

Afstudeerscriptie ICT, Media & Design

Groningen, Januari 2010

Auteur: Stan Loeff
Copyright: Stan Loeff
Email: stan.loeff@gmail.com

Fontys Hogeschool Eindhoven
ICT & Media Design
Studentnummer: 2074398

Stagebedrijf
Dycon
Koldingweg 19B
9723 HL Groningen

Voorwoord

Dit rapport is het eindproduct van mijn afstudeerstage aan de Fontys Hogeschool te Eindhoven. De afstudeerstage is gelopen bij Dycon in Groningen en heeft gelopen van September 2009 tot en met Januari 2010.

Tijdens mijn afstudeerstage heb ik de nodige steun en medewerking gekregen. Mijn dank gaat hierbij uit naar de medewerkers van Dycon. Zij hebben mij de nodige informatie en vrijheid gegeven voor het onderzoek naar het cms en het maken van de showreel.

Mijn afstudeerstage bestond uit twee opdrachten. Het maken van de showreel en het onderzoek naar het cms van Dycon. In eerste instantie is het stageverslag bedoeld om inzicht te geven aan hen die mijn stage moeten beoordelen. Daarnaast is het verslag ook geschikt voor de optimalisering van het content management system (cms) van Dycon.

Ik wens Dycon veel succes met het verbeteren van het cms.

Inhoudsopgave

Samenvatting	4	10.0 Andere content management systemen	24
Management summary	5	10.1 Joomla	24
Verklarende woordenlijst	6	10.2 Drupal	25
1.0 Algemene inleiding	7	10.3 Zimplit	25
1.1 Showreel	7	10.4 Fuzzle	26
1.2 Cms	7	10.5 Voordelen van cms-en	27
2.0 Het Bedrijf	8	10.5.1 SEO	27
2.1 Bedrijfsnaam Dycon	8	10.5.2 Modules	27
2.2 Missie	8	10.5.3 On-site edit	28
2.3 Visie	8	10.5.4 Drag and drop	28
3.0 Opdrachtoomschrijving	9	10.5.5 Afmeting afbeelding	28
3.1 Showreel	9	10.5.6 Live spellingscontrole	28
3.2 Cms	9	10.5.7 Video's publiceren	28
3.2.1 Probleemstelling cms	9	10.6 Conclusie	28
3.2.2 Deelopdrachten	9	11.0 Usability	29
4.0 Showreel	11	11.1 Richtlijnen cms	29
4.1 Interview	11	11.2 Richtlijnen cms volgens J.Nielsen	30
4.2 Look and feel showreel	12	11.3 Conclusie	31
4.2.1 Welke onderdelen	12	12.0 Design	32
4.2.2 Moodboard en storyboard	12	12.1 Kleuren	32
4.2.3 Kleurgebruik	12	12.2 Concept voorstel	32
4.2.4 Typografie	12	12.3 Kleuren test	33
4.2.5 Sfeer	12	12.3.1 Conclusie	33
4.2.6 Muziek	12	13.0 Interface	34
4.2.7 Teksten	13	13.1 Interfacepanelen	35
4.2.8 Technische zaken	14	14.0 Conclusie & aanbevelingen	38
5.0 Content Management Systeem (cms)	15	15.0 Traject beschrijving	41
5.1 Cms	15	15.1 Drempels	42
5.1.1 Voordelen van een cms	15	16.0 Reflectie	43
6.0 Interview Intro	16	17.0 Nawoord	44
6.1 Interview	16	18.0 Bronvermelding	45
6.2 Samenvatting	17	Bijlage A	
7.0 Doelgroep	18	Bijlage B	
7.1 Gebruikers	18	Bijlage C	
7.1.1 Gevorderden gebruikers	18	Bijlage D	
7.1.2 Beginnende gebruikers	18	Bijlage E	
7.2 Conclusie	18	PVA	
8.0 Huidig cms	19		
8.1 Inlogscherf	19		
8.2 Hoofdpagina	19		
8.3 Menu Products	20		
8.4 Menu techniques	21		
8.5 Menu Corporate	21		
8.6 Conclusie	22		
9.0 Kleuren test	23		
9.1 Contrast verhouding	23		
9.2 Helderheid formule	23		
9.3 Kleurverschil formule	23		
9.4 Conclusie	23		

Samenvatting

Het bedrijf waar ik stage heb gelopen, Dycon doet alles op het gebied van grafisch ontwerpen.

Op dit moment zijn ze bij Dycon bezig met het ontwerpen van de eigen website. Op deze website willen ze ook graag een showreel plaatsen. Een showreel is een geanimeerde videoboodschap die laat zien wat ze het afgelopen jaar bij Dycon allemaal ontworpen hebben. Voordat er begonnen is met het ontwerpen van de showreel is er eerst een moodboard ontwikkeld, aan de hand van het moodboard is er begonnen met het selecteren van de projecten en het ontwerpen van het story board. Nadat deze goedgekeurd waren is er begonnen met het bouwen van de showreel in after effect en studio 3d max. Doordat er nog niet veel ervaring was met after effect heeft dit in het begin veel tijd gekost. De uiteindelijke showreel duurt ongeveer 2min, de eigenaren van Dycon waren erg blij met de showreel en het paste dan ook goed binnen de huisstijl van Dycon.

Naast de showreel wilden de eigenaren ook het eigen gemaakte content management systeem (cms) geoptimaliseerd hebben op het gebied van usability, design, flexibiliteit en de user interface. Het uiteindelijke doel van het project is dat de programmeurs aan de hand van het rapport het cms op deze punten kunnen verbeteren. Het verslag begint met een interview. Daarna is er begonnen met het analyseren van het huidige cms, hiervan zijn de knelpunten opgeschreven en later in het verslag aan de hand van theorie verbeterd. Ook zijn er andere cms-en bestudeerd en de succesfactoren hiervan genoteerd die misschien ook bruikbaar kunnen zijn voor het cms van Dycon. Uiteindelijk zal er een conceptplan gemaakt worden die onderbouwd wordt met theorie. Uit het conceptplan blijkt onder andere dat de interface dezelfde lay out houdt, dit zorgt ervoor dat de gebruikers het sneller onder de knie krijgen. Op het gebied van design zal het cms in de huisstijl van Dycon komen, dit betekent vooral zwart en wit. Uiteindelijk zijn er ook heel wat verbeteringen op het gebied van usability gedaan. Als laatste is het advies gegeven om het cms op te delen in modules. Hierdoor zal het cms makkelijker aanpasbaar zijn voor de verschillende klanten.

Management summary

The company that I have accrued mine intership is Dycon. They create anything in the field of graphic design.

At this moment Dycon is designing and creating there own website. On this website they would like to have a showreel. A showreel is an animated portfolio video. Before I started with the design of the showreel I created a moodboard and a storyboard. After that I began with the selection of the products. After the owners approve on the storyboard and moodboard, I started building the showreel in after effect and studio 3d max. In the begining I did not had a lot of experience with after effect, that is why it cost me a lot of time. The final showreel takes about two minutes, the owners of Dycon were very pleased with the showreel and it fits well within the style of Dycon.

Besides the showreel the owners also wanted to optimized the content management system (cms). They wanted a report with advice that optimized the usability, design, flexibility and user interface of the cms. The ultimate goal of the project is to create a report that programmes of Dycon can use to improve the cms. The report begins with an interview. After that the current cms wil be analyzed and also other content management systems will be analyzed. The success of the other content management systems wil be described and can be useful for the cms of Dycon. Eventually a new concept of the cms will be created based on theory.

Verklarende woordenlijst

Back end: De achterzijde van een website, het cms.

Brand design: Alle visuele uitingen van een product of dienst waarmee het brand zich onderscheidt van zijn concurrenten.

Breadcrumbs: Navigatie binnen een cms waardoor de gebruiker kan zien waar hij zich bevind binnen het hiërarchie van het cms.

Cms: Content management systeem. Programmatuur en methoden om websites te onderhouden voor niet technici.

Content: Algemene beschrijving van informatie (tekst)

Front end: De voorzijde van een website, de website zelf.

Html: Een afkorting voor: 'Hyper Text Markup Language'. Het is een programmeertaal waarmee internetpagina's worden opgemaakt.

Jpg/png: Extensies voor afbeeldingen.

Moodboard: Een moodboard is een manier om door middel van foto's, knipsels, uitgescheurde advertenties en andere attributen een sfeer te creëren.

Usability: Gebruiksvriendelijk, met als doel te realiseren dat het cms eenvoudig te gebruiken is.

User interface: Deel van een programma dat de interactie tussen de gebruiker en de computer mogelijk maakt, zodat de gebruiker opdrachten aan de computer kan geven. De user interface is bepalend voor de manier waarop de gebruiker met een computersysteem communiceert.

SEO: Search Engine Optimisation; aanduiding voor trucs om zoekranking te verhogen.

Showreel: Portofolio maar dan in een animatie.

Story board: Het storyboard is een verzameling uitgetekende shots van scènes uit een filmscript zoals de ontwerper ze voor ogen heeft. Sommige storyboards zijn niet per se voorzien van alle uiteindelijke details, maar geven een globaal idee van het script.

Toon down: Het creëren van omgeving waardoor andere projecten er juist uitspringen.

Xml: 'Extensible Markup Language', een standaard voor het uitwisselen van data tussen computers. Het lijkt qua opmaak op HTML, maar de tags kunnen zelf bedacht worden. XML is erg handig om informatie door te geven die door mensen te snappen is en door computers te lezen is.

1.0 Algemene inleiding

Dycon is een bedrijf gevestigd in Groningen. Ze leveren een mix van design en interactieve informatie- en communicatieoplossingen. Dit houdt in dat ze websites, magazines, 3D animaties, beurstenten en flyers ontwerpen. Alles op het gebied van reclame en brand design.

Allereerst zal er op de website van Dycon een showreel geplaatst worden. Deze showreel bevat een geanimeerde boodschap over wat er allemaal gemaakt is het afgelopen jaar bij Dycon.

Voor bedrijven is het tegenwoordig noodzakelijk om een website te hebben. Toekomstige klanten van een bedrijf kijken vaak eerst op de website om een eerste indruk te krijgen van het bedrijf. Het is dan ook belangrijk dat de website goed onderhouden wordt. Dit kan mogelijk gemaakt worden door het content management systeem (cms) van Dycon. Voor Dycon is het belangrijk dat het cms voor de gebruikers goed werkt. Bij Dycon is dan ook de vraag ontstaan om het huidige cms te optimaliseren.

Dit stageverslag bestaat uit twee verschillende verslagen en daarbij behorende bijlagen. Het eerste verslag zal gaan over de showreel en het tweede verslag over het cms.

1.1 Showreel

Doordat Dycon zich wil onderscheiden van concurrenten en zich nog beter wil profileren naar de klant toe willen zij een showreel op de website plaatsen. Deze showreel zal als promotie dienen voor Dycon. De bezoeker van de website zal een indruk krijgen van wat ze allemaal kunnen ontwerpen bij Dycon.

In het eerste hoofdstuk zal G. Piest en R. Bosscher, eigenaren van Dycon, geïnterviewd worden. Door middel van dit interview zal achterhaald worden waarom er een showreel gemaakt moet worden en wat het doel hiervan is. In de paragraaf daarna zal beschreven worden hoe de showreel eruit komt te zien en waarom er voor bepaalde keuzes gekozen is.

1.2 Content Management Systeem (cms)

Naast de showreel verlangt Dycon een advies omtrent het eigen cms. Ze verwachten met dit advies, in de vorm van een rapport, een aantal aanbevelingen te krijgen waarmee ze het cms kunnen optimaliseren. In het advies wordt er ingaan op de zaken usability, design, userinterface, en flexibiliteit.

In het eerste hoofdstuk zal de maker van het cms, R. Bosscher, geïnterviewd worden. Er zal achterhaald worden waarom er een eigen cms geschreven is en wat volgens Dycon het voordeel hiervan is. Ook zullen de wensen voor het nieuwe cms achterhaald worden. In het daarop volgende hoofdstuk zal de doelgroepanalyse beschreven worden, zodat het cms hierop aangepast kan worden. In hoofdstuk 8 wordt het huidige cms van Dycon geanalyseerd. Om tot een juiste aanbeveling te komen zal in het hoofdstuk 10 andere cms-en bestudeerd worden, zodat hiervan de succesfactoren achterhaald kunnen worden. Deze succesfactoren zouden een bijdrage kunnen leveren aan het cms van Dycon. In de hoofdstukken 11, 12 en 13 zal aan de hand van theorie het cms op design, usability, flexibiliteit en interface bekeken en verbeterd worden. Uiteindelijk zal in hoofdstuk 14 aanbevelingen gedaan worden om het cms van Dycon te optimaliseren.

2.0 Het Bedrijf

Dycon levert een mix van design en interactieve informatie- en communicatieoplossingen. Met Dycon's creatieve en innovatieve vermogen maken ze digitale interactieve toepassingen (communicatiesystemen), voornamelijk gebaseerd op webbased technologie. Deze communicatiesystemen creëren een oplossing voor een bij de opdrachtgever aanwezig informatie en communicatieprobleem.

2.1 Bedrijfsnaam Dycon

Dynamiek en content of dynamic content zijn twee termen die met de naam Dycon worden gesymboliseerd. Dycon is een combinatie van deze twee termen.

Het zijn twee termen die eigenlijk een goede weerspiegeling vormen van wie ze zijn en wat ze doen.

Bij Dycon stellen ze zich graag flexibel op richting de klant en bewandelen ze bestaande of nieuwe paden. Bij de toepassingen die ze maken komt een stuk maatwerk om de hoek kijken wat er doorgaans toe leidt dat ze altijd op zoek moeten naar de nieuwste innoverende technieken en oplossingen. Zo blijft Dycon zich ontwikkelen.

