

AFSTUDEER SCRIPTIE

[KENNISMAKING MET HET BEROEPSVELD
INTERACTION DESIGN BINNEN ELEVEN]

AFSTUDEER BEGELEIDSTER E.P.H. Grummels
TWEEDE EXAMINATOR J.P. Van Leeuwen

AUTEUR René Spruijt
STUDENTENNUMMER 07049854
DATUM 19-3-2012
VERSIE 2.0

REFERAAT

Dit is het afstudeerverslag van René Spruijt. Het betreft de periode van 14 november 2011 t/m 19 maart 2012. Het verslag beschrijft het proces van de uitgevoerde werkzaamheden.

Het afstuderen is uitgevoerd in het kader van het laatste studiejaar van de opleiding Communication & Multimedia Design (CMD) aan de Haagse Hogeschool, te Den Haag.

Descriptoren:

- Communication & Multimedia Design (CMD)
- Interaction Design (ID)
- User Experience Design (UX)
- Jesse James Garrett (JJG)
- Interaction Design methoden implementeren
- Ontwerpplan
- Ontwikkelp proces
- Cardsorting
- Quicksan
- Mock-up
- Wireframe
- Doelgroepanalyse
- Functioneel
- Emotioneel
- Merk en merkwaardes
- Testen

Voorwoord

Voor u ligt het verslag van mijn afstuderen over de kennismaking van het beroepsveld interaction aan de hand van methoden en technieken binnen Eleven. Deze scriptie is geschreven in het kader van mijn 17 weken durende afstudeerperiode voor het afronden van mijn studie Communication & Multimedia Design aan de Haagse Hogeschool. Het afstuderen vond plaats op de afdeling Interaction Design bij het bedrijf Eleven, gevestigd te Maasdijk.

Gedurende mijn afstudeerperiode heb ik ervaren dat Eleven een warm, enthousiast en vooruitstrevend bedrijf is, waarbij plezier in het werk voorop staat. Dit heb ik gemerkt aan de informele sfeer en openheid van het bedrijf. Tijdens mijn afstudeerperiode heb ik naast veel plezier ook een hoop betrokkenheid en steun gehad van mijn collega's. Hierbij wil ik al mijn collega's bedanken voor hun steun, kennis en betrokkenheid gedurende de afgelopen 17 weken. In het bijzonder wil ik twee collega's nog bedanken.

Allereerst Peter Boon, algemeen directeur van Eleven, voor het ondersteunen, controleren, sparren en discussiëren bij bepaalde onderwerpen en analyses. Dit heeft mij scherp gehouden en de mogelijkheid geboden om soms dingen in een ander perspectief te zien. Daarnaast was de heer Boon mijn begeleider tijdens mijn afstudeerperiode en heeft hij mij de kans gegeven om deze opdracht uit te voeren.

Commercieel directeur Don Olsthoorn, voor het ondersteunen en het mij meenemen op pad naar verschillende klanten toe. De heer Olsthoorn staat in direct contact met de klanten en was ten alle tijden geïnteresseerd in het proces dat ik ontwikkelde en hoe de klant daarin betrokken wordt. Ook heb ik de kans gekregen ondersteuning te geven bij projecten vanuit het Interaction Design gebied en ben ik betrokken geweest bij het nemen van bepaalde beslissingen.

Graag zou ik via deze ook technisch directeur en mede eigenaar Carlo Vollebregt bedanken voor deze kans die ik heb gekregen bij het bedrijf Eleven.

Naast de steun van bovengenoemde wil ik graag mijn vader, Market Intelligence Marktanalist KPN, bedanken voor zijn steun, input, discussie en ondersteuning op het gebied van marktonderzoek. Ik heb hier veel aan gehad en kon dankzij zijn input verschillende onderzoeken efficiënt inzetten en uitkomsten daarvan koppelen.

Mede door toedoen van deze personen heeft het er toe geleid dat dit project binnen de vooraf gestelde tijd naar tevredenheid van de opdrachtgever is afgerond.

Na het lezen van deze scriptie zult u begrijpen waarom Eleven kansen heeft voor uitbreiding en ontwikkeling binnen het bedrijf op Interaction Design gebied.

Maasdijk, februari 2012
René Spruijt

INHOUDSOPGAVE

1.	Inleiding	7
2.	Bedrijf- en opdrachtomschrijving	8
2.1.	Het bedrijf	8
2.1.1.	De ontstaan geschiedenis van Eleven	8
2.1.2.	De missie en doelstellingen van Eleven	9
2.2.	De opdracht	11
2.2.1.	Aanleiding	11
2.2.2.	Probleemstelling	11
2.2.3.	Doelstelling	12
2.2.4.	Uitkomst	12
2.2.5.	Methoden en technieken	13
2.2.6.	Planning	15
2.2.7.	Op te leveren producten	16
3.	Oriëntatiefase	17
3.1.	Plan van aanpak	17
3.2.	Planning	18
3.3.	Bedrijfsoriëntatie Eleven	20
3.3.1.	De personele bezetting binnen Eleven	20
3.3.2.	Het financieel- economisch beleid van Eleven	22
3.4.	Het huidige ontwikkelproces van Eleven	26
3.5.	Interviewen	28
3.6.	Knelpunten vaststellen	31
4.	Ontwikkelfase	32
4.1.	Uitwerken van de knelpunten	32
4.2.	Ontwikkelen advies op knelpunten	34
4.3.	Rapport nieuw ontwikkelproces ontwikkelen	36
4.4.	Nieuw ontwikkelproces presenteren	41
4.5.	Het uitwerken van de ontwerpplan methode	42

5. Uitvoerfase	44
5.1. Vaststellen project	44
5.2. Oriëntatie project	46
5.3. Onderzoek communicatieboodschap, merk + merkwaardes	47
5.4. Ontwikkelen ontwerpplan	49
5.4.1. Strategy plane	49
5.4.2. Scope plane	54
5.4.3. Structure plane	56
5.4.4. Skeleton plane	67
6. Testfase	71
7. Implementatie- en overdrachtfase	73
7.1. Uitkomst verwachtingen opdrachtgever bespreken	73
7.2. Overdracht van producten	73
8. Overige werkzaamheden	74
8.1. Functioneel ontwerp RIE	74
8.2. Analyse opdracht Stichting Eykenburg	80
8.3. Ontwikkelen van een quickscan	81
9. Evaluatie	83
9.1. Procesevaluatie	83
9.1.1. Oriëntatie fase	83
9.1.2. Ontwikkel fase	84
9.1.3. Ontwerp fase	85
9.1.4. Test fase	86
9.1.5. Overdracht fase	86
9.2. Productevaluatie	87
9.2.1. Adviesrapport ontwikkelproces	87
9.2.2. Ontwerpplan methode	88
9.2.3. Ontwerpplan Reddingsbrigade	88
9.3. Competenties	89

BIJLAGEN EXTERN

Bijlage A	-	Documentatie voor school
Bijlage B	-	Adviesrapport
Bijlage C	-	Digitale versie presentatie ontwikkelproces
Bijlage D	-	Ontwerpplan methode
Bijlage E	-	Ontwerpplan Reddingsbrigade Nederland
Bijlage F	-	Wireframes RIE (Koninklijke metaalunie)
Bijlage G	-	Analyse Stichting Eykenburg
Bijlage H	-	Quicksan UX
Bijlage I	-	Quicksan: Van der Windt B.V. (oude versie)
Bijlage J	-	Super Quicksan: Triple Consultancy

1. INLEIDING

Dit verslag geeft een beschrijving over de procesgang van mijn afstuderen over de periode van 14 november 2011 t/m 19 maart 2012. Deze opdracht heb ik uitgevoerd in het kader van de opleiding Communicatie & Multimedia Design aan de Haagse Hogeschool. Ik heb het gehele afstudeertraject doorlopen bij Eleven in Maasdijk.

Hoewel Eleven al over een langere periode zich sterk heeft ontwikkeld in het ontwikkelen en bouwen van webapplicaties, is aan mij de vraag gesteld om het ontwikkelproces dat doorlopen wordt op een efficiëntere manier in te zetten. Hierbij is de insteek dat klanten meer betrokken worden en op voorhand voor alle betrokken partijen duidelijk is welke richting er opgegaan wordt.

Middels het opleveren van een adviesrapport dat gebaseerd wordt op een analyse, het gebruik van de methode Jesse James Garrett en het draaien van een pilot zal de interaction designer een plek binnen het ontwikkelproces van Eleven krijgen. De vraag naar een verbeterde manier om websites te ontwikkelen was groot aangezien de klanten van Eleven steeds meer vragen naar een ontwerpplan bij ontwikkelen van de website. De nieuwe- of verbeterde manier van ontwikkelen is ideaal voor de grotere klanten die Eleven steeds meer aantrekt.

De afstudeerscriptie is opgedeeld in drie delen, elk van deze delen behandelt een ander aspect van het afstudeertraject.

Het eerste deel beschrijft de organisatie en de opdracht die ik vanuit de organisatie heb meegekregen. Hier kunt u onder meer achtergrond informatie over de organisatie vinden, mijn plaats binnen de organisatie en het plan van aanpak. U vindt deze informatie in hoofdstuk 2.

In het tweede deel vindt u een beschrijving van de verschillende fases die doorlopen zijn. De fase oriëntatie, ontwikkeling, uitvoer, testen en implementatie- en overdracht worden hier onder de loep genomen. Deze informatie is te vinden in de hoofdstukken 3 t/m 7.

Tevens is in het tweede gedeelte de extra producten die ontwikkeld zijn tijdens het afstudeertraject terug te vinden. Deze zijn beschreven in hoofdstuk 8.

Het laatste deel bestaat uit de evaluatie van het project. Daar beschrijf ik de procesevaluatie en een evaluatie over de opgeleverde producten. De evaluatie is te vinden in hoofdstuk 9.

Graag wil ik u erop attenderen dat de opgeleverde producten, als externe bijlage zijn meegeleverd met het verslag.

2. BEDRIJF- EN OPDRACHTOMSCHRIJVING

In dit hoofdstuk zal de organisatie van het bedrijf beschreven worden en wordt de opdrachtomschrijving uitgelicht.

2.1. HET BEDRIJF

Dit hoofdstuk zal inzicht bieden in de bedrijfsoriëntatie om zo tijdens het afstuderen een duidelijk beeld te krijgen van het bedrijf. Binnen dit gedeelte van het document wordt de ontstaan geschiedenis van het bedrijf, de missie en doelstellingen besproken.

Alle verkregen informatie is verkregen via mijn begeleiders en de beschikbare informatie op het bedrijfsnetwerk, deze bronnen hebben mij van een zo volledig mogelijke input voorzien.

2.1.1. DE ONTSTAAN GESCHIEDENIS VAN ELEVEN

De afdeling Webdevelopment van CAIW heeft reeds een trackrecord van enkele jaren. Zo heeft de afdeling in de afgelopen 7 jaar diverse kleine maar ook grote projecten gerealiseerd. Voorbeelden hiervan zijn een online houdbaarheidsonderzoek registratiesysteem voor FloraHolland, een accessoire website voor Mitsubishi Trucks en uiteraard de websites van CAIW zelf. Vanwege een wijziging in strategie gaat CAIW per 2010 alleen nog maar particuliere klanten bedienen. De afdeling webdevelopment past er in deze nieuwe strategie niet meer tussen. Dit omdat de klanten van deze afdeling afkomstig zijn van de zakelijke tak.

De voornaamste taken van de afdeling zijn webontwikkeling in diverse vormen, waarbij het veelal gaat om grote en complexe projecten. Het komt echter ook voor dat zich kleinere projecten aandienen. Ook deze worden door de afdeling uitgevoerd. Doordat de afdeling zich echter vooral richt op de grotere projecten komen kleinere projecten vaak in het gedrang.

Studio11 realiseert websites en online applicaties. Zowel eenvoudige websites als complexe technische systemen worden toegankelijk gemaakt via gebruikersvriendelijke interfaces. Direct online aanpassingen maken aan een website, webwinkel of online applicatie behoren tot de technische mogelijkheden. Studio11 is een kei in het snel realiseren van kleinere projecten, door haar succes dienen zich echter ook steeds grotere projecten aan. Ondanks dat Studio11 deze met beide handen aanpakt, mist zij hierin ervaring. Hierin zit de kracht van de nieuw te vormen onderneming!

Door de kennis en ervaring van CAIW Webdevelopment op het gebied van grote projecten en de slagkracht van Studio11 op de kleine en middelgrote projecten, ontstaat er een onderneming die op alle vlakken zijn mannetje kan staan. De twee ondernemingen kunnen elkaar duidelijk aanvullen. De nieuwe onderneming kan diverse projecten aan van klein tot groot en is de perfecte gesprekspartner voor menig bedrijf op welk niveau dan ook. Omdat beide ondernemingen reeds klanten hebben, groeit het bestand na de samenvoeging naar 300+ klanten, die op diverse manieren bediend (gaan) worden.

Naast Webdevelopment krijgt de onderneming nog twee andere pijlers, allereerst webmarketing. Steeds meer bedrijven zijn met een website op internet te vinden en daarmee wordt het steeds belangrijker om gevonden te worden op het internet. Zoekmachines zijn hier dé perfecte oplossingen voor. Een website kan

echter ook verloren gaan in de brij aan zoekresultaten. Eleven heeft zich toelegd op het verbeteren van de marketingkracht van bedrijven, 'hoe zorg ik ervoor dat mijn bedrijf gevonden gaat worden?'.

Naast deze twee pijlers vormt applicatie ontwikkeling de derde pijler. Door het ontwikkelen van stand-alone applicaties biedt Eleven een platform voor bedrijven om zelf online content te delen. Zo heeft Studio11 een eerste opzet voor een mailing module gerealiseerd, Eleven heeft dit concept verder uitwerkt en op de markt gaan brengen, eventueel onder 'White label'. Deze laatste pijler zal hoofdzakelijk een abonnementenstroom generen, dit biedt daarmee een constante inkomstenstroom voor de onderneming.

2.1.2. DE MISSIE EN DOELSTELLINGEN VAN ELEVEN

Eleven biedt partners aan te helpen met het zoeken naar de beste oplossingen binnen webdevelopment van haar klanten. Dit gebeurt door het aanbieden van goede, flexibele en gebruikersvriendelijke oplossingen, toolboxapplicaties (CMS systeem ontwikkeld door Eleven).

Daarnaast bereikt Eleven dit door specialistische oplossingen en koppelingen met externe systemen te realiseren en blijvende ondersteuning tijdens het gebruik hiervan. Eleven levert totaaloplossingen die partners en klanten ontzorgen.

Enkele voorbeelden:

- Online toepassingen voor het verwerken van registraties, voorraden, orders, etc..
- Personeelsinformatiesystemen gebruiken voor de inhoud van het extranet
- Koppelingen met Microsoft Dynamics, Exact en vele andere bekende pakketten
- Toevoegingen van betaalsystemen
- Maatwerk koppelingen

De missie van Eleven luidt als volgt: 'Het bedenken, ontwikkelen en realiseren van technisch hoogwaardige, winstgevendende en vooruitstrevende online en offline applicaties'.

VISIE

Om de missie te verwezenlijken, wil Eleven een aansprekend bouwer zijn die:

- Vooruitstrevende en hoogstaande applicaties oplevert en zodanig concurrerend is;
- Efficiënt en projectmatig, binnen budget, applicaties ontwikkelt;
- Klantgericht werkt en de afgesproken kwaliteit levert;
- De medewerkers uitdagende projecten biedt binnen een slagvaardige organisatie;
- Koploper/voorloper is in de markt als het gaat om techniek en gemak.

Dit zijn voornamelijk harde kernwaarden. Naast deze kernwaarden wil Eleven een inspirerend bouwer zijn die door specialisme in zijn vakgebied het verschil maakt en persoonlijk naar en met de opdrachtgever communiceert.

Doordat bedrijven gebruik maken van slimme webapplicaties ontstaat een verbreedde informatievoorziening naar het web.

De koppelingen met interne of externe systemen worden gerealiseerd door een projectteam wat mee denkt in technisch vooruitstrevende oplossingen voor meer dan het gewenste resultaat binnen de gestelde termijn.

Eleven wordt een samenvoeging van Studio11 en CAIW. Beide bedrijven zijn bekend in deze regio, maar beiden zijn ook zeer verschillend. Bij het opstellen van het imago gaan we dan ook uit van het gewenste imago, deze is bepaald ten aanzien van de nationale concurrenten.

De waarden die daarvoor zijn genoemd zijn:

1. Gevestigde ervaring (gedegen)
2. Visionair (innovatief op het web)
3. Persoonlijk (gunnen / betrouwbaarheid en meedenken in maatwerk)
4. Specialist (focus)
5. Exclusiviteit (maatwerk)
6. Flexibiliteit in samenwerken

DOELSTELLINGEN

Tevens heeft Eleven een aantal doelstellingen geformuleerd voor zowel korte, middel en langere periode.

- Een winstgevende onderneming neerzetten, die;
- door kennisvergroting van de medewerkers continue voor loopt in de markt en;
- door projectmatig werken aan vernieuwende projecten een;
- koplopers positie in de regio Zuid-Holland vergaart en;
- zich binnen 5 jaar in de top 25 van de grotere webbureaus in Nederland bevindt.

Door de visie van het bedrijf na te streven en de eerder benoemde kernwaarden van het bedrijf uit te dragen en te waarborgen zullen deze doelstellingen realiseerbaar moeten zijn.

2.2. DE OPDRACHT

2.2.1. AANLEIDING

Eleven krijgt steeds grotere opdrachtgevers, dit past ook bij de doelstelling van het van het bedrijf. Deze houdt in dat het bedrijf zich dusdanig door te ontwikkelen om uiteindelijk, binnen vijf jaar, bij de top webbureaus van Nederland te zitten.

Om dit te realiseren is enige uitbreiding van de organisatie vereist. Zo zal er naast de development afdeling ook gekeken moeten worden naar de ontwikkeling van interaction design en communicatie. Eleven is een informeel, jong, robuust bedrijf met een duidelijke toekomstvisie en een goede ambitie om door te groeien. Op dit moment staat Eleven op het punt de omslag te maken van development bureau naar volledig webbureau.

2.2.2. PROBLEEMSTELLING

Eleven is een bedrijf dat groeiende is en zich steeds verder ontwikkeld. Zoals in de aanleiding al naar voren komt staat Eleven op het punt de omslag te maken van development bureau naar volledig webbureau. Dit heeft onder andere te maken met de steeds grotere opdrachtgevers die ook meer vragen en verwachten van Eleven.

Deze grotere opdrachtgevers willen op voorhand weten wat zij kunnen verwachten van de website. Er moet een plan ontwikkeld worden waarin de communicatieboodschap en organisatiedoelstellingen gewaarborgd worden binnen het te ontwikkelen product. Er wordt verwacht van Eleven dat de opdrachtgever een duidelijk inzicht krijgt in het te ontwikkelen product en een beeld krijgt van het uiteindelijke resultaat.

Het probleem waar Eleven mee zit is dat zij niet weten hoe zij de klant optimaal antwoord kunnen geven op hun vraag. Het bedrijf heeft een zeer brede kennis van development en ontwikkeling van webapplicaties, echter heeft het weinig inzicht in de interaction design en communicatie (merkoverdracht). Eleven is tot de conclusie gekomen dat een interaction designer hier uitkomst in moet bieden, deze functie ontbreekt binnen Eleven.

PROBLEEM: in hoeverre kan een interaction designer een rol spelen om optimaal de vraag van grotere klanten in het ontwikkelproces te beantwoorden en een meerwaarde biedt in het ontwikkelproces.

2.2.3. DOELSTELLING

Uit de probleemstelling is naar voren gekomen dat Eleven nog te weinig kennis bezit op het gebied van interaction design en externe communicatie. Om aan de vraag van grotere opdrachtgevers te kunnen voldoen zal Eleven zich verder moeten ontwikkelen in deze facetten.

De student communicatie & multimedia design (CMD) gaat hierin een belangrijke rol spelen. Dit door onderdeel uit te gaan maken van het huidige ontwikkelproces van webapplicaties binnen Eleven. Hierin zal de rol van de interaction designer worden verwerkt.

Nadat de interaction designer een plek binnen het ontwikkelproces heeft gekregen, gaat deze aan de hand van een ontwikkelmethode een ontwerpplan ontwikkelen. Dit ontwerpplan biedt inzicht voor de klant, developer en designer wat het resultaat is van het uiteindelijke eindproduct. Op deze manier zal de klant een grotere betrokkenheid hebben binnen het proces en weten alle betrokkenen wat er verwacht wordt van de te ontwikkelen webapplicatie. Tijdens het ontwikkelproces kan ten alle tijden terug gevallen worden op het ontwerpplan.

DOELSTELLING: De interaction designer een plek geven binnen het huidige ontwikkelproces van Eleven en de klant inzicht geven in het uiteindelijke resultaat door middel van een ontwerpplan.

2.2.4. UITKOMST

De interaction designer als een onderdeel binnen het huidige ontwikkelproces van Eleven laten integreren, hierdoor kan Eleven aan de vraag van grotere klanten voldoen. Middels een ontwerpplan klanten meer inzicht verschaffen in het eindresultaat, tevens worden alle doelen, de doelgroep en communicatieboodschap gewaarborgd binnen het ontwikkelproces.

Het ontwerpplan geeft de developer en designer direct inzicht in het te realiseren product, dit plan biedt de leidraad binnen het ontwikkelproces.

De student CMD plaatst de interaction designer binnen het huidige ontwikkelproces van Eleven en voert één project in de praktijk uit. Binnen dit project zullen methoden en technieken vanuit het interaction design beroepsveld worden toegepast.

De opdracht is hierdoor in tweeën op te delen:

- Ontwikkelproces Eleven analyseren en interaction designer hierin plaatsen.
- Project als praktijk opdracht uitvoeren.

2.2.5. METHODEN EN TECHNIEKEN

Om de doelstelling en de uitkomst te kunnen realiseren moet er gebruik worden gemaakt van methoden en technieken vanuit het interaction design gebied. Binnen dit hoofdstuk wordt uitgelegd welke methoden en technieken gebruikt zullen worden binnen het afstuderen.

Eleven heeft de focus volledig liggen op het ontwikkelen van webapplicaties, vanuit de CMD opleiding is er geleerd dat hiervoor de methode van Jesse James Garrett zeer geschikt is. Deze methode is voorgelegd aan Eleven hier waren zij direct enthousiast over. Er is afgesproken Eleven inzicht te geven in de werkwijze van een interaction designer aan de hand van de methode “the elements of user experience” van Jesse James Garrett (JJG). Deze methode is specifiek ontwikkeld voor het ontwerpen van webapplicaties in fases.

Een belangrijk punt binnen de opdracht is dat de klant betrokken raakt bij het ontwikkelen van een webapplicatie. Doordat de methode van JJG gefaseerd ingezet kan worden is het gemakkelijker de klant op de hoogte te stellen van resultaten aan het eind van iedere fase. Zo kunnen eventuele aanpassingen direct verwerkt worden en kom je samen tot een steeds concreter geheel. Op deze manier houdt de klant een beeld van welke richting er op wordt gegaan binnen de ontwikkeling van de webapplicatie.

De methode van JJG is dus geschikt, het is een manier van werken die geïmplementeerd kan worden binnen een bestaand proces. De methode werkt aan de hand van fasen, wat er precies gedaan wordt binnen iedere fase is op voorhand onduidelijk. Dit komt omdat deze manier van werken dynamisch ingezet wordt, elke opdracht is uniek en moet op een unieke manier benaderd worden. Dat projecten uniek van elkaar zijn is te verklaren doordat ieder project andere doelstellingen, eindgebruikers of wensen heeft. Dit houdt in dat er verschillende technieken toegepast kunnen worden binnen deze methode.

De eerste fase die doorlopen wordt binnen de methode van JJG is de strategy. Hier worden de ‘user needs’ en ‘site objectives’ vastgesteld, vrij vertaald de gebruikersbehoeften en organisatiedoelstellingen. Om hier een beeld van te krijgen kan er een analyse gehouden worden over de beschikbare informatie (communicatiedoelstelling, visie/missie etc.), een doelgroepanalyse gehouden worden. Vervolgens kunnen er persona’s ontwikkeld worden aan de hand van de doelgroepanalyse. Om de site objectives in beeld te krijgen kan de opdrachtgever geïnterviewd en getriggerd worden om erachter te komen wat de opdrachtgever nu echt wil.

De volgende fase is de scope, de omvang van de webapplicatie. Hierin worden alle requirements die de website moet bevatten vastgesteld. Dit gebeurt samen met betrokken partijen, te denken valt aan de developer en designer die aan het project gaan werken. Dit kan gerealiseerd worden door gebruik te maken van brainstormsessies, ontwikkelen van functionele specificaties en content requirements.

Vanuit de beschreven informatie van de scope gaat de interaction designer aan de slag met de structuur, hier staat de hoe-vraag centraal. Binnen het interaction design wordt er gekeken naar hoe het systeem reageert op acties van de gebruiker, dit kan gedaan worden aan de hand van flowcharts. De informatie architectuur bepaalt hoe de website opgebouwd zal worden. Hiervoor wordt een sitemap ontwikkeld. Om inzicht te krijgen in de gebruiker kan er op verschillende manieren onderzoek gedaan worden naar deze gebruiker, bijvoorbeeld door het houden van een cardsorting sessie.

Binnen de skeleton komt alles samen en geeft het eerste beeld weer van hoe de opbouw van de website eruit komt te zien. Dit is niet op het gebied van uitstraling en vormgeving maar op hoe de elementen binnen de webapplicatie worden geplaatst. Dit gebeurt door het ontwikkelen van wireframes, dit zijn draadmodellen die de opbouw van de website weergeven. Aan de hand van prototyping kan er aan de gebruiker getoetst worden of de opbouw van de website logisch is voor de gebruiker en waar er eventueel knelpunten zijn.

De laatste fase is de surface, binnen deze fase draait het om de uitstraling en vormgeving. Op basis van de ontwikkelde wireframes zullen er mock-ups gecreëerd worden. Bij Eleven wordt deze laatste stap uitbesteed aan een designer, deze wordt gekozen op basis van het onderwerp van de opdracht. Eleven heeft verschillende partners met ieder hun specifieke kwaliteiten, zo is de ene designer goed met onderwerpen als groente en fruit en andere in zakelijk en strak.

Zie figuur 2.1. voor de visuele weergave van de methode van Jesse James Garrett.

