



Find a Place to Stay



Afstudeerverslag

Haagse Hogeschool

Communication and Multimedia Design

Febronia Mees

10087176

Find a Place to Stay



Afstudeerverslag

Haagse Hogeschool / Academie ICT & Media
Opleiding: Communication and Multimedia Design
Examinator: Ellen Grummels
Examinator: Joyce Beumer
Gecommitteerde

Afstudeerbedrijf: Nomads World
Bedrijfsmentor: Renee Boyle

Student: Fébronia Mees
Studentnummer: 10087176

Den Haag, 23 maart 2015
Versie 1.0

Referaat

Dit document bevat het procesverslag van Febronia Mees, student aan de Haagse Hogeschool, Communication and Multimedia Design. Dit afstudeerverslag beschrijft het proces van de werkzaamheden die ik tijdens het project “Ontwikkel een Low Fidelity prototype voor Nomads World” heb uitgevoerd.

De opdracht stond in het teken van het analyseren, ontwerpen, programmeren en testen van een mobiele applicatie voor Nomads World Backpackers Sydney. Het eindresultaat van de opdracht is tot stand gekomen door het gebruik van de projectmanagementmethode Roel Grit, de ontwikkelmethode van Jesse James Garrett en het uitvoeren van daar bijhorende analyses.

De centrale opdracht gedurende dit project luidde:
“Design een mobiele applicatie voor NOMADS WORLD”

Trefwoorden

- Jesse James Garrett
- Roel Grit
- Low fidelity prototype
- Nomads World
- Nomads All nations
- Doelgroepanalyse
- Concurrentieanalyse
- Creatieve sessie
- The Elements of User Experience
- Persona's
- Mobiele applicatie
- Ontwerprapport
- Testrapport
- Adviesrapport
- De Haagse Hogeschool

Versiebeheer

Versie	Omschrijving
V 0.1	Conceptversie 1, opgeleverd ter controle door begeleider Haagse Hogeschool (TTA)
V 0.2	Conceptversie 2, opgeleverd ter controle door begeleider Haagse Hogeschool (tweede TTA)
V 0.3	Aanvullingen TTA
V 0.3	Concept opleverversie
V 1.0	Definitieve versie, opgeleverd ter beoordeling door de begeleiders en gecommiteerde Haagse Hogeschool

Tabel 1 Versiebeheer

Distributielijst

Naam	Instantie	Functie
Renee Boyle	Nomads World	Begeleider / Opdrachtgever / Proces
Alex Harper	Nomads World	Begeleider / Project / Proces
Ellen Grummels	Haagse Hogeschool	Begeleider / Project / Proces
Joyce Beumer	Haagse Hogeschool	Examinator
NVT	Haagse Hogeschool	Gecommiteerde

Tabel 2 Distributielijst

Bijlagen

Nummer	Titel	Auteur
I	Afstudeerplan	Febronia Mees
II	Plan van Aanpak	Febronia Mees
II	Doelgroepanalyse	Febronia Mees
IV	Creatieve sessie	Febronia Mees
V	Concurrentieanalyse	Febronia Mees
VI	Ontwerprapport	Febronia Mees
VII	Testplan	Febronia Mees
VIII	Testrapport	Febronia Mees
IX	Adviesrapport	Febronia Mees

Tabel 3 Externe bijlagen

Contactgegevens

Student

Naam: Fébronia Mees

Studentnummer: 10087176

Adres: Obrechtstraat 395A, 2517 VB, Den Haag

Telefoonnummer: 06 46157196

E-mailadres: febroniamees@hotmail.com

Onderwijsinstelling: Haagse Hogeschool, Academie ICT & Media

Opleiding: Communicatie en Multimediadesign

Eerste examiner

Naam: Ellen Grummels

E-mail: e.p.h.grummels@hhs.nl

Tweede examiner

Naam: Joyce Beumer

E-mail: J.J.Beumer@hhs.nl

Opdrachtgever en bedrijfsmentor

Naam: Renee Boyle

Functie: Sales- marketing manager

Voorwoord

Dit procesverslag is tot stand gekomen tijdens mijn project “*Design een mobiele applicatie voor NOMADS WORLD.*”. Tijdens dat project heb ik gewerkt aan een leuke innovatieve opdracht voor het bedrijf. De opdracht was een Low Fidelity prototype ontwerpen voor Nomads World in Sydney.

Dit procesverslag geeft inzicht in mijn werkproces tijdens voornoemd project en is geschreven voor begeleidend docent mevr. E.P.H. Grummels, examiner mevr. J.J. Beumer en geïnteresseerden. Aan de hand van dit verslag kan er terug gekeken worden hoe dit project verlopen is. Hierdoor kan gezien worden wat er goed en fout gegaan is tijdens het uitvoeren van mijn project en is beoordeling van mijn werkwijze mogelijk. Tevens kan dit verslag gebruikt worden voor zelfreflectie.