Naast dat ze zelf dynamisch zijn maken ze ook dynamische producten met veranderende inhoud. Oftewel, de applicaties worden voorzien van dynamische content.

Bij Dycon willen ze werken voor tevreden gezichten. Voor eindgebruikers moeten de toepassingen functioneel zijn en moet er informatie te vinden zijn waarnaar gevraagd wordt. Ze ontwikkelen toepassingen met usability hoog in het vaandel. Voor de opdrachtgevers moeten de toepassingen leiden tot ondernemingssucces. Is het doel van een opdrachtgever het werven van personeel, dan kijken ze vanuit de eigen expertise in combinatie met de kennis van de klant, hoe ze dit doel het beste kunnen bereiken.

De naam Dycon is kort en simpel en is vlot uit te spreken. De naam ligt zowel nationaal als internationaal lekker in de mond. Daarnaast is de naam makkelijk te onthouden en kan de naam fungeren als een makkelijk geheugensteuntje voor bestaande of potentiële klanten. De domeinnaam dycon.nl is reeds in hun bezit en voor de mensen die de naam mogelijk met een k heugen hebben ze de domeinnaam dykon.nl ook reeds geregistreerd. Ze zijn momenteel in onderhandeling met een bedrijf om de .com domeinnaam ook te registreren om mogelijke verwarring bij onze stakeholders in de toekomst te voorkomen.

2.2 Missie

De missie van Dycon luidt: "Het is onze passie om op een creatieve manier, innovatieve communicatiesystemen te maken die meerwaarde voor onze klanten en onszelf creëren."

2.3 Visie

In de markt van digitale interactieve toepassingen die steeds verder verzadigd raakt en waar steeds meer aanbieders op de markt komen, heeft Dycon zich onderscheiden met kennis, kwaliteit, creativiteit en innovativiteit. De ambitie van Dycon is om toepassingen te creëren op het snijvlak van design en technologie, daarnaast zijn ze een betrouwbare en inspiratieve partner voor de klanten en andere stakeholders.



3.0 Opdrachtomschrijving

3.1 Showreel

Dycon is bezig met de ontwikkeling van een nieuwe website. Op deze website zal een showreel geplaatst worden. Binnen Dycon is alleen niet de kennis aanwezig om de showreel met after effect te maken. De opdracht vanuit Dycon is om een showreel te maken van projecten die ze reeds aan de afnemers hebben geleverd. De showreel houdt een geanimeerde videoboodschap in die laat zien wat ze het afgelopen jaar bij Dycon hebben gemaakt. Het moet een overtuigende videoanimatie worden die ze kunnen projecteren op de homepage (het domein Dycon.nl). Voor deze animatie is er de beschikking over het volledige Adobe pakket en 3D Studio Max. Tevens stellen ze bij Dycon literatuur ter beschikking. De uiteindelijke showreel zal binnen de huisstijl van Dycon moeten passen.

Voordat er begonnen is met het bouwen van showreel is er eerst een moodboard en een story board ontwikkeld (zie bijlagen). Deze zijn besproken met Dycon en daarna is er begonnen met het bouwen van de showreel. In dit verslag zullen de volgende punten aan de orde komen:

- Wat is het doel van de showreel?
- Wat zijn de eisen van de showreel?
- Wie is de doelgroep van de showreel?
- Welke look and feel moet de showreel hebben?
- Welke projecten moeten er in de showreel voorbij komen?

3.2 Cms

Naast de showreel zal er ook het eigen cms geoptimaliseerd moeten worden. Het cms is al een aantal jaren oud en daardoor niet meegegaan met de nieuwe technieken die ontwikkeld zijn op het gebied van cms. Doordat Dycon altijd maatwerk levert aan de klanten en dit op een hoog niveau wil doen, zal uit een onderzoek moeten blijken wat er verbeterd kan worden aan het huidige cms. Daarom zal er een rapport geschreven worden met daarin adviezen voor het cms. Hierin zal ingegaan worden op zaken zoals design, flexibiliteit, usability en interface. De programmeurs zullen aan de hand van het rapport het cms gaan verbeteren.

3.2.1 Probleemstelling cms

Hoe kan het cms van dycon geoptimaliseerd worden op het gebied van usability, design, userinterface en flexibiliteit?

3.2.2 Deelopdrachten

- Hoe ziet het huidige cms van Dycon eruit?
- Wie is de doelgroep van het cms?
- Wat zijn sterke punten van bestaande cms-en?
- Hoe kan het cms op het gebied van usability verbeterd worden?
- Hoe kan het cms op het gebied van design verbeterd worden?
- Hoe kan het cms op het gebied van interface verbeterd worden?
- Hoe kan het cms op het gebied van flexibiliteit verbeterd worden?

SHOWREEL

4.0 Showreel

In het volgende hoofdstuk zal de showreel beschreven worden. In het eerste paragraaf zal het interview met G. Piest en R. Bosscher verwerkt worden. Daarna zal de look and feel aan bod komen van de gemaakte showreel. Er zal in deze paragraaf uitgelegd worden waarom er voor bepaalde kleuren is gekozen, welke sfeer er neergezet wordt en de keuze voor muziek. Aan het einde zal ook wat technische zaken beschreven worden. De uiteindelijke showreel bevindt zich op de bijgeleverde dvd. Screenshots van de showreel met toelichting zijn te vinden in de bijlagen.

4.1 Interview

Voordat er begonnen wordt met het ontwerpen van de showreel zal er eerst een interview plaatsvinden. Door dit interview zal er achterhaald worden waarom er een showreel gemaakt moet worden, wat het doel hiervan is, maar ook welke look and feel de showreel moet hebben en of er verder nog eisen zijn. De informatie uit het interview zal gebruikt worden voor het ontwerpen en bouwen van de showreel.

Reden showreel

Ze zijn bij dycon bezig met een nieuwe website. Op deze site willen ze laten zien wat ze als Dycon zijnde allemaal in hun mars hebben, daarom moet er een flitsende animatie gemaakt worden waar klanten van onder de indruk zijn. De bedoeling is dat het een snelle en dynamische animatie wordt. "Het moet een echte eye catcher van de website worden," aldus G. Piest.

Doel showreel

Door op de website een showreel te plaatsen kun je een beleving neerzetten. "Het doel is om de bezoekers te imponeren," aldus R. Bosscher. Daarnaast kunnen de bezoekers van de website een indruk krijgen van wat er allemaal mogelijk is binnen het bedrijf en welke vaardigheden ze bezitten. Ook zal het zichtbaar worden met welke klanten Dycon (heeft) samenwerkt.

Look and feel showreel

"Het is belangrijk dat de showreel qua look and feel past binnen de huisstijl van Dycon," volgens G. Piest. De huisstijl van Dycon bestaat voornamelijk uit de kleuren wit en zwart. Dit komt erg zakelijk en strak over en zal ook een toon down creëren in de showreel. Dit houdt in dat andere projecten die door dycon geleverd zijn er juist uit spatten. Daarnaast willen ze een 'glans effect' in de showreel. "De uiteindelijke showreel moet er gewoon mooi uitzien en van het beeldscherm afspetteren," volgens G. Piest.

Eisen showreel

De showreel mag niet groter zijn dan 15 tot 20mb. Het wordt namelijk op de website geplaatst en het mag niet te lang duren voordat de showreel geladen is. Wel moet er een versie komen in HD resolutie, deze zal namelijk ook voor andere doeleinden gebruikt worden. Ook moeten er verschillende teksten in de showreel voorkomen, dit als extra informatie.

Tot slot

Uit het interview blijkt dat de showreel geplaatst wordt op de nieuwe website van Dycon. De showreel zal de eye catcher worden van de website en zal de bezoeker een idee moeten geven van wat de vaardigheden zijn bij Dycon. Daarnaast is het belangrijk dat de showreel past binnen de huisstijl van Dycon en dat hij niet te groot wordt, dit omdat het anders te lang duurt voordat hij geladen is.

4.2 Look and feel showreel

De look and feel die via de showreel overgebracht gaat worden zal bepaald worden door het gebruik van afbeeldingen, video's, kleurgebruik, opmaak, maar ook door de muziek en de snelheid die de showreel zal hebben. Daarnaast zal de huisstijl van Dycon ook erg bepalend zijn. Voordat er begonnen is met het bouwen van de showreel is er eerst een moodboard gemaakt.

4.2.1 Welke onderdelen moeten er in de showreel voorbij komen?

Als eerst zijn alle projecten verzameld en is er een selectie gemaakt van projecten die geschikt waren voor de showreel. In de Bijlage B staat een lijst van projecten die verwerkt zijn in de showreel. Het was niet mogelijk om alle projecten te verwerken in de showreel. Daarom is er in samenspraak met de eigenaren een keuze gemaakt van de mooiste projecten die we graag in de showreel wilde hebben. Het doel van showreel is ook om te laten zien dat Dycon een divers bedrijf die op verschillende vlakken uit de voeten kan. De volgende onderdelen zullen voorbij komen in de showreel:

- Websites
- 3D visualisatie
- Brand Design

4.2.2 Moodboard en storyboard (zie bijlagen A en D)

Door het maken van een moodboard zal er een visualisatie ontstaan van de uiteindelijke showreel. Beelden zijn namelijk veel effectiever dan woorden. Hierdoor zal er een gevoel ontstaan die gebruikt gaat worden voor de showreel. Nadat de moodboard gemaakt was, is er begonnen met het ontwerpen van het story board. In het story board wordt er precies uitgetekend hoe de showreel eruit komt te zien. Aan de hand van het storyboard is er begonnen met het bouwen van de showreel.



afbeelding 1

4.2.3 Kleurgebruik

De kleuren grijs en wit zullen als hoofdlijnen gebruikt worden. Wit is een fijne achtergrondkleur: het is neutraal, rustig en erg stijlvol. Echter, te veel wit maakt de showreel saai, daarom zal de achtergrond bestaan uit wit wat overloopt naar grijs. Er is niet voor zwart als achtergrondkleur gekozen, omdat teveel zwart overweldigend kan zijn. Daarnaast zal de achtergrond toon down zijn. Door dit te doen zullen de projecten die voorbij komen erg opvallen en zal de aandacht naar de projecten uitgaan.

4.2.4 Typografie

Het lettertype is Futura. Futura is een schreefloos lettertype en maakt een efficiënte en heldere indruk. Het lettertype gebruikt Dycon vaker en zal hierdoor passen binnen de huisstijl.

4.2.5 Sfeer

De showreel zal rond de twee minuten duren. In dit tijdsbestek zullen verschillende projecten voorbij komen die Dycon het afgelopen jaar gemaakt heeft. Om al deze projecten te tonen zal er snelheid in de showreel moeten zitten. Het geheel zal een flitsende video worden. Doordat de achtergrond uit wit en grijs bestaat en er een glans effect gebruikt wordt zal er een stijlvol geheel ontstaan. De showreel al klasse uitstralen door dit effect.

4.2.6 Muziek

De muziekkeuze voor de showreel is ook erg bepalend. De muziek geeft namelijk een extra gevoel met de showreel mee, maar het bepaald ook de snelheid van de showreel. Aangezien de showreel een snelle animatie moet worden is het belangrijk dat er ritme en snelheid in de muziek zit. Ook is er voor gekozen voor een lied zonder zang (tekst). Er bestaat namelijk een kans dat deze niet overeen komt met de showreel. Dit zou afbreuk aan de showreel kunnen geven.

Het liedje waar voor gekozen is: Energetic pumping electronic club track.

Dit is een snel energiek danceclub track met een zware beat erin. In het liedje wordt er een paar keer naar een climax gewerkt, zodat er een spanning opgebouwd wordt. Ook zit er snelheid in het liedje, zodat het goed bij de showreel past.

4.2.7 Teksten

In de showreel zullen ook teksten voorbij komen. Deze teksten geven extra informatie over de getoonde projecten. Dit zal niet overal gebeuren, omdat teveel tekst kan afleiden. Aan het einde van de showreel zal er een opsomming komen van onderdelen die voorbij zijn gekomen tijdens de showreel of die door Dycon gedaan worden. Deze zijn achtereenvolgens:

- Webdesign
- 3d visualisation
- Brand Design
- Interactive application
- 3D animation
- Narrowcasting

4.2.8 Technische zaken

De gehele showreel is gemaakt met de programma's after effect en 3d studio max. Alle 3d objecten die voorbij komen in de showreel zijn eerst in 3d studio max geanimeerd en daarna bewerkt in after effect. De totale lengte van de showreel is 2min en 10seconde. De showreel is 18mb en de HD resolutie is 4,9Gb.

CMS

5.0 Content Management Systeem

In het eerste hoofdstuk zal beschreven worden wat een cms is en wat de voordelen van een cms zijn. Daarna zal er een interview uitgewerkt worden en het huidige cms zal geanalyseerd worden. Hierna zullen andere cms-en bestudeerd worden en zal uiteindelijk aan de hand van theorie een ontwerp gemaakt worden.

5.1 Cms

Een content management systeem ofwel cms is meestal een webapplicatie die een database of andere methoden gebruikt voor het maken, bewerken en opslaan van een webpagina op een beheersbare manier.

De inhoud wordt aangemaakt en bewerkt in het administratiegedeelte van de webapplicatie ook wel de back-end genoemd. Het resultaat wordt daarna weergegeven op de website ook wel de front-end genoemd.