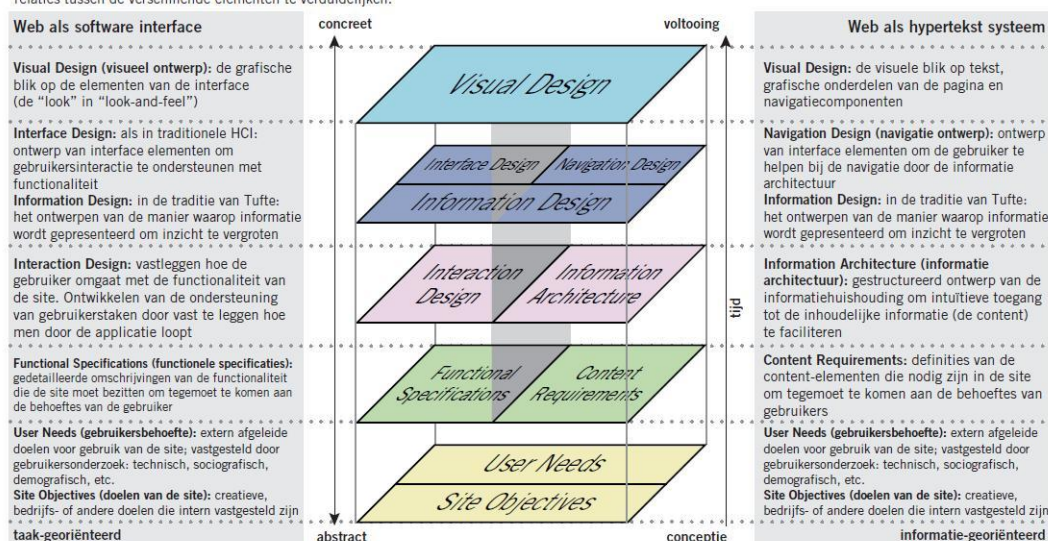
De Elementen van User Experience

Een tweevoudigheid: Oorspronkelijk werd het web gezien als een informatieruimte met hypertext; de snelle ontwikkeling van geraffineerde technieken aan de voorkant (de interface) en de achterkant (informatiesystemen) maakten het web steeds meer tot een software interface op afstand. Deze dubbele functie heeft geleid tot veel verwarring. Professionals op het gebied van user experience hebben tevergeefs geprobeerd om hun eigen terminologie ook te gebruiken binnen gebieden waar ze niet voor bedoeld waren. Het doel van dit document is om enkele van deze termen, in een relevante context, te definiëren en om de onderliggende relaties tussen de verschillende elementen te verduidelijken.

Jesse James Garrett
jig@jig.net
30 maart 2000

vrije vertaling
in het Nederlands
Sven van de Riet

FIGUUR 2.1. –
VISUELE
WEERGAVE VAN
METHODE JJG.



Dit plaatje is niet compleet: het hier geschetste model houdt geen rekening met secundaire overwegingen (zoals die kunnen ontstaan gedurende de technische of inhoudelijke ontwikkeling) die invloed kunnen uitoefenen op beslissingen gedurende het ontwerptraject van de user experience. Ook beschrijft het model geen ontwikkelproces, noch definieert het rollen die nodig zijn binnen ontwikkelteams op het gebied van user experience. Er is slechts gepoogd om de belangrijkste overwegingen in kaart te brengen die we op dit moment tegenkomen bij het ontwerpen van user experience voor het web.

2.2.6. PLANNING

Binnen dit gedeelte van het rapport wordt de globale fasering van de uit te voeren werkzaamheden beschreven. Voor dit project zijn de volgende activiteiten nodig om tot een goed eindresultaat te komen.

- Oriëntatiefase
 - Plan van aanpak
 - Bedrijfsoriëntatie
 - Huidig ontwikkelproces analyseren
 - Interviewen
 - Knelpunten binnen ontwikkelproces analyseren
- Ontwikkelfase
 - Knelpunten uitwerken
 - Advies op knelpunten ontwikkelen
 - Adviesrapport met interaction designer binnen ontwikkelproces
 - Presentatie ontwikkelproces met interaction designer
- Ontwerpfase
 - Project uitvoeren aan de hand van Jesse James Garrett
- Nazorgfase
 - Knelpunten verholpen
- Overdrachtfase
 - Overdracht bevindingen

2.2.7. OP TE LEVEREN PRODUCTEN

Tijdens dit project zullen er verschillende (tussen)producten opgeleverd worden voor het bedrijf. Het afstudeerverslag valt hier niet onder. De volgende producten zullen worden opgeleverd tijdens of aan het eind van dit project:

- Adviesrapport
 - Analyse huidig ontwikkelproces
 - Knelpunten
 - Adviespunten
 - Interaction Designer verwerken binnen ontwikkelproces
 - Evaluatie
- Ontwerpplan methode
 - Inzicht in JJG
- Ontwerpplan project
 - Doelgroepanalyse
 - Organisatie analyse
 - Toepassen van interaction design technieken
 - Wireframes

3. ORIËNTATIEFASE

Binnen deze fase zal er vooral oriënterend te werk worden gegaan, hierin heb ik het bedrijf Eleven leren kennen en vooral ook mijn collega's. Binnen deze fase wordt het probleem vastgesteld en aan de hand daarvan wordt er een plan van aanpak ontwikkeld. In deze fase wordt voornamelijk de vraag "hoe gaan we het aanpakken?" gesteld. Door het opstellen van een plan van aanpak en het houden van een bedrijfsoriëntatie, interviews en het huidige proces analyseren wordt de uitgangssituatie duidelijk. Er ontstaat een duidelijk beeld van de situatie en ideeën van de betrokken personen, dit zijn de accountmanager, projectmanager, developer en designer, binnen dit project.

3.1. PLAN VAN AANPAK

Ik word als interaction designer en expert gezien op dit gebied en heb de leiding over dit project, binnen de uitwerking heb ik de vrije hand gekregen om het project te ontwikkelen naar mijn visie. Dit zorgde voor een vertrouwd gevoel en gaf mij de gelegenheid alles op mijn manier in te delen.

Als leider binnen dit project is het belangrijk een startdocument te ontwikkelen, hierin wordt de achtergrond van het project beschreven, het projectdoel en wat de globale verwachte resultaten zullen zijn van dit project. Op deze manier kan iedereen gemakkelijk terug kijken wat het uitgangspunt is geweest van het project.

De volgende onderwerpen zijn beschreven binnen het plan van aanpak:

- Aanleiding
- Probleemstelling
- Doelstelling
- Uitkomst
- Methoden & technieken
- Planning

Het schrijven van het plan van aanpak is gedaan, in overleg met de opdrachtgever, tijdens de oriëntatiefase.

Om tot dit plan van aanpak te komen zijn er meerdere gesprekken geweest met de opdrachtgever. Hierbij werd voornamelijk het projectdoel en de op te leveren producten benadrukt. Voor de opdrachtgever was het belangrijk dat het bestaande ontwikkelproces grotendeels overeind kon blijven en de verantwoordelijke binnen dit proces duidelijk naar voren komen.

3.2. PLANNING

Om het project binnen de gestelde tijd af te ronden is een strakke planning nodig. In het plan van aanpak is een planning gemaakt aan de hand van een Gantt-grafiek. Een Gantt-grafiek bestaat uit een aantal rijen die ieder een taak binnen het project vertegenwoordigen. Er is gekozen voor een Gantt-grafiek omdat je hierbij in een oogopslag een goed beeld krijgt van wat de taken zijn en hoeveel tijd er voor deze taken is uitgetrokken. Daarnaast is het voor andere personen ook gemakkelijk te begrijpen.

Voor het indelen van de planning heb ik de opdracht opgedeeld in meerdere fasen, binnen iedere fase is er een ander doel. Uiteindelijk werk je toe naar een bepaald doel. De eerste fase is de oriëntatie fase binnen deze fase is het veelal informatie inwinnen en een beeld krijgen van de huidige situatie. Binnen deze fase zullen verschillende stappen ondernomen moeten worden om de huidige situatie in kaart te brengen. Dit gebeurt door een bedrijfsoriëntatie, interviews, het beschrijven van het huidige ontwikkelproces en het vaststellen van knelpunten.

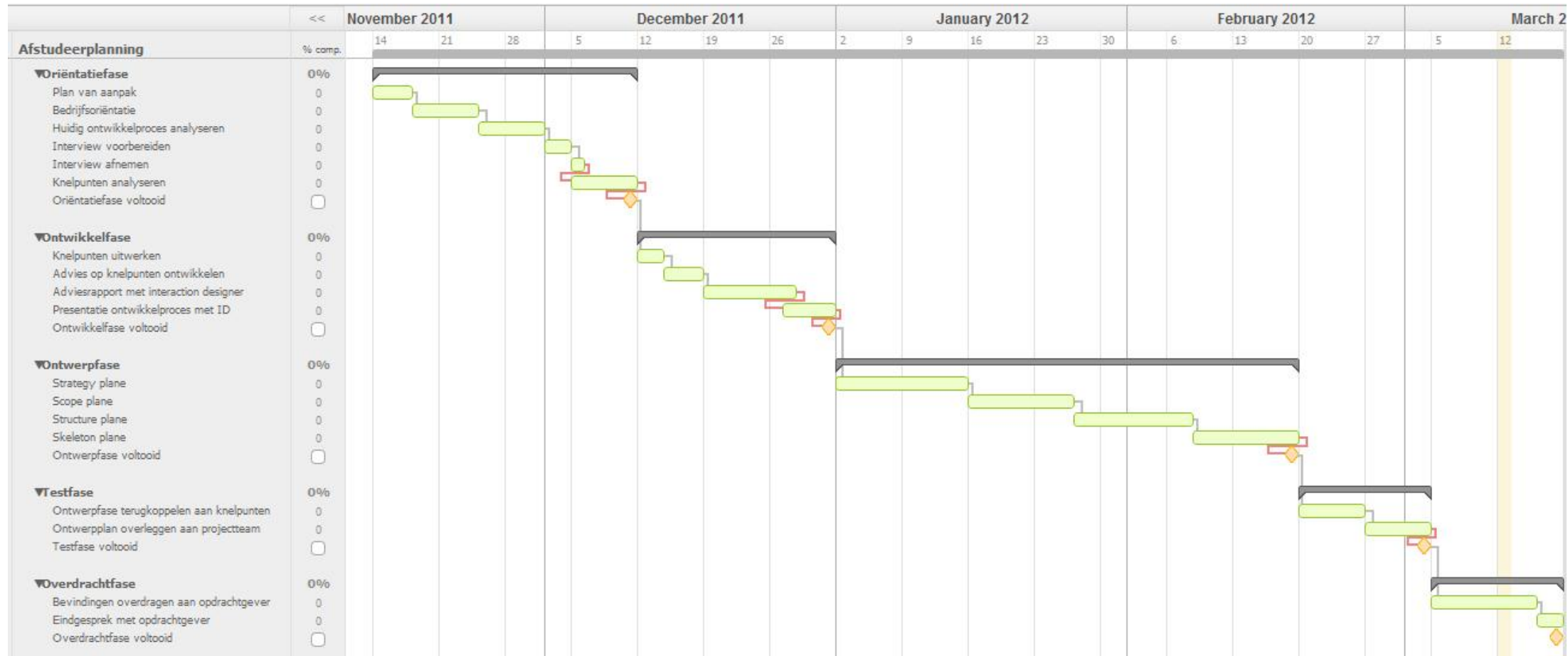
De volgende stap is de ontwikkelfase, hier wordt er ingespeeld op de verzamelde informatie en het doel van de opdracht. De verzamelde informatie biedt het uitgangspunt waar vanuit ontwikkeld gaat worden, hier worden de verzamelde knelpunten uitgewerkt, adviespunten ontwikkeld voor de knelpunten en een nieuw ontwikkelproces gecreëerd waarbij de interaction designer een plek heeft gekregen. Dit wordt verwerkt in een adviesrapport en wordt gepresenteerd.

Hierop volgt de ontwerpfase, hierin wordt het ontwikkelproces in de praktijk uitgevoerd. Op voorhand is vastgesteld dat de interaction designer een project gaat draaien en aan de hand van de JJG methode inzicht geeft in zijn beroepsveld. Dit gebeurt binnen de ontwerpfase aan de hand van het ontwikkelproces dat eerder is gepresenteerd. Deze fase zal doorlopen worden aan de hand van alles planes binnen JJG.

Wanneer het project is afgerond volgt de nazorgfase, hier wordt gekeken of de vastgestelde knelpunten met behulp van de adviespunten verminderd of verholpen zijn. Dit kan door in gesprek te treden met de opdrachtgever en het project te evalueren aan de hand van de eerder beschreven knelpunten.

De laatste fase is de overdrachtsfase alle bevindingen worden overgedragen aan Eleven, dit gebeurt aan de hand van een presentatie of een eindgesprek. Het ontwikkelproces kan op dit moment geïmplementeerd worden binnen de organisatie van Eleven.

Op de volgende pagina is de planning in Gantt-grafiek te bekijken (figuur 3.1.)



FIGUUR 3.1. – GANTT CHART PLANNING AFSTUDEREN.

3.3. BEDRIJFSORIËNTATIE ELEVEN

Binnen de oriëntatiefase zal er dieper worden ingegaan op het bedrijf aan de hand van een bedrijfsoriëntatie. Hierin ga ik kijken naar de personele bezetting binnen Eleven en mijn plek binnen de organisatie. Het financieel- economisch beleid van Eleven wordt ook bekeken, hierin wordt vastgesteld hoe Eleven zich in de markt plaatst en wie de directe concurrentie is van Eleven. Dit geeft mij inzicht hoe Eleven opgebouwd is, wat de bedrijfscultuur is en hoe zij zich in de markt manifesteren.

3.3.1. DE PERSONELE BEZETTING BINNEN ELEVEN

Eleven is als rechtsvorm een Besloten Vennootschap (B.V.), dit is niet zonder reden besloten. De achterliggende gedachten hiervoor zijn:

- Fiscaliteit
- Aansprakelijkheid

Tevens door de sterke verlaging van de vennootschapsbelasting in de afgelopen jaren is een B.V. met name interessant als geldmaker.

De bedrijfsnaam 'Eleven' is gekozen op basis van de startdatum 01-11 en het aantal mensen waarmee gestart word, 11. Daarnaast verwijst de naam terug naar het verleden, Studio 11. De naam heeft ook een internationaal karakter, dit is belangrijk voor de internationale klanten die Caiway heeft.

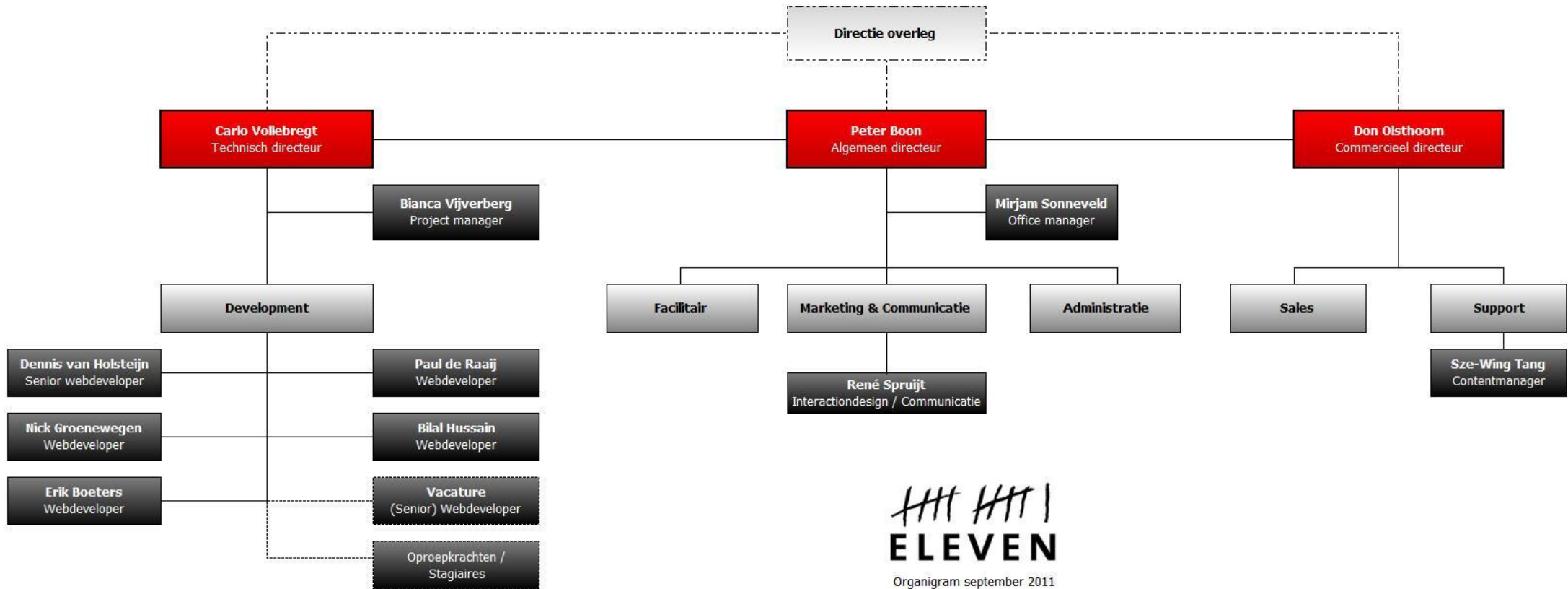
PERSONEEL

Bij aanvang van de onderneming is direct gestart met personeel. Dit personeel is afkomstig van de twee opgekochte bedrijven. Zoals eerder is aangegeven bestaat het personeel uit elf krachten en is niet aangevuld ten opzichte van de huidige samenstelling.

De werkzaamheden van het personeel bestaat hoofdzakelijk uit het programmeren van software, al dan niet voor maatwerk. Daarnaast is er een aantal personeelsleden dat deels ingezet wordt voor het leiden van diverse projecten bij bestaande en nieuwe klanten.

Eleven is een flexibel bedrijf, het personeel heeft daarom dus ook flexibele werktijden. Deze werktijden variëren bij aanvang tussen 7:30 uur en 9:00 uur en eindigt tussen 16:00 uur en 17:30 uur. Afhankelijk van hoe laat de werknemer de dag start is dit in te delen. Voor het fulltime personeel word een werkweek van 40 uur aangenomen. Het parttime personeel zal op 0-uren basis of op 20 uur per week basis worden aangenomen.

Om een duidelijker beeld te krijgen van de structuur binnen de organisatie is er een organogram ontwikkeld. Deze is op figuur 3.2 te vinden op de volgende pagina.



FIGUUR 3.2 – ORGANIGRAM ELEVEN 2011

3.3.2. HET FINANCIËEL- ECONOMISCH BELEID VAN ELEVEN

Zoals in het organogram te zien is bestaat de directie van Eleven uit drie man. Dit zijn Carlo Vollebregt technisch directeur, Peter Boon algemeen directeur, Don Olsthoorn commercieel directeur. Omdat Eleven de focus heeft op de development van slimme webapplicaties is het vanzelfsprekend dat deze het grootste aandeel heeft in de organisatie.

Doordat Eleven zich door wil ontwikkelen is er naast de focus op development ook noodzakelijk te kijken naar de marketing & communicatie, hierin zal ook de interaction design meegenomen worden. Ik ben onder de afdeling marketing & communicatie geplaatst, deze valt onder de verantwoordelijkheid van de algemeen directeur Peter Boon. Dit is tevens mijn opdrachtgever, hier ga ik al mijn voorgang aan rapporteren.

Als gevolg van geheimhouding van de cijfers zal ik in dit hoofdstuk ingaan op de markt waar Eleven zich op richt. Er zal dieper ingegaan worden op de marktanalyse van Eleven, de marketing mix, de concurrentieanalyse en het onderscheidend vermogen. Daarnaast zal er aangegeven worden hoe het financieel plan is opgesteld vanuit het ondernemingsplan van Eleven.

MARKTANALYSE

De bedrijven die afnemen bij Eleven zijn zowel regionaal als nationaal, deze bedrijven willen een website inzetten als communicatiemiddel of ter ondersteuning van bedrijfsprocessen. De onderneming richt zich niet op een specifieke branche. Er zijn onder andere afnemers uit de tuinbouwbranche, maar ook relatief veel bedrijven uit andere branches.

Doordat Eleven de bedrijfsovername van Caiway en Studio 11 heeft bewerkstelligt neemt deze ook alle klanten over, dit zijn er circa 300. Deze klantgroep is te verdelen in grote klanten (Caiway, FloraHolland etc.) en veel MKB klanten. Deze klanten bevinden zich zowel regionaal als nationaal.

Sporadisch komt het voor dat er ook buiten de Nederlandse grenzen projecten worden gedaan. Dit komt vaak voort uit projecten die gerealiseerd zijn voor klanten in Nederland die een vestiging of zusteronderneming in het buitenland hebben.

Voor het acquisitie van nieuwe klanten gebruikt Eleven de volgende middelen:

- Het eigen netwerk van de ondernemers en medewerkers;
- Samenwerkingsverbanden met reclamebureaus die de technische uitwerking van websites uitbesteden;
- Samenwerkingsverbanden met bedrijven die op andere ICT vlakken actief zijn (PC leveranciers, netwerkleveranciers etc.)

MARKETINGMIX

Voor de marketingmix heeft Eleven gekeken naar vijf onderdelen. Naast de standaard onderdelen, te weten: Product, Prijs, Promotie en Plaats, benoemt Eleven ook het onderdeel Persoon. Hieronder is per onderdeel beschreven wat deze inhoudt voor Eleven.

- **Product:** Online applicaties en websites evenals internetoplossingen in de breedste zin van het woord. Tevens zal er op basis van consultancy webmarketing advies worden gegeven. Het ontwerp zal hoofdzakelijk bij de partners buiten de deur plaats vinden. Sporadisch zal er in huis design plaats vinden.
- **Prijs:** Voor development zal de prijs bepaald worden door de taal waarin geprogrammeerd gaat worden. Deze zal variëren tussen de €70,00 en de €90,00 per uur. Daarnaast zullen er aparte tarieven worden gehanteerd voor consultancy (webmarketing) en design, de tarieven zullen tussen de €60,00 en €115,00 per uur liggen.
- **Promotie:** Promotie van producten, diensten en de onderneming kan op diverse manieren plaats vinden. Zo zal Eleven haar producten en diensten onder andere promoten door (online) advertenties en banners, nieuwsbrieven, partners en bestaande klanten. Sponsoring zal ook deel uitmaken van de promotie, hierbij zal wel heel secuur worden gekeken naar de mogelijke voordelen van de sponsoring. Daarnaast zullen er regelmatig guerrilla-acties gehouden worden, hierbij valt te denken aan zadelhoezen of ludieke acties tijdens beurzen, congressen en seminars.
- **Plaats:** De plaats hangt samen met de te leveren diensten en zal dus hoofdzakelijk plaatsvinden op het internet en via het digitale medium zijn. Echter worden ook mond-tot-mond reclame en analoge mediums niet geschuwd. De focus ligt op het internet.
- **Persoon:** Het personeel en de accountmanagers zijn verantwoordelijk voor het imago van de onderneming. Een deel van het imago zal bepaald worden door het contact met de klant. De manier waarop het personeel contact heeft met de klant is dus zeer waardevol voor het imago. Het is dan ook noodzakelijk voor de persoon om zich volgens het imago van de onderneming te gedragen.

CONCURRENTIEANALYSE

De concurrentie van Eleven bestaat uit verschillende categorieën, deze zijn:

- Hobbyisten
- Kleine tot middelgrote regionale webdesign en –developmentbureaus
- Middelgrote tot grote landelijke opererende bureaus

De voornaamste concurrentie wordt gevormd door de tweede groep. Voorbeelden van deze bedrijven zijn:

- AM Team webdesign en ontwikkeling
- JEM-id software ontwikkeling en design
- Mediactief
- Westdesign
- Wobblie webdesign

Op dit moment is bekend dat de kwaliteit van deze concurrenten standaard tot goed is en het prijsniveau tussen gemiddeld en hoger ligt.

Naast deze groep concurrenten zijn er ook de hobbyisten die zich als concurrent opwerpen. Hoewel deze groep ook diensten leveren die Eleven als core business heeft, en vaak een lager prijsniveau hanteren, acht Eleven de bedreiging van deze concurrenten minimaal. De klanten waarvoor deze groep bedrijven actief is vallen niet in de doelgroep van Eleven, dit omdat deze een website zoeken tegen een lage vergoeding zonder eisen te stellen aan de kwaliteit. Aan klanten die wel eisen stellen aan de kwaliteit en betrouwbaarheid van de leverancier moet Eleven het prijsverschil kunnen verklaren. Toch is het van belang van de concurrenten te onderkennen en te beseffen dat er een marktsegment is wat Eleven niet wil bedienen.

Als er verder wordt gekeken naar de toekomst van Eleven zijn er ook ‘nieuwe’ concurrenten te onderscheiden in de vorm van grotere, landelijk opererende bureaus, zoals:

- CIPIX
- Divide
- Mangrove
- W3S

Deze concurrenten leveren kwalitatief hoogstaande websites van het niveau dat Eleven ook levert. Op het moment dat Eleven meer nationaal dan regionaal zal opereren, zullen deze concurrenten dus ook in het vaarwater van Eleven terecht komen.

De promotie van producten en diensten van de concurrenten wordt veelal via het internet en via bestaande klanten gedaan. Soms komt het voor dat concurrenten gebruik maken van andere media dan internet, zo is bijvoorbeeld AM team sterk vertegenwoordigd in de media.

ONDERSCHEIDEND VERMOGEN

Door jezelf als organisatie te onderscheiden van concurrenten zul je eerder opvallen bij de klant en aantrekkelijker over komen. Het onderscheidend vermogen van Eleven ten opzichte van concurrenten bestaat uit:

- Vanuit eigen ervaring en kennis kunnen meedenken met en adviseren van de klant
- De specialistische kennis van moderne technieken op het gebied van webontwikkeling
- De projectmatige aanpak en de wijze van communiceren van projectvoortgang naar de klant

Daarnaast is één van de speerpunten van Eleven Software as a Service (SaaS). Eleven gaat zich toeleggen op het leveren van unieke, al dan niet 'white label', oplossingen die op basis van abonnementen afgenomen kunnen worden.

Door gebruik te maken van veel samenwerkingsverbanden kan Eleven zich veelal richten op de techniek, de core business. Samenwerken met ontwerp en communicatiebureaus is hierin een pre en zal worden ondersteund door de persoonlijke aanpak van Eleven. Doordat de organisatie zich beperkt tot techniek zal Eleven zich hierin ontwikkelen tot specialist.

Echter is er op dit moment een verandering gaande binnen het bedrijf. De grotere klanten vragen meer van Eleven, zo zal er meer gekeken moeten worden naar de interaction design van de webapplicaties en de communicatie eromheen. Enige uitbreiding binnen de organisatie is dan ook vereist, dit op gebied van marketing en communicatie.

FINANCIEEL PLAN

De openingsbalans en de begroting van Eleven zijn hierbij buiten beschouwing gelaten.

Bij de overname van de afdeling Webdevelopment is een contract met Caiway getekend waarbij Caiway de komende 5 jaar (sinds 2009) minimaal 1500 uur bij Eleven onderbrengt. Naast Caiway heeft Studio 11 ook aan groot aantal hostingklanten geleverd die op basis van een abonnement maandelijks betalen voor deze dienst en jaarlijks voor de bijbehorende domeinnamen.