Tijdens het project heb ik een leerzame en een interessante periode gehad. Graag wil ik Renee Boyle (Marketing Manager) Alex Harper (Office Manager) Kate Cooper (Social Media Manager) en Pete Robinson (IT Manager) van Nomads World bedanken voor de afstudeerplek en feedback tijdens dit project.

Vanuit de Haagse Hogeschool wil ik mijn examinatoren bedanken voor alle begeleiding en dat vanuit Den Haag helemaal naar Down Under. **Ellen Grummels**, bedankt voor de prettige manier van begeleiden en bedankt voor het beoordelen van alle conceptverslagen. **Joyce Beumer**, bedankt voor je opbouwende feedback en de beoordeling van het concept afstudeerverslag.

Tot slot mijn lieve familie en vrienden die voor mij zorgde op de dagen dat ik uren lang achter de laptop zat. Bedankt voor alle opbouwende feedback van het afstudeerverslag en voor alle goede tips. Zonder jullie was het verslag uiteindelijk misschien wel geschreven, maar met minder plezier.

Fébronia Mees

Den Haag, 23 maart 2015

Inhoudsopgave

Deel I: Organisatie en opdrachtschrijving.....	12
2 Organisatiebeschrijving	13
2.1 Nomads World	13
2.3 Mijn plaats binnen de organisatie	14
3 Beschrijving van de opdracht.....	16
3.1 Kader van de opdracht.....	16
3.2 Probleemstelling	16
3.3 Doelstelling	16
3.3.1 Smart formulering van de doelstelling.....	17
3.4 Beschrijven van de methodieken.....	17
3.4.1 Projectmanagement van Roel Grit.....	17
3.4.2 Ontwikkelmethode van Jesse James Garrett	19
Deel II: Uitvoering werkzaamheden	23
4 Plan van aanpak	24
4.1 Oriëntatie activiteitenplanning.....	24
4.1.1 Activiteitenplanning opstellen	25
4.1.2 Mijlpalen opstellen.....	26
4.2 Projectorganisatie	26
4.2.1 Oriëntatie projectorganisatie.....	27
4.3 Project risico's.....	27
4.4 Swot analyse	28
5 Uitvoeren van het vooronderzoek.....	30
5.1 Doelgroepanalyse	30
5.1.1 Eisen opdrachtgever.....	30
5.1.2 Segmenteren doelgroep.....	31
5.1.3 Opstellen enquêtes.....	32
5.1.4 Verwerking enquêteresultaten	34
5.1.5 Opstellen Persona's.....	36
5.2 Concurrentieanalyse	37
5.2.1 Criteria bepalen.....	38
5.2.2 Uitvoeren concurrentie analyse	38
5.2.3 Succesfactoren	39

5.3 Creatieve sessies	39
5.3.1 Brainstormsessie	39
5.3.2 De ketenassociatie	42
6 Uitwerken van het concept.....	44
6.1 Het concept “Nomads mobiele applicatie”	44
6.2 Het bedenken en visualiseren van Low Fidelity prototype.....	45
7.Opstellen van het ontwerprapport.....	48
7.1 De planes van Jesse James Garrett	48
8. Opstellen van het testrapport	54
8.1 Usability onderzoek	54
8.1.1 Formulering.....	54
8.1.2 Voorbereiding.....	55
8.1.3 Uitvoer.....	56
8.1.4 Analyse.....	57
9.Opstellen van het advies rapport.....	59
9.1 Conclusie en aanbevelingen	59
9.2 Prioritering	60
Deel III: Proces- en productevaluatie	64
10.Procesevaluaties.....	65
10.1 Reflectie op de periode bij Nomads World.....	65
10.2 Initiatiefase	66
10.3 Definitiefase	67
10.4 Ontwerpfase	68
10.5 Voorbereidingsfase	69
10.6 Realisatiefase	69
10.7 Nazorgfase	69
11 Productevaluatie	70
11.1 Plan van aanpak.....	70
11.2 Doelgroepanalyse	70
11.3 Concurrentieanalyse	70
11.4 Creatieve sessie	71
11.5 Concept	71
11.6 Ontwerprapport.....	72
11.7 Testrapport.....	72