Het grootste voordeel van een content management systeem is om gemakkelijk en snel inhoud te kunnen aanmaken en te bewerken voor een website. Dit geldt ook voor mensen met weinig technische kennis. Het is dus niet noodzakelijk om kennis te hebben van opmaakcodes zoals HTML. Met behulp van een cms kan de inhoud rechtstreeks geplaatst worden op de website. Onder de inhoud wordt niet alleen tekst verstaan, maar ook foto's en video's.

5.1.1 Voordelen van een cms

- De klant kan zelf de website up to date houden. Hij is niet meer afhankelijk van iemand die verstand heeft van HTML om de website te onderhouden.
- Consistenter De website zal consistent worden. Werknemers kunnen niet zomaar de vormgeving veranderen, omdat alles vast ligt.
- Kostenbesparing. De klant hoeft geen werknemer meer in dienst te nemen voor het beheer van de website.
- Gebruiksvriendelijk. Het cms is gebruiksvriendelijk, waardoor de drempel voor het beheren van een website erg laag zal zijn.
- Autorisatie. In een cms is ook autorisatie mogelijk. Daardoor kan de gebruiker zelf bepalen wie welke rechten heeft. De kans dat onbevoegden per ongeluk content verwijderen wordt daardoor al kleiner.
- Navigatie structuur is eenvoudig aan te passen en te veranderen.
(bron)

6.0 Interview

Allereerst zal de maker, R. Bosscher van het cms geïnterviewd worden. Door middel van dit interview zal er achterhaald worden waarom er zelf een cms geschreven is en wat hier volgens Dycon de voordelen van zijn. Tevens zal duidelijk worden welke kant ze opwillen met het nieuwe cms en of er nog wensen zijn.

6.1 Interview

Zelfgemaakt cms

Bij Dycon is er voor gekozen om zelf een cms te schrijven. Dit hebben ze gedaan, omdat ze op deze manier maatwerk kunnen leveren naar de klant toe. "De klant zal nu een cms krijgen wat op maat gemaakt is zonder overbodige functies," aldus R. Bosscher. Daarnaast geeft hij aan dat hij het cms kent. Mochten er problemen voordoen of moet er iets veranderd worden dan weet hij precies waar hij in het systeem moet zijn. Wat uiteindelijk overblijft is een eenvoudig cms.

Wat kan het huidige cms

De klant kan zelf pagina's beheren, teksten aanpassen, plaatjes uploaden en video's uploaden. Daarnaast kan het huidige cms html pagina's onderhouden, maar ook via xml flash sites onderhouden.

Nadelen van het cms

Het huidige cms is niet gedocumenteerd. Nieuwe werknemers zullen hierdoor veel tijd kwijt zijn met het bestuderen van het cms voordat ze aanpassingen kunnen verrichten. R. Bosscher is dan ook de enige persoon die wijzigingen kan aanbrengen aan het cms. Dit maakt het systeem erg kwetsbaar. Verder bestaat het cms niet uit modules. Dit houdt in dat het erg veel tijd kost om nieuwe onderdelen aan het cms toe te voegen.

Er is ook de mogelijkheid om plaatjes te uploaden, maar dit alleen in jpg en png formaat. Het is dan niet mogelijk om plaatjes met andere bestands extensies te uploaden. Ook kunnen er video's geupload worden, maar het cms kan deze nog niet omzetten naar flash video. Dit betekent dat de video's die geupload worden groot van formaat zijn of de gebruiker zal ze eerst lokaal moeten omzetten naar flash

Verder maakt het cms geen gebruik van google optimalisatie. "We geven onze klanten wel wat tips zodat ze hoger in de ranking komen, maar het cms is niet zo ingericht om hoger in de google ranking te komen," aldus R. Bosscher.

Interface

Er is voor een traditionele lay-out gekozen. "Dit, omdat de learning curve voor een gebruiker meteen redelijk laag is," aldus R. Bosscher. Een traditionele lay-out bestaat uit het menu links en content gedeelte rechts. Dit is voor de gebruiker erg herkenbaar. Daarnaast heeft Dycon ervoor gezorgd dat het menu goed opvalt en dat de belangrijkste onderdelen bovenaan staan. De minder belangrijke onderdelen staan hierbij onderaan.

Design cms

Over het design zegt R. Bosscher: "In het begin maakte we het cms altijd in de huisstijl van de klant. Hiermee waren we vaak extra dagen kwijt om het cms aan te passen. Nu hebben we ervoor gekozen om het cms in onze eigen huisstijl te doen."

Wensen cms

Het nieuwe cms zouden ze graag willen opdelen in modules, zodat het makkelijker is om het cms uit te breiden en aan te passen aan de wensen van de klant. Hierdoor kan het cms sneller in elkaar gezet worden. Ook mag het design gedeelte van het cms verbeterd worden. R. Bosscher geeft aan: "Dit misschien door de combinatie van flash en html." Daarnaast zou Dycon graag een server opzetten die video's kan omzetten naar flash video's zoals bijvoorbeeld you tube.

6.2 Samenvatting

Voordelen van het cms van Dycon

- Precies weten hoe het systeem in elkaar zit.
- Maatwerk voor de klant.
- Andere bedrijven kunnen het niet gebruiken.
- Geen overbodige functies.

Nadelen van het cms van Dycon

- Bestaat niet uit modules.
- Kost meer tijd om het cms uit te breiden.
- Afhankelijk van een persoon.
- Niet gedocumenteerd.

Wensen voor het nieuwe cms

- Verbetering vormgeving.
- Combinatie van flash en HTML.
- Video omzetten naar Flashvideo (video's uploaden).
- Drag and drop.
- Modules.

7.0 Doelgroep

Om te bepalen hoe het cms eruit komt te zien en hoe het moet gaan werken, zal eerst de doelgroep bepaald moeten worden. Er zal achterhaald worden wat de kenmerken van de doelgroep zijn, wat de computerervaring is en wat ze willen bereiken met het cms.

Een klant van Dycon kan er voor kiezen om zijn website up to date te houden met het cms van Dycon. Het cms zal daarom moeten voldoen aan de eisen en wensen van de doelgroep. Tevens moet het cms de doelgroep de voordelen bieden die ze zoeken. Om er voor te zorgen dat het cms aan de eisen en wensen van de gebruiker voldoet zal er achterhaald moeten worden wat de kenmerken van de doelgroep zijn. Dit zal gebeuren aan de hand van een doelgroepanalyse.

7.1 Gebruikers

Als we kijken naar de groep die al gebruik maakt van het cms zien we dat deze groep erg breed is. Dit betekent niet dat er geen kenmerken zijn die niet overeenkomen. Een belangrijk kenmerk dat alle gebruikers hebben is dat ze zelf een website willen onderhouden. Het vast stellen van de toekomstige gebruikers is lastig, Dycon weet nog niet wie het cms gaat gebruiken, daarom zal er een manier gevonden moeten worden wat het cms makkelijk aanpasbaar maakt voor iedere toekomstige gebruiker.

7.1.1 Gevorderden gebruikers

De gevorderde gebruikers hebben een zeer hoge interesse in computers en het internet, dit kan zijn door scholing, privé of door een baan. De gevorderde gebruikers gebruiken de computer vaak in combinatie met het internet en zitten dan ook meerdere uren per dag op het internet zowel zakelijk en privé. Ook maken deze gebruikers gebruik van een snelle internetverbinding thuis en op het werk.

De hardware in deze computers zullen van een hoog niveau zijn. Ze zullen gebruik maken van grote computerschermen met een hoge resolutie. Ook zullen ze al vaker gewerkt hebben met een content management systeem, dit voor bedrijf- of privé zaken.

De gebruikers zullen niet de kennis hebben om zelf een cms in elkaar te zetten. Wel kunnen ze probleemloos met het systeem werken en misschien zelf wat kleine aanpassingen maken en configureren.

De gebruikers die de website van content zullen voorzien zullen vaak op een communicatie afdeling werken van het bedrijf. Ze zullen affiniteit met het internet hebben en snappen dat het belangrijk is om de website van nieuwe content te voorzien. De kennis van computers zal ook aardig hoog liggen. Ze zullen veel ervaring hebben met windows en office. Ook zullen ze relatief veel kennis hebben van communicatie en zien ze het belang in van het communiceren via een website.

7.1.2 Beginnende gebruikers

Deze gebruikers zullen het belang van het communiceren via het internet inzien, maar zullen relatief weinig verstand hebben van het internet. Ze gebruiken de computer in combinatie met internet meerdere uren per week zowel zakelijk als privé.

De hardware in deze computers zullen van een standaard niveau zijn. Ze zullen pas nieuwe hardware aanschaffen als het verouderd is. De beeldschermen zullen van een standaard niveau zijn en ze zullen werken op een normale resolutie. Het cms zal nieuw voor ze zijn en ze zullen dus meer tijd nodig hebben om het onder de knie te krijgen. De gebruikers zullen niet de kennis hebben om zelf een cms in elkaar te zetten. Wel kunnen ze, na wat uitleg, werken met het systeem.

De personen die werken met het cms zullen snappen dat het belangrijk is om nieuwe content aan de webpagina toe te voegen.

De kennis van computers zal gemiddeld liggen doordat ze zakelijk en privé met de computer werken. Ook kunnen ze goed overweg met Windows en het office pakket. Ze zullen relatief veel kennis hebben van communicatie en ze zullen het belang inzien van het communiceren via een website.

7.2 Conclusie

De doelgroep van Dycon kan je in twee groepen verdelen. Er zijn tussen deze twee groepen kenmerken die overeen komen, maar ook kenmerken die dat niet doen. Zo hebben beide doelgroepen affiniteit met het internet en snappen ze dat het belangrijk is om nieuwe content aan de webpagina toe te voegen. Het grootste verschil tussen de twee doelgroepen is dat de gevorderden meer kennis hebben over het internet en computers dan de beginners. De ervaring van de gevorderden ligt veel hoger dan bij de beginners. Ze zullen het cms dan ook sneller begrijpen en er eerder mee overweg kunnen. Er zal een manier bedacht moeten worden waarbij beide doelgroepen kunnen werken met het cms. De gevorderde gebruikers kunnen bijvoorbeeld meer rechten krijgen binnen het cms dan de beginners.

Het nieuwe cms zal dan ook goed te gebruiken moeten zijn voor gebruikers met veel computerervaring, maar ook voor personen met weinig computerervaring.

8.0 Huidig cms

Nu duidelijk is welke kant Dycon op wil met het cms en welke doelgroepen gebruik gaan maken van het cms zal in dit hoofdstuk het huidige cms geanalyseerd worden. Er zal achterhaald worden hoe het cms precies werkt, welke functie in het cms zitten en of er knelpunten zijn.

Dycon heeft een cms wat er als volgt uitziet.

8.1 Inlogschermb

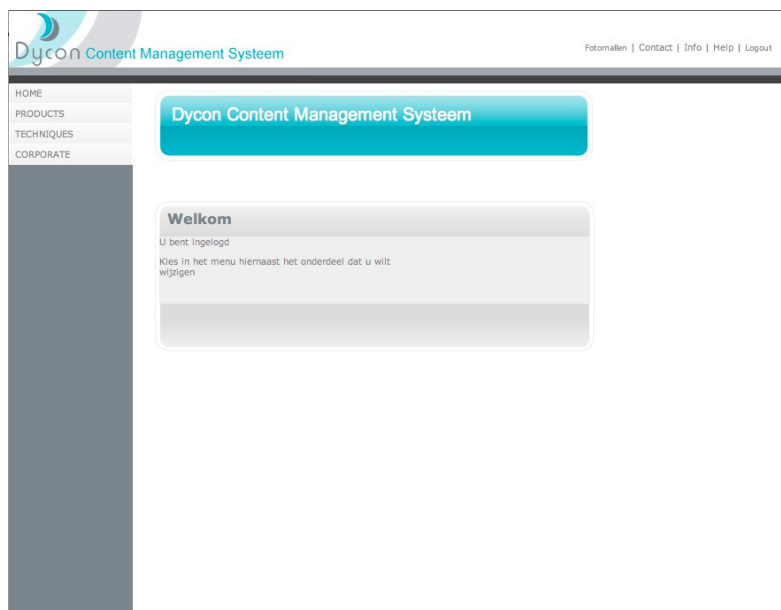


Afbeelding 2

Wat opvalt aan het inlogschermb is dat er nog gebruik wordt gemaakt van de oude huisstijl van Dycon. De kleuren en het logo zijn ondertussen veranderd. Verder valt op dat het wachtwoord dat de gebruiker intypt gecodeerd wordt weergegeven. Op het gebied van veiligheid is dit misschien goed, maar op het gebied van usability niet. De kans dat de gebruiker zijn wachtwoord verkeerd intypt is groter.

8.2 Hoofdpagina

Als de gebruiker inlogt komt hij op de hoofdpagina.



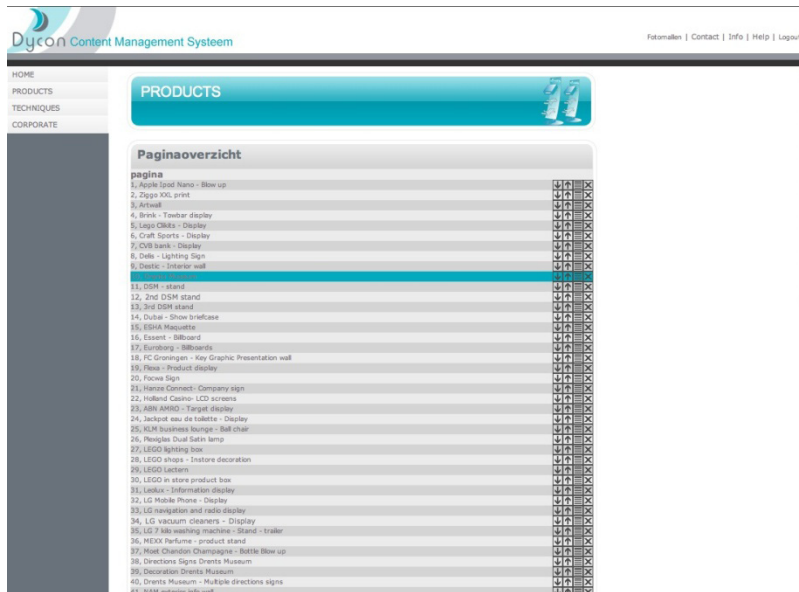
Afbeelding 3

Wat ook hier meteen opvalt is het oude logo en de oude kleuren. Aan de linkerkant is het menu weergegeven, waar je kunt kiezen uit de linken: Home, Products, Techniques en Corporate. De aanduiding van de linken zijn niet erg duidelijk en als gebruiker zijnde weet je niet wat je achter de linken kan vinden. Er wordt verder geen extra informatie gegeven via labels.