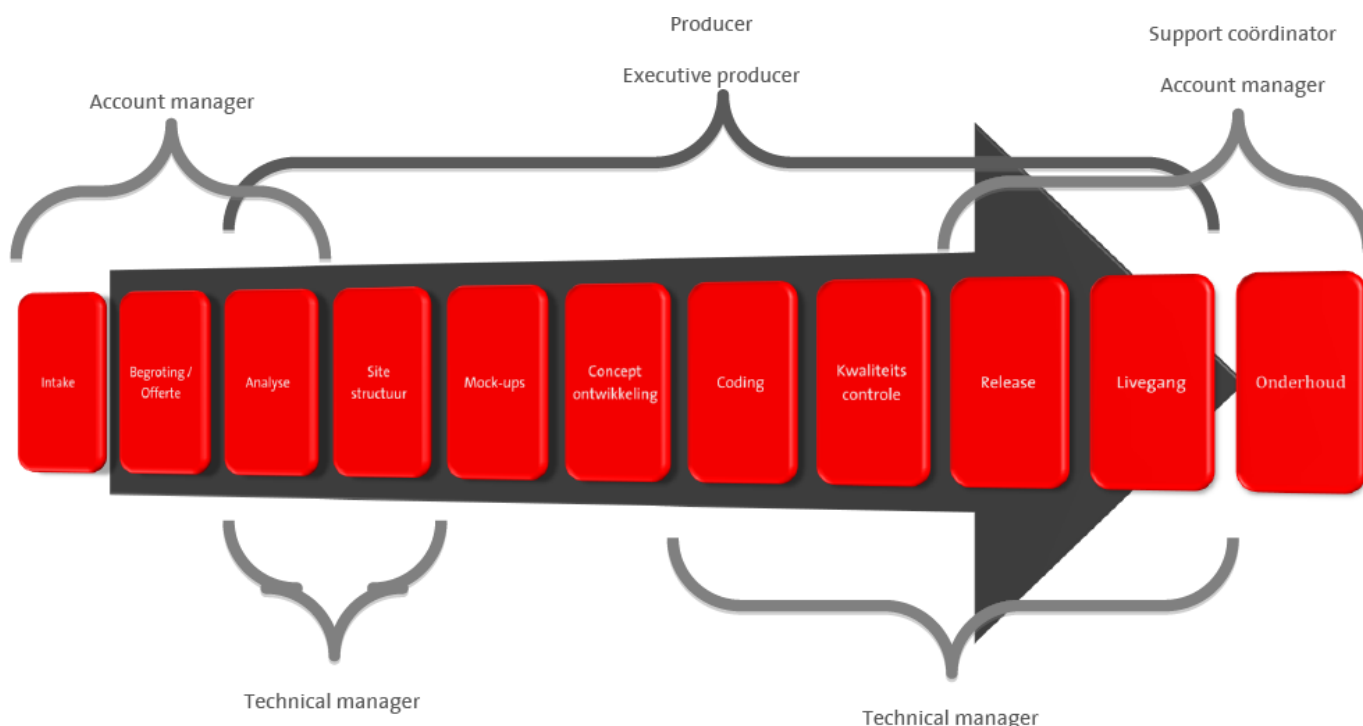
Eleven is dus bij de start niet afhankelijk geweest van een kleine groep klanten, dit omdat zij direct bij aanvang beschikt over een groot bestand. Eleven gebruikte de spin-off om dit bestand te vergroten, niet alleen regionaal, maar ook nationaal en zelfs internationaal.

3.4. HET HUIDIGE ONTWIKKELPROCES VAN ELEVEN

De opdracht en tijdsplanning van het project is duidelijk, het is echter nog niet duidelijk hoe Eleven op dit moment werkt. Ik ben hierover in gesprek getreden met mijn opdrachtgever. De insteek van dit gesprek is om het huidige ontwikkelproces van Eleven te bespreken. Door dit te doen krijg ik een idee op welke manier er op dit moment en product ontwikkeld wordt. Tijdens dit gesprek zijn er aantekeningen gemaakt over de huidige gang van zaken binnen Eleven, deze aantekeningen dienen als naslagwerk om het huidige ontwikkelproces van Eleven in kaart te brengen.

Naast het gesprek met de opdrachtgever heb ik op de server van Eleven veel informatie ingewonnen, onder andere hoe offertes worden opgesteld, een takenverdeling binnen het ontwikkelproces en een uitgetekend ontwikkelproces. Deze informatie is geverifieerd met de opdrachtgever op juistheid. De informatie is juist en up to date en daardoor bruikbaar voor het beschrijven van het huidige ontwikkelproces.

Het uitgetekende model van het ontwikkelproces van Eleven is terug te vinden in figuur 3.3. De verantwoordelijke binnen de verschillende fasen zijn ook te zien binnen deze tekening.



FIGUUR 3.3. – ONTWIKKELPROCES ELEVEN IN HUIDIGE SITUATIE.

Aan de hand van alle verzamelde informatie, het gesprek met de opdrachtgever en het uitgetekende ontwikkelproces van Eleven heb ik iedere stap die genomen wordt binnen dit proces uitgeschreven in **BIJLAGE C**. Het gaat hierbij om het hoofdstuk “van opdracht tot oplevering”. Binnen iedere stap wordt aangegeven welke functie de verantwoordelijkheid heeft over de fase. Door dit te doen heb ik een uitgangspunt waar vanuit gewerkt kan worden. In een later stadium moet vanuit dit punt gekeken worden waar een interaction designer geplaatst kan worden binnen het huidige proces.

Het huidige ontwikkelproces bestaat uit zeven fasen, binnen iedere fase vallen meerdere elementen vanuit het ontwikkelproces. Voor de beeldvorming zie onderstaand overzicht van de globaal beschreven fasen:

- Fase 1: Acquisitie
 - Intake
 - Offerte / begroting
- Fase 2: Oriëntatie
 - Analyse
- Fase 3: Requirements project
 - Site structuur
 - Mock-ups
- Fase 4: Uitvoer project
 - Conceptontwikkeling (design)
 - Coding (development)
- Fase 5: Testing
 - Kwaliteitscontrole
- Fase 6: Oplevering
 - Release
 - Livegang
- Fase 7: Nazorg
 - Onderhoud (support)

Voor een uitgebreide beschrijving van dit ontwikkelproces verwijst ik u naar **BIJLAGE C**.

3.5. INTERVIEWEN

Het huidige ontwikkelproces van Eleven is in beeld gebracht, dit is het uitgangspunt waarvan gewerkt gaat worden. Er is echter nog geen beeld van de betrokken personen en hoe deze er tegenover staan. Te denken valt aan de projectmanager, de accountmanager en de developer. Tegen welke problemen lopen zij op dit moment aan en wat verwachten zij dat een interaction designer kan bieden om problemen te voorkomen.

Ik heb de projectmanager en accountmanager uitgenodigd voor een interview, ik heb deze twee functies gekozen omdat zij veel in contact staan met de klant en de overige functies binnen een project. Tijdens het interview probeer ik er achter te komen welke problemen er ontstaan tijdens het huidige ontwikkelproces en wat voor meerwaarde een interaction designer volgens hun biedt.

Voor het interview van start kon gaan heb ik mijzelf moeten voorbereiden, het is handig om op voorhand weten waar ik achter wil komen tijdens dit gesprek om op deze manier de tijd efficiënt te gebruiken en zo veel mogelijk waardevolle informatie in te winnen. Het doel van het interview is inzicht krijgen in de het huidige ontwikkelproces, de bevindingen hiervan, het verwachtingspatroon van een interaction designer en hoe dit passend is te maken in de huidige organisatiestructuur. Aan de hand van deze doelstellingen zijn er enkele hoofdvragen opgesteld, deze vragen zijn op een open manier geformuleerd zodat de ondervraagde de mogelijkheid heeft om hierin vrij antwoord te geven. Tijdens het interview zal er goed opgelet moeten worden op wat de ondervraagde zegt en hierop inspringen met vragen (luisteren, samenvatten, doorvragen). Zie **BIJLAGE C** voor de voorbereiding van het interview.

Bij aanvang van het interview heb ik er voor gekozen om mijzelf eerst voor te stellen en wat over mijzelf en mijn opleiding te vertellen, dit om de ondervraagde persoon een beeld te geven van wie ik ben. Hierna ben ik eerst aan de ondervraagde gaan vragen wat hun opleiding en functie is en of ze meer over zichzelf konden vertellen. Dit leverde direct een informele sfeer op wat gunstig is voor het interview.

Hierna ben ik van start gegaan met het interview, het eerste onderdeel is de organisatiestructuur. Hier probeerde ik er achter te komen hoe de organisatie er uit ziet en wie volgens hun welke verantwoordelijkheden heeft. De geïnterviewde personen waren beide zeer spraakzaam en gaven mij direct veel informatie dit is zeer gunstig hierdoor hoef ik niet informatie te ontlokken. Wel was op dit punt belangrijk er voor te zorgen dat het gesprek niet afdwaalde. Dit heb ik gedaan door wanneer dit gebeurde terug te pakken naar een zin wat de geïnterviewde eerder heeft gezegd en vervolgens een nieuwe vraag te formuleren.

[“ELEVEN IS NOG ZOEKENDE NAAR EEN GOED PROCES WAARBIJ DE KLANT MEER BETROKKEN RAAKT BIJ DE ONTWIKKELING VAN ZIJN WEBAPPLICATIE. WIJ DENKEN DAT EEN INTERACTION DESIGNER HIER EEN ROL IN KAN SPELEN DOOR SAMEN MET DE KLANT TOT EEN ONTWERPPLAN TE KOMEN.” **DON OLSTHOORN ACCOUNTMANAGER ELEVEN** **]**

Wanneer ik voldoende informatie verkregen had over de organisatiestructuur heb ik de focus verlegd op het ontwikkelproces. Hoe ziet dit proces er volgens de geïnterviewde er uit? Hoe wordt het design bepaald? Hoe wordt de content bepaald? Deze vragen stonden centraal bij dit onderdeel van het interview, opvallend was dat de projectmanager aangaf dat de designer een volledig vrije hand krijgt binnen het proces en enkel aan de klant gevraagd wordt hoe het uiterlijk er uit moet zien. Het antwoord van de klant is dan vaak in termen als “strak en zakelijk”. Het design krijgt hierin dus een vrije en daardoor leidende rol binnen het proces.

[“VOOR DE ONTWIKKELING VAN DE WEBAPPLICATIE VAN START GAAT WORDT ER EEN DESIGN ONTWIKKELD, DIT GEBEURT EXTERN. DE KLANT KRIJGT DEZE DIRECT TE ZIEN, DIT KAN EEN VERKEERT BEELD VAN HET EINDRESULTAAT OPLEVEREN.” **BIANCA VIJVERBERG PROJECTMANAGER ELEVEN** **]**

Het laatste onderdeel van het interview staat de interaction designer centraal, merken zij vanuit hun functie dat de klant meer verwacht van Eleven? Zo ja wat? En wat verwachten zij van een interaction designer? Beide geïnterviewde gaven aan dat het voor Eleven moeilijk is om de klant bewust te maken van realistische verwachtingen van het eindproduct. Zij verwachten van een interaction designer dat zij de klant een realistisch beeld kan geven van het eindproduct nog voordat deze ontwikkeld wordt.

[“EEN INTERACTION DESIGNER ZAL DE KLANT BEWUST MOETEN MAKEN VAN REALISTISCHE VERWACHTINGEN VAN HET EINDPRODUCT.” **BIANCA VIJVERBERG PROJECTMANAGER ELEVEN** **]**

De voorbereiding heeft mij een duidelijk richtlijn gegeven voor het interview welke vragen er gesteld moeten worden om inzicht te krijgen in de gestelde doelen. Het was erg belangrijk om goed te luisteren, samenvatten en door te vragen tijdens het interview. Hiermee geef je de ondervraagde het signaal af dat je begrepen hebt wat hij gezegd heeft of de mogelijkheid om zijn antwoord nog toe te lichten. Het doorvragen was erg belangrijk voor dit interview omdat er in de voorbereiding enkel hoofdvragen zijn geformuleerd, dit is gedaan omdat er op voorhand geen duidelijkheid is over welke kant het interview op gaat.

Tijdens het interview hing er een informele sfeer wat mij veel informatie opleverde, ook is er veel inzicht gecreëerd in de gestelde doelen. Na afloop van het interview zijn de ondervraagde bedankt voor hun tijd en hun visie. Vervolgens ben ik de informatie gaan verwerken en heb ik gekeken naar de mogelijke overeenkomsten die als probleem naar voren komt.

Nadat de interviews gehouden zijn heb ik de gesprekken geanalyseerd en bekeken of zij ook het probleem ervaren wat in de opdracht omschrijving naar voren is gekomen. Dit heb ik gedaan door de antwoorden van beide personen naast elkaar te leggen en kijken waar de overeenkomsten zitten binnen deze gesprekken.

Opvallend is dat beide personen ervaren dat een klant op voorhand niet goed weet wat hij/zij wil en verwacht van de website. De benadering van de realisatie van de website is vooral vanuit het perspectief van de klant van Eleven. De vraag is echter of dit terecht is, uiteindelijk wordt een webapplicatie ontwikkeld voor de doelgroep van de klant ook hier moet naar gekeken worden.

Doordat de klant op voorhand niet goed weet wat hij/zij wil en verwacht van het eindresultaat ontstaan er juist daardoor binnen het realisatieproces problemen. De klant krijgt op dit moment een beeld van het eindresultaat, echter is dit niet het beeld wat de klant zelf in zijn gedachte had voor de realisatie. Hierdoor moet er veel achteraf recht gezet worden.

De overtuiging dat een interaction designer hierin uitkomst biedt is bij beide personen sterk aanwezig, de gedachte van beide personen is dat een interaction designer een uitvoerige analyse houdt waarbij een realistisch beeld wordt gecreëerd van het eindproduct.

3.6. KNELPUNTEN VASTSTELLEN

Door de bedrijfsoriëntatie, het omschrijven van het huidig ontwikkelproces en de interviews is de huidige situatie binnen Eleven duidelijk. De werkwijze en bevindingen van de betrokken personen zijn in kaart gebracht aan de hand van interviews en gesprekken met de opdrachtgever. Uit deze onderzoeken zijn enkele knelpunten te benoemen, dit heb ik kunnen doen door de bevindingen naast elkaar te leggen en de gemeenschappelijke deler te zoeken. Er zijn meerdere punten gevonden waar het project niet soepel verloopt, het is belangrijk te kijken wat de oorzaak hiervan is.

Allereerst viel mij op dat de klant in een 'gat' valt qua informatievoorziening nadat de opdracht is ondertekend en er over wordt gegaan op uitvoering. De wensen van de klant worden niet uitgewerkt maar aangenomen en verwerkt binnen het te ontwikkelen product. Achteraf blijkt dan vaak dat de klant dingen anders bedoelt heeft of dat bepaalde wensen eigenlijk helemaal niet zo belangrijk zijn als in eerste instantie gedacht werd.

Wanneer er achteraf aanpassingen verwerkt moeten worden binnen een project kost dat tijd en dus geld. Het betekent dat de gewerkte arbeidsuren aan de eerste uitvoering van een functie waardeloos worden en er meer uren in het verwerken van de functie moeten worden gestopt. Dit komt niet ten goede voor het verloop van een project en de klant zal niet tevreden zijn over het resultaat.

Een ander opvallend punt is dat er vanuit de opdrachtgever wordt geredeneerd, dit betekent dat de eindgebruiker (de doelgroep van de klant) niet betrokken wordt bij het ontwikkelen van een webapplicatie. Juist dit is een essentieel onderdeel voor het succes van de webapplicatie, aangezien het succes wordt bepaald door de eindgebruiker van de webapplicatie.

Doordat Eleven zich voornamelijk focust op het technische aspect binnen webdevelopment is het logische gevolg dat dit ook gebeurt bij de beschrijving van de opdracht. Zo wordt er geen rekening gehouden met het emotionele aspect, de communicatiedoelstellingen van de opdrachtgever en imago van het bedrijf. Juist dit zijn essentiële aspecten voor de designer die aan de slag moet gaan met het uiterlijk en dus de uitstraling van de website.

Er zijn op deze manier nog enkele andere knelpunten vastgesteld door mij, deze heb ik verwerkt in een document en bespreekbaar gemaakt met de opdrachtgever. Veel van deze punten waren direct herkenbaar voor de opdrachtgever, enkele andere punten nog niet maar gaven wel stof om over na te denken.

In het adviesrapport zijn deze knelpunten verder uitgewerkt hierover vertel ik in hoofdstuk 4.1. meer over.

4. ONTWIKKELFASE

Binnen de ontwikkelfase ga ik de verzamelde informatie en bevindingen vanuit de oriëntatiefase ontwikkelen tot een adviesrapport. Binnen dit adviesrapport komt het huidige proces van productontwikkeling aan het licht, de bevindingen hiervan in de vorm van knelpunten en het advies op de knelpunten. Uiteindelijk levert dit adviesrapport een inzicht in een vernieuwd ontwikkelproces waarin de interaction designer onderdeel is geworden binnen dit proces en worden zijn verantwoordelijkheden hierin besproken.

Om het volledige adviesrapport te bekijken verwijs ik u graag door naar **BIJLAGE C**, hierin staan de uitkomsten van dit rapport beschreven.

4.1. UITWERKEN VAN DE KNELPUNTEN

Vanuit de beschrijving van het huidige proces, de gehouden interviews en overleg met de opdrachtgever zijn er verschillende knelpunten ontwikkeld. Deze knelpunten dienen uitgewerkt te worden als onderdeel in het ontwerprapport, dit om een basis te creëren waarop een advies wordt ontwikkeld.

Ik heb er voor gekozen de knelpunten te koppelen aan het huidige ontwikkelproces. Hierdoor ontstaat voor de opdrachtgever een duidelijk beeld waar de knelpunten zich precies voordoen, dit komt omdat de opdrachtgever bekend is met de ontwikkelmethode en direct snapt in welke fase een probleem zich voordoet.

De knelpunten worden gekoppeld aan een fase binnen het ontwikkelproces van Eleven, naast de uitgebreide versie met onderbouwing waarom dit een knelpunt is wordt er aan het eind van een fase kort de knelpunt beschreven voor een snel overzicht van de knelpunten en de plaatsing van deze knelpunten binnen het proces. Voor mij was het ook erg handig om de knelpunten aan de bestaande fasen te koppelen, zo maakt het voor mij mogelijk wanneer er in oplossingen gedacht moet worden het faseverloop van Eleven in takt te houden.

De gevonden knelpunten kort omschreven:

1. De klant denkt te weten wat hij wil, de klant kijkt vaak vanuit eigen perspectief en niet vanuit doelgroep perspectief.
2. De focus van de opdracht is voornamelijk gericht op het functionele aspect, er wordt weinig tot zelfs géén focus gelegd op het emotionele aspect van het product. Het emotionele aspect is minstens zo belangrijk als het functionele aspect. Middels het emotionele aspect wordt de uitstraling en het gevoel dat de webapplicatie moet hebben bepaald, dit is waardevolle informatie voor een designer.
3. Er wordt weinig focus gelegd op de noodzakelijkheid van technische functies, dit in de vorm van prioriteren.
4. Door weinig focus op het emotionele aspect ontbreekt deze ook in de briefing, dit is waardevolle informatie voor de interaction designer en de vormgever.

5. Door het ontbreken van een interaction designer wordt er nergens binnen het proces expliciet vastgesteld wat de indeling van de website wordt. De blauwdruk ontbreekt!
6. De klant krijgt het ontwerp van het designbureau in een te vroeg stadium te zien, hierdoor kunnen er verkeerde verwachtingen geschept worden bij de klant.
7. Doordat de designer te veel een vrije rol krijgt binnen het ontwikkelproces bepaald het design de uiteindelijke indeling van de website en krijgt hierdoor teveel een leidende rol binnen het ontwikkelproces. Development moet zich genoodzaakt voelen aanpassen ten opzichte van het design.
8. Binnen de kwaliteitscontrole ontbreekt het testen op gebruiksvriendelijkheid en effectiviteit hierdoor is de usability van de website niet gewaarborgd.

Het beschrijven en benoemen van de knelpunten zijn vanuit het oogpunt van de interaction designer gedaan. De insteek van de opdracht is te kijken waar het fout gaat binnen het ontwikkelproces en hoe een interaction designer daarin een rol van betekenis kan spelen. Opvallend wat uit de knelpunten naar voren komt is dat er in de ontwikkelfase van een ontwerpplan of blauwdruk geen duidelijke lijn is terug te vinden. Doordat er snel overgegaan wordt op het realiseren van het eindproduct komen problemen die op voorhand voorkomen hadden kunnen worden tijdens de realisatie aan het licht. Dit kost enorm veel tijd en energie om vervolgens het probleem op te lossen.

Vanuit het interaction design gebied worden deze inzichten in een vroeg stadium aan het licht gebracht. Door intensief met de klant, eindgebruikers, developers en designers tot een ontwerpplan te komen wordt de applicatie gedetailleerder uitgedacht voordat deze gerealiseerd zal worden. Op deze manier is de kans dat er achteraf grote wijzigingen plaats zullen vinden nihil. Alle betrokken partijen weten immers welke richting er op wordt gegaan binnen het project.

4.2. ONTWIKKELEN ADVIES OP KNELPUNTEN

De knelpunten zijn helder en het moment waar deze knelpunten zich voordoen ook, de vraag is nu echter hoe kan een interaction designer hierin een rol van betekenis spelen? Om hier een beeld van te krijgen moet eerst duidelijk zijn wat de rol van een interaction designer is. Binnen de oriëntatie fase is er veel gezocht op de huidige situatie bij Eleven en de methode die toegepast wordt op interaction design gebied. Echter is tijdens dit onderzoek ook veel informatie naar boven gekomen welke rol een interaction designer heeft binnen de ontwikkeling van webapplicaties.

Uit gesprekken met collega's en potentiële klanten is gebleken dat voor veel mensen de rol van een interaction designer onduidelijk is. De vraag is dan ook vaak; "we weten toch wat we willen en kunnen dus lekker gaan bouwen?". Ik geef hierop altijd de vergelijking aan met een architect die de blauwdruk tekent voor het bouwen van een huis, er moet eerst goed nagedacht worden over de wensen en de mogelijkheden. Daarnaast mag de belangrijkste groep, de doelgroep, niet vergeten worden tijdens dit proces.

Om voor iedereen duidelijk te maken wat interaction design nu precies inhoudt, heb ik besloten om binnen het adviesrapport hier een hoofdstuk aan te wijden. Hierin wordt beschreven wat een interaction designer doet en welke methode en technieken hiervoor gebruikt kunnen worden. Door dit te doen bereikte ik direct het effect wat ik voor ogen had, de opdrachtgever zag direct de meerwaarde van een interaction designer binnen het ontwikkelproces.

Nu het werk van een interaction designer helder is, is het ontwikkelen van advies op het gebied van interaction design en de vastgestelde knelpunten gemakkelijker te bespreken. Voor ieder knelpunt heb ik gekeken of de interaction designer hierin een rol van betekenis kan spelen of dat het op een andere manier opgelost kan worden. Echter is de insteek het implementeren van een interaction designer binnen het huidige ontwikkelproces en heeft dit dus de voorkeur.

Ik ben tijdens het ontwikkelen van adviespunten tot vijf eind adviespunten gekomen, deze dekken de knelpunten die eerder beschreven zijn;

1. De interaction designer betrekken bij het intakegesprek, informatie uit eerste hand kan zeer waardevol zijn. Daarnaast kunnen functionele en emotionele eisen aan het product al licht geschetst worden.
2. De interaction designer analyseert wat de functionele en emotionele aspecten van het product zijn. Er moet nadrukkelijk gekeken worden naar de doelgroep / doel / merk + merkwaardes, dit in verband met de effectiviteit van de webapplicatie.
3. De requirement fase omzetten tot interaction design fase, dit waarborgt meer de inhoud van deze fase. De focus ligt voornamelijk op gebruiksvriendelijkheid en effectiviteit binnen deze fase. De uitkomsten vanuit het ontwerpplan worden teruggekoppeld aan de requirements die in de analyse fase naar voren zijn gekomen. De analyse fase en interaction design fase samen vormen uiteindelijk het ontwerpplan en dus de blauwdruk.

4. Het ontwikkelde ontwerpplan biedt leidraad voor zowel design als development, deze twee aspecten worden qua niveau gelijk getrokken. Dit zorgt ervoor dat design niet meer leidend is op development. Eleven blijft leidend binnen het proces en de interaction designer bewaakt de usability en effectiviteit van het product.
5. Het prototype krijgt een kwaliteitscontrole, dit zal zowel op technisch als op usability niveau gebeuren. Het opstellen van een testplan gebeurt aan de hand van het ontwerpplan, hierin staan alle aspecten beschreven die noodzakelijk en belangrijk zijn voor een goed en effectief eindproduct.

Deze adviespunten zijn gekoppeld aan de eerder beschreven fasen waar Eleven mee werkt, dit geeft de opdrachtgever houvast en schetst een beeld van de mogelijkheden voor een interaction designer binnen Eleven. De adviespunten zijn voorgelegd aan de opdrachtgever en besproken, door goede onderbouwing en gebruik te maken van voorbeelden is duidelijk geworden dat een interaction designer uitkomst biedt voor meer leidraad binnen het ontwikkelen van webapplicaties.

4.3. RAPPORT NIEUW ONTWIKKELPROCES ONTWIKKELEN

Het huidige proces, de knelpunten en adviespunten zijn vastgesteld en besproken met de opdrachtgever, het is duidelijk geworden dat een interaction designer uitkomst biedt binnen het proces van Eleven om de knelpunten te voorkomen. Het is nog niet duidelijk hoe dit in zijn werking gaat, dus zal er een nieuw ontwikkelproces ontwikkeld moeten worden.

Om geen grote organisatorische veranderingen teweeg te brengen ben ik uitgegaan vanuit het huidige ontwikkelproces en de daarbij behorende fases. Hierin is getracht een interaction designer te plaatsen, echter is gebleken dat bepaalde fasen verandert zouden moeten worden qua benaming. In de oude situatie vond de analyse fase in een te vroeg stadium plaats, dit zou eerder een requirement fase worden omdat er op dit moment nog geen offerte begroot is en een analyse tijd kost om goed uitgevoerd te worden.

Daarnaast was er in de oude situatie geen onderzoek naar de doelgroep en emotionele aspecten die de webapplicatie moet bezitten. Dit gebeurt in de analyse fase waarna er over wordt gegaan op de interaction design fase. Binnen deze fase wordt het ontwerpplan concreet gemaakt.