11.8 Adviesrapport.....	72
12. Literatuurlijst	73

1 Inleiding

“In de trein onderweg naar school zaten achter mij twee jongens met hele grote rugzakken. Vermoedelijk kenden de jongens elkaar van het reizen want ze hadden beide een ander Engels accent. Ik weet niet precies wat hun bestemming was maar het was leuk om naar hun verhalen te luisteren die ze samen hadden meegemaakt. Toen één van de jongens met de vraag kwam of het hostel waar ze zouden verblijven al een bevestiging had gestuurd voor hun verblijf, stopte het gesprek een beetje. De twee jongens die eerst vrolijk en relaxed waren, raakten in de stress bij een blijkbaar onzekere boekingsbevestiging. Er was een probleem want ze konden niet bellen (hadden geen Nederlands nummer) en zouden dus bij aankomst in het hostel pas zien of de reservering was bevestigd. Beiden maakten zich zorgen of ze wel een slaapplek hadden voor de nacht. Wat zou het handig zijn als er een app is voor backpackers die een kamer of bed willen reserveren en hun status kunnen bekijken via de app. Immers overall is tegenwoordig ergens wel free Wi-Fi beschikbaar om dat te kunnen checken.”

Gedurende zeventien weken heb ik in het kader van mijn afstudeeropdracht gewerkt aan het project *“Ontwikkel en test een Low Fidelity prototype voor een mobiele applicatie”*. Het project is een onderzoek naar en ontwikkeling van een mobiele applicatie bovenop de bestaande platformen van het bedrijf, Nomads World, gevestigd in Sydney.

Het doel van de opdracht is voor Nomads World een mobiele applicatie te ontwikkelen waardoor klanten minder bellen om te vragen naar hun status van hun reservering. Met de mobiele applicatie is dat allemaal inzichtelijk voor de klant. Met deze applicatie kan je onderweg je status en reserveringen bekijken. Het doel is bereikt wanneer de applicatie getest is en een visuele vormgeving heeft.

Het afstudeerverslag is geschreven als eindverslag op de gehele periode. Het verslag bevat een uitgebreide beschrijving van het onderzoek en van de ontwikkeling. Hiervoor zijn de belangrijkste onderdelen uit de verschillende documenten gehaald en aangevuld waar nodig.

De opdracht heeft geleid tot een clickable demo en een onderzoeksrapport bestaande uit een ontwerprapport, testrapport en een adviesrapport. Door volgende onderzoeksvraag staat daarbij centraal:

“Op welke manier kan ik de Usability verbeteren voor de bezoekers van de mobiele applicatie Nomads met als gevolg dat de boekingen omhoog gaan?”

Uit de analyse is gebleken dat onder andere de betalingswijze er onprofessioneel uit ziet. Verder was opvallend dat de testpersonen twijfelden aan de betrouwbaarheid van deze applicatie. Hiervoor is een verbetervoorstel gemaakt met onderbouwende schermschetsen.

Daarbij bevat het afstudeerverslag ook een beschrijving van het proces. Hoe is er te werk gegaan tijdens de periode en wat zijn de resultaten.

De opbouw van dit procesverslag is opgedeeld in 3 delen:

Deel I: Organisatie en de opdrachtomschrijving

Deel I bevat de **hoofdstukken 2 t/m 3**. Dit deel beschrijft de opdracht die voor Nomads World wordt uitgevoerd. Daarnaast geeft dit deel informatie over de context van de opdracht en de plaats die ik heb gehad tijdens het uitvoeren van de opdracht.

Deel II: Uitvoering werkzaamheden

Deel II bevat de **hoofdstukken 4 t/m 9**. In dit gedeelte van het verslag leest u welke werkzaamheden ik uitgevoerd heb ten behoeve van de totstandkoming van de tussen- en eindproducten. Dit deel vormt de kern van het procesverslag.

Deel III: Proces- en projectevaluatie.

Deel III bestaande uit **hoofdstuk 10 en 1**. In dit deel evalueer ik zowel het proces dat ik gedurende dit traject heb doorlopen als ook de producten die ik tijdens deze periode heb opgeleverd.

Ten slotte is in **hoofdstuk 12 de literatuurlijst** te vinden.

Deel I: Organisatie en opdrachtomschrijving

2 Organisatiebeschrijving

In dit hoofdstuk wordt een omschrijving van de organisatie gegeven evenals mijn plaats hierbinnen. Ik geef als eerst een indruk van de bedrijven die te maken hebben gehad met mijn opdracht gedurende het project. Als laatste wordt mijn positie binnen het bedrijf besproken.

De informatie hieronder over het bedrijf Nomads komt van mijn perspectief tijdens mijn stage. Tijdens mijn eerste week van mijn stage heb ik een vragenlijst moeten invullen. Deze vragen waren gericht op alle vestigingen van Nomads. De vragen heb ik met behulp van de medewerkers van Nomads en mijn eigen ervaringen tijdens mijn eerste weken kunnen invullen. Zo had ik al een goed beeld waar Nomads voor stond en wat de belangrijkste aantrekkingskracht per vestiging is. De vragenlijst krijgt iedereen die komt werken bij Nomads en door middel van deze vragenlijst leer je het bedrijf zelf snel kennen. Zo is ook het eerste contact gelegd met de medewerkers wat belangrijk is voor een toekomstige samenwerkingsband. Na een aantal weken in het bedrijf meedraaien weet je alle 'ins en outs' van het bedrijf. Het is belangrijk voor Nomads dat je alle 'ins en outs' weet, er wordt dan ook elke week een nieuwsbrief gestuurd met alle nieuwtjes, vanuit de organisatie.