De achtergrond van het menu is lichtgrijs en het lettertype is donkergrijs, dit maakt het menu er niet duidelijker op. Rechts bovenin is het navigatie menu weergegeven. Hier kan de gebruiker kiezen uit Fotomallen, Contact, Info, Help en Logout. Het is goed dat het navigatie menu apart weergegeven wordt, hier kan de gebruiker altijd op terugvallen als hij het niet meer weet. Daarentegen zijn de linken in donkergrijs tegen een witte achtergrond weergegeven ook dit is niet erg duidelijk.

8.3 Menu Products

Bij de link Products kun je verschillende artikelen toevoegen op de website. Achter elk artikel staan vier knoppen waarmee je wijzingen kan invoeren.



Afbeelding 3

Het valt op dat er geen extra label met informatie over de knoppen verschijnt. Ook is het lettertype weer donkergrijs en de achtergrond lichtgrijs.

- Productgegevens
- Text
- Carousel foto
- Hoofdfoto
- Product outline
- Foto album
- Technieken
- Opties (Status van het product Verberg / Toon)
- Verzenden (knop met wijzigen van gegevens)

Om het cms te toetsen is er een artikel toegevoegd. Om een nieuw product toe te voegen moet er onderaan de lijst van artikelen gekeken worden. Hier staat de knop om een nieuw artikel toe te voegen. Doordat de knop onderaan staat valt het niet erg op. Wanneer er iets verkeerd is ingevuld wordt krijg je de melding "vergeten het veld in te vullen" te zien. Deze foutmelding is niet erg duidelijk en legt niet precies uit waar het probleem zit.

Als er een foto upgeload wordt en dit niet goed gaat dan krijg je de melding "ga terug naar het product" en "ga terug naar het overzicht". Deze beide foutmeldingen zijn niet duidelijk en geeft niet aan wat er verkeerd wordt gedaan. Ook is de foutmelding in een klein lettertype geschreven en is het niet duidelijk of het wel of geen link is.

8.4 Menu techniques

Bij techniques kunnen de verschillende pagina's op volgorde gewijzigd worden. De naam techniques geeft niet duidelijk aan wat er achter de link te vinden is. Achter elk artikel staan drie knoppen. Met deze knoppen kan je de pagina's een pagina naar beneden of naar boven verplaatsen. Ook kan je met de laatste knop een wijziging toevoegen aan het artikel.



Afbeelding 4

Als de muis op de knoppen staat krijg je geen extra informatie via een label. Ook zijn er twee soorten grijskleuren gebruikt, dit is niet echt duidelijk.

8.5 Menu Corporate

Met de menu corporate kan de gebruiker het paginaoverzicht wijzigen. De gebruiker kan niet zelf pagina's toevoegen of verwijderen.



Afbeelding 5

Via de knop achter het artikel kunnen de volgende gegevens gewijzigd worden:

- Machine gegevens
- Text
- Hoofdfoto
- Fotoalbum
- Opties
- Verzenden (wijzigen de gegevens van dit artikel)

8.6 Conclusie

Nadat het cms bestudeerd is valt op dat er een aantal onderdelen zijn die verbeterd kunnen worden. Wat meteen opvalt aan het cms is dat ze nog het oude logo en kleuren gebruiken. Voor de klant kan dit verwarrend zijn en hierdoor wordt het cms zeker niet herkenbaar als applicatie van Dycon. Ook is het niet duidelijk waar de gebruiker zich binnen het cms bevindt, dit zou eventueel opgelost kunnen worden door het gebruik van breadcrumbs. De aanduiding van de linken zijn ook niet duidelijk en er wordt door het ontbreken van labels geen extra informatie gegeven over de linken. De kleurencombinaties zijn ook niet erg sterk. In het menu is de achtergrond lichtgrijs en het lettertype donkergrijs. Op het gebied van design kan dit er mooi uitzien, maar gebruiksvriendelijk is het niet. Verder is er niet veel flexibiliteit voor de gebruikers, zo kunnen pagina's niet toegevoegd of verwijderd worden. Ook de afmetingen van de afbeeldingen worden automatisch bewerkt. Dit kan irritaties opleveren bij de gevorderde gebruikers, omdat zij dit zelf willen bepalen.

Natuurlijk zijn er ook onderdelen van het cms die goed zijn. Door de gebruikers weinig vrijheid te geven zorg je er voor dat de gebruiker weinig fouten kan maken en dat de website consistent blijft. Dit kan voor beginnende gebruikers erg makkelijk zijn, maar voor de gevorderde gebruikers niet.

Daarnaast werkt het cms met xml. Met xml is het mogelijk om ook flashsites te beheren via het cms. Dit is een voordeel, omdat veel websites van Dycon in flash gemaakt worden. Ook zullen de afmetingen van een afbeelding automatisch gewijzigd worden. Door de klant dit niet zelf te laten doen zorg je ervoor dat de afbeelding altijd de juiste afmeting heeft zodat de website consistent blijft. Als de gebruiker toch zelf de afmeting wil bepalen van de afbeelding dan zal hij dit lokaal moeten doen. Daarom zal het cms een functie moeten krijgen waarmee je de afmeting van de afbeelding zelf kan bepalen.

Usability

- Linken niet duidelijk
- Linken geen labels
- Foutmelding niet duidelijk
- Geen extra informatie over de knoppen.

Design

- Lettertype grijs
- Geen logo van de klant
- Oude Huisstijl

User Interface

- Geen zoekfunctie

Flexibiliteit

- Gebruiker kan geen pagina's toevoegen
- Cms bestaat niet uit modules

Bovenstaande punten zullen meegenomen worden in het optimaliseren van het cms van Dycon.

9.0 Kleuren test

Wat opviel aan het huidige cms was dat de kleurenverhouding niet erg duidelijk was. Waar het lettertype donker-grijs is, was de achtergrond lichtgrijs. Dit kan erg onduidelijk zijn voor mensen met een aandoening aan de ogen, maar ook als men werkt met een oud beeldscherm met een lage resolutie waarop kleurverschillen niet duidelijk zichtbaar zijn. In dit hoofdstuk zullen de kleurenverhoudingen verder onderzocht worden. Aan de hand van verschillende testen zal bekeken worden of Dycon de juiste kleuren gebruikt.

- Contrastverhouding; Deze test of het verschil tussen de kleuren groot genoeg is
- Helderheid; Het verschil tussen de helderheid van de achtergrond en de kleur van het lettertype
- Kleurverschil; Het verschil tussen twee kleuren

Uit deze testen zal blijken of de kleur verschillen tussen het lettertype en de achtergrond groot genoeg is, zodat het voor iedere gebruiker goed leesbaar is.

De volgende kleurencombinatie gebruikt Dycon:

- Achtergrondkleur: #EBEBEB 
- Lettertype kleur: #69727A 
- 

9.1 Contrast verhouding

Als eerst zal de contrast verhouding getest worden. Dit is gedaan via de website: <http://juicystudio.com>. De contrast verhouding is het verschil tussen het witste wit en het donkerste zwart dat het scherm kan tonen. Hoe groter het contrast hoe dieper de kleuren zullen zijn en hoe beter de beeldkwaliteit. De contrastverhouding is bijzonder nuttig voor de bepaling van de leesbaarheid van tekst op het cms en de leesbaarheid van een grafische weergave van tekst.

Uit de test blijkt dat de contrast ratio 4.11:1 is. Dit houdt in dat als het lettertype groot genoeg is, de contrast ratio voldoende voor de gekozen kleuren zal zijn. Aangezien het lettertype 11 bedraagt zal dit te klein zijn om de contrast verhoudingen duidelijk zichtbaar te maken.

9.2 Helderheid formule

De volgende formule is gemaakt door W3C (World Wide Web Consortium) om de helderheid van een kleur te bepalen. Dit is een programma die de helderheid van kleuren test. Dit programma geeft voor de helderheid de volgende formule weer:

$$((\text{Rood waarde} \times 299) + (\text{Groen waarde} \times 587) + (\text{Blauw waarde} \times 114)) / 1000$$

Om een goed verschil tussen de helderheid van de achtergrond en de kleur van het lettertype te krijgen moet de uitkomst groter dan 125 zijn.

Wanneer de juiste waarden worden ingevuld in de formule blijkt het verschil in helderheid tussen de twee kleuren niet voldoende te zijn. De uitkomst van de formule bedraagt 122 terwijl de drempel 125 is.

9.3 Kleurverschil formule

De volgende formule is ook gemaakt door W3C (World Wide Web Consortium) om het verschil tussen twee kleuren te bepalen. Het verschil tussen de voor- en achtergrondkleur moet groter dan 500 zijn.

Het kleurverschil wordt bepaald door de volgende formule:

$$(\text{maximum (Rood waarde 1, Rood waarde 2)} - \text{minimum (Rood waarde 1, Rood waarde 2)}) + (\text{maximum (Groen waarde 1, Groen waarde 2)} - \text{minimum (Groen waarde 1, Groen waarde 2)}) + (\text{maximum (Blauw waarde 1, Blauw waarde 2)} - \text{minimum (Blauw waarde 1, Blauw waarde 2)})$$

Wanneer de juiste waarden worden ingevuld in de formule blijkt het verschil tussen de twee kleuren niet voldoende te zijn. De drempel is 500 en het resultaat van het lettertype en achtergrond is 364.

9.4 Conclusie

Uit de verschillende testen blijkt dat de kleurencombinaties die op dit moment gebruikt worden niet goed zijn.

- De contrastverhouding niet voldoende is, aangezien het lettertype niet groot genoeg is.
- Het verschil in helderheid is niet voldoende.
- Het verschil tussen twee kleuren is niet voldoende.

Uit deze testen blijkt dat de kleuren gewijzigd moeten worden. Dit, om er voor te zorgen dat het cms goed leesbaar wordt voor alle gebruikers.

10.0 Andere content management systemen.

Om een goed onderzoek en de juiste aanbevelingen te doen zullen ook andere content management systemen bestudeerd worden. Het doel hiervan is om te achterhalen wat andere cms-en tot een succes hebben gemaakt en wat hiervan de succesfactoren zijn. Deze zijn misschien ook bruikbaar voor het cms van Dycon.

De volgende content management systemen zullen in de volgende paragrafen onderzocht worden:

- Joomla.
- Drupal.
- Zimplit.
- Fuzzle.

De reden om Joomla en Drupal te bestuderen is, omdat deze cms-en één van de bekendste van dit moment zijn. Deze cms-en zijn niet zomaar zo bekend geworden, daarom is onderzoek naar de sterke punten belangrijk. Zimplit is een cms waarbij je op de pagina zelf wijzigen toebrengt. Deze functie is nieuw op het gebied van cms en hierdoor misschien ook toepasbaar voor het cms van Dycon. Fuzzle is een cms dat helemaal in flash gemaakt is. Een cms in flash heeft voordelen, omdat er meer functies mogelijk zijn zoals drag and drop.

Bij het bestuderen van andere content management systemen zal er gelet worden op de volgende zaken.

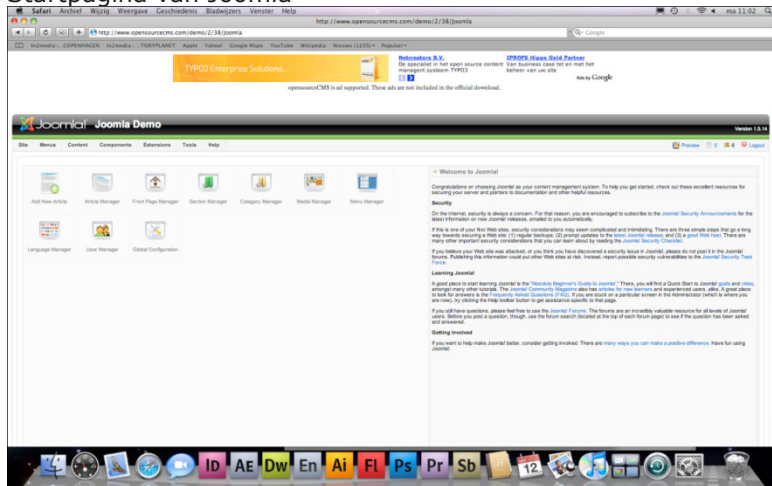
- Usability.
- Functie's.
- Design.
- Userinterface.

10.1 Joomla

Joomla is een open source content management system. In 2007 is Joomla uitgeroepen tot het beste content management systeem van de wereld. Er zal onderzocht worden wat de sterke punten zijn en of deze ook gebruikt kunnen worden voor het cms van Dycon.

Als eerst kunnen we vaststellen dat Joomla een opensource content management systeem is. Dit is voor Joomla zeker een voordeel, want hierdoor kan iedereen het aanpassen. Dit zal niet belangrijk zijn voor het cms van Dycon, omdat het cms een product is van Dycon en het is niet de bedoeling dat andere bedrijven wijzigingen gaan aanbrengen aan het cms.