De indeling van de verschillende fasen wordt dus iets anders, maar wel op zo'n manier dat het herkenbaar blijft vanuit de oude situatie gezien;

- Fase 1: Acquisitie
- Fase 2: Oriëntatie
- Fase 3: Interaction Design
- Fase 4: Uitvoer
- Fase 5: Testing
- Fase 6: Oplevering
- Fase 7: Nazorg

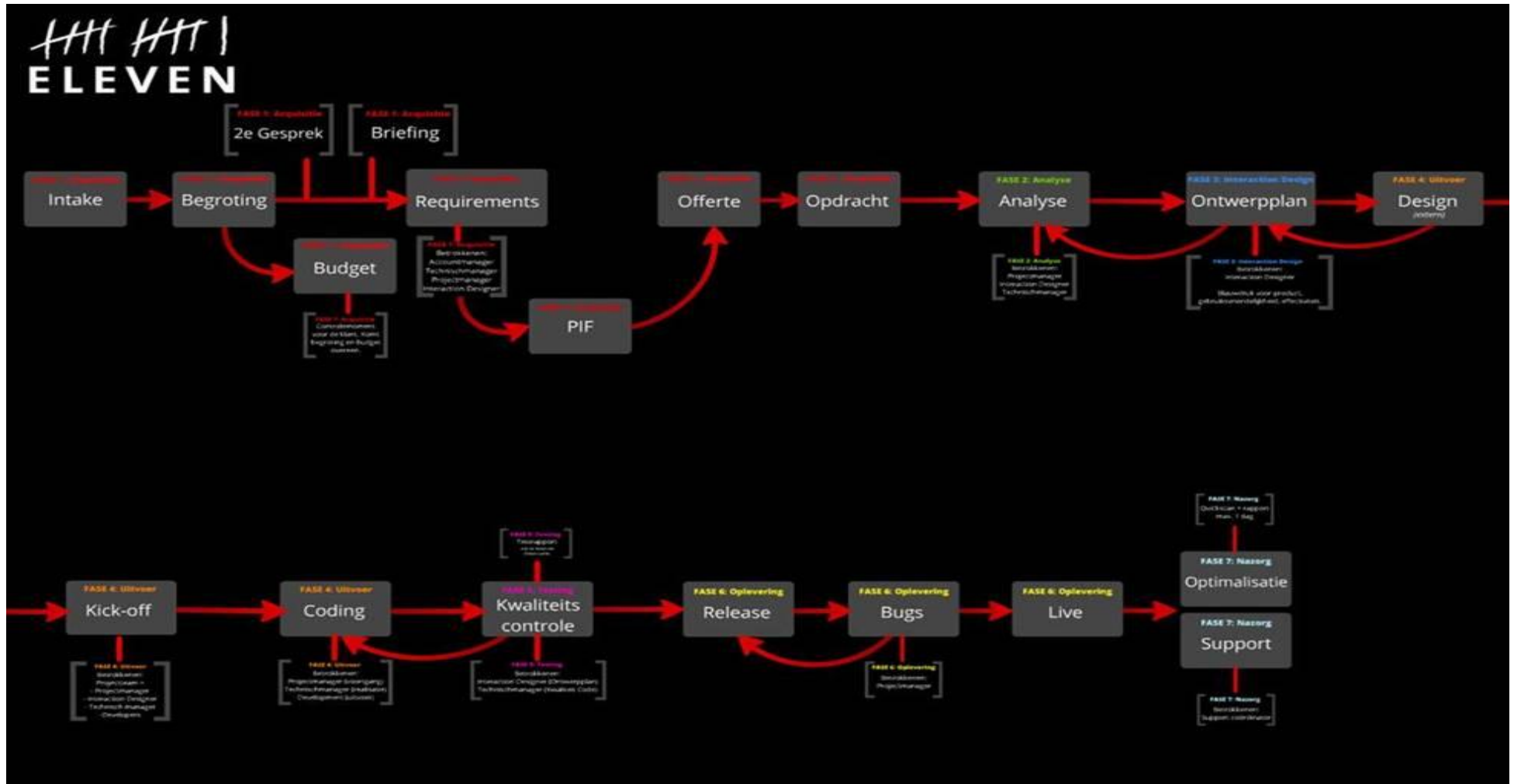
Om een beeld te geven van hoe de nieuwe situatie eruit zou zien is er een visueel beeld ontwikkeld van het nieuwe proces. Allereerst is geprobeerd dit te doen met smartdraw van MS Word, echter bleek deze software te beperkt om alles goed visueel te plaatsen en alle informatie aan te koppelen die nodig is om het proces te verduidelijken.

Hierna ben ik met Prezi aan de slag gegaan, deze software is eigenlijk bedoeld voor presentaties waar je doorheen gestuurd wordt. Echter was deze software ideaal voor het visualiseren van de nieuw ontwikkelde ontwikkelproces. Ik had hierdoor de mogelijkheid de opdrachtgever letterlijk iedere fase te doorlopen om tot een eindproduct te komen. Ik heb het proces nagetekend waarna ik middels een stappenplan door iedere fase ben gaan 'lopen'. Op het moment dat ik dit aan de opdrachtgever presenteerde was direct duidelijk wat mijn intenties zijn met het nieuwe ontwikkelproces en waren er geen onduidelijkheden. Het is erg enthousiast ontvangen.

Zie figuur 4.1. op de volgende pagina voor een print screen van het totale vernieuwde ontwikkelproces of

BIJLAGE C/D.

HHH HHH I ELEVEN



FIGUUR 4.1. – HET NIEUW ONTWIKKELDE ONTWIKKELPROCES VAN ELEVEN.

VERANTWOORDELIJKHEDEN BINNEN HET ONTWIKKELPROCES

Binnen het vernieuwde ontwikkelproces zijn er ook nieuwe verantwoordelijkheden te noemen, deze moeten ook in kaart worden gebracht. Aan de hand van functies en expertise zijn deze verantwoordelijkheden ingevuld, daarnaast kan het zijn dat er binnen een bepaalde fase ondersteuning wordt verwacht vanuit een functie.

Binnen het ontwerpplan zijn nieuwe fases ontwikkeld, deze fasen bieden de basis om de verantwoordelijkheden te beschrijven. Ik heb dit per fase gedaan omdat op deze manier duidelijk wordt wanneer wie een bepaalde verantwoordelijkheid heeft binnen het proces. Hierna heb ik per fase uitgeschreven welke verantwoordelijkheid er binnen een fase verwacht wordt vanuit een functie.

Zie onderstaand hoe de verantwoordelijkheden per fase zijn onderverdeelt:

<i>Fase 1 : Acquisitie</i>	<i>Verantwoordelijke</i>	<i>Verantwoordelijkheid</i>	<i>Bijdrage</i>
▪ <i>Intake</i>	Accountmanager	Dit is de eerste kennismaking met Eleven, de account manager is er voor verantwoordelijk dat er een goede eerste indruk ontstaat bij de potentiële klant.	-
▪ <i>Vervolg gesprek(en)</i>	Accountmanager	Er achter proberen te komen wat de klant wil en verwacht van het eindproduct.	▪ Interaction Designer
▪ <i>Briefing</i>	Accountmanager	Een briefing ontwikkelen voor personeelsleden om inzicht te krijgen in de mogelijke opdracht.	▪ Interaction Designer
▪ <i>Requirements</i>	Accountmanager	Globaal in kaart brengen wat de mogelijkheden zijn voor de wens van de klant.	▪ Interaction designer ▪ Project manager ▪ Technisch manager
▪ <i>PIF (kostenberekening)</i>	Technisch manager	Een kostenberekening maken aan de hand van de globale requirements.	▪ Accountmanager
▪ <i>Offerte</i>	Account manager	Een offerte uitschrijven aan de klant met daarin een globale prijs benoemd.	-

<i>Fase 2 : Oriëntatie</i>	<i>Verantwoordelijke</i>	<i>Verantwoordelijkheid</i>	<i>Bijdrage</i>
Analyse	Interaction designer Technisch manager Project manager	Grondige analyse in de wens van de klant en zijn doelgroep. Wat zijn de mogelijkheden en hoe komen we tot een eindproduct wat aan zijn wensen voldoet. Welke informatie ontbreekt nog.	-
<i>Fase 3 : Interaction Design</i>	<i>Verantwoordelijke</i>	<i>Verantwoordelijkheid</i>	<i>Bijdrage</i>
Ontwerpplan	Interaction designer	Het ontwikkelen van een ontwerpplan (blauwdruk) van het te realiseren eindproduct. Hierin worden alle wensen en behoeften van de klant en de doelgroep verwerkt.	- Technisch manager - Project manager
<i>Fase 4 : Uitvoer</i>	<i>Verantwoordelijke</i>	<i>Verantwoordelijkheid</i>	<i>Bijdrage</i>
Design	Project manager	Aan de hand van het ontwerpproject een ontwerp laten realiseren door een designer.	Interaction Designer
Kick off	Project manager	Een projectteam op de samenstellen voor de realisatie van het product en deze op de hoogte stellen van de opdracht en het plan.	- Interaction Designer - Technisch Manager
Coding	Technisch manager	Het ontwerpplan realiseren tot een functionerend eindproduct.	- Project manager - Interaction Designer
<i>Fase 5 : Testing</i>	<i>Verantwoordelijke</i>	<i>Verantwoordelijkheid</i>	<i>Bijdrage</i>
Testplan	Interaction Designer Technisch Manager	Het testen van het product aan de hand van het ontwerpplan. Het controleren van de kwaliteit van de code. Mogelijke verbeterpunten vanuit testresultaten worden verwerkt.	-

<i>Fase 6 : Oplevering</i>	<i>Verantwoordelijke</i>	<i>Verantwoordelijkheid</i>	<i>Bijdrage</i>
▪ <i>Release</i>	Project manager	De klant op de hoogte stellen van het eindproduct en deze laten bezichtigen via de test server.	-
▪ <i>Bugs</i>	Project manager	Eventueel gevonden bugs laten verwerken door iemand binnen het projectteam die hier verantwoordelijk voor is.	▪ Technisch manager
▪ <i>Live</i>	Project manager	Het eindproduct live laten zetten zodat deze toegankelijk is via het internet.	-
<i>Fase 7 : Nazorg</i>	<i>Verantwoordelijke</i>	<i>Verantwoordelijkheid</i>	<i>Bijdrage</i>
▪ <i>Support</i>	Support coördinator	De klant ondersteuning bieden daar waar nodig.	-
▪ <i>Quicksan</i>	Interaction Designer	De klant adviseren in mogelijke verbeterpunten binnen de webapplicatie	-

Het is verstandig om aan te geven welke mensen een bepaalde verantwoording heeft binnen het proces, iedereen weet op die manier wat zijn verwachte bijdrage is in het proces en als er dingen niet goed lopen wie daar voor verantwoordelijk is. Ook als er onduidelijkheden zijn over bepaalde beslissingen of keuzes is het op deze manier gemakkelijker om te weten bij wie je moet zijn.

Binnen de visuele weergave van het nieuwe ontwikkelproces zijn deze verantwoordelijkheden ook verwerkt, dit geeft een direct overzicht van wanneer er iets verwacht wordt vanuit een bepaalde expertise. Na de visuele weergave van het nieuwe ontwikkelproces voor gelegd te hebben aan de opdrachtgever was voor hem direct duidelijk wat er van personen verwacht wordt in de verschillende fasen.

4.4. NIEUW ONTWIKKELPROCES PRESENTEREN

Nu de opdrachtgever goedkeur heeft gegeven op de bevindingen en de uitkomst hierop is mij gevraagd om een presentatie te houden over dit onderwerp. Binnen de organisatie is er iedere vrijdagmiddag de mogelijkheid om een presentatie te houden over iets wat voor de gehele organisatie interessant kan zijn. Dit wordt intern “Demo-Friday” genoemd. Mijn bevindingen is een onderwerp wat invloed heeft op de gehele organisatie en mocht dus tijdens een Demo-Friday gepresenteerd worden.

Doordat ik het nieuwe proces binnen Prezi heb ontwikkeld is de keuze voor presentatietool voor de hand liggend. Ik heb hiertoe besloten ook het huidige proces van productontwikkeling na te tekenen binnen prezi, hieraan zijn de knelpunten gekoppeld binnen de fasen waar deze zich voordoen. Door dit te doen visualiseer ik het adviesrapport en spreekt het beeld voor zich. Daarnaast wanneer het nieuwe ontwikkelproces gepresenteerd word is het voor degene die de presentatie volgen gemakkelijker koppelingen te leggen tussen de twee ontwikkelprocessen.

Bij het nieuwe ontwikkelproces heb ik de adviespunten gekoppeld binnen de bepaalde fasen, vervolgens is de terugkoppeling gemaakt naar de huidige manier van werken om te verduidelijk waar de oplossing plaats vindt en wat er opgelost wordt door het advies op te volgen.

Nog voordat de ontwikkelprocessen gepresenteerd werden heb ik allereerst iedereen kennis laten maken met interaction design, op de vraag of iemand wist wat interaction design precies in houdt kon geen duidelijk antwoord worden gegeven. Aan de hand van een kort filmpje waarin visueel wordt uitgelegd wat interaction design is en doet en een korte verduidelijking vanuit mij heb ik iedereen direct op één lijn gekregen wat betreft de definitie van interaction design.

Na de presentatie was er de gelegenheid tot reageren op het nieuw ontwikkelde proces. Iedereen zag direct de meerwaarde van interaction design binnen het ontwikkelproces. Ook de knelpunten die aangestipt zijn binnen de presentatie waren voor iedereen herkenbaar. Dit bevestigde voor mij dat ik een goede analyse heb uitgevoerd en de vinger op de zere plek heb weten te leggen.

Voor de presentatie verwijs ik u graag door naar **BIJLAGE D**.

4.5. HET UITWERKEN VAN DE ONTWERPPLAN METHODE

Doordat binnen Eleven niemand bekend is met een interaction designer en hoe deze te werk gaat, heb ik besloten om de methode van JJG globaal uit te werken in een ontwerpplan methode document. Hierin wordt de methode op een eenvoudige en korte manier uitgelegd. Dit heb ik gedaan op basis van het boek van JJG “the elements of user experience”. Aan de hand van deze methode komt de interaction designer tot een ontwerpplan.

In hoofdstuk 2.2.5. is aangegeven de methode van JJG te gebruiken, deze methode is specifiek bedoeld voor het ontwikkelen van webapplicaties. Alle aspecten die doorlopen moeten worden, zoals de doelgroep, de organisatiedoelstellingen en de brand identity, zijn binnen deze methode aanwezig.

Voor het beschrijven van de methode heb ik het boek van Jesse James Garrett als leidraad genomen, hierin staat al duidelijk beschreven hoe de methodiek werkt. Echter wordt er te diep ingegaan op de methodiek, dit is voor de interaction designer waardevolle informatie maar voor collega's die inzicht willen te diepgaand. Het document is globaal opgezet, allereerst wordt er nog eens benadrukt waarom het gebruik van een goed ontwikkeld ontwerpplan van belang is. Hierna volgt de uitleg over de methodiek van JJG, deze werkt aan de hand van verschillende fasen die doorlopen worden (planes). Om inzicht te krijgen wat deze fasen betekenen wordt kort beschreven wat de fasen inhouden en hoe er tewerk wordt gegaan binnen deze fasen.

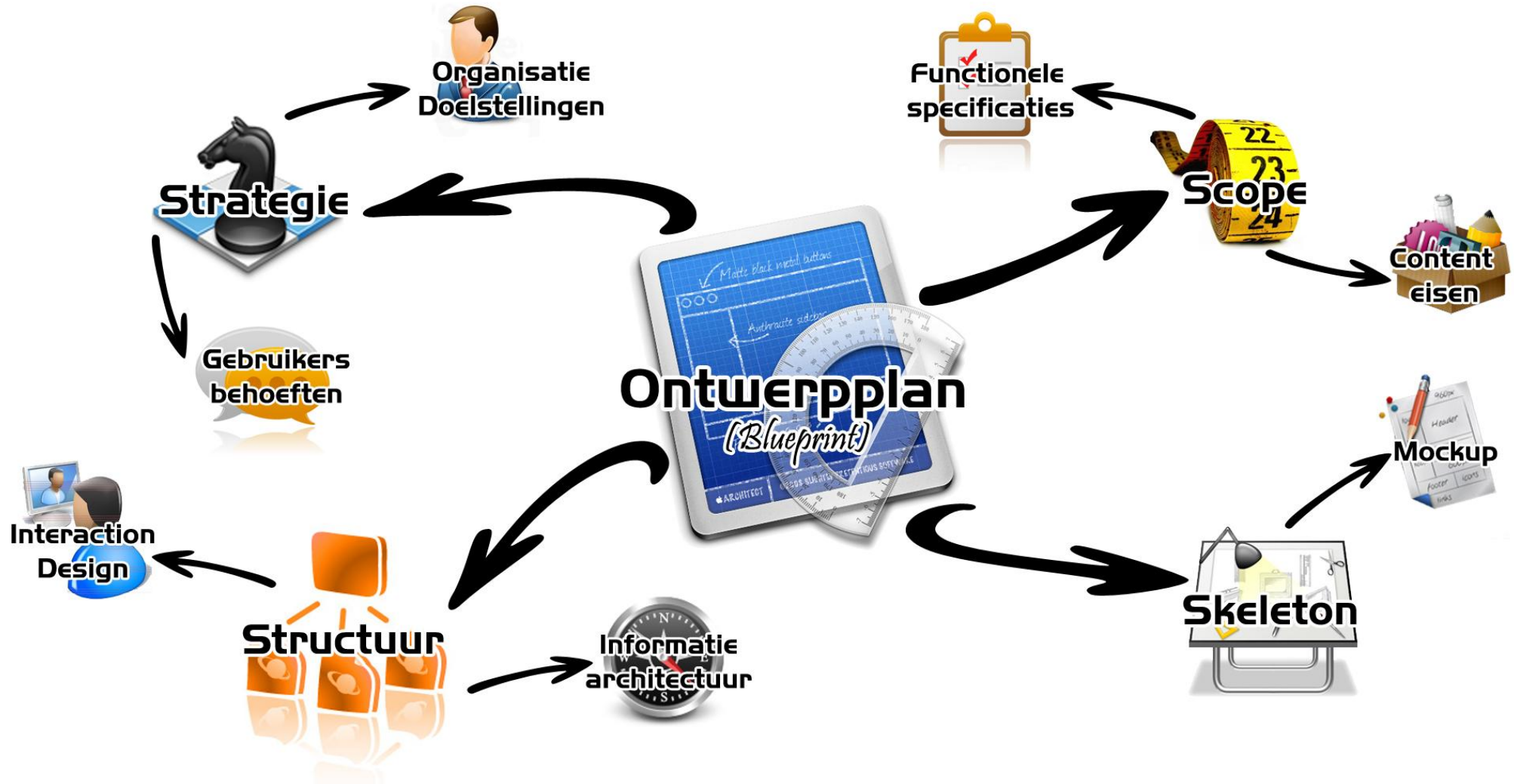
Nu er een beeld is geschetst van de methode wordt er in het vervolg hoofdstuk aangegeven welke technieken er gebruikt kunnen worden binnen bepaalde planes. Enkele van deze technieken worden besproken binnen het boek van JJG, deze technieken heb ik beschreven binnen de ontwerpplan methode document. Dit zijn lang niet alle technieken, echter is het doel van het document inzicht geven wat er mogelijk zou kunnen zijn. De interaction designer zal zelf op basis van het project en de doelstellingen moeten bepalen welke techniek het meest doeltreffend is voor het desbetreffende project. Ieder project is immers uniek en vergt een andere benadering van werken.

Het document is voorgelegd aan mijn bedrijfsmentor en besproken, voor hem was goed duidelijk welke taken een interaction designer op zich neemt en hoe hij deze tot uitvoer brengt om zo tot een ontwerpplan te komen. Het werd voor de opdrachtgever duidelijk dat ieder project een andere benadering vergt om tot een ontwerpplan te komen, de methode van JJG is daarbij een goed stappenplan.

Om de methodiek visueel weer te geven waarbij mensen een beeld krijgen van de werkwijze is er een mindmap ontwikkeld om aan te tonen wat er binnen welke plane gebeurt en hoe een interaction designer te werk gaat. Zie hiervoor figuur 4.2. op de volgende pagina. Voor inzicht in het document verwijs ik u naar

BIJLAGE E.

HHH HHH I
ELEVEN



FIGUUR 4.2. – VISUELE WEERGAVE VAN DE METHODE

5. UITVOERFASE

Het nieuwe ontwikkelproces is gepresenteerd en goedgekeurd, voor iedereen is duidelijk hoe dit nieuwe ontwikkelproces zou gaan verlopen. Nu is het zaak om te kijken wat er theoretisch op papier is gezet ook daadwerkelijk echt werkt en de verwachtingen waar maakt. Er is aan het begin van de opdracht afgesproken om een pilot te draaien aan de hand van het nieuw ontwikkelde ontwikkelproces.

Binnen dit hoofdstuk ga ik meer vertellen over hoe deze pilot is verlopen en wat ik allemaal gedaan heb om uiteindelijk tot een ontwerpplan te komen. Het daadwerkelijk realiseren van het product is hierin buiten beschouwing gelaten omdat hiervoor meer tijd nodig is dan beschikbaar was. Het interaction design gedeelte is zo volledig mogelijk afgerond binnen de afstudeerperiode.

5.1. VASTSTELLEN PROJECT

Nog voor aanvang van mijn afstuderen was het onduidelijk voor welke opdracht er een pilot gedraaid zal worden, hier zou in het beginstadium van mijn afstuderen duidelijkheid over ontstaan. Na enkele weken werkzaam te zijn bij Eleven waren er enkele mogelijkheden bekend, met als doel om een vernieuwde website voor Caiway te ontwikkelen.

Dit project sprak mij zeer aan omdat hier zowel emotionele als functionele waarden duidelijk naar voren moeten komen en er een geheel nieuw bestelproces ontwikkeld moet worden. Een uitdagende klus voor een interaction designer. De aanvang van het project zou begin januari 2012 moeten zijn, echter was Caiway nog niet overtuigd van het feit dat er een ontwerpplan ontwikkeld moet worden. De accountmanager heeft hier gesprekken voor gevoerd om de klant te laten inzien dat dit echt noodzakelijk is.

Ondertussen was begin januari aangebroken en vond ik het te lang duren, er moest iets gebeuren anders kom ik in tijdsnood. Dit heb ik aangegeven bij mijn opdrachtgever en samen hebben we alternatieve opdrachten uitgezocht, er stond dus per direct een plan b klaar waar al goedkeur voor was. Ondertussen had Caiway lucht gekregen dat ik in direct contact sta met de 'concurrent'. Ik onderhoud direct contact met mensen binnen KPN (mobile) en Caiway zag dit als een bedreiging, hier wilde de klant intern nog overleg over hebben om tot een besluit te komen. Dit ben ik voor geweest door aan te geven dat ik niet meer open sta voor deze opdracht omdat dit mij teveel tijd kost, mijn hoofddoel is afstuderen.

Tijdens dit besluit had ik direct in mijn achterhoofd dat plan b al klaar lag, dit was de Reddingsbrigade Nederland. Deze klant heeft netjes een briefing gestuurd naar Eleven waarin is aangegeven wat er verwacht werd en wat hun wensen zijn. Deze briefing heb ik geanalyseerd en samen met de accountmanager overleg gepleegd over de wensen die de klant heeft.

In de briefing is er letterlijk gevraagd om een ontwerpplan voor een landelijk registratiesysteem voor alle brigades die aangesloten zijn binnen Reddingsbrigade Nederland. De opdracht tot realisatie zou in een later stadium besproken worden, wanneer het ontwerpplan gereed was.

De huidige situatie van Reddingsbrigade Nederland is op een vrij ouderwetse manier, de brigades registreren hun cijfers op papieren formulieren. Deze formulieren worden vervolgens per mail of per post één keer per week naar Reddingsbrigade Nederland verstuurd. Hier worden de gegevens overgenomen en geregistreerd in een systeem waar alle gegevens opgeslagen worden. Dit proces wil Reddingsbrigade Nederland efficiënter inzetten en er zo voor zorgen dat gegevens realtime beschikbaar worden.

Reddingsbrigade Nederland heeft de wens om de brigades, degene die het systeem gaan gebruiken, dicht te betrekken bij de ontwikkeling van het systeem. Hiervoor was er op voorhand al een bijeenkomst gepland waarbij vanuit alle brigades twee afgevaardigden per brigade aanwezig mochten zijn. De insteek van deze avond was het creëren van draagvlak voor het ontwikkelen van een nieuw landelijk registratiesysteem.

Ook wij van Eleven zijn uitgenodigd voor het bijwonen van deze avond, op deze manier krijgen wij inzicht in de doelgroep en hun beleving bij het ontwikkelen van een nieuw digitaal registratiesysteem. Er is besloten dat ik als interaction designer en de accountmanager samen deze avond zullen bezoeken.

Op voorhand heb ik aangegeven dat het handig is, als dit mogelijk is, om een werkgroep samen te stellen van ongeveer 10 personen. Het liefst van verschillende brigades met verschillende belangen bij een landelijk registratiesysteem. Deze werkgroep zal dan garant staan voor de achterban en alle brigades, dit werkt efficiënt en in een later stadium krijg je op deze manier waardevolle feedback op het ontwerpplan. Reddingsbrigade Nederland had deze werkwijze ook voor ogen en afgesproken is dat er tijdens de bijeenkomst een werkgroep samengesteld zal worden.

Zie in **BIJLAGE F** voor de briefing.

5.2. ORIËNTATIE PROJECT

Door de duidelijk beschreven briefing was voor ons duidelijk welke organisatiedoelstellingen de Reddingsbrigade Nederland heeft met het ontwikkelen van een landelijk digitaal registratiesysteem. De gebruikersbehoeften waren nog niet duidelijk, hier heeft Reddingsbrigade Nederland al op ingespeeld door een bijeenkomst te organiseren.

Het doel van deze avond was vanuit Reddingsbrigade Nederland draagkracht te creëren voor een nieuw landelijk digitaal systeem. Vanuit Eleven was dit een goed moment om te kijken wie de gebruikersgroep is en wat hun verwachtingen hierbij zijn. De indeling en verloop van de avond was volledig in handen van Reddingsbrigade Nederland, wij waren slechts voyeurs. Zie onderstaand voor de invulling van de avond:

- Waarom een landelijk systeem?
- Presentaties zelf ontwikkelde systemen brigade
- Reacties en input naar aanleiding van presentaties en het landelijk registratie systeem
- Samenstellen werkgroep

Tijdens deze avond worden er dus bestaande registratiesystemen gepresenteerd, al deze systemen zijn zelf door brigades ontwikkeld. Voor ons is het zaak goed te kijken naar deze systemen en het beste van alles eruit te halen. Binnen deze systemen liggen verkapte user needs, dit omdat de brigades op eigen initiatief een systeem hebben ontwikkeld die aan hun wensen voldoen. Tijdens alle presentaties hebben wij vanuit Eleven niet aan het woord geweest, dit is een bewuste keuze geweest. Op deze manier praten de mensen vanuit hun eigen behoefte zonder daarin beïnvloed te worden door ons.

Er is veel genotuleerd tijdens deze bijeenkomst, de uitkomst van deze avond was verrassend positief. Waar er veel onenigheid werd verwacht, is er juist een draagkracht voor het ontwikkelen van een landelijk systeem. Het samenstellen van een werkgroep verliep ook soepel, er is aangegeven dat we verschillende soorten brigades binnen een werkgroep van maximaal 10 personen willen hebben. Met deze mensen gaan we het ontwikkeltraject in om tot een ontwerpplan te komen waar iedereen achter staat.

Na deze avond is de verzamelde informatie uitgewerkt tot een verslag van de avond, zie hiervoor **BIJLAGE F**. De avond is nog een keer nabesproken met de accountmanager en onze bevindingen zijn naast elkaar gelegd, in grote lijnen kwamen deze overeen. Er is afgesproken met Reddingsbrigade Nederland om een start te maken met het ontwerpplan.

5.3. ONDERZOEK COMMUNICATIEBOODSCHAP, MERK + MERKWAARDES

Uit gesprekken met Reddingsbrigade Nederland is gebleken dat het design geen belangrijke factor is. Echter moet het design wel herkenbaar blijven als zijnde Reddingsbrigade Nederland. Door het ontbreken van volledige informatie over de communicatiedoelstellingen vanuit Reddingsbrigade Nederland en het imago is het voor het ontwerpplan noodzakelijk hier onderzoek naar te doen. Deze informatie is belangrijk voor de uitstraling en herkenbaarheid die het design zal krijgen. De informatie is voornamelijk van belang voor de vormgever die het uiterlijk van het ontwerp zal verzorgen. Een belangrijk punt binnen het ontwikkelen van het ontwerp is dat deze functioneel ondersteunend moet zijn binnen het systeem.

Door het ontbreken van goede informatie ben ik uit gegaan van de missie en visie die de Reddingsbrigade Nederland heeft beschreven in een online document. Hierin staat dat Reddingsbrigade Nederland zich focust op drie sectoren, te weten; waterhulpverlening en rampenbestrijding, opleiden en sport. De missie is het voorkomen en bestrijden van verdrinkingsdood.

