volgende keer.

# DESIGN 2.0

## SCHERM



## HOME



1. De achtergrond is nu paars i.p.v roze. Het percentage van opacity is 50% naar 25%. Zo wordt hij lichter en is hij niet te donker.
2. De buttons hebben een background-color roze. Nu vallen ze meer op.
3. De panda bar loopt naar het ijsje (de finish) Voor opleuken heeft de bar een kleur i.p.v zwart.
4. Tekst is verandert naar Tijn zijn voorkeur.

# VIDEO

Ik ga een video maken over hoe een gebruiker de interface kan gebruiken. Dit wordt voorgedaan door de CEO.

## Storyboard



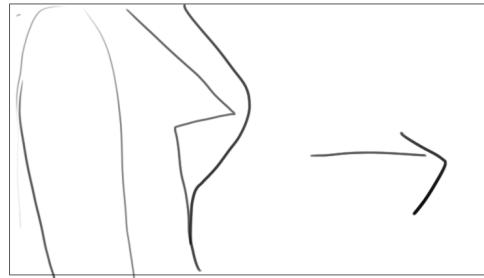
Intro wordt gedaan door het logo



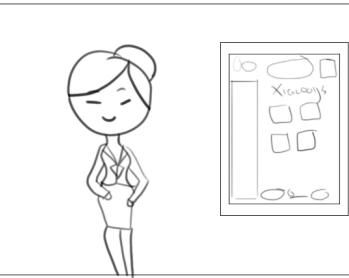
De CEO stelt zich voor

CEO

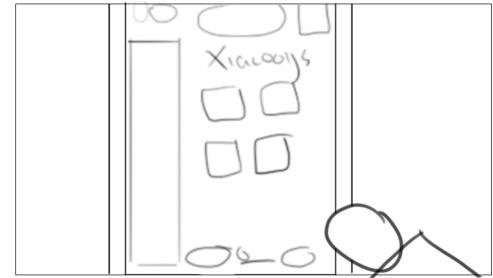
Er wordt ingezoomd op het naamplaatje



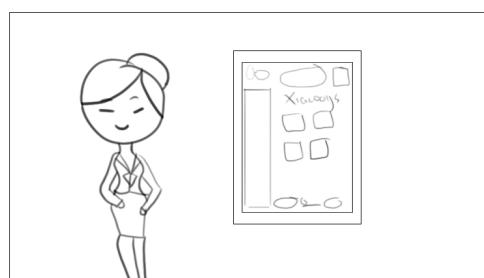
CEO loopt van rechts naar links waardoor je een overgang krijgt.



De CEO staat bij het apparaat.



Gebruiker plaatst een bestelling. Dit zal gaan als volgorde zoals het testplan met draaiboek.

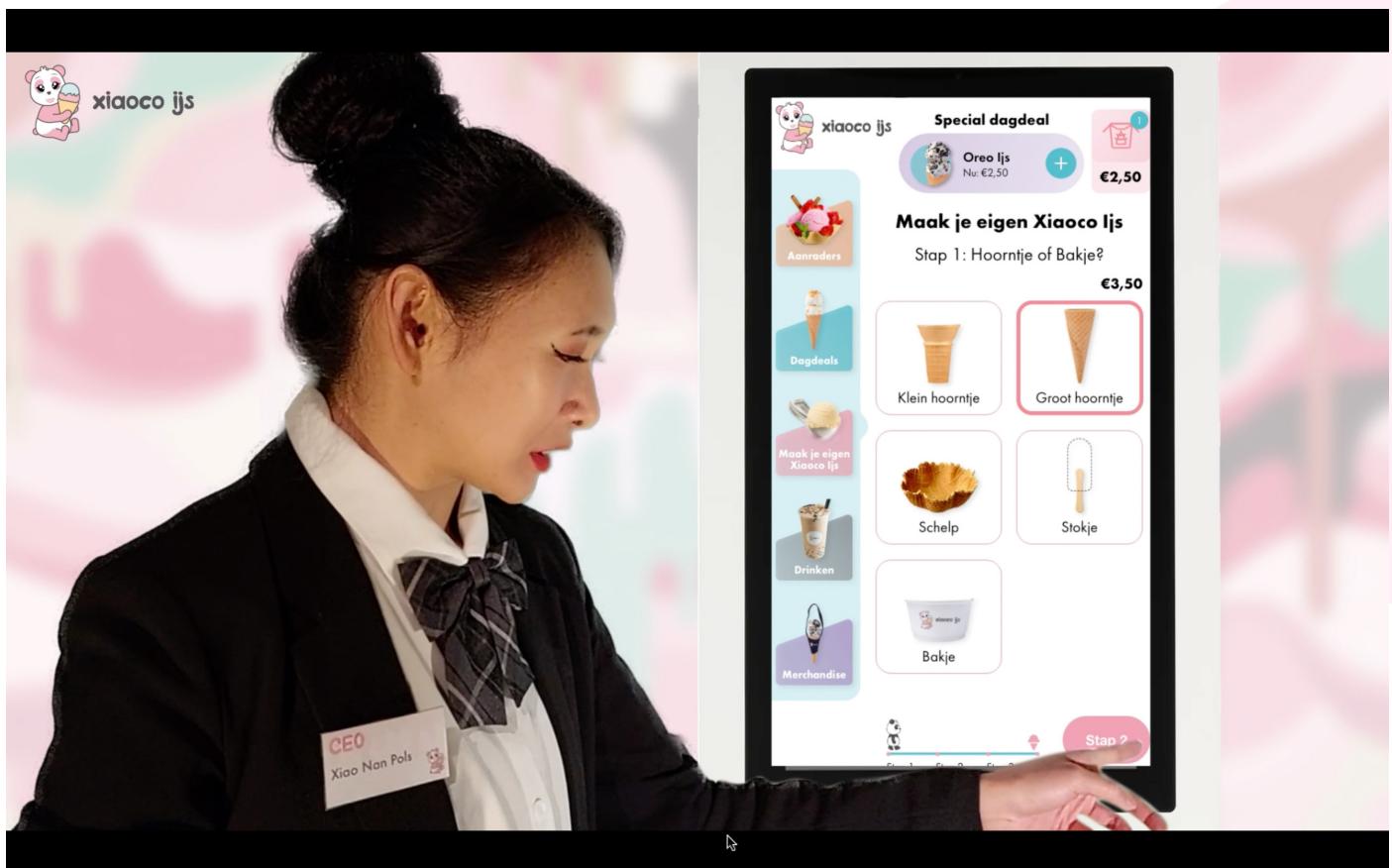


De CEO sluit af met de interface. En verwelkomt de gebruiker om te komen.



Het logo sluit de video af.

# Video



[https://youtu.be/lEHniuh87\\_g](https://youtu.be/lEHniuh87_g)

## Bronnen:

- <https://www.apeldoorn-binnenstad.nl/nieuwe-hotspot-nice-cafe>
- <http://www.magnificosrl.com/p/7399/>
- <https://www.youtube.com/watch?v=pryQ4RKlvIM>
- <https://www.forpos.co.uk/contact-us/>