Startpagina van Joomla



Afbeelding 6

Wat meteen opvalt aan de startpagina is dat ze gebruik maken van iconen. Hierdoor wordt de gebruiksvriendelijkheid van Joomla vergroot. Wel zijn de iconen erg verschillend en zit er niet een duidelijke lijn in. Verder bestaat Joomla uit modules. Hierdoor kan het systeem makkelijker worden aangepast voor elke gebruiker, zodat er geen overbodige functies in het cms zitten.

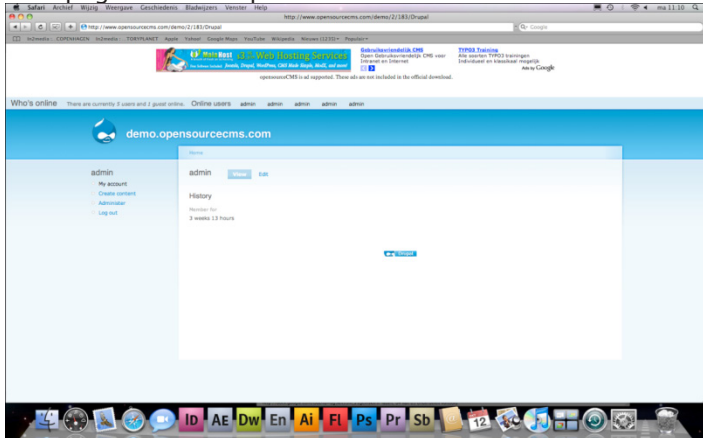
Voordelen van Joomla:

- Search Engine Optimization.
- Website online bewerken.
- Eenvoudig webpagina's toevoegen.
- Beheer van gebruikers.
- Verschillende modules toevoegen.
- Iconen op startpagina.

10.2 Drupal

In 2001 werd Drupal een open source project en daarna is Drupal uitgegroeid tot een grote speler op het gebied van content management systemen. Doordat Drupal erg groot is, zullen er ook zeker voordelen zijn die ook toegepast kunnen worden voor het cms van dycon.

Startpagina van Drupal



Afbeelding 7

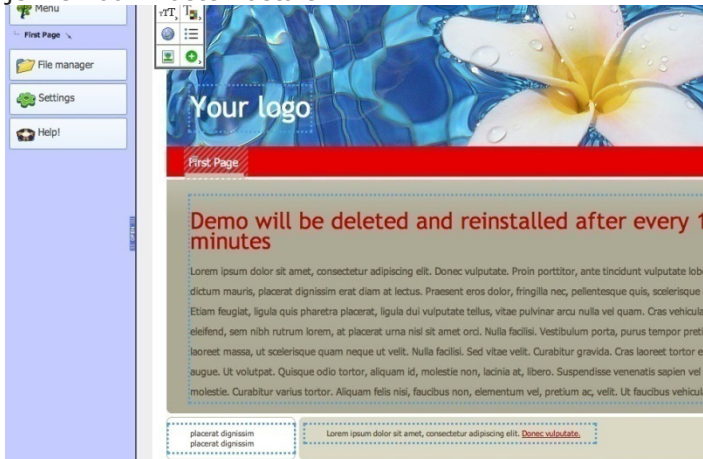
Wat meteen opvalt is dat de startpagina van drupal er erg leeg uitziet, waardoor er geen overbodige informatie op de startpagina staat. Op de startpagina staan vier linken, vanuit hier kan de gebruiker navigeren. Er wordt verder geen gebruik gemaakt van iconen. Wel zijn er veel modules beschikbaar die geïnstalleerd kunnen worden, waarmee je extra functionaliteit kan toevoegen aan je website.

Voordelen van Drupal:

- Veel modules beschikbaar. (2000)
- Geen overbodige content.
- Gericht voor grotere organisaties.
- Search Engine Optimization.
- Flexibele content management system.
- Verschillende rechten gebruikers.

10.3 Zimplit

Zimplit is een cms waarvan de basis gratis te downloaden is. Als je extra modules of functies wilt voor het cms, zul je hiervoor moeten betalen.



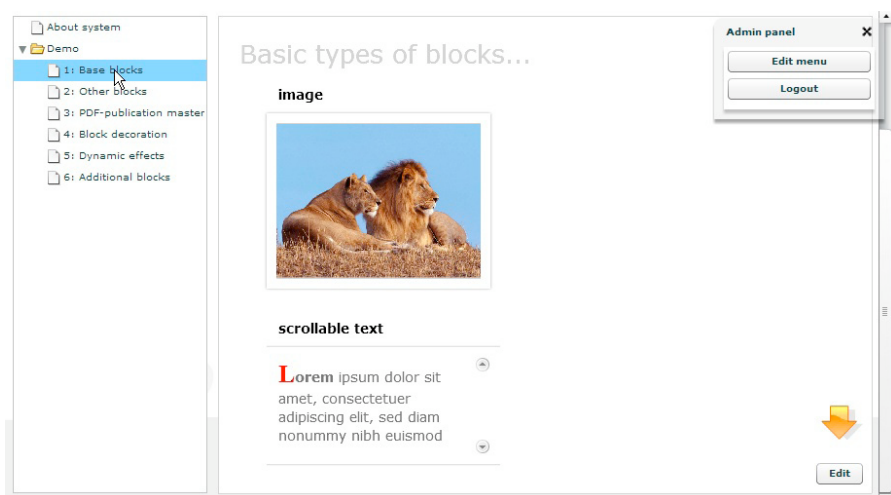
Het cms is makkelijk te installeren, aan te passen en Edit on-site. Edit on-site houdt in dat de website op de pagina zelf gewijzigd kan worden. Dit is een functie die voor Dycon ook goed kan zou kunnen werken. De gebruiker ziet namelijk meteen wat hij wijzigt en hoe het eindresultaat eruit ziet. Op het gebied van gebruikersvriendelijkheid kan dit erg goed zijn. Voor gevorderde gebruikers is dit niet erg handig, omdat de gebruiker vast zit aan een kleine website. Het navigatie menu is ook aanpasbaar. Hierdoor kan de gebruiker functies in het menu inschakelen, maar ook uitschakelen.

Voordelen van zimplit:

- Edit on-site.
- Makkelijk te installeren.
- Geen database.
- Makkelijk in gebruik.
- Navigatie in het cms kan aangepast worden.

10.4 Fuzzle

Fuzzle is een cms dat flash en html combineert. Doordat er flash gebruikt wordt in het cms zijn er meer functies mogelijk. Zo kan er gebruik worden gemaakt van een drag and drop functie en afmetingen van plaatjes kunnen met de muis gewijzigd worden.



Afbeelding 8

Een cms in flash lijkt zeker een voordeel te hebben, maar de vraag is of het goed werkt. Daarnaast is het de vraag of je met dit cms ook andere flashsites kan beheren of alleen html pagina's.

Voordelen van Fuzzle:

- Drag and drop.
- Image resizer.
- Office documenten kunnen worden ge-upload.
- SEO voor flash sites.
- Cms gemaakt in flash en html.

10.5 Voordelen van content management systemen

Tijdens het onderzoek naar andere cms-en is gebleken dat cms-en vaak erg uitgebreid zijn. De klant zal hierdoor veel functies krijgen die hij niet gebruikt. Doordat er veel functies zijn zal de klant ook denken dat deze gebruikt moeten worden, hierdoor zal hij veel tijd verliezen.

De voordelen die tijdens het onderzoek naar boven zijn gekomen, zijn:

- Search Engine Optimization.
- Verschillende modules toevoegen.
- On site edit.
- Drag and drop.
- Live spellingscontrole
- Afmeting afbeelding wijzigen
- Video's publiceren

In de volgende paragrafen zal bekeken worden of deze onderdelen een toevoeging zullen zijn voor het cms van Dycon.

10.5.1 Search Engine Optimization

Websites die door Dycon gemaakt worden kunnen statisch of dynamisch zijn. Een website die statisch is wil zeggen dat alle pagina's in hun uiteindelijke vorm op het internet staan. Als er een pagina aan de website moet worden toegevoegd, dan moet dycon er aan te pas komen om een nieuwe pagina te maken of te wijzigen. Voor een bedrijf waar de website niet steeds gewijzigd hoeft te worden werkt dit perfect. Is het voor een bedrijf wel belangrijk om steeds nieuwe pagina's toe te voegen dan kunnen ze het beste een dynamische website hebben.

Als voor een website zoekmachine optimalisatie belangrijk is, dan is een statische website niet handig. Voor zoekmachine optimalisatie is het namelijk belangrijk dat er nieuwe content aan de pagina kan worden toegevoegd. Bij dynamische websites wordt er steeds opnieuw content toegevoegd. Dit kan inhouden dat er een cms achter de website draait, waardoor de gebruiker zelf content kan toevoegen. In principe zou dit betekenen dat dit een voordeel is voor de zoekmachine optimalisatie, maar dit geldt niet voor het cms van Dycon. Dit is een gemiste kans, omdat een cms potentieel geschikt is voor zoekmachines. Gebruikers kunnen zelf content toevoegen, maar deze zijn niet goed geoptimaliseerd voor zoekmachines. Het nieuwe cms zal daarom zo gebouwd moeten worden dat het zoekmachine vriendelijk is

Om zoekmachine optimalisatie goed te gebruiken in een cms is het ook belangrijk dat de gebruiker de SEO basis regels kent. Als de gebruiker de regels kent zal het zoekmachine rendement aanzienlijk worden vergroot. Daarom zal er voor de gebruikers een handleiding geschreven moeten worden zodat er nog meer rendement gehaald kan worden uit het cms voor zoekmachine optimalisatie.

10.5.2 Verschillende modules toevoegen

Door het cms in modules te maken zal dit uiteindelijk veel tijd schelen. Wanneer er een klant komt met speciale wensen voor het cms, dan kan dit snel gemaakt worden door verschillende modules bij elkaar te pakken. Op deze manier zal de klant altijd een op maat gemaakt cms krijgen zonder overbodige functies. De volgende modules kunnen voor Dycon gemaakt worden:

- Menu
- Nieuwsbrief
- Log in
- Poll module
- Blog
- Nieuwsflash
- Header manager
- Formulier
- Image viewer
- search functie
- Forum
- Search
- Breadcums

Al deze modules kunnen één keer gebouwd worden en daarna vaker gebruikt worden. Er kan dus altijd een op maat gemaakt cms afgeleverd worden aan de klant.

10.5.3 On-site edit

On-site edit betekent dat je niet via een admin pagina inlogt om daar veranderingen aan te brengen, maar bij een on-site edit cms kan de gebruiker direct veranderingen aanbrengen aan de site. Het voordeel hiervan is dat de gebruiker meteen ziet wat hij veranderd en hoe het eruit ziet. Het nadeel is hiervan is dat het huidige cms helemaal opnieuw ontworpen moet worden. Daarnaast werkt dit goed voor kleinere websites zonder database, maar niet voor grotere websites.

10.5.4 Drag and drop

Via een drag and drop systeem kan de gebruiker snel pagina's, afbeeldingen en documenten verslepen. Door gebruik te maken van een drag and drop systeem zal de gebruiksvriendelijkheid van het cms toenemen.

10.5.5 Afmeting afbeelding wijzigen

Het moet voor gebruikers ook mogelijk zijn om de afmeting van de afbeelding te wijzigen. Onderdelen wat er met de afbeelding kan gebeuren

- Uitsnijden en roteren
- Helderheid, contrast, donkerheid en lichtheid
- Horizontaal spiegelen
- Afmeting aanpassen

10.5.6 Live spellingscontrole

Tijdens het typen van teksten wordt automatisch de spelling gecontroleerd. Dit vermijdt fouten en werkt sneller.

10.5.7 Video's publiceren

Er zou ook een module gemaakt moeten worden waarmee snel video geupload kunnen worden. Deze module moet de video's coderen tot een flash bestand, zodat ze minder ruimte kosten.

10.6 Conclusie

Nadat andere cms-en zijn bestudeerd en de voordelen hiervan zijn genoteerd blijkt dat er wat onderdelen zijn die ook een meerwaarde kunnen hebben voor het cms. Bij Dycon moeten ze zich afvragen welke onderdelen een voordeel kunnen zijn voor het cms van Dycon. Als advies kan er gegeven worden dat het belangrijk is om het huidige cms eerst op te delen in modules. Hierdoor zal het cms wel helemaal opnieuw ontworpen moeten worden maar uiteindelijk kan het tijd schelen.

11.0 Usability

Usability is het Engelse woord voor gebruiksvriendelijkheid. Door te zorgen dat de usability van het cms goed is, zorg je ervoor dat de gebruiker zich niet gaat irriteren aan het cms. Daardoor zal de gebruiker niet afgeleid worden van het werkelijke doel van het cms. Aan de hand van literatuurstudie zullen er richtlijnen geschreven worden waar de makers van het cms zich aan kunnen houden. Dit, voor verbetering van het cms op het gebied van usability. De volgende boeken zijn gebruikt bij het schrijven van de richtlijnen: Usability for the web van T. Brinck en D. Gergle en Designing web usability van J. Nielsen

Als de usability van het content management systeem niet goed is dan kunnen de gebruikers het volgende doen:

- Op de knop 'vorige' drukken.
- Geïrriteerd raken, omdat ze moeten gokken waar ze zijn en wat de navigatie is. Hierdoor bestaat de kans dat ze verkeerd gokken en dit kost tijd.
- Opgeven en overstappen op een ander cms.
- Via mond op mond reclame aan andere mensen vertellen hoe slecht het cms is.