Verderop in dit document staat beschreven dat Reddingsbrigade Nederland de visie heeft breed erkend te zijn als AUTORITEIT, UITVOERDER, INNOVATOR en ADVISEUR. Deze vier elementen heb ik aangenomen als de merkwaarden die Reddingsbrigade Nederland wil uitstralen. Het is belangrijk deze in kaart te brengen om duidelijk te maken welk 'gevoel' en uitstraling Reddingsbrigade Nederland nastreeft. Dit 'gevoel' moet terugkomen in het uiteindelijke resultaat, op deze manier wordt het uiteindelijke systeem geïdentificeerd met Reddingsbrigade Nederland en voelen alle brigades zich hier thuis (stuk herkenbaarheid).

Het is heel lastig om deze bevindingen tekstueel vast te leggen, een gevoel of uitstraling is immers niet in woorden te uiten. Om de boodschap toch duidelijk te maken welk gevoel en uitstraling nagestreefd wordt heb ik er toe besloten om een moodboard te ontwikkelen. Aan de hand van de vier merkwaardes en het gebruik van foto's die aan de uitstraling voldoen binnen een merkwaarde wordt er een beeld gescherpt van de uitstraling die Reddingsbrigade Nederland nastreeft. Voor de vormgever levert dit een richtlijn en eventueel inspiratie op voor het ontwerpen van een design.

Zie figuur 5.1. voor het ontwikkelde moodboard van Reddingsbrigade Nederland.

HHH HHH I ELEVEN

FIGUUR 5.1. – MOODBOARD BRAND IDENTITY REDDINGSBRIGADE NEDERLAND



5.4. ONTWIKKELEN ONTWERPPLAN

Er is een basis gelegd om vanuit te werken door te kijken naar de organisatiedoelstellingen binnen de opdracht, de gebruikersbehoeften vanuit de bijeenkomst en de communicatiedoelstellingen, merk en merkwaarden. Vanuit deze basis kan het ontwerpplan opgestart worden.

Dit zal gebeuren aan de hand van de eerder beschreven methodiek van Jesse James Garrett, binnen dit hoofdstuk bespreek ik de planes die doorlopen zijn en hoe deze tot stand zijn gekomen. Binnen de planes komen ook de gebruikte technieken naar voren.

De surface plane is in deze buiten beschouwing gelaten, dit is het ontwerpen van het uiteindelijke uiterlijk van het systeem. Dit gebeurt door een vormgever in samenspraak met de interaction designer. Voor het bezichtigen van het totale ontwerpplan verwijs ik u graag naar **BIJLAGE F**.

5.4.1. STRATEGY PLANE

De eerste fase die in kaart gebracht moet worden is de strategy plane, deze fase bevat niet alleen wat de mensen die de webapplicatie beheren willen en verwachten van de webapplicatie. Maar ook wat de gebruikers van de webapplicatie willen en verwachten. Hiervoor wordt er gekeken naar twee aspecten binnen deze plane, dit zijn;

- Site objectives
- User needs

Naast deze twee aspecten wordt ook de brand identity van de organisatie vastgesteld. Dit is uitgebreid besproken in hoofdstuk 5.3. Dit onderdeel is belangrijk voor het gevoel en de uitstraling die de organisatie nastreeft en kan als inspiratiebron dienen voor de vormgever.

SITE OBJECTIVES

De site objectives zijn in feite de organisatiedoelstellingen, hierin wordt gekeken naar wat de organisatie wil bereiken met het ontwikkelen van een webapplicatie. Aan de hand van de briefing waarin Reddingsbrigade Nederland al duidelijk aan gaf wat hun wensen en verwachtingen zijn van de webapplicatie en gesprekken die gevoerd zijn hebben wij deze doelstellingen in kaart kunnen brengen.

Gesprekken over de doelstellingen zijn belangrijk in deze fase, vaak denken opdrachtgevers te weten wat ze willen maar blijkt na gesprekken dat er dingen toch anders bedoelt zijn dan eerder omschreven. Bij Reddingsbrigade Nederland was dit niet het geval, toch is het goed dit te controleren aan de hand van gesprekken. Op deze manier zitten alle partijen op één lijn en zijn de verwachtingen voor beide partijen duidelijk.

Tijdens het gesprek met Reddingsbrigade Nederland heb ik geprobeerd een discussie te creëren, dit door tegendraads te reageren op de opmerkingen van de klant. Zelfs als ik het met de klant eens was deed ik dit, op deze manier maak je de klant bewust van hun vraag en de verwachtingen die gevraagd zijn. Door deze discussie is alles nog eens goed besproken en duidelijk gemaakt.

Vanuit de briefing en de gesprekken zijn de site objectives samengesteld. Dit zijn de volgende:

- Efficiëntie – sneller en gemakkelijker gebeurtenissen kunnen registreren
- De registratie van gebeurtenissen, werkzaamheden etc. binnen brigades op één lijn krijgen.
- Consistentie binnen de gebruikte termen
- Betrokkenheid creëren vanuit de volgende partijen:
 - Brigades onder elkaar
 - Burgers
- Gemeente aantonen van waarde brigades (subsidie/faciliteiten genereren)
- Aantonen wat de brigade doet (actueel)
 - Media (regionaal/landelijk)
 - Sponsoring

De organisatiedoelstellingen vanuit Reddingsbrigade Nederland zijn bewust globaal gehouden, voor de organisatie is het belangrijkste dat ze efficiënter de gegevens kunnen beheren en registreren. Daarnaast willen ze de brigades (eindgebruikers) de vrijheid geven om het systeem naar hun wensen in te delen. Dit gebeurt binnen de user needs.

USER NEEDS

Binnen de user needs worden de wensen en verwachtingen van de eindgebruiker in kaart gebracht. Dit zijn doelstellingen die van buiten de organisatie komen en dus hierbij worden toegevoegd. Echter voordat we de wensen van de eindgebruiker kunnen bepalen moeten we eerst weten wie de eindgebruiker is.

Tijdens de bijeenkomst van Reddingsbrigade Nederland heb ik al een indruk kunnen krijgen van de eindgebruiker en hun wensen. Echter is dit een beeld van een momentopname en is dit onvoldoende. Hiertoe heb ik besloten de doelgroep wat meer te specificeren, dit heb ik tijdens gesprekken met Reddingsbrigade Nederland boven tafel geprobeerd te krijgen. Door gericht te vragen naar wie deze vrijwilligers zijn en daarnaast door veel te zoeken op internet bij brigades en hulpverlening forums.

Hierdoor heb ik een globaal beeld kunnen creëren van de doelgroep en deze aan de hand van verschillende aspecten beschreven. Deze aspecten zijn algemene punten waarop je een beeld creëert van de doelgroep, daarnaast is het specifieke aspect, de rangorde, meegenomen.

Dit zijn de volgende aspecten:

- Geslacht
- Leeftijd
- Opleidingsniveau
- Inkomens
- Mediagebruik
- Karakterkenmerken
- Globale rangorde bij brigades

Dit heeft mij een globaal beeld gegeven van de eindgebruiker, echter is dit beeld nog niet specifiek genoeg. Ik wil graag weten wie heeft de meeste intensiteit met het te ontwikkelen systeem. Alle gebruikers zullen er mee te maken krijgen echter de een wat meer dan de ander. Hiertoe is er besloten om deze globale doelgroep te segmenteren en prioriteren.

Doordat ik de rangorde bij brigades heb beschreven weet ik welke personen, welke verantwoording hebben binnen de organisatie. Dus ook direct welke personen intensief gebruik zullen gaan maken van het systeem en welke in mindere mate. Door de globale doelgroep onder te verdelen in deze rangorde heb ik een segmentatie binnen de doelgroep. Ik kon de doelgroep onderverdelen in de rangorde door informatie die aangeleverd is vanuit Reddingsbrigade Nederland en door de werkgroep, deze staat garant voor de achterban van de brigades.

De verdeling leverde een segmentatie van drie groepen op:

Primair:

- Algemeen strandwacht commandant
- Postcommandant

Secundair:

- Strandwacht
- Schipper
- Chauffeur

Tertiair:

- Junior strandwacht

Tekstueel levert deze informatie weinig beeld op, en om meer gevoel te creëren van deze mensen kunnen er persona's ontwikkeld worden, dit heb ik ook gedaan. Een persona staat garant voor de doelgroep en is een fictief persoon, het geeft een idee en een beeld bij de eindgebruiker. Ik heb voor elk segment persona's gemaakt, dit omdat elk persoon gebruik gaat maken van het te ontwikkelen systeem.

Als voorbeeld heb ik een persona toegevoegd in mijn verslag, zie hiervoor figuur 5.2.

Primaire Persona - Designing for teamplayers.



UITENDIENST

Naam : Maarten van Ravesteijn

Leeftijd : 34 Jaar

Geslacht : Man

Ervaring : 15 Jaar bij Reddingsbrigade

Functie : Postcommandant 

Wie is Maarten?

Maarten is enorm betrokken bij de reddingsbrigade. Wanneer er evenementen zijn of bijeenkomsten, Maarten is er altijd bij. Naast zijn betrokkenheid bij de reddingsbrigade heeft hij een baan als gymleraar en is hij getrouwd en heeft een zoontje van 2 jaar.

Maarten is goed op de hoogte van alle nieuwe media technieken en is zelf in het bezig van een smartphone en een Laptop. Hij is nu 4 jaar actief als post-commandant en vindt dat het huidige registratie systeem gemakkelijk gedigitaliseerd kan worden. Dit scheelt hem een hoop papierwerk!

FIGUUR 5.2. – ONTWIKKELD PERSONA VOOR DE DOELGROEP BINNEN DE USER NEEDS.

Nu er een duidelijk beeld van de doelgroep is gecreëerd kan er gekeken worden naar de wensen en verwachtingen van de doelgroep. Deze heb ik in kaart kunnen brengen dankzij informatievoorziening van de werkgroep en de bijeenkomst van Reddingsbrigade Nederland. Op deze avond zijn veel verschillende systemen gepresenteerd, hierin werden zowel de positieve als negatieve kanten benoemd. Deze punten zijn verwerkt in het verslag van de avond en zijn meegenomen binnen de user needs.

De volgende gebruikersbehoeften zijn te benoemen vanuit de verkregen informatie vanuit de werkgroep, doelgroeponderzoek en bijeenkomst:

Het systeem;

- ...is zowel lokaal als webbased bruikbaar. (voorkeur webbased)
- ...is zelf in te delen naar de benodigdheden van de brigade (beschikt over een beheerderscherm die functies toekent aan het systeem en de bevoegdheid van personen binnen de functies)
- ...moet een dagregistratie bevatten
 - Aanwezigheid personen registreren → per post mogelijk
 - Dagrapport
 - Openen / sluiten van post
 - Mogelijkheid om evenementen te registreren
- ...moet een checklist voor voertuigen bevatten
- ...moet realtime een actie kunnen loggen in een logboek
- ...moet acties als EHBO, vermissing etc. kunnen registreren met specifieke informatie
- ...geeft realtime het weer en getijden aan
- ...levert informatie aan externe hulpverleners (politie, ambulance etc.)
- ...biedt ondersteuning bij het ondernemen van acties
- ...geeft een realtime roosterindeling → mogelijkheid om zelf 'gaten' op te vullen
- ...biedt de mogelijkheid tot vlaggenregistratie
- ...biedt de mogelijkheid tot registreren van functies/diploma's
- ...heeft een rollenverdeling, niet iedere gebruiker kan gebruik maken van alle functies
- ...toont de locaties van verschillende faciliteiten als AED, paviljoens etc.
- ...heeft de mogelijkheid tot prioreregistratie
- ...levert algemene informatie als telefoonlijsten, reglementen en protocollen
- ...verstrekt papieren versie van de ingevoerde data (printfunctie)

5.4.2. SCOPE PLANE

De wensen en verwachtingen van zowel de organisatie als de gebruikers zijn nu in kaart gebracht, nu kan er gekeken worden naar de omvang van het systeem. Hier wordt er gekeken naar twee aspecten de functional specifications en de content requirements.

Om dit in kaart te brengen heb ik allereerst een afspraak geplant met de accountmanager die ook aanwezig was bij de bijeenkomst van Reddingsbrigade Nederland. Samen met hem heb ik mijn bevindingen besproken en toegelicht, dit gaf een duidelijk beeld van de uitgangssituatie en zo nodig konden ontbrekende dingen worden toegevoegd. Van daaruit hebben we gekeken naar de mogelijkheden die er zijn om aan deze wensen en verwachtingen te voldoen. Door dit op deze manier te doen volgen automatisch de functional specifications en content requirements.

Het is belangrijk tijdens dit proces geen grenzen of beperkingen aan de mogelijke oplossingen te geven, op deze manier ontstaat er een volledige creatieve vrijheid en zijn alle besproken oplossingen niet goed maar ook niet fout. Tevens is dit een manier van elkaar triggeren om tot betere ideeën of oplossingen te komen. In het begin was het voor de accountmanager een vreemde manier van benaderen omdat er hierdoor veelal onrealistische oplossingen ontstaan, hier heb ik aangegeven dat het gemakkelijker is om dingen te verkleinen naar iets realistisch dan iets te vergroten wat afgekaderd is.

Tijdens deze brainstormsessie zijn we meerdere oplossingen gekomen voor de wensen en verwachtingen van de organisatie en de eindgebruikers. Deze oplossingen waren doordat er vrij gedacht kon worden niet altijd realistisch, alleen konden deze oplossingen wel realistisch gemaakt worden. Zo was er bijvoorbeeld de wens dat het systeem zowel lokaal als webbased beschikbaar moet zijn. Dit is een eis wat vrijwel onhaalbaar wordt gezien de technische mogelijkheden als het beschikbare budget, dit zou op meerdere manieren opgelost kunnen worden, de brigades krijgen de beschikking over een 'dongel' waardoor er wel een internetverbinding is. Of de gegevens worden achteraf ingevoerd, hiermee komen echter enkele andere doelen in gevaar zoals het realtime gegevens kunnen opvragen.

Dit probleem is voorgelegd aan Reddingsbrigade Nederland, deze heeft aangegeven dat er vanuit moet worden gegaan binnen deze opdracht dat er een internetverbinding beschikbaar is. Dit betekent dus dat wij hierin geen beperking hebben en Reddingsbrigade Nederland zorgt dat dit probleem opgelost wordt.

Op deze manier zijn alle wensen en verwachtingen intern besproken bij Eleven, hierdoor zijn de functional specifications en content requirements in kaart gebracht. Deze heb ik binnen het ontwerpplan uitgeschreven. Per functie is beschreven wat hier verwacht wordt, vervolgens zijn de functies aan de hand van een gesprek teruggekoppeld aan de site objectives en user needs. Op deze manier hebben we er voor gezorgd dat alle wensen en verwachtingen zijn aangetikt.

Nu de functional specifications helder zijn moeten deze geprioriteerd worden. Dit zorgt ervoor dat wanneer het systeem gerealiseerd wordt duidelijk is welke functies het systeem sowieso moet bevatten om waardevol te zijn. Het prioriteren heb ik gedaan vanuit de MoSCoW-methode, door dit te doen ontstaat er een lijst van functies die in het systeem moeten zitten, die zeer wenselijk zijn, die leuk zijn om te hebben en die niet haalbaar zijn binnen dit project.

Het bepalen van de prioriteiten heb ik gedaan op basis van de gestelde doelen aan het begin van het proces. Zo is een functie als social media leuk om te hebben maar niet heel waardevol voor de gestelde doelen. Het doel van de webapplicatie is efficiënter gegevens kunnen verwerken, hierdoor is het registreren van een dagjournaal of hulpverlening wel een must om te hebben binnen dit project en genieten daardoor een hogere prioriteit.

Door een prioriteitenlijst te maken is het tevens voor de projectmanager gemakkelijker een tijdsplanning te maken aan de hand van de gestelde prioriteiten.

5.4.3. STRUCTURE PLANE

De omvang van het systeem en de functies zijn bekend, nu kan er over gegaan worden naar de structure plane. Hier wordt vorm gegeven aan het te ontwikkelen systeem. Dit gebeurt aan de hand van interaction design en information architecture. Binnen het interaction design wordt er gekeken naar hoe reageert het systeem op input van de gebruiker. Binnen de information architecture wordt er gekeken hoe ziet de pagina indeling van het systeem er uit. Deze twee elementen staan binnen de structure plane centraal.

EERSTE OPZET

Doordat er gewerkt moest worden met een werkgroep en deze niet altijd beschikbaar is, is er voor gekozen de eerste opzet van het systeem vanuit expertise en de beschikbare informatie te realiseren. Dit is mogelijk doordat de doelgroep en opdrachtgever uitvoerig onder de loep genomen is. Er is een duidelijk beeld ontstaan van deze groepen en hun wensen en verwachtingen.

Uit de eerste gesprekken is gebleken dat een rollenverdeling binnen het systeem een belangrijk aspect is. Niet iedere rang heeft toegang tot alle functies, dit dient afgeschermd te worden. Echter moet het systeem wel ten alle tijden beschikbaar blijven mocht er zich een noodsituatie voordoen. Hierdoor heb ik bedacht dat er een dubbele beveiligingslaag ontwikkeld moet worden. De eerste laag is toegankelijk voor iedereen binnen de brigade en maakt de meest noodzakelijke functies beschikbaar. De tweede laag is op ‘user niveau’ hier kijkt het systeem naar de mogelijkheden die een persoon binnen het systeem toegewezen heeft gekregen.

Het idee klonk goed maar was niet ideaal, de vraag: “hoe werkt dit in de praktijk?” werd al snel gesteld. Wanneer er steeds in en uitgelogd moet worden komt dit de efficiëntie van het systeem niet ten goede. Dit betekend dat het rollensysteem op een andere manier ingezet moet worden. Hiervoor heb ik gekeken naar Windows en Facebook. Bij Windows is het mogelijk om meerdere gebruikers binnen één systeem te gebruiken, echter kan er maar één gebruiker tegelijkertijd actief zijn. Om van gebruiker te wisselen moet de actieve gebruiker vergrendelt worden om de andere gebruiker aan te melden. Dit is via Windows niet efficiënt ingezet om direct tussen personen te schakelen, hiervoor is er naar Facebook gekeken. Binnen de Facebook chat is er ten alle tijden een lijst met personen beschikbaar. Deze lijst zal als basis dienen voor het vergrendelen en ontgrendelen van gebruikers binnen het systeem. Op deze manier wordt de efficiëntie en beveiliging binnen het systeem gewaarborgd.

Om de werking van onder andere de rollenverdeling en andere processen binnen het systeem verder uit te denken is het gebruik van flowcharts een handige techniek. Hiermee wordt de werking van een proces uitgetekend en komen eventueel knelpunten naar boven waar nog eens goed over gedacht moet worden. Voor de volgende processen zijn er flowcharts ontwikkeld, dit omdat deze processen het belangrijkste of intensief zijn.

De volgende processen zijn uitgewerkt tot flowchart:

- Globale werking volledig systeem
- Dagjournaal openen
- Dagjournaal afsluiten
- Hulpverlening groot
- Hulpverlening klein
- Hulpverlening vermissing/vondeling

Het volledige systeem zal aangeven hoe er tot een kleiner proces gekomen kan worden, wanneer alle processen binnen één tekening geplaatst worden zal de flowchart onoverzichtelijk worden. Er is door deze reden er voor gekozen om binnen het volledige systeem het startmoment van kleinere processen aan te geven om deze vervolgens apart uit te tekenen.

Naast de flowcharts is direct gekeken naar de indeling van het systeem, dit gebeurt aan de hand van een sitemap. Deze twee aspecten zijn afhankelijk van elkaar, de flowchart bepaald hoe een proces verloopt en een sitemap hoe de indeling van categorieën en pagina's binnen het systeem eruit ziet.

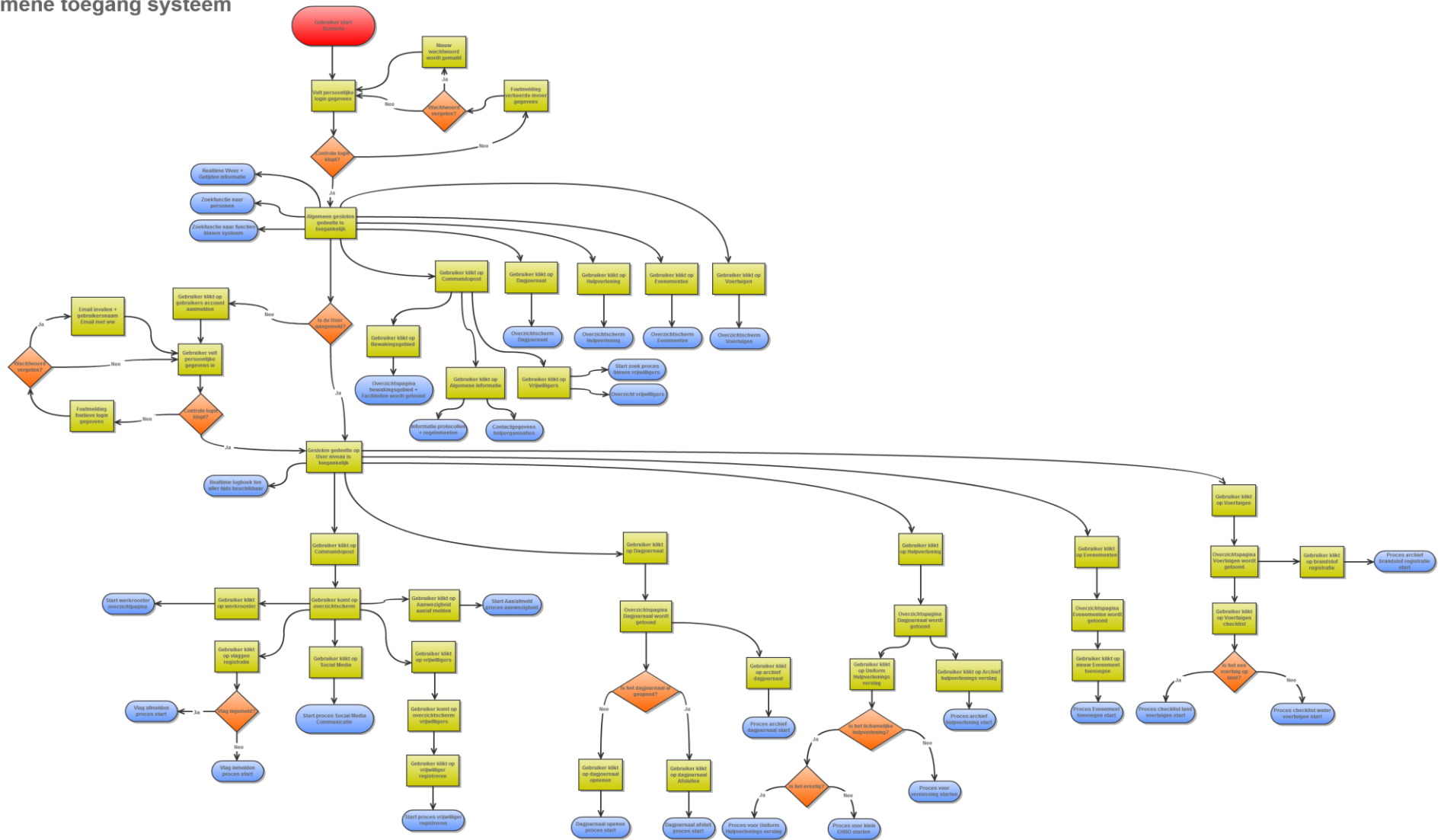
Voor de sitemap zijn er vijf categorieën bedacht aan de hand van de verzonden functional specifications. Het is belangrijk dat het label van de categorie de lading dekt voor de functies die onder deze categorie liggen. Er is voor gekozen om de namen dicht bij de gebruikte termen te houden die al bekend zijn binnen de brigades. Zo heet het bijhouden van gegevens over een dag een dagjournaal en worden alle zaken geregeld binnen een commandopost. De volgende categorieën zijn bedacht:

- Commandopost
- Dagjournaal
- Hulpverleningen
- Voertuigen
- Evenementen

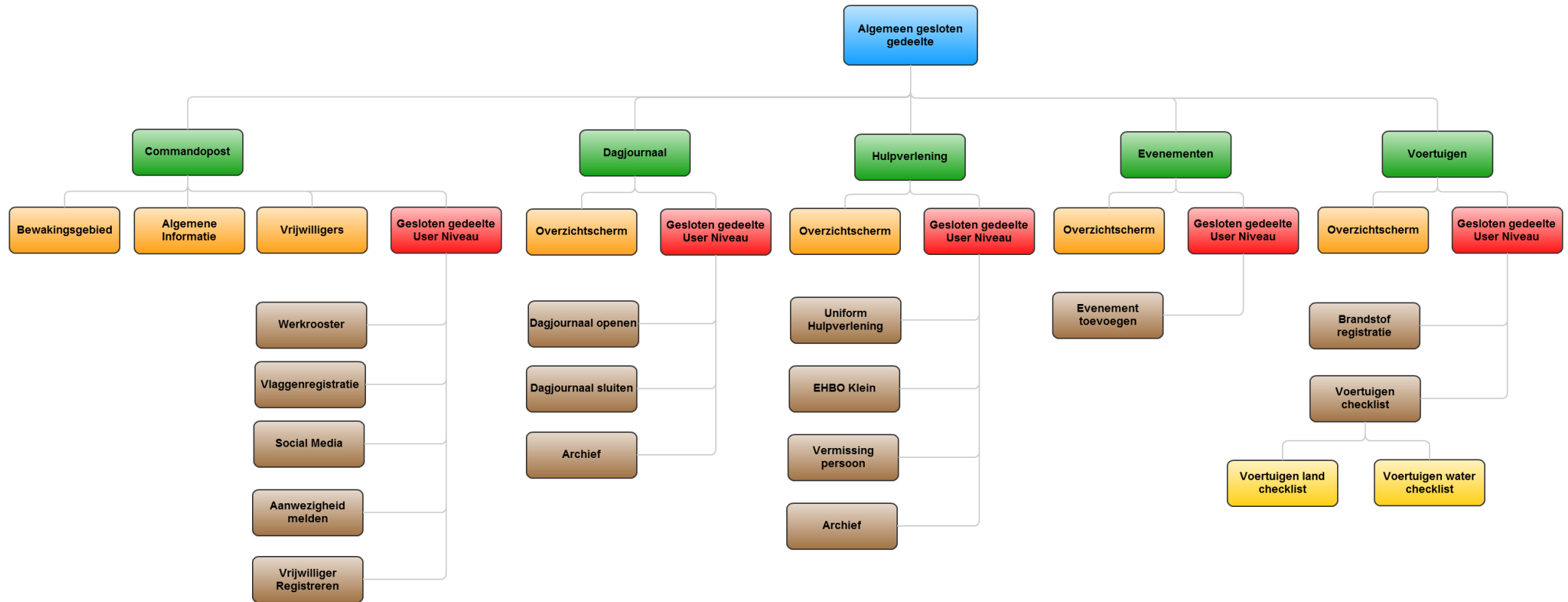
Hieronder zijn de functies onderverdeeld die ieder een eigen pagina hebben gekregen om die functie uitvoerbaar te maken. De indeling van de sitemap is gedaan op aannames vanuit de verzamelde informatie en gegevens binnen de strategie plane.

Zie figuur 5.3. op de volgende pagina voor de eerste opzet van de flowchart en figuur 5.4. voor de eerste opzet van de sitemap.

Algemene toegang systeem



FIGUUR 5.3. – EERSTE OPZET FLOWCHART VOLLEDIG SYSTEEM (GLOBAAL).



FIGUUR 5.4. – EERSTE OPZET SITEMAP SYSTEEM REDDINGSBRIGADE NEDERLAND.

CONTROLEMOMENT EERSTE OPZET

De eerste opzet is klaar, echter is deze gebaseerd op aannames vanuit de beschikbare informatie uit voorgaande planes. Doordat er de beschikking is over een werkgroep en deze garant staan voor de gehele achterban is het slim om deze opzet te toetsen aan deze groep. Het belangrijkste is dat de indeling van de website en de vastgestelde functionele specificaties kloppen en overeen komen met de verwachtingen die de eindgebruikers hebben.

Met de werkgroep is overeen gekomen dat er een paar keer samen gekomen zal worden om het ontwerpplan te bespreken. Dit is een goed moment voor mij om de aannames die gedaan zijn te toetsen aan de werkgroep. Dit gebeurt aan de hand van card sorting, hierin zijn twee varianten; de open card sorting en de gesloten card sorting. Bij de open card sorting word de gebruiker vrij gelaten om zijn eigen categorieën te benoemen en daaronder de functies verdelen. Binnen de gesloten card sorting zijn de categorieën op voorhand al vastgesteld en heeft de gebruiker de mogelijkheid functies binnen deze categorieën te verdelen.

Ik heb er voor gekozen om gesloten card sorting toe te passen, dit omdat ik een basis heb vastgesteld waarvan uit er verder gewerkt zal worden. De indeling binnen deze basis is echter nog vrij in te delen. Tijdens de voorbereiding samen met de account manager heb ik voorgesteld om card sorting toe te passen tijdens de bijeenkomst van de werkgroep. De accountmanager was nog niet bekend met deze manier van werken, maar na uitleg van de techniek enthousiast en wilde hier aan meewerken.

Tijdens de voorbereiding van de bijeenkomst heb ik mij voornamelijk geconcentreerd op het card sorting, middels deze techniek is veel informatie in te winnen en is het dus belangrijk dat de voorbereiding goed is. Binnen de voorbereiding heb ik bedacht dat de card sorting in groepsverband gedaan zal worden, dit om de discussie onderling aan te wakkeren. Door op dat moment goed te luisteren naar de werkgroep kom je veel te weten over de gedachtegang van de eindgebruiker en dit is waardevolle informatie over het gebruik van het systeem. De werkgroep bestaat uit tien personen en zal opgedeeld worden in drie groepen, twee groepen van drie personen en één groep van vier personen.

De manier waarop het card sorting uitgevoerd zal worden is ook belangrijk om goed uitgedacht te hebben. Allereerst wil ik weten hoe de globale indeling van het systeem eruit ziet in de gedachtegang van de werkgroep. De werkgroep kan de functies dan onderverdelen in de volgende categorieën:

- Algemeen gesloten gedeelte (deze functies zijn ten alle tijden beschikbaar)
- Dagjournaal
- Hulpverleningen
- Evenementen
- Voertuigen
- Commandopost

Vervolgens als de groepen een indeling hebben geef ik de groep de mogelijkheid om aan te geven welke functies binnen een categorie binnen het ‘gesloten user niveau’ moet vallen. Hiermee krijg ik een beeld van welke functies volgens de werkgroep afgesloten moeten worden en welke functies voor iedereen altijd toegankelijk moet zijn. De werkgroep kunnen dit aangeven door de functies binnen een categorie onder het kopje ‘user niveau’ te plaatsen.

Wanneer dit onderverdeelt is wil ik graag weten welke personen (rollen) het meest intensief bezig zullen zijn met een bepaalde functie. Dit kan de werkgroep aangeven door de ontwikkelde persona’s te plaatsen bij de functie/categorie die het aller belangrijkste is voor dit persoon. Hiermee krijg ik een goed beeld van hoe de rollenverdeling eruit komt te zien en welke personen het belangrijkste zijn binnen het systeem en welke in mindere mate.

Naast de vastgestelde functies kan het zijn dat de gebruikers tijdens het card sorting er achter komen dat een bepaalde functie ontbreekt of juist overbodig is. Voor het toevoegen van een ontbrekende functie krijgen de groepen de mogelijkheid om een leeg kaartje met daarop hun ontbrekende functie geschreven bij de categorie te plaatsen waar deze volgens hun hoort. Hierdoor wordt de card sorting direct een controlemoment van de user needs.

Voordat de card sorting door de werkgroep wordt gebruikt is het verstandig om de card sorting eerst zelf uit te leggen. Hiermee controleer je de card sorting op volledigheid en of de manier van werken goed werkt. Ik heb dit samen met de accountmanager gedaan, ook om hem direct een gevoel te geven bij de techniek die we gaan toepassen. De card sorting was compleet en de accountmanager heeft er een positief gevoel aan overgehouden. Zie figuur 5.5. hoe de card sorting eruit ziet die wij neergelegd hebben.



FIGUUR 5.5. – UITGELEGDE CARD SORTING ALS CONTROLEMOMENT.

Tijdens de bijeenkomst is eerst kort het ontwerpplan tot dus ver besproken, hier wil ik niet teveel tijd aan besteden aangezien er vaak een discussie staat over onderwerpen die op dat moment niet van belang zijn. De tijd die er samengewerkt kan worden met de werkgroep is schaars en daardoor des te belangrijker om deze efficiënt in te zetten.

Voor de aanvang van de avond is er een agenda opgesteld door mij in samenwerking met de accountmanager, hierin hebben we een tijdschema aangegeven. Het grootste gedeelte van de tijd zal gebruikt worden voor het card sorting. Om de werkgroep toch de ruimte te geven hebben we als opening de mogelijkheid om vragen of onduidelijkheden te bespreken. Uitgebreide discussies zijn uitgesloten en de punten worden meegenomen en later intern besproken. Ook is het vak interaction design in een notendop verteld wat dit inhoud en wat de insteek van de avond is.

Ik merkte dat er al snel, zoals verwacht, een discussie opgezet werd. Hier heb ik aangegeven dat deze ruimte er niet is en er tijdens de card sorting voldoende ruimte is om een eigen ingeving te geven aan bepaalde punten binnen het systeem. Op dit moment gaf de opdrachtgever aan de voorkeur te hebben om het meer dan 50 pagina's tellende document per pagina te doorlopen. Ook hier heb ik aangegeven dat dit niet efficiënt is en de tijd efficiënter gebruikt moet worden om tot resultaten te komen. Daarnaast heeft de opdrachtgever de mogelijkheid om op een ander moment het document te doorlopen met ons.

Op het moment dat de card sorting uitgelegd werd zag ik vertwijfelde gezichten om mij heen, mensen zagen op dat moment niet de meerwaarde van de techniek. In principe is dit niet erg, het gaat erom dat wij als Eleven zijnde dit wel zien. Door enthousiast te blijven en mensen te stimuleren door te helpen bij het toepassen van de techniek zagen steeds meer mensen de lol er van in. Door het indelen in groepsverband te doen kwamen er direct discussies op gang, dit is precies wat ik wil en bleef goed luisteren en notuleren wat er gezegd werd. Sommige functies werden wel erg gemakkelijk geplaatst binnen een bepaalde categorie, hier heb ik soms ingegrepen door de discussie aan te gaan met deze mensen waarom ze een bepaalde keuze gemaakt hebben.

De card sorting is boven verwachting goed verlopen, mensen waren enthousiast en hadden het gevoel dat alles wat ze kwijt wilde binnen de discussie op dit moment konden uiten. Nadat de card sorting voltooid was zijn de drie neergelegde systemen in zijn totaliteit toegelicht door de groepen. Vervolgens zijn er foto's gemaakt van de uitkomsten om deze op een later tijdstip te analyseren.

Nu de card sorting succesvol uitgevoerd is, moeten de verzamelde gegevens geanalyseerd worden. Het is belangrijk om hierin de rode draad van het geheel te vinden. Wat zijn de grootste overeenkomsten? Dit heb ik gedaan door de gemaakte foto's te analyseren en uit te schrijven, op deze manier zijn er drie indelingen van het systeem ontstaan.

Als eerst is er gekeken naar de indeling die in alle drie de systemen volledig overeen komen. Opvallend was dat dit het grote merendeel is, namelijk 23 van de 32 functies waren precies het zelfde ingedeeld. Dit is een zeer positieve uitkomst, hieruit blijkt namelijk dat de werkgroep het grotendeels eens is met elkaar. Vervolgens heb ik gekeken naar de overeenkomsten waarbij twee van de drie groepen het zelfde hadden, dit zijn drie functies. Wanneer je deze bij het totaal van de vorige optelt betekend dit dus dat er draagkracht is voor een indeling over 26 functie van de 32 functies. Deze gegevens heb ik omgerekend tot een procentueel getal, hier kwam uit dat voor 81,3% draagkracht is voor een bepaalde indeling van het systeem. De overige 18,7% zal dus ingedeeld moeten worden vanuit de expertise van Eleven. Voor de volledige uitschrijving van de bevindingen verwijs ik u graag naar **BIJLAGE F**.

Naast de voorgeschreven functies hebben alle groepen extra functies toegevoegd, hier zijn er twee uitgesproken die door alle groepen gemist worden binnen het systeem. Deze twee functies worden toegevoegd aan de user needs.

De volgende twee functies ontbraken nog volgens de werkgroep:

- Financiële urenregistratie
- Schade melden/verwerken

Naast de indeling van de functies is er ook gekeken naar de rollenverdeling, aan het begin van de avond is er meer malen de discussie begonnen over de rollenverdeling. Het verwijt vanuit de werkgroep was dat niet ieder persoon altijd dezelfde functie heeft. Zo kan een persoon dag één schipper zijn en dag twee postcommandant. De werkgroep heeft aangegeven dat het systeem open moet zijn voor iedere gebruiker, ook al is dit zijn eerste werkdag op de brigade. Vertrouwen is een belangrijk aspect binnen de brigade. Ook uit de card sorting is dit gebleken, onder het gesloten user niveau zijn gemiddeld per groep drie functies geplaatst. Ik heb de werkgroep en reddingsbrigade voorgelegd wat de gevolgen zijn van een open systeem en dat er een bepaald afgesloten gedeelte binnen het systeem noodzakelijk is om gegevens te verifiëren, het systeem van informatie te voorzien etc. Mijn voorstel was om op twee niveaus te werken; een algemeen niveau en een beheerders niveau. Hier stond de werkgroep achter en begreep de meerwaarde van een beheerders niveau. Hierdoor is de conclusie te trekken dat een uitgebreide rollenverdeling aan de hand van functies binnen het systeem waardeloos is en dit op een eenvoudige manier wordt ingezet.

Opvallend bij de categorie namen is dat commandopost vrijwel ongebruikt bleef en iedereen het kopje voertuigen heeft veranderd in middelen. De commandopost werd niet begrepen door de gebruikers, het werd geassocieerd met de werkplek van een uitkijkpost op het strand, hier is een andere naam voor verzonnen; “mijn brigade”. Het kopje “voertuigen” is veranderd in “middelen” omdat de voertuigen door de werkgroep worden geassocieerd met wagens en niet met vaartuigen. Hier had ik op voorhand niet goed over nagedacht en aan de hand van card sorting toch inzicht in verkregen.

Met deze gegevens wordt de eerste opzet van het ontwerpplan aangepast.

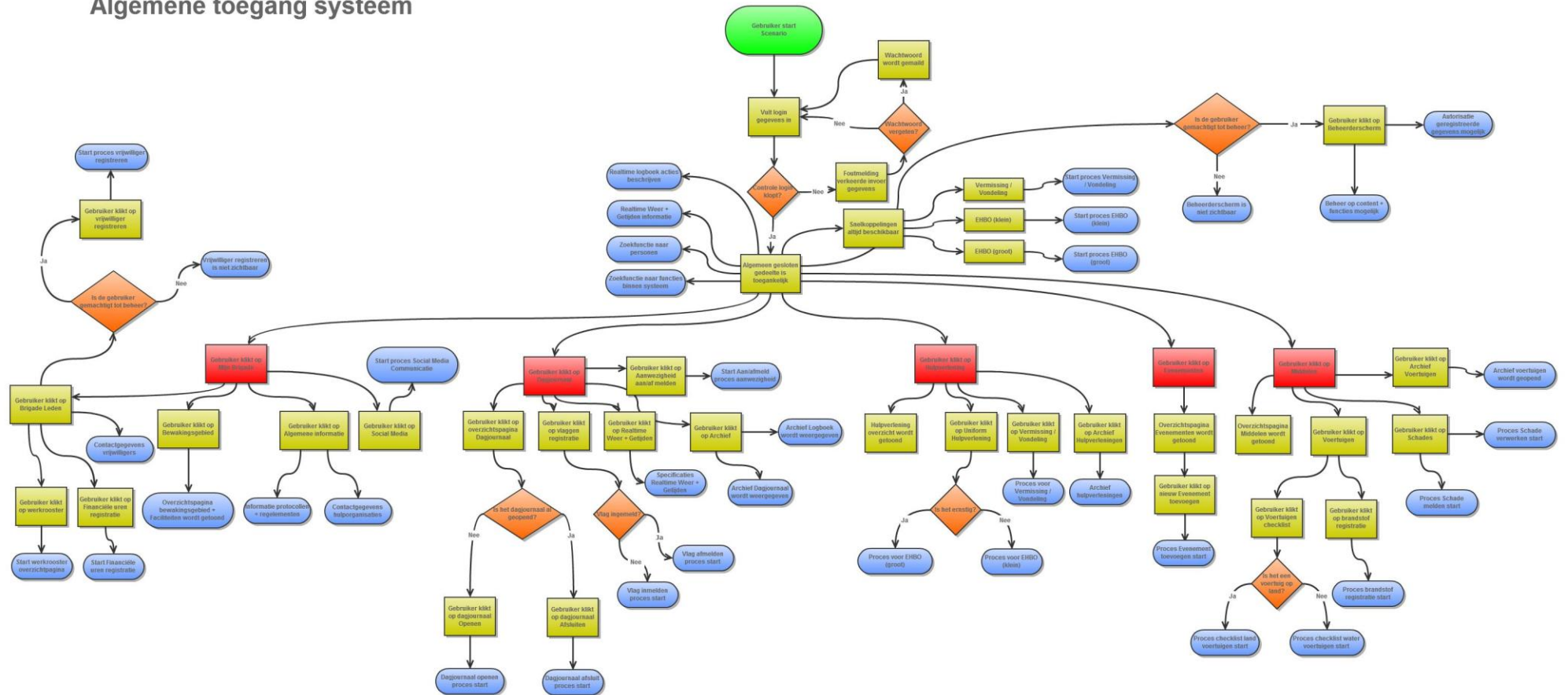
FINALE OPZET

De bijeenkomst heeft veel input geleverd aan de hand van card sorting, deze gegevens zijn geanalyseerd en moeten nu verwerkt worden binnen het ontwerpplan. Alle conclusies die bij de analyse naar boven zijn gekomen heb ik verwerkt binnen het plan. Zo zijn functies toegevoegd bij de user needs, is de indeling van de website anders ingezet en hebben enkele categorieën een andere naam gekregen.

Dit leverde voor de flowcharts en sitemap een nieuwe indeling op. Deze indeling is aan de hand van het aangepaste ontwerpplan tot stand gekomen. Daarnaast is uit de test met de werkgroep gebleken dat een dubbele beveiligingslaag binnen het systeem niet noodzakelijk is en er op vertrouwelijke basis gewerkt moet worden. Echter moeten de gegevens die ingevoerd zijn wel gecontroleerd worden door een verantwoordelijke binnen de brigade. Hiertoe is er besloten om twee verschillende login niveaus toe te passen, de eerste login zal de algemene login voor de brigade zijn. Hierin zijn alle functies tot registratie beschikbaar, ook informatieve gegevens als protocollen en reglementen kunnen opgevraagd worden. Daarnaast is er het beheerders login, wanneer hiermee wordt ingelogd kunnen gegevens worden geverifieerd, bewerkt, verwijderd en toegevoegd worden. De beheerder kan ook aangeven welke functies voor het systeem actief worden en welke niet nodig zijn voor de desbetreffende brigade. Op deze manier is het mogelijk het systeem in te delen naar de wensen van een specifieke brigade.

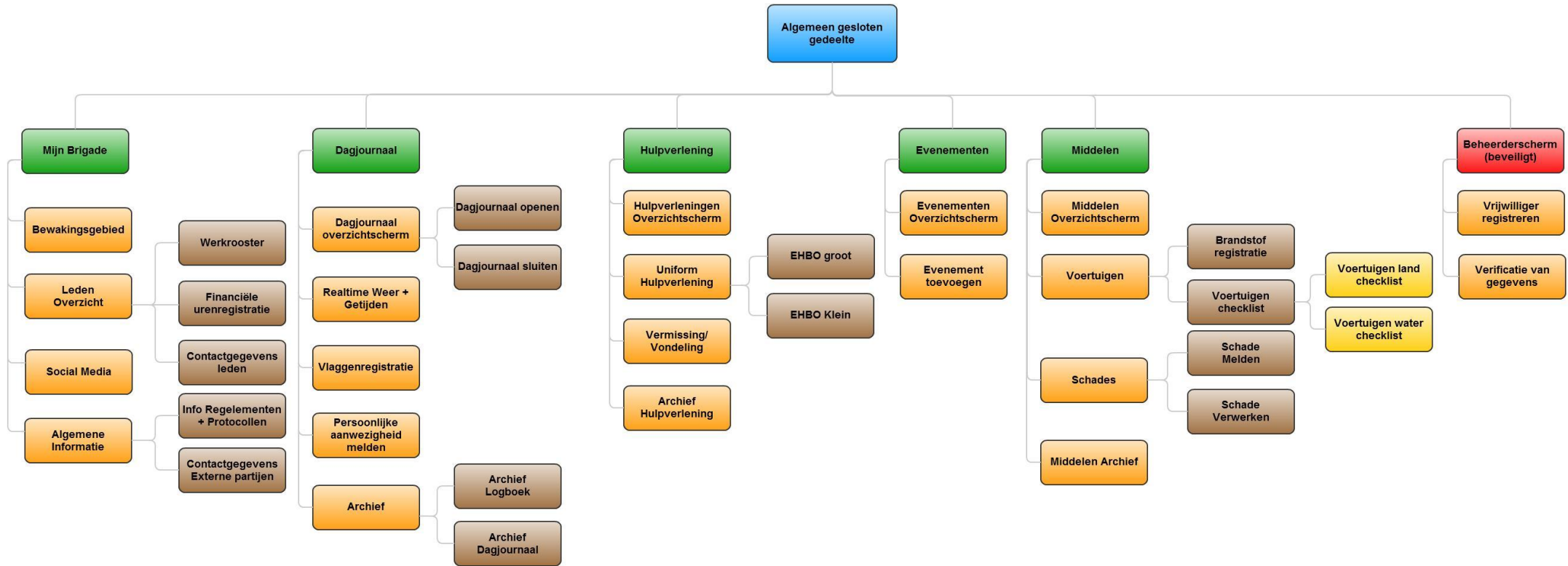
Zie op de volgende pagina figuur 5.6. voor de nieuwe flowchart van het globale systeem en figuur 5.7. voor de nieuwe sitemap.

Algemene toegang systeem



FIGUUR 5.6. – FLOWCHART INDELING ALGEMEEN SYSTEEM (GLOBAAL).

Sitemap Reddingsbrigade Nederland Digitaal systeem



FIGUUR 5.7. – SITEMAP SYSTEEM REDDINGSBRIGADE NEDERLAND.

5.4.4. SKELETON PLANE

Binnen de skeleton plane wordt er gekeken naar hoe de indeling van het systeem eruit ziet. Binnen dit gedeelte wordt het systeem concreter en wordt er een beeld gecreëerd van het eindproduct. Dit gebeurt aan de hand van wireframes. Deze wireframes geven een draadmodel weer van het verwachte eindresultaat, dit zegt echter nog niks over de visuele uitstraling van het systeem. Het gaat puur om de indeling.

Doordat er uitgebreid vooronderzoek is gedaan en daaruit de sitemap en flowcharts zijn voortgevloeid is het opzetten van een wireframe gemakkelijker. De indeling van de pagina's en hoe het systeem reageert binnen bepaalde processen zijn al bedacht. De flowcharts en sitemap bieden het uitgangspunt bij het ontwikkelen van de wireframes.

Voordat ik ben begonnen direct digitaal te gaan tekenen heb ik als eerst mijn schetsboek gepakt en ben ik daar gaan tekenen. Ik ben hier uitgegaan van het basisscherm, het gaat hier om de indeling van de functies die ten alle tijden beschikbaar moeten zijn binnen het proces en daardoor dus altijd in het scherm aanwezig zijn.

- Hoofdmenu
- Widget realtime weergave van het weer + getijden
- Realtime logboek voor het bijhouden van ondernomen acties
- Zoekfunctie naar functies binnen systeem
- Lijst van aanwezige personen binnen de brigade
- Zoekfunctie naar leden binnen de brigade
- Snelkoppelingen;
 - Klein EHBO
 - Groot EHBO
 - Vermissing/vondeling
 - Nieuw lid aanmelden (enkel op beheerder niveau)

De reden dat ik eerst op papier ben gaan tekenen in plaats van digitaal is dat het tekenen op papier oneindige mogelijkheden biedt en een digitaal programma altijd beperkt is tot de aangeboden mogelijkheden binnen het programma. Vervolgens zal het getekende model gedigitaliseerd worden, vanuit deze basis kunnen andere pagina's ontwikkeld worden.

De lijst van functies die ten alle tijden beschikbaar moeten zijn binnen het systeem is groot, daarbij komt nog dat er rekening moet worden gehouden met een afmeting van 1024x768 pixels. Deze afmeting is op basis van de beschikbare computers binnen de brigades, deze zijn veelal verouderd en bieden niet de mogelijkheid tot breedbeeld. De indeling van het basisscherm zal dus op een slimme manier ingezet moeten worden.

Ik ben begonnen met het indelen van de basis elementen binnen het basisscherm. Dit zijn het hoofdmenu, het logo van de reddingsbrigade en het afmelden van de brigade. Deze heb ik bovenaan de pagina horizontaal ingedeeld. Binnen het hoofdmenu zijn onder sommige categorieën submenu items, deze worden beschikbaar door middel van een dropdown menu. Zo zijn deze items enkel in beeld wanneer de gebruiker dit verwacht ver verder verscholen liggen achter een categorie. Links boven het hoofdmenu is het logo van de reddingsbrigade geplaatst, rechtsboven is tekstueel het afmelden van de brigade geplaatst.

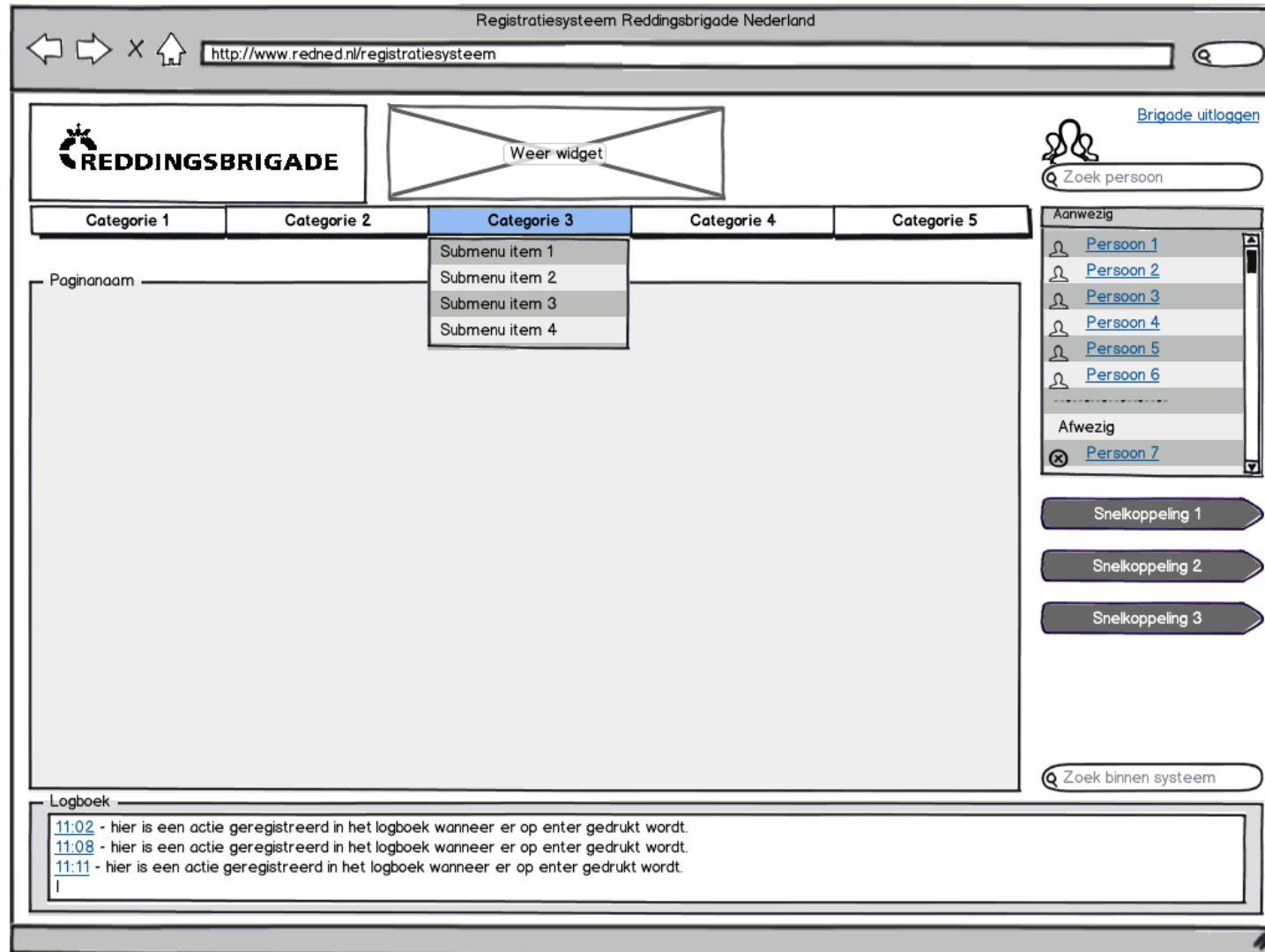
Hier omheen ben ik de overige functies gaan tekenen, hierna ben ik de tekening gaan digitaliseren. Dit heb ik gedaan in het programma Balsamiq, dit programma is specifiek ontwikkeld voor wireframes. De manier van tekenen gebeurt op een schetsachtige manier, hierdoor wordt benadrukt dat het niet gaat om het visuele aspect maar puur om de indeling.

Dit scherm is besproken met de accountmanager, hierin heb ik gevraagd om feedback en of het basisscherm compleet is ten opzichte van het ontwerpplan. De accountmanager was tevreden over het resultaat en heeft aangegeven dat op basis van dit scherm de pagina's ontwikkeld mogen worden.

Vanuit het basisscherm en op basis van de site map en flowcharts zijn de overige schermen ontwikkeld. Hierin wordt de indeling van de pagina's duidelijk. Voor iedere categorie zijn wireframes ontwikkeld, afhankelijk van de belangrijkheid van een functie is de hoeveelheid schermen en uitwerkingen bepaald. Zo is het dagjournaal en het hulpverleningen erg belangrijk ten opzichte van de benzine registratie. Voor de uitwerking van deze pagina's verwijs ik u naar **BIJLAGE F**.