11.1 Richtlijnen cms

1. Minimaliseren van het aantal opties

Door meer functies, buttons, menu items en linken in het cms te plaatsen, hoe lastiger het voor de gebruiker wordt om het cms snel onder de knie te krijgen. Doordat er veel verschillende wegen zijn die de gebruiker kan volgen, zal hij er ook meer tijd voor nodig hebben om het cms te begrijpen. Ook zal de gebruiker denken dat alle functies gebruikt moeten worden terwijl dit misschien niet het geval is. Minimaliseer daarom op elke pagina de aantal opties waar de gebruiker uit kan kiezen. Ook kan je de gebruikers verschillende rechten geven, zodat niet alle opties beschikbaar zijn. Het belangrijkste is om het cms zo eenvoudig mogelijk te ontwerpen.

- Verwijder de opties die niet relevant zijn voor een bepaalde gebruiker.
- Assisteer bij het vastleggen welke rechten de gebruikers nodig hebben.

2. Zo min mogelijk fouten in het cms

Het mag niet zo zijn dat door een foutmelding in het cms de gebruiker al zijn werk kwijt is. Ook als de gebruiker in zijn onwetendheid op de knop vorige drukt, moeten de teksten bewaard blijven. Het belangrijkste is dat de gebruiker zijn content niet verliest door fouten in het systeem.

Daarom zal het cms het volgende moeten kunnen:

- Auto-saving content, waar het gepast is.
- Er voor zorgen dat de content niet beschadigd is als de pagina vastloopt.
- Duidelijke en leesbare foutmeldingen, die door iedereen te begrijpen zijn. Gebruik dus geen codes in een foutmelding.

3. Verberg implementatie details

Een van de belangrijkste redenen voor de aanschaf van een cms is het ontbreken van de technische kennis. De gebruikers willen zelf graag een website beheren, maar hebben hier meestal niet de technische kennis voor. Het cms moet dan ook zoveel mogelijk codetaal verbergen, zodat het voor de gebruiker goed te begrijpen is. Dit houdt in:

- Geen weergave van de onderliggende bestanden(HTML, CSS, PSD, ect)
- Het publiceren van bestanden moet automatisch gaan zonder dat de gebruiker weet welke extensie daar voor nodig is.
- Automatisch versturen van bestanden naar de server
- Het automatisch verwijderen van bestanden van de server als ze niet meer nodig zijn
- Verberg de server configuratie instellingen van de interface

4. Voldoe aan de usability richtlijnen

Het ontwerpen van het cms moet volgens dezelfde usability principes gebeuren als van elk ander interface. In het algemeen betekent dit dat het cms qua vormgeving er goed uit moet zien met de opties duidelijk gemarkeerd en de informatie duidelijke geformuleerd.

De usability richtlijnen zijn:

- Huidige locatie van de gebruiker binnen het cms moet duidelijk zijn weergegeven.
- Wijzigingen zijn duidelijk weergegeven. (draft/publish)
- Pagina's die bij elkaar horen hebben een vormgeving die hetzelfde is. De belangrijkste items staan bovenaan of zijn het grootst en de relatie tussen verschillende objecten moet worden aangetoond.
- Informatie wordt gegeven op een manier waardoor het makkelijk te lezen en goed te begrijpen is.
- Items, opties en knoppen zijn gegroepeerd in logische wijze.
- Tekst is groot genoeg om te lezen en de grote van het lettertype kan gewijzigd worden.

5. Flexibiliteit

Door het cms uit verschillende modules te laten bestaan zal de flexibiliteit van het cms verhoogt worden. Als het cms uit verschillende modules bestaat is het cms makkelijker aanpasbaar voor de gebruiker. Hierdoor is het mogelijk dat de gebruiker een cms krijgt zonder overbodige functies, oftewel een cms op maat. De overbodige functies zullen de gebruiker niet afleiden van het uiteindelijke doel: het beheren van de website. Ook is het mogelijk om rechten te geven aan verschillende gebruikers, zodat onderling verschillende taken uitvoerbaar zijn op verschillende niveaus.

6. Ondersteunen van zowel beginnende gebruikers als gevorderde gebruikers.

In principe zijn er twee categorieën die gebruik maken van het cms. De behoefte van deze twee groepen kunnen erg verschillend zijn en het cms moet zo gemaakt zijn dat beide groepen goed kunnen worden ondersteund. Er zijn een aantal mogelijke manieren hiervoor. De gevorderde groep die gebruik maakt van het cms kan toegang krijgen tot de back-end interface van het cms. Dit biedt meer functionaliteit, maar heeft meer complexiteit als gevolg. Voor de beginnende gebruikers zal dit geen mogelijke optie zijn, vanwege de complexiteit.

7. Zorg voor een efficiënte gebruikersinterface

Het cms moet ook efficiënt zijn. Het komt vaak voor dat web-based applicaties in het nadeel zijn vergeleken met desktop applicaties. Web-based applicaties maken veel gebruik van submit /refresh buttons, dit vertraagt het gebruik en de efficiëntie. Hoewel er aan gewerkt wordt door het gebruik van technologie zoals ajax, moet er nog een hoop gebeuren op het gebied van efficiëntie.

In praktijk houd efficiëntie in:

- Vermindering van het aantal klikken om een opdracht uit te voeren.
- Vermindering van het aantal pagina's en tabbladen, door het combineren van informatie of opties.
- Efficiënt gebruik van het scherm.
- Het creëren van efficiënte paden door het systeem voor het uitvoeren van taken.
- Het verhogen van de reactie snelheid van het cms.

Een klassiek voorbeeld van inefficiëntie in cms producten is het gebruik van veel tabbladen in de interface. Zo kan een tabblad worden gebruikt voor een standaard pagina instelling (datum), een ander tabblad voor de inhoud en een derde tabblad voor extra data. Wat je nu krijgt is dat de gebruiker tussen de verschillende tabbladen moet schakelen voor gemeenschappelijke gegevens. Dit wil nog niet zeggen dat alle opties op één tabblad geplaatst moeten worden. Er zal evenwicht gevonden moeten worden tussen het gebruiksgemak en de efficiëntie in het gehele cms.

8. Bied hulp en instructies

Er moeten duidelijke beschrijvingen verschijnen wat de knoppen betekenen en doen. Deze instructies moeten de gebruiker helpen bij het voltooien van de taak. Ook moet het mogelijk zijn dat de gebruiker geleid wordt door het cms totdat de taak voltooid is. Als de gebruiker het onder de knie heeft moet het mogelijk zijn om de instructies uit te zetten. Verder moet het cms een uitgebreid helpsysteem hebben voor alle belangrijke functies.

9. Minimaliseer vereiste training

Het cms zal zo gemaakt moeten worden dat er weinig training voor nodig is om het cms te begrijpen.

11.2 Richtlijnen cms volgens Jakob Nielsen

Jakob Nielsen is een bekend consultant op het gebied van usability van software en websites. Jakob Nielsen studeerde aan de Danmarks Tekniske Universiteit, waar hij promoveerde tot doctor in de informatica. Hierna werkte hij bij Bellcore, IBM en als Senior researcher bij Sun Microsystems. Om de usability te testen heeft Jakob Nielsen de "the ten usability heuristics" geschreven. Hierin beschrijft Jakob tien richtlijnen waar de website / cms aan moet voldoen op het gebied van usability.

1. Zichtbaarheid van de status van het systeem

Het cms zal de gebruiker op elk moment moeten informeren wat de status is en waar de gebruiker zich op dit moment bevindt.

2. Raakvlak tussen het systeem en de wereld van de gebruiker

De informatie die op het content management systeem gegeven wordt moet in de taal van de gebruiker zijn. Gegevens of meldingen die bestaan uit codes die door de gebruiker niet te begrijpen zijn, maar voor de systeembeheerder wel zijn uit den boze. De informatie moet zo gebracht worden dat de gebruiker het snapt en er mee overweg kan.

3. Controle en vrijheid voor de gebruiker

Als het voorkomt dat de gebruiker een verkeerde commando invoert moet het mogelijk zijn dat de gebruiker deze ongedaan kan maken.

4. Consistentie

Als er onderdelen van het cms hetzelfde eruit zien dan mag de gebruiker er ook vanuit gaan dat ze dezelfde functionaliteit hebben. Zijn onderdelen qua functionaliteit verschillend, dan moeten ze dat qua vormgeving ook zijn.

5. Het voorkomen van een foutmelding

Nog belangrijker dan een goede foutmelding is een goed ontworpen cms waar geen foutmeldingen in voorkomen.

6. Herkennen in plaats van herinneren

Zorg ervoor dat de gebruiker zo min mogelijk gegevens moet onthouden als hij naar de volgende pagina gaat. Doe dit door gebruik te maken van objecten, processen en visuele gegevens. Hierdoor zorg je ervoor dat de gebruiker zelf geen gegevens hoeft te onthouden voor de volgende pagina.

7. Flexibiliteit en effectief in gebruik

Er moet de mogelijkheid zijn om een taak op verschillende snelheid uit te voeren. Hierdoor kan het systeem zich aanpassen aan de gebruiker. Hierdoor kunnen gebruikers met veel ervaring en met minder ervaring, werken met hetzelfde systeem.

8. Minimalistisch design

Informatie dat irrelevant of bijna nooit gebruikt wordt moet niet worden toegevoegd.

9. Help gebruikers het herkennen, analyseren en verhelpen van foutmeldingen

Foutmeldingen moeten in de taal van de gebruiker weer gegeven worden en niet in codes, zodat de gebruiker de foutmelding snapt. In de foutmelding moet ook een oplossing staan.

10. Help en documenteer

Ook al is het beter een cms te hebben waar documentatie niet nodig is, zorg altijd dat er een helpfunctie beschikbaar is. Alle informatie die nodig is moet makkelijk te vinden zijn. Focus je op de gebruikersvragen en leg deze kort uit.

11.3 Conclusie

Usability is voor het cms erg belangrijk. Zolang de usability van het cms goed is zullen de gebruikers zich minder snel ergeren aan het cms. De richtlijnen die zojuist beschreven zijn kunnen gevolgd worden bij het maken van het cms voor betere usability.

12.0 Design

Bij een goed design gaat het er niet alleen om dat het cms er goed uitziet ook het design helpt het cms om goed te communiceren naar de gebruiker. Als de usability van het content management systeem goed is, zal de gebruiker automatisch het design van het content management systeem ook beter vinden. Dit komt, omdat de gebruiker niet bezig hoeft te zijn hoe het cms werkt.

12.1 Kleuren

De kleuren van het cms laten zien wat het humeur, persoonlijkheid en doel van het cms is. Omdat kleur direct verbonden is aan emotie en sfeer zal een goed gekozen kleurcombinatie ook de juiste gevoelens oproepen. In de lijst hieronder staat welke emotie bij welke kleur hoort.

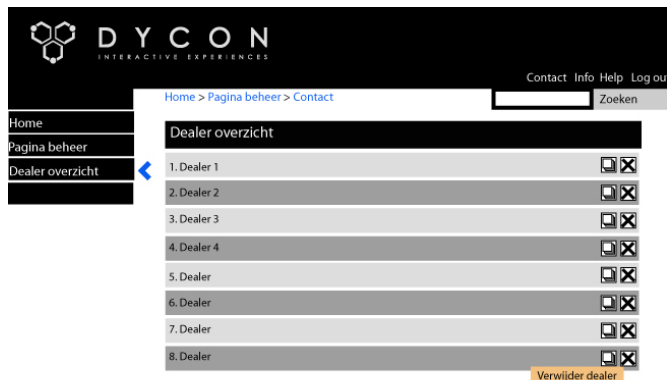
Zwart: Elegantie, stijl, kracht, nacht, eenzaamheid, geheim, kwaad, negatief, conservatief, dood, verdriet, melancholie.

Grijs: Neutraal, sober, theorie, elegant, technologie, saai, middelmatig, eenzaam, ouderdom, verdriet, modern, toekomst.

Wit: Schoonheid, onschuld, licht, helderheid, neutraal, nieuw, modern, het goede, functionaliteit, perfectie, eerlijkheid, open

12.2 Concept voorstel

Voor het nieuwe design van het cms zijn verschillende ontwerpen gemaakt (bijlage E). Uiteindelijk is er gekozen voor het design van afbeelding 9. De hoofdkleur van het nieuwe cms zal zwart zijn. Dit past binnen de huisstijl van Dycon en komt dan ook stijlvol over.



Afbeelding 9

Het menu zal een zwarte achtergrond krijgen met witte letters. Dit is voor iedereen goed leesbaar en past bij de huisstijl van Dycon. Een link waar de gebruiker zich bevindt zal aangeduid worden met een teken. Zo weet de gebruiker altijd waar hij zich bevindt.

Voor het nieuwe cms zijn er twee iconen ontworpen. Het eerste icoon bij afbeelding 10 zal de gebruiker leiden naar de volgende pagina over het desbetreffende artikel. Het tweede icoon zal het artikel verwijderen. Het design van de iconen is erg simpel en de gebruiker zal meteen snappen wat het doel van de iconen is en wat ze zullen doen. Voor het navigatie menu zal er geen gebruik worden gemaakt van iconen. Dit omdat tekst al genoeg informatie geeft wat de linken zullen doen en de gebruiker alleen zal worden afgeleid door er ook nog iconen in te plaatsen.



Afbeelding 10

12.3 Kleuren test

Nadat in het begin van dit verslag de kleuren van het cms getest zijn, zal dit opnieuw gebeuren met het nieuwe design. Hierdoor zal er achterhaald worden of de contrastverhouding, helderheid en kleurverschil van het nieuwe design beter zijn dan het vorige design. Allereerst zal het menu getest worden op kleur. Vervolgens zal de content getest worden op het kleur gebruik.