Het gedigitaliseerde basisscherm is te zien op de volgende pagina bij figuur 5.8

HHH HHH I
ELEVEN



FIGUUR 5.8. – WIREFRAME BASISSCHERM REDDINGSBRIGADE NL

De ontwikkelde wireframes binnen het ontwerpplan liggen op dit moment klaar om beoordeeld te worden door de doelgroep. Dit zal door middel van een bijeenkomst gebeuren. Hierin worden de ontwikkelde wireframes uitgehangen en doorlopen met de werkgroep. Dit zal op een interactieve manier gebeuren door iemand uit de werkgroep een opdracht te geven en aan de hand van de wireframes deze uit te voeren. Hierdoor zie ik direct of de werkgroep het systeem begrijpt en waar het eventueel fout gaat.

Aan de hand van de opgeleverde resultaten van deze avond zullen de wireframes daar waar nodig aangepast worden binnen het ontwerpplan. Vervolgens wordt het plan voorgelegd aan de opdrachtgever en besproken. Het plan is op dit moment gereed voor realisatie en zal overgedragen moeten worden aan een vormgever voor het design.

Het design is tevens de laatste stap binnen de methode van JIG. Eleven besteedt het realiseren van mock-ups uit bij haar partners, binnen het netwerk van Eleven zitten meerdere vormgevers. Ieder met een eigen specialiteit, op basis van de opdracht wordt de beste match gekozen voor de opdracht.

6. TESTFASE

Het ontwerpplan is voltooid en overgedragen aan de klant, vanaf dit punt kan het product gerealiseerd worden. Dit valt buiten de afstudeeropdracht en zal daardoor niet besproken worden. Wat wel belangrijk is om te kijken of de interaction designer nu een meerwaarde heeft gespeeld in de totstandkoming van het eindproduct. Zijn de besproken knelpunten aan de hand van het advies opgelost?

Door het ontwerpplan voor te leggen aan het projectteam die het product moeten realiseren is er gekeken hoe dit ontvangen wordt door de projectgroep. Weet iedereen er verwacht wordt van het eindproduct en snappen zij direct de bedoeling van het plan. Het projectteam waar dit plan aan voorgelegd is bestaat uit de technisch manager, de projectmanager en developers. Daarnaast zal de designer ook op de hoogte stelt moeten worden van het plan en tevens de laatste stap binnen JJG voltooien. De designer verzorgt de mock-up's.

Tijdens de overdracht van het ontwerpplan aan het projectteam was voor iedereen duidelijk wat er verwacht wordt van het eindproduct. Wel was het voor het projectteam nog onduidelijk hoezo er zoveel onderzoek gedaan moest worden naar de doelgroep en het ontwikkelen van de persona's. Hierop heb ik aangegeven dat het resultaat uit het ontwerpplan gebaseerd is op de strategy en het daardoor belangrijk is hier de tijd voor te nemen om er voor te zorgen dat het uitgangspunt duidelijk in kaart gebracht wordt.

Zijn de knelpunten nu opgelost?

- *De klant denkt te weten wat hij wil, de klant kijkt vaak vanuit eigen perspectief en niet vanuit doelgroep perspectief.*

Bij deze klant was dit knelpunt op voorhand al niet aanwezig, de klant heeft zelf aangegeven dat het product ontwikkeld moet worden voor de eindgebruikers, de brigades. Toch zijn er punten naar voren gekomen uit de eerste gesprekken die in een later stadium anders zijn ingezet door inzicht vanuit de interaction designer.

- *De focus van de opdracht is voornamelijk gericht op het functionele aspect, er wordt weinig tot zelfs géén focus gelegd op het emotionele aspect van het product. Het emotionele aspect is minstens zo belangrijk als het functionele aspect. Middels het emotionele aspect wordt de uitstraling en het gevoel dat de webapplicatie moet hebben bepaald, dit is waardevolle informatie voor een designer.*

Binnen dit project was het emotionele aspect niet leidend, echter betekend dit niet dat deze uitgesloten moet worden. Voor de designer is het belangrijk om vanuit deze emotionele elementen tot een ontwerp te komen waarmee de brigades zich identificeren als reddingsbrigade. Dit is meegenomen binnen de brand identity.

- *Er wordt weinig focus gelegd op de noodzakelijkheid van technische functies, dit in de vorm van prioriteren.*

Aan de hand van de MoSCoW methode zijn de functionele specificaties geprioriteerd op belangrijkheid binnen het project. Dit geeft voor de projectmanager inzicht in een mogelijke planning.

- *Door het ontbreken van een interaction designer wordt er nergens binnen het proces expliciet vastgesteld wat de indeling van de website wordt. De blauwdruk ontbreekt!*

De interaction designer heeft flowcharts, de sitemap en wireframes ontwikkeld. Al deze technieken bieden inzicht in de indeling van de website.

- *De klant krijgt het ontwerp van het designbureau in een te vroeg stadium te zien, hierdoor kunnen er verkeerde verwachtingen geschept worden bij de klant.*

Doordat de klant al betrokken raakt vanaf het begin van het project en consequent op de hoogte wordt gehouden door de interaction designer over de voortgang weet de klant wat hij kan verwachten van het eindproduct.

- *Doordat de designer te veel een vrije rol krijgt binnen het ontwikkelproces bepaald het design de uiteindelijke indeling van de website en krijgt hierdoor teveel een leidende rol binnen het ontwikkelproces. Development moet zich genoodzaakt teveel aanpassen ten opzichte van het design.*

Design heeft geen vrije rol meer maar wordt gebaseerd op het ontwerpplan en de wireframes. Dit houdt in dat niet het design een leidende rol heeft maar het ontwerpplan.

- *Binnen de kwaliteitscontrole ontbreekt het testen op gebruiksvriendelijkheid en effectiviteit hierdoor is de usability van de website niet gewaarborgd.*

Tijdens de ontwikkeling van het ontwerpplan kunnen er al verschillende tests worden uitgevoerd. Zo is er binnen dit project card sorting en paper prototyping toegepast. Op deze manier kan er op eenvoudige manier op usability getest worden.

Binnen dit project zijn deze knelpunten niet naar voren gekomen, de klant was constant op de hoogte van de ontwikkelingen en weet daardoor precies wat er verwacht kan worden van het eindproduct. Het ontwerpplan biedt ook een centraal uitgangspunt voor het projectteam, deze weten ook precies wat er verwacht wordt.

7. IMPLEMENTATIE- EN OVERDRACHTFASE

Het project en de afstudeeropdracht is afgerond, hierop volgt de overdrachtfase. Binnen deze fase wordt gesproken met de opdrachtgever en de uitkomst van zijn verwachtingen. Komt dit overeen en hoe heeft hij het werk van de interaction designer ervaren.

7.1. UITKOMST VERWACHTINGEN OPDRACHTGEVER BESPREKEN

Na afronding en terugkoppeling van het ontwerpplan heb ik met de opdrachtgever een afspraak gemaakt om deze te bespreken. Hierin heb ik aangegeven dat ik ook graag hoor of zijn verwachtingen van de interaction designer uitgekomen zijn.

Binnen dit gesprek heb ik allereerst aangegeven dat via deze manier van werken de klant veel meer betrokken is geweest bij het ontwikkelen van een webapplicatie. Hierdoor heeft de klant een realistisch beeld van het eindproduct gekregen en kunnen er achteraf geen grootse onverwachte veranderingen plaatsvinden.

Mijn opdrachtgever was het hier mee eens en gaf binnen het gesprek aan de meerwaarde van een interaction designer te erkennen. Duidelijk is geworden dat Eleven een stap moet zetten binnen het interaction design om mee te kunnen met de grotere webservice bureaus. De ambitie van Eleven is om binnen enkele jaren bij de top webservice bureaus van Nederland te behoren en grotere klanten verwachten een uitgebreide voorbereiding voordat het project gerealiseerd wordt.

Mijn opdrachtgever en algemeen directeur van Eleven heeft aangegeven serieus na te denken om een interaction designer in dienst te nemen omdat deze op meerdere gebieden een meerwaarde biedt. Naast schetsen van een realistisch beeld van het eindproduct biedt een interaction designer ook een betere klantrelatie door deze er bij te betrekken en kan er middels een ontwerpplan gemakkelijker meerwerk voortvloeien, zowel binnen als toekomstig project.

7.2. OVERDRACHT VAN PRODUCTEN

Eleven weet op dit moment dat een interaction designer een meerwaarde biedt, aan de hand van de opgeleverde producten is aangetoond dat dit ook past binnen de organisatie van Eleven. De directie van Eleven gaat aan de hand van deze documenten bekijken of zij ook daadwerkelijk deze stap willen zetten.

De producten die opgeleverd zijn tijdens mijn afstuderen hebben Eleven een beeld en gevoel gegeven over de mogelijkheden van een interaction designer en de mogelijkheid om als organisatie zijnde door te groeien en aan te haken bij de top webservice bureaus van Nederland. Op dit moment is Eleven al een geduchte concurrent en middels het toevoegen van een interaction designer binnen de organisatiestructuur wordt de concurrentiepositie van Eleven alleen maar sterker.

Middels interaction design krijgt Eleven een aspect binnen de organisatie waarin zij zich kan onderscheiden in de markt. Ieder project is immers uniek en moet ook zo benadert worden.

8. OVERIGE WERKZAAMHEDEN

Naast de opdracht voor het afstuderen heb ik ook enkele andere taken uitgevoerd, deze taken zijn van dusdanig niveau dat ik deze wil benadrukken binnen dit hoofdstuk. Zo ben ik betrokken geraakt bij een project voor de Koninklijke Metaalunie, een analyse van de opdracht voor Stichting Eykenburg, het ontwikkelen van een quickscan op usability gebied en het toepassen hiervan.

Binnen dit hoofdstuk zal er kort besproken worden wat ik naast de afstudeeropdracht heb uitgevoerd. De beschrijving hiervan zal kort gebeuren.

8.1. FUNCTIONEEL ONTWERP RIE

Eleven had een opdracht gekregen van de Koninklijke Metaalunie, deze heeft een applicatie op internet waarmee risico's en evaluaties mee kunnen worden uitgevoerd om te kijken of de werkvloer voldoende veiligheid biedt. Tevens is deze applicatie een handige tool voor inspecteurs die aan de hand van dezelfde checklist kijken of alles op de werkvloer voldoet aan de eisen. Deze applicatie wordt de RIE (Risico Inventarisatie Evaluatie) genoemd en was dusdanig verouderd dat hier een nieuw systeem voor ontwikkeld moet worden. Voorwaarde was wel dat de processen zoals die nu gaan het zelfde blijven zodat de dataset gegevens overgezet kunnen worden. Dat dit gewaarborgd blijft valt onder de verantwoordelijkheid van de technisch manager.

Mij is tijdens dit project gevraagd een bijdrage te leveren aan het functioneel ontwerp door de procesgang van de nieuwe RIE in wireframes te ontwikkelen. Ik ben op de hoogte gesteld door de technisch manager wat de stand van zaken is en wat er verwacht wordt. Het belangrijkste is dat de usability verbeterd wordt maar de procesgang het zelfde blijft. Om kennis te maken met de oude RIE heb ik login gegevens gekregen en de mogelijkheid om te kijken hoe de oude RIE eruit ziet er werkt.

Het eerste wat mij opviel was dat de applicatie géén design had, het was puur de techniek. Hierdoor wordt er geen onderscheid gemaakt tussen de verschillende beschikbare informatie en is alles vlak en kaal. Een ander punt wat de usability niet te goede komt is het menu, deze is trapsgewijs opgebouwd en wanneer de gebruiker naar een diepliggend niveau wil, moet hij drie lagen openen. Hierdoor raakt de bezoeker het overzicht kwijt en verdwijnt er een gedeelte van het menu buiten beeld. Het menu zal dus anders ingedeeld moeten worden. Zie figuur 8.1 op de volgende pagina.

RIE Metaalbewerking

- Invulinstructie
- Updates
- Informatie
- Disclaimer
- Bedrijfsgegevens
- Vestiging(en)
- ▼ Koninklijke Metaalunie
 - ▼ Bedrijfsgebouw en buitenterrein
 - Installaties en voorzieningen
 - Voorbereiding op noodsituaties
 - Sanitaire voorzieningen en pauzeruimte
 - Daglicht en verlichting
 - Binnenklimaat en ventilatie
 - Magazijn en archief
 - Buitenterrein
 - ▶ Arbothema's
 - ▶ Organisatie, arbozorg en BHV
 - Verwijder vestiging
 - Verwijder antwoorden
- ▶ Test Bedrijf Eleven
- Extra vestiging aanmaken

Bedrijfsgebouw en buitenterrein

Om veilig en gezond in een gebouw te kunnen werken moet dat gebouw aan een aantal eisen voldoen. In dit onderdeel vindt u de belangrijkste aandachtspunten.

FIGUUR 8.1. – DE OUDE RIE APPLICATIE, HET MENU VERDWIJNT BUITEN BEELD.

Vervolgens ben ik gaan kijken naar de manier van vragen. Wat mij hier opviel is dat er heel veel toelichting wordt gegeven bij de vraag wat af leid. Is de stelling van de vraag niet prominent aanwezig en kan er gesprongen worden naar willekeurige vragen.

RIE Metaalbewerking

- Invulinstructie
- Updates
- Informatie
- Disclaimer
- Bedrijfsgegevens
- Vestiging(en)
- ▼ Koninklijke Metaalunie
 - ▼ Test Bedrijf Eleven
 - ▼ Bedrijfsgebouw en buitenterrein
 - Installaties en voorzieningen
 - Voorbereiding op noodsituaties
 - Sanitaire voorzieningen en pauzeruimte
 - Daglicht en verlichting
 - Binnenklimaat en ventilatie
 - Magazijn en archief
 - Buitenterrein
 - ▶ Arbothema's
 - ▶ Organisatie, arbozorg en BHV
 - Verwijder vestiging
 - Verwijder antwoorden
 - Extra vestiging aanmaken

Module - Bedrijfsgebouw en buitenterrein Voorbereiding op noodsituaties

10.20.10.0.0.0

Voortgang: 31% (Beantwoord: ■, Onbeantwoord: ■)

Er zijn voldoende nooduitgangen.

☒ Ja ☐ Nee

Toelichting op antwoord:

Opslaan en vorige

Opslaan en doorgaan

Mist u iets bij deze stelling, geef ons uw suggestie!

Toelichting:

Het aantal, de plaats en de afmetingen van vluchtwegen en nooduitgangen is afhankelijk van het gebruik, de uitrusting en de afmetingen van de werkplekken, evenals het maximum aantal personen dat er aanwezig kan zijn. Voor vluchtwegen en nooduitgangen in gebouwen geeft het Bouwbesluit voorschriften. Voor werkruimten waarin activiteiten plaatsvinden met een verhoogd risico zijn minimaal twee uitgangen nodig. De uitgangen liggen tenminste 5 meter uiteen en bij voorkeur in tegenovergestelde wanden. Let ook op uw milieubeheervergunning of gebruiksvergunning, waarin aanvullende of afwijkende voorschriften kunnen zijn opgenomen. Per 1 november 2008 is het nieuwe "Gebruiksbesluit" van kracht waarmee de voorschriften landelijk gelijk worden.

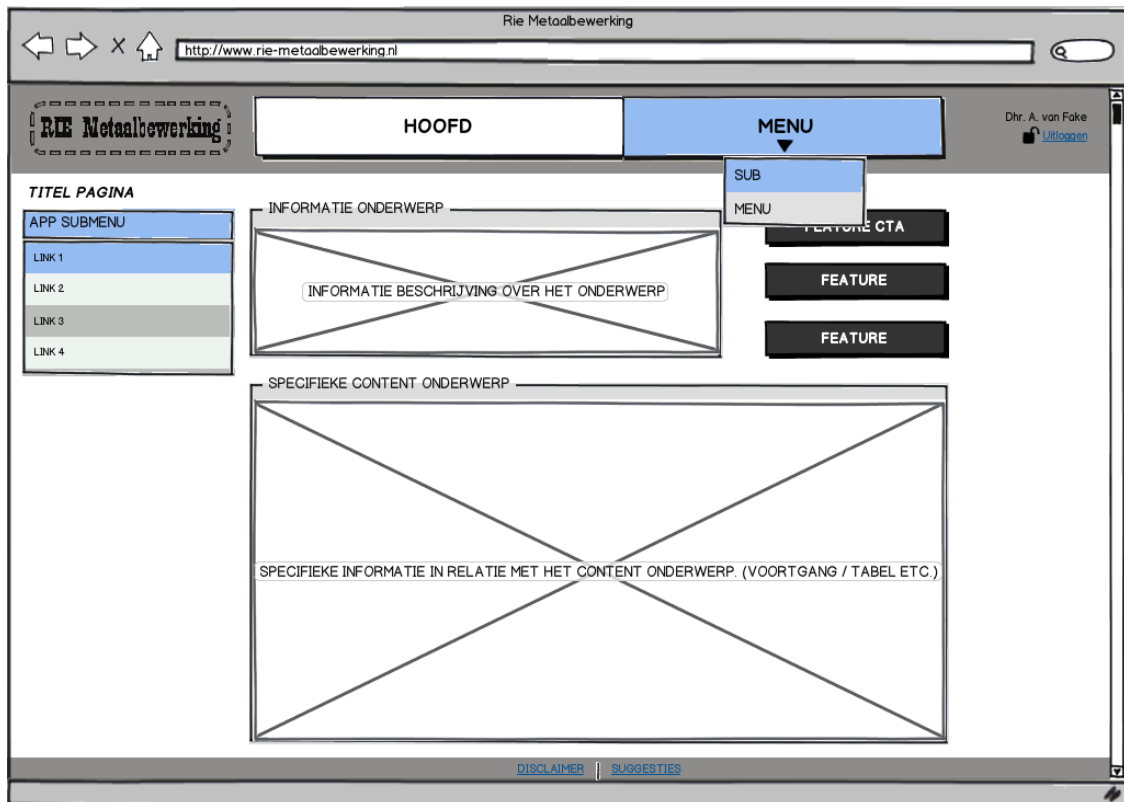
Open een vraag in deze module:

10.20.10.0.0.0 - Er zijn voldoende nooduitgangen.

Open

FIGUUR 8.2. – DE OUDE RIE APPLICATIE, VRAGEN BEANTWOORDEN.

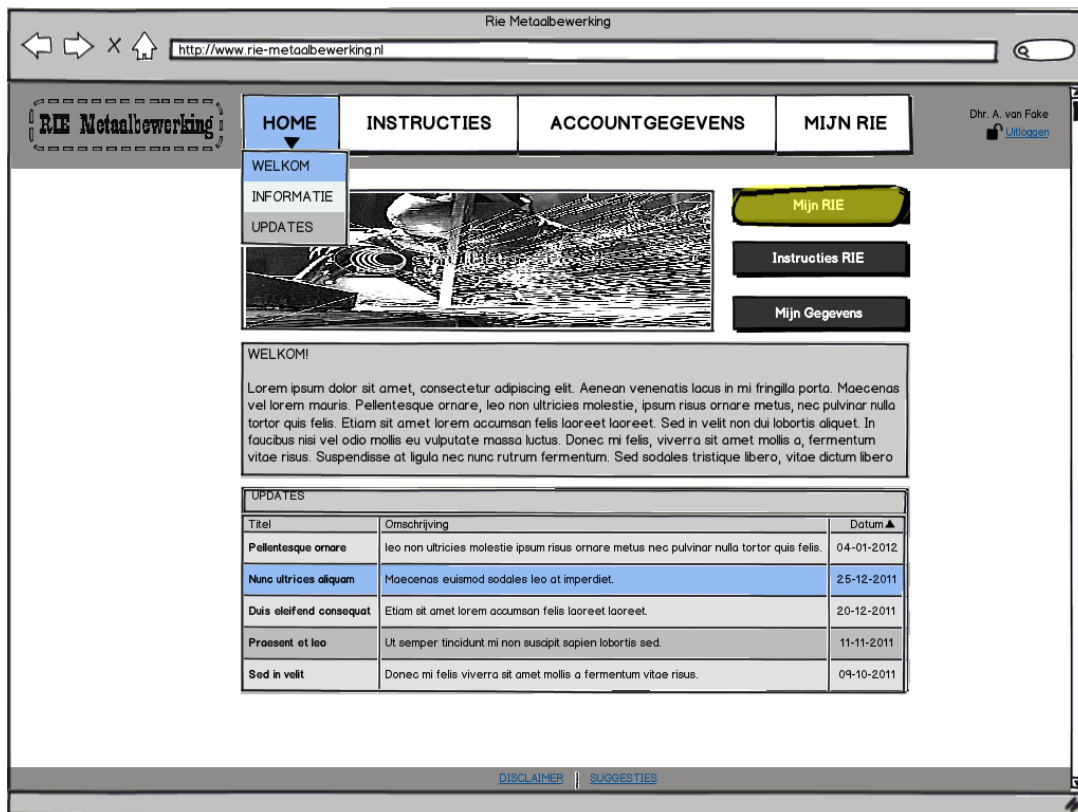
Zo was over de gehele applicatie wel iets te zeggen, al deze punten heb ik geïnventariseerd en besproken met de technisch manager voordat ik aan de slag ben gegaan met de wireframes. Voor de wireframes heb ik als eerst een sitemap opgesteld samen met de technisch manager, hierna heb ik een basismodel gemaakt. Vanuit dit punt worden de overige processen ontwikkeld. Zie hiervoor figuur 8.3.



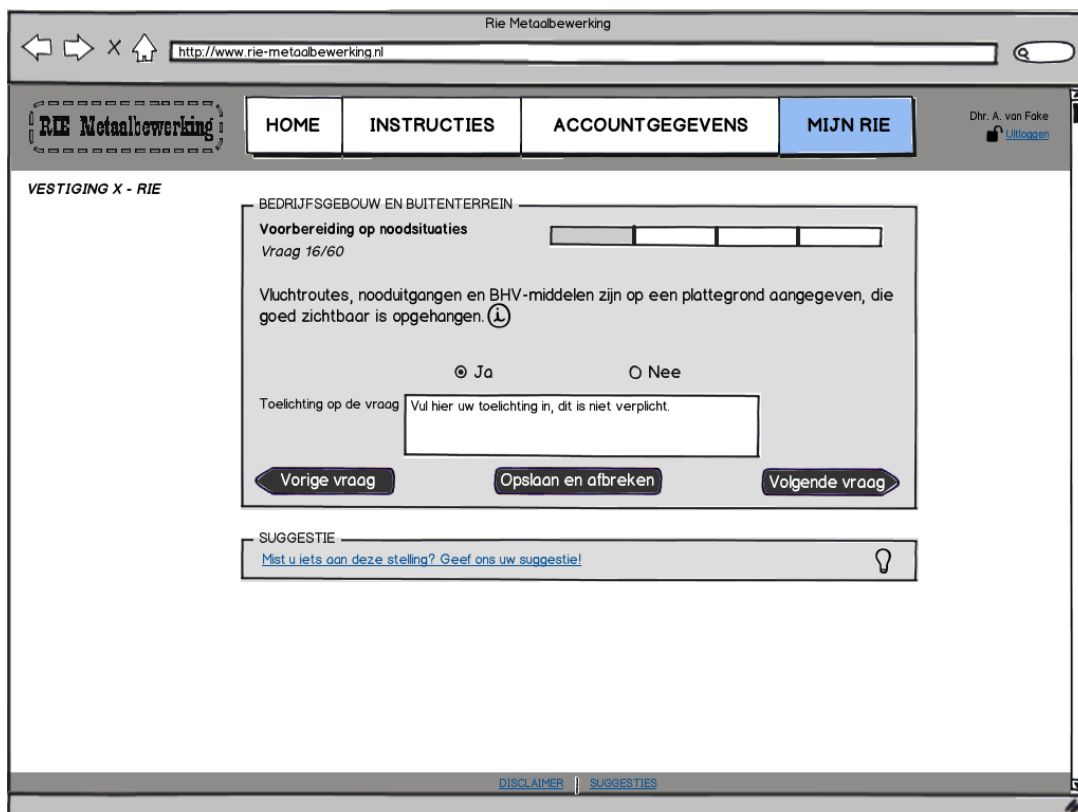
FIGUUR 8.3. – GLOBALE OPZET NIEUWE RIE

De menustructuur is volledig omgegooid, zo komt het menu bovenaan de pagina en het tweede niveau is middels drop down. Dit zorgt ervoor dat deze niet constant in beeld is, voor het diepere niveau verschijnt deze aan de linkerkant van de pagina. Deze zal niet altijd aanwezig zijn, alleen wanneer deze mogelijkheid er is.

Aan de hand van de globale zijn er vele andere wireframes ontwikkeld. Binnen dit gedeelte licht ik de homepage en vragenpagina uit. Zie hiervoor Figuur 8.4. en 8.5. op de volgende pagina. Voor alle overige wireframes verwijst ik u naar **BIJLAGE G**.



FIGUUR 8.4. – WIREFRAME RIE HOMEPAGE.



FIGUUR 8.5. – WIREFRAME RIE VRAGENPAGINA

Voor de homepage is er een sfeerbeeld gebruikt, deze plaatst zal in de overige onderdelen van de nieuwe RIE applicatie gebruikt worden als toelichting mogelijkheid. Rechts naast het sfeerbeeld zijn de knoppen naar enkele features beschikbaar, de bovenste van deze feature is een call to action (CTA) button en zal onderscheidend moeten zijn t.o.v. de andere buttons. Hierdoor krijgt deze button een hogere belangrijkheid. Onder de features worden de laatste updates van de RIE aangegeven, dit geeft de gebruiker inzicht in de laatste aangepaste gegevens vanuit de RIE. Het kan voorkomen dat bepaalde vragen aangepast worden en dit wordt middels updates aangegeven. Mocht een aangepaste vraag gevolgen hebben voor de gebruiker krijgt hij hier ook persoonlijk bericht over.

Voor de vragenpagina is de totale focus op de vraag gelegd, alle toelichting en de suggestiemogelijkheid zijn verstopt op de achtergrond en kan worden opgevraagd door de gebruiker wanneer hij dit verwacht. Daarnaast wordt aangegeven hoeveel vragen er doorlopen moeten worden en kan er tussentijds de vragenset worden afgebroken en opgeslagen.

Na overleg met de klant en het bespreken van het volledige proces zijn de wireframes overgedragen aan de vormgever. Deze heeft uitleg gekregen over het proces en de uitstraling, belangrijk was dat het design functioneel ondersteund in het overzicht en usability. Het was voor dit project niet belangrijk dat de vormgeving enorm creatief is. Voor de kleurenpalet is verwezen naar de Koninklijke metaalunie, zakelijk blauw in combinatie met een onderscheidende detailkleur.

Zie figuur 8.6 en 8.7 op de volgende pagina voor de uitkomst van de mock-up's.

Over het design had ik weinig opmerkingen, maar wel enkele punten die aangepast moeten worden. Zo was op de homepage de CTA button niet duidelijk aanwezig doordat de overige buttons dezelfde kleur hadden. Dit is aangepast en de onderste twee buttons hebben een blauwe kleur gekregen waardoor de oranje button er uitspringt en een grotere belangrijkheid krijgt.