De volgende kleurencombinatie wordt gebruikt voor het menu:

- Achtergrondkleur: #000000 
- Lettertype kleur: #FFFFFF

Contrast verhouding

Uit de test bleek dat de contrast ratio 21.00:1 is. Dit houdt in dat de contrast verhouding erg goed is voor de gekozen kleuren.

Helderheid formule

Het verschil tussen de helderheid van de achtergrond en de kleur van het lettertype moet groter zijn dan 125. Het resultaat van voor- en achtergrond kleuren is 255.

Kleurverschil formule

Het verschil in kleur tussen de twee kleuren is voldoende. De drempel is 500 en het resultaat van voor- en achtergrond kleuren is 765

Content

De volgende kleurencombinatie wordt gebruikt voor de content:
Dycon Groningen.

- Achtergrondkleur: # DDDDDD 
- Lettertype kleur: #000000 

Contrast verhouding

Uit de test bleek dat de contrast ratio 15.46:1 is. Dit houdt in dat de contrast verhouding erg goed is voor de gekozen kleuren.

Helderheid formule

Het verschil tussen de helderheid van de achtergrond en de kleur van het lettertype moet groter zijn dan 125. Het resultaat van voor- en achtergrond kleuren is 221.

Kleurverschil formule

Het verschil in kleur tussen de twee kleuren is voldoende. De drempel is 500 en het resultaat van voor- en achtergrond kleuren is 663

12.3.1 Conclusie

Uit deze testen blijkt dat de kleuren voor het menu en voor het content gedeelte erg goed zijn. De contrast verhouding is erg goed, de helderheid tussen de achtergrond en de tekst is goed en het kleurverschil is meer dan voldoende. De content en het menu zullen goed leesbaar zijn voor.

13.0 Interface

Om de interface voor het cms te maken zullen we stil moeten staan bij de gebruikers en de werkzaamheden. Het is belangrijk dat we hier naar kijken en niet alleen naar het design. Er zal dan ook bij dit onderzoek uitgegaan worden van een platformonafhankelijk GUI-referentiemodel. Dit zal houvast en structuur bieden bij het ontwerpen van een interface. De volgende richtlijnen zijn aan de hand van het boek 'Effectief GUI-ontwerp' van G. van der Harst en R. Maijers en het boek 'Graphical user interface design and evaluation' van D. Redmond en A. Moore geschreven.

Om tot een effectief ontwerp te komen voor het content management systeem liggen negen principes ten grondslag namelijk:

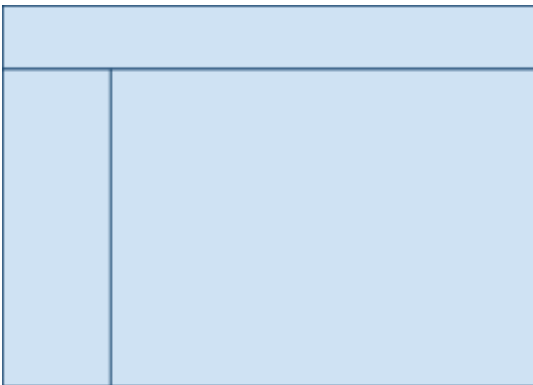
- Taalgeschiktheid.
- Consistentie.
- Bestuurbaarheid.
- Herkenbaarheid.
- Terugkoppeling.
- Eenvoud.
- Aantrekkelijkheid.
- Tolerantie.
- Flexibiliteit.

Taalgeschiktheid

Taalgeschiktheid houdt in dat de gebruikersinterface moet aansluiten op de werkzaamheden van de gebruiker. Als de gebruiker met het cms aan het werk is, moet hij niet bezig zijn met hoe het cms werkt. Hij moet zich concentreren op zijn werk. Daarom moeten we vragen beantwoorden als: welke werkzaamheden moet de gebruiker met het cms straks kunnen uitvoeren, in welke volgorde doet hij dit en hoe vaak?

Consistentie

Consistentie, zorgt ervoor dat er een lijn in het cms zal zijn. Dit is het fundament van een goede gebruikersinterface. In principe wordt er al een beroep gedaan op de kennis van de gebruiker. Een advies zou dan ook kunnen zijn om de huisstijl van het bedrijf in het cms verwerken, zodat de klant het cms meteen herkend. Ook kunnen we voor het cms, kiezen voor een standaard lay-out. Hiermee bedoel ik header boven, menu links en de content rechts. Hierdoor zal het cms er al meteen vertrouwd uitzien.



Afbeelding 11

Bestuurbaarheid

De gebruiker zal het gevoel moeten hebben dat hij het cms bestuurd en niet dat het cms hem bestuurd. Het is daarom veel beter om naam, organisatie of soort product van de klanten in een lijst op het scherm te tonen. De gebruiker kan dan zelf in deze lijst selecteren en vervolgens bepalen of hij deze wil wijzigen, verwijderen of toevoegen.

Herkenbaarheid

Het cms zal herkenbaar moeten zijn voor de gebruiker. De gebruiker moet de structuur en werking als het ware zelf kunnen afleiden. Dit is mogelijk door een goed conceptueel model te hanteren. Dit houdt in dat de gebruiker weet hoe het cms werkt, maar niet hoe de techniek achter het cms in elkaar zit.

Terugkoppeling

Een cms met een goede interface reageert direct op commando's van de gebruiker. Het moet niet zo zijn dat de gebruiker een tijdje moet wachten als hij een commando heeft gegeven.

Eenvoud

Een goede interface is eenvoudig. Eenvoud wordt gerealiseerd door complexiteit terug te dringen. Complexiteit heeft betrekking op visuele en functionele aspecten van het cms. Visueel kan dit gerealiseerd worden door het terug dringen van gegevens op het scherm. De gegevens die op het cms getoond zullen worden, zullen alleen bestaan uit wat belangrijk is voor de gebruiker. Functionele complexiteit kan worden voorkomen door gerelateerde functies te groeperen. Verder zal het cms niet uit overbodige functies moeten bestaan, waar de gebruiker niks aan heeft.

Aantrekkelijkheid

Het uiterlijk bepaalt in grote mate ook de acceptatie van het cms. Het is daarom belangrijk dat de vormgeving en het design van het cms af te stemmen op de doelgroep. Er kan bij het design en de vormgeving van het cms gekozen worden om het aan te passen aan de huisstijl van de klant. Dit kost steeds een hoop tijd. Wat beter is, is om een mooi ontwerp te maken voor het cms en dit voor elke klant te gebruiken. Hierdoor zal het cms herkenbaar worden. Ook scheelt het veel tijd, omdat er niet steeds een cms aangepast moet worden aan de huisstijl van de klant.

Tolerantie

Tolerantie van een gebruikersinterface houdt in dat een gebruiker het resultaat van een commando makkelijk ongedaan moet kunnen maken. Als de gebruiker per ongeluk een verkeerd commando invoert moet hij dit eenvoudig kunnen herstellen. Mocht het voorkomen dat de gebruiker een commando gaat invoeren wat onomkeerbaar is, dan moet er vooraf een expliciete waarschuwing gegeven worden. Ook moet het cms een melding maken wanneer de gebruiker een foutieve gegevens invoert. Hierbij kun je denken aan het niet invoeren van een prijs bij een product.

Flexibiliteit

Voor het cms moeten er ook verschillende werkwijzen nodig zijn om tot een resultaat te komen. Zo kan de gebruiker gegevens opslaan door op de knop 'save' te drukken, maar ook door de toetsen combinatie 'ctrl s'. Het verplaatsen van een object zal door het slepen met de muis kunnen, maar ook door de commando's 'knippen' en 'plakken'.

13.1 Interfacepanelen

We onderkennen verschillende categorieën interfacepanelen:

- Overzichtspanelen.
- Detailpanelen.
- Commandopanelen.
- Boordpanelen.
- Navigatiepanelen.

Overzichtspanelen

Om gegevens te tonen zullen we gebruik maken van overzichtspanelen. Overzichtspanelen zullen informatie geven over een instantie. Bijvoorbeeld verschillende vestigingen met daarnaast nog wat meer informatie over de vestiging.

Dealer overzicht	
1. Dealer 1	
2. Dealer 2	
3. Dealer 3	
4. Dealer 4	
5. Dealer	
6. Dealer	
7. Dealer	
8. Dealer	

Afbeelding 12

Detailpanelen

Detailpanelen tonen de attributen van een instantie, bijvoorbeeld de NAW van het bedrijf en projecten waar ze mee bezig zijn.

Detail paneel	
Naam	
Adres	
Plaats	
Telefoon	

Afbeelding 13

Commandopanelen

commandopanelen kunnen op verschillende manier gebruikt worden

- Zoekfunctie (Voor het zoeken naar bijvoorbeeld een vestiging)
- Het opslaan van een wijziging

Boodschappanelen

De boodschappanelen berichten over de voortgang en het resultaat van commando's, bijvoorbeeld dat er geen vestigingen zijn gevonden. Het doel van een boodschappaneel is de gebruiker op de hoogte te houden van de voortgang en afronding van commando's. We onderscheiden vier typen boodschappanelen:

- Informatiebericht.
 - De terugkoppeling voor het niet kunnen uitvoeren van een commando.
- Waarschuwingbericht.
 - Waarschuwing voor het onomkeerbare resultaat van een commando, bijvoorbeeld van het afsluiten van een cms zonder dat de gebruiker de wijzigingen heeft bewaard.
- Progressiebericht.
 - Voortgangsinformatie omtrent een commando waarvan de uitvoering langer dan twee seconden duurt.
- Resultaatbericht.
 - De terugkoppeling van het resultaat van een uitgevoerde commando.

Navigatiepanelen

Met de navigatiepanelen kan de gebruiker navigeren tussen de verschillende menu's.

HOME
PAGINA'S BEHEREN
DEALER LIJST
WEBSHOP
CPANEL

Afbeelding 14

Om de gebruiker de mogelijkheid te bieden de getoonde instanties te manipuleren zullen we gebruik maken van het 'select-then-operate' -mechanisme van directe manipulatie te hanteren. Dit betekent dat de gebruiker eerst een instantie van een object selecteert, bijvoorbeeld een vestiging en vervolgens een commando op uitvoert, zoals 'verwijderen'.

Conclusie

Aan de hand van de bovenstaande theorie kan het huidige cms op het gebied van User interface gemaakt worden.

14.0 Conclusie & aanbevelingen

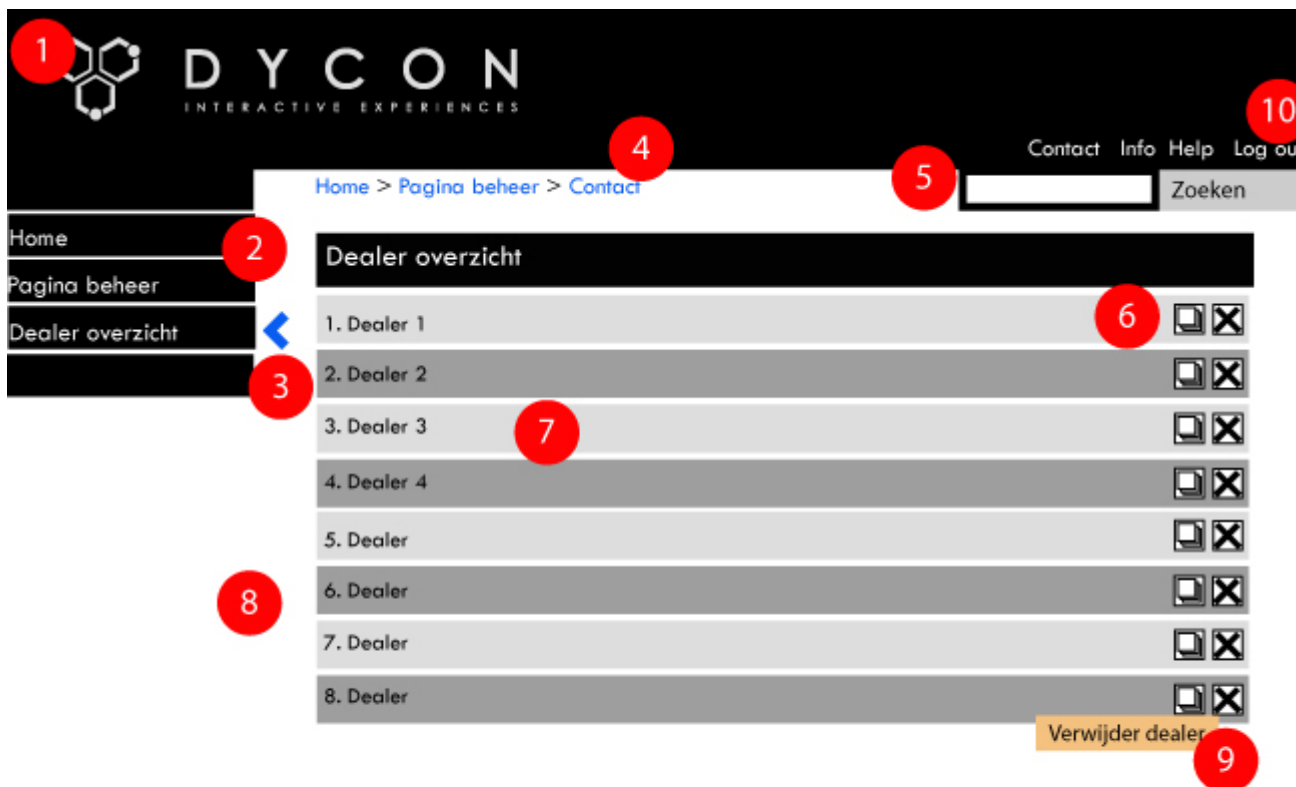
14.0 Conclusie & aanbevelingen

Het doel van het onderzoek is antwoord geven op de vraag: Hoe kan het cms van dycon geoptimaliseerd worden op het gebied van usability, design, userinterface en flexibiliteit?