Bij de vragenpagina was hetzelfde, de volgende vraag button is oranje gebleven en de overige buttons blauw. Daarnaast zitten er binnen de content veel tabs met titels, deze zijn naast elkaar geplaatst om zo overzicht te creëren. De tabs zijn nu op deze manier geplaatst:

Alu Metaalbewerking N.V. > Bedrijfsgebouw en buitenterrein > Voorbereiding op noodsituaties

De klant is erg te spreken over het eindresultaat, middels de wireframes en de bijdrage van een interaction designer weet de klant precies wat hij kan verwachten. Er is ook meerwerk ontstaan middels het functioneel ontwerp (FO) doordat de klant in heeft gezien dat niet alle oude processen up to date waren en anders ingezet moeten worden voor een betere usability. Daarnaast is de klant enorm betrokken geraakt bij het project.



8.2. ANALYSE OPDRACHT STICHTING EYKENBURG

Stichting Eykenburg heeft Eleven advies gevraagd voor het ontwikkelen van een nieuwe website. Deze website moet toegankelijk zijn voor vijf verschillende doelgroepen. Eleven heeft mij gevraagd een korte analyse te houden over deze opdracht en een advies te schrijven vanuit het interaction design gebied. Stichting Eykenburg had voor zichzelf al veel op papier geschreven. Zo waren de doelgroepen die de website gaan gebruiken beschreven en de wensen vanuit Stichting Eykenburg.

Dit ben ik gaan analyseren en heb ik uitgeschreven, ik ben uit gegaan van het ontwerpplan methode van JJG. Ik heb eerst kort de strategy beschreven met beschikbare informatie, hierin heb ik beschreven waarom dit belangrijk is en waar er nog verdiept moet worden om een duidelijk beeld te krijgen van de gehele strategy. Inzicht in de wensen en verwachtingen vanuit de doelgroepen ontbreken nog, deze zullen onderzocht moeten worden. Doordat er vijf doelgroepen zijn zal deze gesegmenteerd moeten worden, ook hier is meer onderzoek voor nodig. Ook de brand identity is in kaart gebracht van Stichting Eykenburg, dit is gedaan aan de hand van de visie en de missie van de organisatie. Hierbij is de communicatieboodschap visueel in kaart gebracht.

Vervolgens komt de scope (omvang) van de website, vanuit Stichting Eykenburg is een lijst met functionele specificaties ontwikkeld. Deze zijn geanalyseerd en beoordeeld op waarde vanuit de doelgroep met de beschikbare informatie die aanwezig is. Daarnaast is er gekeken naar de content eisen, hier wordt gekeken de eisen die door middel van content kunnen worden gewaarborgd. Zo wil Stichting Eykenburg een sfeerimpressie geven van hoe het is om te wonen binnen de stichting. Hiervoor zou een korte video kunnen worden ontwikkeld.

Op het structure niveau heb ik aangegeven wat hier gedaan wordt en waarom dit belangrijk is. Om een idee te geven wat de mogelijke indeling van de website kan zijn heb ik globaal een sitemap ontwikkeld met daarin de vijf verschillende doelgroepen en hoe deze op de website gescheiden worden zodat iedere doelgroep snel tot zijn eigen doel komt.

In het eindadvies is aangegeven dat de voorbereiding voor een website met vijf doelgroepen met ieder uiteenlopende doelen zeer belangrijk is. Middels een ontwerpplan kan dit op een goede manier worden uitgedacht door een interaction designer. Dit zorgt ervoor dat de website voldoet aan de verwachtingen van Stichting Eykenburg.

Deze analyse is besproken met de vormgever en de accountmanager die op dit project zitten. Beide personen hebben dit document zeer enthousiast ontvangen en het is gebruikt tijdens de pitch presentatie. Stichting Eykenburg heeft dit positief ontvangen en er wordt op dit moment intern besproken of Stichting Eykenburg een ontwerpplan gaat ontwikkelen.

Voor het volledige analyserapport verwijst ik u door naar **BIJLAGE H**.

8.3. ONTWIKKELEN VAN EEN QUICKSCAN

Eleven krijgt van klanten vaak vragen over hun website op gebied van conversie. Waarom verkopen de producten op mijn website niet goed? Waarom blijven klanten weg? Waar gaan dingen mis? Vanuit Eleven is aan mij de vraag gesteld of hiervoor een quickscan ontwikkeld kan worden. Ik heb aangegeven dat dit mogelijk is door het ontwikkelen van een heuristic evaluation. Dit betekent dat een expert aan de hand van voorafgestelde heuristieken de website beoordeelt op belangrijke punten. Hieruit volgt een advies waar de website verbeterd kan worden.

Ik heb deze quickscan ontwikkeld op basis van user experience (UX), dit betekent dat er naast de interaction design ook gekeken wordt naar andere aspecten zoals accessibility en branding. De naam user experience dekt daardoor beter de lading.

Als eerst heb ik de basiselementen vastgesteld waaraan een website moet voldoen volgens de UX. Dit heb ik gedaan aan de hand van de methode van Robert Rubinoff, deze methode is gekozen op basis van flexibiliteit. Ieder basiselement kan worden toegevoegd of weggelaten, zo ontstaat er een dynamische quickscan.

Binnen het document heb ik vijf basiselementen aangehouden dit zijn:

- Functioneel
- Accessibility
- Usability
- Content
- Branding

Door op internet te zoeken bij de bekende forums (zoals frankwatching.nl) en websites gericht op user experience (zoals usabilityweb.nl) heb ik binnen ieder basiselement een aantal heuristics vastgelegd. Ook hier geldt dat iedere heuristic kan worden weggelaten of toegevoegd. Dit is handig, want niet iedere website heeft hetzelfde doel en kan hiermee specifiek worden benadert.

Vervolgens moeten de heuristics worden geanalyseerd, dit gebeurt door iedere heuristic een waardeoordeel te geven. Dit waardeoordeel staat gelijk aan een percentage. Vervolgens kan er binnen een spiderweb worden aangegeven hoe sterk een bepaald basis element op de website is en waar de website dus nog tekort schiet. Tevens is het mogelijk dezelfde analyse uit te voeren bij concurrenten en deze resultaten naast de website te leggen, er ontstaat dan een concurrentie analyse.

Aan de hand van de specifieke heuristieken kan hierop een passend advies worden ontwikkeld, hoe kunnen deze punten verbeterd worden en wat is er voor nodig om tot dit resultaat te komen. Voor de uitwerking van de quickscan UX verwijs ik u naar **BIJLAGE I**.

De quickscan is twee keer uitgevoerd, echter nog niet via deze methode maar wel in de oude versie. Dit is gebeurt bij Van der Windt verpakkingen en Triple consultancy (zeer verkorte versie). Eleven is enorm enthousiast over de quickscan en dit levert Eleven extra werk op. De klanten zijn hebben de quickscan positief ontvangen en voelen hierdoor de betrokkenheid vanuit Eleven. Het geeft de klant goed inzicht in hun website en de mogelijke verbeterpunten.

Voor de uitgevoerde quickscan Van der Windt verpakkingen (oude versie quickscan) verwijs ik u naar **BIJLAGE J**.

Voor de uitgevoerde versie van de super quickscan van Triple Consultancy verwijs ik u naar **BIJLAGE K**.

9. EVALUATIE

In dit hoofdstuk wordt de afstudeerperiode geëvalueerd. De evaluatie is opgedeeld in drie delen.

In hoofdstuk 9.1 wordt het proces beschreven. Hierin wordt o.a. aan de hand van de verschillende doorlopen fases beschreven of de stappen die ik heb gemaakt tijdens het proces naar wens zijn verlopen en wat er een volgende keer eventueel verbeterd zou kunnen worden.

In hoofdstuk 9.2 worden de opgeleverde producten geëvalueerd. Vervolgens wordt er in hoofdstuk 9.3. bekeken of de vooraf vastgestelde competenties vanuit het afstudeerplan zijn behaald.

9.1. PROCES-EVALUATIE

Binnen het proces ben ik gefaseerd te werk gegaan, dit heb ik als prettig ervaren. Op deze manier wist ik precies waar ik binnen het project ben en hoeveel werk er nog te verzetten is. Ook voor de planning was het gefaseerd werken erg prettig, het biedt mij overzicht en rust binnen het project. Deze manier van werken zou ik in het vervolg weer toepassen.

9.1.1. ORIËNTATIE FASE

Binnen de oriëntatie fase ben ik uitgebreid te werk gegaan, dit heb ik gedaan om alles duidelijk in kaart te hebben wat mij een uitgangspunt biedt voor de volgende fases. Voor aanvang van het afstuderen is dit uitgebreid gedaan middels het afstudeerplan. Echter op het moment dat ik bij Eleven wist ik niks van het bedrijf af, hiervoor is de bedrijfsoriëntatie ontwikkeld. Dit heeft mij enorm geholpen om het bedrijf Eleven goed te leren kennen, zowel op de manier van werken als de organisatiestructuur. Het gaf mij direct de mogelijkheid te analyseren welke mensen binnen de organisatie betrokken zullen zijn bij het beroepsveld van de interaction designer.

Na de bedrijfsoriëntatie is het proces van opdracht tot oplevering van Eleven in kaart gebracht. Hier is veel over gesproken met de algemeen directeur en informatie gezocht op de bedrijf server. Het duidelijk in kaart brengen van het huidige proces heeft redelijk veel tijd in beslag genomen, dit komt doordat Eleven zelf nog niet duidelijk had uitgeschreven hoe het ontwikkelproces van Eleven eruit ziet. Veel informatie wat gevonden is moest gekoppeld worden aan elkaar en passen binnen het uitgetekende model van Eleven. Door het huidige proces van Eleven duidelijk in kaart te brengen heeft mij dit wel een uitgangspunt gegeven voor het plaatsen van de interaction designer binnen het proces. Achteraf gezien is het goed dat dit zo uitgebreid gebeurt is.

De interviews met de betrokken personen zijn goed verlopen, hiermee heb ik veel informatie verkregen vanuit eerste hand. Ik heb tijdens de interviews er voor gekozen om de accountmanager en de projectmanager te interviewen omdat deze veel in contact zijn met de klant. Echter ben ik op dit moment te weinig bewust geweest op het interne proces en de overdracht van informatie intern. Dit had ik in kaart kunnen brengen door ook met de technisch manager om tafel te gaan zitten en tegen welke problemen hij aanloopt met aanlevering van informatie. Aan de hand van alle verzamelde informatie binnen de oriëntatie fase heb ik knelpunten kunnen vaststellen, deze knelpunten zijn het uitgangspunt voor de ontwikkelfase.

9.1.2. ONTWIKKEL FASE

Binnen de ontwikkelfase was het doel de interaction designer een plek te geven binnen het ontwikkelproces van Eleven. Als eerst zijn de knelpunten die gevonden zijn in de oriëntatiefase uitgewerkt, hierbij zijn de gevonden knelpunten geplaatst binnen het huidige proces van Eleven zodat duidelijk naar voren komt waar de knelpunten binnen het ontwikkelproces zich bevinden. Dit heb ik als positief ervaren op deze manier heb ik de algemeen directeur een goed inzicht kunnen geven waar het op dit moment mis gaat binnen het ontwikkelproces.

Vervolgens ben ik aan de hand van de knelpunten adviespunten gaan schrijven, de focus lag hier vooral op hoe een interaction designer een rol kan spelen bij het verhelpen van de knelpunten. Het is mogelijk om adviespunten te ontwikkelen op breed vlak, dit heb ik bewust niet gedaan omdat binnen de opdracht het doel een interaction designer implementeren binnen het ontwikkelproces is.

Aan de hand van de adviespunten is er een nieuw ontwikkelproces ontstaan met hierbij een interaction designer verwerkt. Ik ben zoveel mogelijk uit gegaan van het huidige proces, dit is gedaan omdat de organisatie op een bepaalde manier werkt en dit niet teveel overhoop gegooid moet worden. De opdrachtgever heeft ook aangegeven dat de interaction designer een onderdeel moet uitmaken van het huidige ontwikkelproces. Echter zijn er wel enkele stappen veranderd, dit was noodzakelijk om de producten die een interaction designer levert te plaatsen binnen het proces. Over het nieuwe proces ben ik erg tevreden en is goed ontvangen door de algemeen directeur.

Vervolgens heb ik een presentatie gehouden aan de voltallige organisatie van Eleven, hiermee heb ik iedereen op de hoogte kunnen stellen hoe een interaction designer een onderdeel uit kan maken van Eleven. Dit is positief ontvangen, de knelpunten die aangegeven zijn met de adviespunten en het uitgetekende nieuwe proces werden door iedereen begrepen en ondersteund. De presentatie is in Prezi gemaakt, door hier gebruik van te maken heb ik de mogelijkheid om het proces letterlijk stap voor stap te doorlopen. Dit vind ik een goede manier van presenteren omdat het direct voor iedereen visueel wordt.

Naast de presentatie en het adviesrapport is de te gebruiken ontwikkelmethode van Jesse James Garrett uitgeschreven. Dit is op een globale manier gebeurt om de collega's binnen Eleven inzicht te geven over de totstandkoming van het ontwerpplan. Dit zou ik in het vervolg weer doen, op deze manier weten de collega's waar ik over praat en als ik bepaalde termen gebruik wat hiermee bedoelt wordt.

9.1.3. ONTWERP FASE

Binnen de ontwerpfase ben ik aan de slag gegaan met een project. In eerste instantie zou dit Caiway zijn echter wegens omstandigheden is deze partij gaan twijfelen over de medewerking. Doordat er na twee weken geen duidelijkheid was vanuit Caiway heb ik besloten deze opdracht te weigeren en een ander project uit te werken. Ik sta nog altijd achter deze keuze, het was voor mij geen optie om nog langer te wachten aangezien ik een tijdsgrens heb vanuit school voor mijn afstuderen.

Tijdig is hierop ingespeeld door mij en Eleven en kon ik het project Reddingsbrigade Nederland uitvoeren. Binnen dit project heb ik gebruik gemaakt van Jesse James Garrett, een methode wat veel gebruikt wordt bij het ontwikkelen van webapplicaties. Ik heb deze manier van werken als prettig ervaren, doordat er gefaseerd te werk kon gaan is de klant veel betrokken geweest bij de ontwikkeling van het ontwerpplan.

Tijdens de ontwikkeling van het ontwerpplan zijn er meerdere technieken gebruikt binnen Jesse James Garrett. Vooraf is globaal bedacht welke technieken er gebruikt worden, echter is nooit concreet vastgelegd. In het vervolg zou ik vooraf hier duidelijke afspraken maken met de klant om vast te leggen hoe het ontwerpplan tot stand komt middels welke technieken en binnen welk tijdsbestek. Door de tijdsdruk vanuit school en het niet hebben van een deadline vanuit de klant is dit achterwege gebleven. Toch is het werken aan de hand van een vooraf vastgestelde planning prettiger en weet iedereen wanneer er wat verwacht wordt. Het stappenplan dat JJG biedt heeft mij, Eleven en de klant wel leidraad gegeven hoever het ontwerpplan is en welke werkzaamheden er nog verricht moeten worden.

Binnen de ontwikkelfase van het ontwerpplan is naar mijn inziens te weinig interactie geweest tussen de interaction designer, technisch manager en designer. Het ontwerpplan is tot stand gekomen door de interaction designer en project manager. In het vervolg zal interactie met een technisch manager noodzakelijk zijn om alle technische mogelijkheden af te wegen en de designer om het creatieve aspect te waarborgen. Na afloop van een plane kan er middels een bijeenkomst overlegt worden wat de bevindingen zijn van de interaction designer en hoe deze geoptimaliseerd kunnen worden. Zo kom je samen tot een ontwerpplan.

De manier van werken middels JJG is wel positief, dit zou ik in het vervolg vaker toepassen omdat deze methode dynamisch in te zetten is en er per project een unieke benadering ingezet kan worden.

9.1.4. TEST FASE

Binnen de testfase is er gekeken of de knelpunten middels de adviespunten opgelost zijn. Dit heb ik gedaan door het ontwerpplan voor te leggen aan het projectteam en gekeken of het plan duidelijk is en er mee aan de slag kan worden gegaan. Het projectteam snapt direct de opzet van de webapplicatie die ontwikkeld moet worden, wel zal er altijd toelichting nodig zijn op het plan aan de projectgroep. Niet alles is op detail uitgeschreven maar de procesgang en interactie met vanuit het systeem is wel duidelijk. Ook voor de vormgever is duidelijk vanuit welke basis er gewerkt dient te worden en kan hier op voort borduren. Door het plan over te dragen aan het projectteam kon ik direct de reactie vanuit het projectteam zien hoe dit plan ontvangen wordt. Dit heeft mij een goed beeld gegeven.

Naast het ontwerpplan zal er een technisch ontwerp gemaakt moeten worden, dit zal onder de verantwoordelijkheid vallen van een technisch manager. Dit geeft de developers inzicht over hoe het systeem op back-end ontwikkeld moet worden.

Ik heb ook het verloop van het project gespiegeld aan de knelpunten die beschreven zijn binnen het ontwikkelproces. Op deze manier heb ik kunnen kijken of de knelpunten nu opgelost zijn en of de interaction designer een meerwaarde biedt binnen de organisatiestructuur van Eleven. Deze terugkoppeling heeft mij de bevestiging gegeven dat een ontwerpplan de knelpunten voor Eleven en haar klanten oplost.

9.1.5. OVERDRACHT FASE

De overdracht fase heeft plaatsgevonden middels een eindgesprek met de opdrachtgever vanuit Eleven. Hierbij heb ik mijn bevindingen en het ontwerpplan overgedragen aan Eleven. Middels het gesprek heb ik inzicht gekregen of de verwachtingen die er zijn bij Eleven overeen komen met het resultaat.

In het gesprek is aangegeven serieus overweegt om verder te gaan met het samenwerken met een interaction designer, de meerwaarde van deze functie is tijdens het gehele proces steeds duidelijker geworden. Hieruit kan ik concluderen dat het resultaat van de afstudeeropdracht behaald is en Eleven een goede kennismaking heeft gehad met het beroepsveld van Interaction designer.

9.2. PRODUCTEVALUATIE

Tijdens de afgelopen afstudeerperiode bij Eleven zijn er drie eindproducten opgeleverd wat overeenkomt met de op te leveren producten uit het afstudeerplan:

- Adviesrapport ontwikkelproces
- Ontwerpplan methode
- Ontwerpplan Reddingsbrigade Nederland

Naast deze producten zijn er nog overige werkzaamheden besproken in hoofdstuk 8. Ik ben, achteraf gezien, tevreden dat ik dit werk heb aangenomen. Door dit te doen heb ik meer ervaring op gedaan op verschillende werkgebieden binnen Eleven. Tevens zijn deze werkzaamheden goed te combineren met het werkveld van een interaction designer.

9.2.1. ADVIESRAPPORT ONTWIKKELPROCES

De manier waarop het adviesrapport over het ontwikkelproces binnen Eleven tot stand is gekomen ben ik tevreden over. Doordat ik op voorhand een duidelijke planning had gemaakt en met de bedrijfsmentor een werkwijze ben overeengekomen wist ik direct wat mij te doen stond op de eerste werkdag. Belangrijk was voor mij om allereerst een goed beeld te krijgen van de huidige situatie van Eleven, door de flexibiliteit qua informatieverschaffing vanuit Eleven is mij dit goed gelukt. Mede hierdoor heb ik een goede analyse kunnen maken van het huidige ontwikkelproces van Eleven. De opdrachtgever heeft aangegeven tevreden te zijn over deze analyse wat een goed en volledig inzicht geeft in de werkwijze van Eleven.

Vanuit de uitgebreide analyse heb ik de knelpunten binnen het proces van Eleven bloot kunnen leggen. Door gesprekken aan te gaan met de betrokken personen binnen het ontwikkelproces kon ik mijn bevindingen toetsen. Dit heeft mij zekerheid gegeven dat ik op de goede weg ben en heeft mij inzicht gegeven in de meningen van deze personen over het huidige ontwikkelproces.

Middels adviespunten zouden de knelpunten vermindert of opgelost moeten zijn, hier heb ik de focus gelegd op het implementeren van een interaction designer. Eleven wil namelijk weten of een interaction designer een meerwaarde biedt binnen het ontwikkelproces voor het bedrijf zelf en haar klanten. Vanuit de adviespunten is er aan de hand van het huidige ontwikkelproces een nieuw ontwikkelproces gecreëerd. Deze is gepresenteerd en door de gehele organisatie positief ontvangen. Door op voorhand met de opdrachtgever de te nemen stappen vast te leggen heeft mij dit structuurgeboden in de werkwijze. Ik heb dit zeer als prettig ervaren.

9.2.2. ONTWERPPLAN METHODE

Het maken van een ontwerpplan methode is in principe niks meer dan inzicht in de methode van Jesse James Garrett. Dit is ontwikkeld om het bedrijf Eleven kennis te laten maken met deze methode van werken en op deze manier weet iedereen wat er bedoeld wordt wanneer er bijvoorbeeld gesproken wordt over 'planes'.

De ontwerpplan methode is voor de gehele organisatie duidelijk en de mensen binnen Eleven hebben direct inzicht in de werkzaamheden die ik ga verrichten. Ik ben zelf tevreden over het document, het biedt kort inzicht van de werkwijze op een versimpelde manier. De accountmanager heeft aangegeven dit document te gebruiken bij klanten om aan te geven wat een ontwerpplan inhoudt en hoe deze tot stand komt.

9.2.3. ONTWERPPLAN REDDINGSBRIGADE NEDERLAND

Het resultaat van het ontwerpplan van Reddingsbrigade Nederland ben ik zeer tevreden over, ik heb gemerkt dat tijdens het ontwikkelen van dit plan de klant steeds meer betrokken raakt en actief meewerkt aan het te ontwikkelen plan. Dit is voor mij een teken dat de manier waarop gewerkt wordt de klant triggert om actief mee te werken. Zelf vind ik het erg leuk om samen met een klant en experts tot een eindproduct te komen waar iedereen achter staat.

Het product is ook voorgelegd aan de personen die er verder mee moeten werken. Dit is positief ontvangen het gehele projectteam heeft een beeld van het verwachte eindresultaat en een uitgangspunt waaruit verder gewerkt kan worden. Het plan zal vervolgens overgedragen worden aan de technisch manager en de designer, deze ontwikkelen een technisch ontwerp en het visuele ontwerp van de webapplicatie. Dit gebeurt in samenspraak met de interaction designer. Deze stap heb ik tijdens mijn afstuderen niet meegemaakt maar is iets waar ik wel heel benieuwd naar ben omdat op dit punt het plan tot realisatie wordt gebracht.

De manier waarop het ontwerpplan tot stand is gekomen, is middels de methode van Jesse James Garrett. Ik ben erg tevreden over deze manier van werken aangezien er middels stappen tot een einddoel gewerkt wordt. Iedere stap naar de volgende fase concretiseert het eindproduct en ook de klant wordt hierin meegenomen. Wanneer er binnen een fase een verandering plaatsvindt is dat via deze methode eenvoudig aan te passen. In het vervolg ga ik deze methode van werken zeker vaker gebruiken. In het vervolg bij het ontwikkelen van een ontwerpplan zou ik wel meer interactie willen hebben met de technisch manager en vormgever. Dit gebeurde bij de ontwikkeling van dit plan te weinig waardoor er teveel vanuit het perspectief van de interaction designer benadert wordt, daar waar de vormgeving of techniek een ander perspectief kan geven binnen het ontwerpplan.

Het gebruik van de technieken binnen het ontwerpplan is niet op voorhand uitgebreid afgesproken en ingeplant, dit is iets wat ik de volgende keer wel zou doen. Op deze manier is op voorhand duidelijk welke werkzaamheden er precies worden uitgevoerd en welk tijdsbestek dit gedaan moet worden. Het gebruik van verschillende technieken heeft mij wel goed inzicht gegeven over de verwachtingen van de klant en gebruikers. Hierdoor ben ik tot een concreet eindresultaat gekomen in de vorm van wireframes.

9.3. COMPETENTIES

INTERACTION DESIGN

De student zal na dit project veel ervaring hebben opgedaan op het gebied van Interaction Design. Zo zal de student binnen het bestaande proces het methodisch ontwerpen moeten invoeren, binnen dit methodisch ontwerpen wordt de informatie architectuur en informatie visualisatie vastgesteld. Daarnaast is het van belang dat de doelgroep ook betrokken wordt bij het te ontwikkelen product, dit gebeurt aan de hand van een doelgroepanalyse. Door gebruik te maken van een ontwerpmethode zal er uiteindelijk een prototype opgeleverd worden, deze zal getest worden op gebied van usability en communicatie.

Aan de beschreven competenties hierboven heb ik voldaan middels het adviesrapport wat gerealiseerd is en het ontwikkelen van een ontwerpplan. De ontwerpmethode van Jesse James Garrett is toegepast binnen het ontwikkelproces van Eleven, hiermee wordt de informatie architectuur en informatie visualisatie gewaarborgd binnen het proces. Binnen het ontwerpplan is er methodisch te werk gegaan, hierin is een doelgroepanalyse gehouden en worden de bevindingen binnen het ontwerpplan getoetst aan de werkgroep. Dit gebeurt door het gebruik van card sorting en de wireframes die ingezet worden tijdens het paper prototyping.

MARKETING & COMMUNICATIE

Naast het stuk interaction design zal de student na voltooiing van de afstudeeropdracht ook ervaring hebben opgedaan op het gebied van marketing & communicatie. Bij de ontwikkeling van het product is het van belang dat er gekeken wordt naar de doelgroep, het product en de markt. Het stuk doelgroep overlapt gedeeltelijk het stuk doelgroepanalyse, er wordt hier gekeken naar de behoeftes, interesses etc. van de marketingdoelgroep. Ook op gebied van communicatie wordt er gekeken welke communicatiemiddelen het best bij het project passen, hier is enige mediakennis voor nodig.

Binnen het ontwerpplan van Reddingsbrigade Nederland is dit aan bod gekomen, ook in de oriëntatiefase binnen Eleven is aan de competenties voldaan. Tijdens de bedrijfsoriëntatie is gekeken naar de doelgroep, het product en de markt waarin Eleven zich bevindt. In het ontwerpplan van Reddingsbrigade Nederland is de communicatie en brand identity in beeld gebracht, dit omdat deze niet duidelijk in kaart is gebracht door Reddingsbrigade Nederland. Middels de mediakennis die ik heb zijn er tot oplossingen gekomen voor de externe communicatie vanuit het te ontwikkelen systeem.

EFFECTIEF FUNCTIONEREN

De student ontwikkeld zich ook in het effectief functioneren, dit zal gebeuren op het gebied van interviewen, rapporteren, presenteren en adviseren. Binnen de afstudeeropdracht zullen er verschillende interviews plaatsvinden, zowel intern als extern. Op intern gebied om het huidige proces goed in kaart te krijgen, op extern gebied om de wensen van de klant in kaart te brengen. De resultaten zullen gerapporteerd worden, ook het ontwikkelplan is een vorm van rapporteren. Om vervolgens de informatie te delen of het eindproduct over te dragen zal er gepresenteerd zijn. Daarnaast zal er zowel intern als extern geadviseerd worden, de invoering van interaction design binnen het bestaande proces zal aan de hand van advies overgedragen worden. Extern wordt de klant geadviseerd bij het ontwikkelen van zijn product.

In het adviesrapport is er voldaan aan deze competenties. Tijdens de analyse zijn er interviews gehouden en de opdrachtgever is op de hoogte gehouden van de bevindingen middels rapportages. Het eindresultaat van het rapport is een advies wat gericht is op de mogelijkheid van het gebruik van een interaction designer binnen het ontwikkelproces van Eleven. Dit nieuwe ontwikkelproces is gepresenteerd aan de gehele organisatie van Eleven.