Er zijn tegenwoordig bijna geen bedrijven meer die geen website hebben. Waar ze vroeger alleen een statische website wilden met wat informatie over het bedrijf, willen ze nu de website zelf onderhouden en nieuwe content toevoegen. Daarvoor verleend het cms zich uitstekend. Bij Dycon hebben ze zelf een cms geschreven. Dit koste een hoop tijd, maar ze kunnen nu maatwerk leveren naar de klant. De klant zal een cms krijgen zonder overbodige functies. Als er nieuwe functies aan het cms toegevoegd moeten worden kost dit alleen voor Dycon een hoop tijd. Het cms zal helemaal opnieuw gebouwd moeten worden aan de hand van de wensen van de klant. Het huidige cms bestaat namelijk niet uit modules. Bij Dycon kunnen ze zichzelf afvragen of dit wel rendabel is. Daarom luidt het advies aan Dycon: een vervolg onderzoek. Er zijn tegenwoordig een hoop open source cms-en beschikbaar die helemaal aanpasbaar zijn naar de wensen van de klant en Dycon. Uit het vervolgonderzoek zou kunnen blijken of er een open source cms beschikbaar is die Dycon helemaal zou kunnen aanpassen. Dit zou namelijk een hoop tijd kunnen schelen. Aan beide kanten, een eigen cms of een bestaand cms gebruiken, zitten voor- en nadelen en Dycon zal zelf een afweging moeten maken wat rendabel is.

Het uiteindelijke doel van dit rapport is om het huidige cms op een aantal punten te verbeteren. Daarom zullen de volgende aanbevelingen zich richten op het huidige cms.

Aan de hand van een visueel concept zal het nieuwe cms met theorie onderbouwd worden.



Afbeelding 15

1.Home link Logo

Het logo van Dycon zal een link zijn naar de homepage van het cms zijn. De gebruiker kan hierdoor altijd terug naar de beginpagina.

2. Navigatie menu

Het menu zal uit zwarte balken bestaan met witte tekst erin. Dit zal voor elke gebruiker goed te lezen zijn. Daarnaast zal er tussen de verschillende linken van het menu een witte lijn aanwezig zijn. Dit onderscheidt de verschillende linken.

Menu

Het menu van het cms is één van de belangrijkste onderdelen. De gebruiker moet meteen kunnen zien wat het menu is, dit kan bijvoorbeeld door kleur of grootte. Door gebruik te maken van het menu kan de gebruiker navigeren door het content management systeem. Het is belangrijk dat de gebruiker altijd kan zien waar hij is en al geweest is. Door de standaard lay-out, content links en header boven, zal het meteen duidelijk zijn waar het menu is.

3. Aanduiding menu

Via een blauw tekenetje wordt aangegeven in welk menu de gebruiker zich bevindt.

4. Breadcumbs

Boven aan de pagina zal er ook een breadcumbs aanwezig zijn. Door gebruik te maken van een breadcrumb zal de gebruiker altijd zien waar hij is in de hiërarchie van de site.

5. Zoekfunctie

Sommige gebruikers zullen nog steeds verdwalen of vinden het fijn om gebruik te maken van een zoekfunctie. Veel gebruikers geven dan ook de voorkeur aan een zoekfunctie, wanneer deze relevant is. Pas als de zoekfunctie niks oplevert zullen ze gaan navigeren. Jakob Nielsen veronderstelt dan ook dat grofweg 50% van de webgebruikers liever een zoekfunctie gebruikt dan navigeert. Het zou zonde zijn om de zoekende 50% te frustreren door geen zoekfunctie te plaatsen.

6. Icoon

De iconen die gebruikt worden moeten duidelijk zijn. Het moet voor de gebruiker duidelijk zijn welke opdracht er uitgevoerd kan worden met een icoon.

7. Kleur menu

Door de achtergrond van het menu donker en licht grijs te maken en de tekst zwart zal het beter leesbaar zijn voor de gebruiker.

Lettertype grijs

De lettertype grijs is niet nodig. Voor gebruikers is grijs moeilijk leesbaar. Ook het beeldscherm kan meer moeite hebben met het leesbaar maken van de tekst. Zwarte tekst met een witte achtergrond leest dan ook het makkelijkst voor de gebruiker.

Lettertype

De best leesbare letters zijn schreefloos. Aan het einde van de vorige eeuw heeft o.a. Microsoft daar onderzoek naar gedaan. Er zijn meer en minder geschikte lettertypes voor gebruik op een beeldscherm. Verdana is bijvoorbeeld een goed voorbeeld van een letter die beter leesbaar is op een beeldscherm.

Samenhang

Val de gebruiker niet lastig met verschillende soorten font. Kies één of twee lettertypen waar je mee gaat werken. Gebruik ook niet te veel kleuren in je font.

8. Achtergrond kleur

De achtergrond zal wit zijn. Hierdoor zal er onderscheid zijn tussen de verschillende menu's en overzichtspanelen. Het wit in het cms zal de ogen van de gebruiker leiden door het cms naar de verschillende panelen.

9. Labels

Zoals in de literatuur al duidelijk werd moeten nietszeggende labels voorkomen worden. Voorbeelden hiervan zijn: 'algemeen' of 'informatie'. Deze termen zijn erg breed en de gebruiker weet dan niet wat hij hier kan verwachten. Het is belangrijk dat er direct duidelijk wordt wat er achter de linken schuilt in plaats van de gebruiker eerst te laten klikken voordat hij weet wat er te vinden is.

10. Ondersteunende navigatie

De ondersteunende navigatie (contact, info, help, log out) zal rechts bovenin geplaatst worden. Deze linken zullen alleen gebruikt worden als de gebruiker er via de normale weg, het menu, niet meer uitkomt.

Alle bovenstaande punten zijn verbeteringen voor het cms op het gebied van usability, design en interface. Om het cms te verbeteren op het gebied van flexibiliteit zal ik adviseren om het cms op te delen in modules zoals beschreven in het verslag. Het cms zal hierdoor wel helemaal opnieuw gebouwd moeten worden, maar uiteindelijk kan er voor elke klant snel een op maat gemaakt systeem ontworpen worden.

Daarnaast adviseer ik ook om een plugin te maken die het cms zoekmachine vriendelijk maakt. De webpagina's die door het cms onderhouden worden zullen hierdoor hoger in de ranking komen.

Met het huidige cms is het niet mogelijk om de afmeting van een afbeelding te wijzigen. Daarom zal er ook een module gemaakt moeten worden waarmee de afbeelding gewijzigd kan worden. Zo hoeft de gebruiker dit niet steeds lokaal te doen.

15. Traject beschrijving

Hier wordt er beschreven welke fase ik doorlopen heb tijdens mijn afstudeerstage. Ook beschrijf ik welke drempels ik ben tegen gekomen.

Fases

De verschillende fases die ik doorlopen heb tijdens mijn afstudeerstage

Oriënterende fase

Als eerst ben ik begonnen met het schrijven van het plan van aanpak. Ook heb ik me verdiept in het bedrijf Dycon zodat ik wist waar ik werkte en hoe het bedrijf in elkaar zat.

Showreel

Met de medewerkers van Dycon heb ik vele malen gediscussieerd over hoe de showreel eruit moet komen te zien en welk idee zij precies in hun hoofd hadden voor de showreel. Er is toen een moodboard gemaakt zodat de look and feel zichtbaar werd die ik in mijn gedachte had.

Cms

Voor het cms heb ik veel informatie gehaald uit verschillende boeken en daarnaast heb ik ook gebruik gemaakt van het internet voor informatie. Ook heb ik met de medewerkers gediscussieerd over welke weg ik moet volgen bij het optimaliseren van het cms.

Onderzoek fase

Showreel

Er is gekeken naar de verschillende projecten die Dycon geleverd heeft. Uit deze projecten is een selectie gemaakt die bruikbaar waren voor de showreel. Hierna is er een story board gemaakt en deze is besproken.

Cms

Ik heb het huidige cms van dycon bestudeerd zodat ik precies wist hoe het werkte en wat de knelpunten van het systeem waren. Ook zijn er andere cmsen bestudeerd en is er aan de hand van theorie het systeem verbeterd.

Realisatie fase

Showreel

Aan de hand van het story board is er begonnen met het bouwen van de showreel. Tijdens het bouwen is de showreel nog wel gewijzigd op verschillende punten.

Cms

Met alle informatie die ik bij vorige onderzoeken boven tafel gekregen heb ben ik begonnen met het ontwerpen van het nieuwe cms. Hierbij heb ik ook theorie gebruikt zodat het cms ook op theoretisch vlak klopte.

15.1 Drempels

Tijdens mijn stage zijn er ook drempels voor gekomen.

In mijn stageperiode heb ik twee verschillende begeleiders gehad. De eerste tien weken werd ik begeleid door N. Sijm. Meneer Sijm is in week 10 langs geweest bij Dycon en heeft toen ook feedback gegeven op mijn pva. In de weken daarop kreeg ik geen gehoor op mijn mailtjes van zowel de eerste als mijn tweede begeleider. Na een mail te hebben gestuurd naar de stage coördinator bleek dat N. Sijm mij niet meer kon begeleiden. De volgende dag heb ik een nieuwe begeleider gekregen waarmee ik mijn stageperiode heb afgesloten. Helaas heb ik door deze wissel een aantal weken geen feedback kunnen krijgen.

Wat me in het begin veel tijd heeft gekost is het onder de knie krijgen van after effect. Op school hebben we nog nooit les gehad in dit programma dus ik moest het nog helemaal leren. Uiteindelijk heeft het me veel opgeleverd. Als ik nu kijk wat ik allemaal kan maken met dit programma dan ben ik daar best trots op.

Wat het onderzoek naar het cms ook lastig heeft gemaakt is dat op het moment ik bezig was met het onderzoek het cms niet verbeterd werd. Hierdoor was het soms moeilijk te bepalen of de verbeteringen die ik aankaarte ook echte verbeteringen waren. Je kon het namelijk niet meteen testen.

16. Reflectie

16.1 Terugblik

Als ik terug kijk op de gehele stageperiode kom ik tot de conclusie dat ik veel heb geleerd. Dycon was een fijn bedrijf om voor te werken met goede en gezellige collega's. De stageopdracht die ik kreeg was erg divers wat goed aansluit bij de opleiding ict, media en design. Als er momenten waren dat ik vastliep of dat ik het even niet meer wist hoe het verder moest kon ik altijd rekenen op hulp van mijn collega's. Ik heb dan ook veel geleerd tijdens mijn stage.

Het maken van een showreel was vrij nieuw voor mij. Ik had nog nooit met after effect gewerkt. Het kostte in het begin dan ook veel tijd om after effect onder de knie te krijgen.

Ook heb ik erg veel geleerd over usability. Voordat ik aan deze opdracht begon was mijn kennis omtrent usability niet erg groot. Ondertussen heb ik al meerdere boeken over dit onderwerp gelezen en ben ik tot de conclusie gekomen dat het een interessant onderwerp is. Ik kijk nu dan ook op een andere manier naar websites en applicaties.

Het was ook voor het eerst dat ik zelfstandig een project heb gedraaid. Op school werkte ik namelijk altijd in groepsverband, nu moest ik zelf alles plannen.

16.2 Aanbeveling

Wat ik vervelend vond was dat ik een aantal weken geen contact met school heb kunnen krijgen. Nadat ik zelf een mailtje stuurde naar de stagecoördinator kreeg ik te horen dat N. Sijm mij niet meer kon begeleiden en dat ik een nieuwe stagebegeleider kreeg. Ik had liever gehad dat school mij eerder op de hoogte had gehouden zodat ik wist waar ik aan toen was.

16.3 Evaluatie

De opleiding IMD bestaat uit drie pijlers namelijk ict, media en design. Dit houdt in dat de opleiding erg breed is. Een voordeel is dat we van alle drie de pijlers verstand hebben, maar we zijn als imd-er nergens in gespecialiseerd. Dit kan een nadeel zijn, omdat ik denk dat er niet veel banen zijn waar alle drie de vakken samen komen. Tijdens mijn stage heb ik me vooral bezig gehouden met design en communicatie. Het ict gedeelte is niet vaak aan bod gekomen, maar dat is dan ook niet de kant die ik op wil.

17. Nawoord

Hierbij wil ik iedereen bedanken die op de één of andere manier geholpen heeft bij de uitvoering van mijn project en het schrijven van mijn scriptie.

Als eerst wil ik de stagebegeleiders G. Piest en R. Bosscher bedanken voor de ondersteuning die ze gegeven hebben tijdens mijn afstudeerstage.

Daarnaast wil ik de docenten N. Sijm en P. Wels bedanken voor de tips die ze gegeven hebben voor het schrijven van mijn scriptie.

18. Bronvermelding

Literatuurlijst

Bron

Homepage Usability Deconstructed / Jakob Nielsen

Bron

Usability for the web Tom Brick/ Darren Gergle/ Scott d. Wood

Bron

Taking your talent to the web Jeffrey Zeldman

Bron

Graphical user interface design and evolution David Redmond, Alan Moore

Bron

Designing Web usability Jakob Nielsen

Bron

Effectief GUI-ontwerp Guido van der Harst, Rob Maijers

Bron

<http://www.useit.com/>

Bron

<http://forum.mambo-foundation.org/forumdisplay.php?f=137>