Het bijzondere van subjectief is eigenlijk dat het veel informatiever is dan objectief. Het is misschien wel leuk om te weten dat de afstand tussen Amsterdam en Parijs hemelsbreed 431 kilometer is. Maar het is veel interessanter om te weten of dat leuke kilometers zijn of saai.

Bron: http://www.leerwiki.nl/Subjectief_is_niet_informatief

Subjectieve opmerking waren dan ook meer dan welkom en zal die informatie ook altijd meenemen in het project. Het was veel fijner om te horen wat leuk is om de vragenlijst maken dan de antwoorden voorgeschoteld te krijgen. Je krijgt plezier met het maken van de vragenlijst en leert nog een stukje geschiedenis van Australië en wat zijn de leukste plekken van Australië en hoe Nomads zich ontwikkeld heeft.

2.1 Nomads World

Nomads World is de grootste organisatie op de markt van Australië met het verhuren en organiseren van Hostels voor kleine en grote groepen mensen. Ook helpt Nomads je naar een geschikte werk plek zoeken, om zo aan je inkomsten te komen. Met meerdere filialen in Australië, Nieuw Zeeland, Thailand en nog 12 anderen landen is Nomads World de leider binnen deze branche. In deze landen streeft Nomads naar de eerste plaats op het gebied van betaalbare accommodatie en een geschikte werkplek. Nomads volgt een strategie die met één woord kan worden omschreven: eenvoud. Dit wil zeggen dat de klant betaalt voor de accommodatie en niet voor overbodige luxe interieur en ingewikkelde hotels. Het gaat dus bij Nomads puur om het zo goedkoop mogelijk verblijven in je land van bestemming. De bedrijfsprocessen vormen de essentie van elke organisatie. Bij Nomads worden de processen daarom zoveel mogelijk in eigen beheer uitgevoerd. Dankzij de goede communicatie door middel van Skype en een hoge mate van automatisering kan er efficiënt worden gewerkt.

De ICT organisatie van Nomads heeft een belangrijke functie en is progressief. Australië loopt dan ook achter op de ontwikkelingen in de IT. Nomads reageert snel op ontwikkelingen van nieuwe toepassingen

op ICT. Bijvoorbeeld; Netflix is dan ook nog niet bekend in Australië en wordt nog niet ondersteund. Australië neemt Europa als voorbeeld op het gebied van ICT ontwikkelingen. De programmeer talen zijn nog niet zo ver ontwikkeld en van kennis als in Europa. Het is dan ook van belang voor de mensen in de IT wereld in Australië om naar de ontwikkelingen te kijken in Europa. Op deze manier probeert Nomads de IT ontwikkelingen bij te houden en toe te passen in het bedrijf.

Op de ICT afdeling van Nomads kent men een mix van standaard software. Een groot deel van de werkzaamheden wordt in eigen beheer ontwikkeld en onderhouden en deze afdeling is verantwoordelijk voor de automatisering van alle 65 vestigingen over 20 landen wereldwijd.

In Byron Bay zit een van de 65 vestigingen van Nomads. In deze vestiging vestigt zich de ICT afdeling en beheert alle computers die Nomads bezit. In Byron Bay worden alle updates bijgehouden en bijgewerkt voor alle computers. Als een medewerker vanuit Sydney een programma zoals Photoshop nodig heeft kan die niet gedownload worden zonder eerst contact op te nemen met de manager in Byron Bay. Zodra zij het in Byron Bay eens zijn met de download die je uit wilt voeren, kunnen ze vanuit daar inloggen op jouw pc en de download starten.

2.3 Mijn plaats binnen de organisatie

Binnen het project heb ik als opdracht gekregen om een mobiel concept te bedenken die mogelijk gebruikt zouden kunnen worden voor Nomads World. Mijn rol was dan ook het creatieve brein te zijn en advies uit te reiken over de mogelijkheden van een mobiele boekings applicatie. Ik werkte op het hoofdkantoor in Sydney, de sales en marketing afdeling.

Nomads wil een representatieve indruk achter laten en richt zich vooral op de klant en het bedenken en realiseren hoe ze de klant kunnen ontvangen en hun verblijf naar hun zin te maken. Nomads werkt met veel verschillende bedrijven samen zodat ze hun gasten op elk gebied advies en korting kunnen geven. Ze werken samen met een surfschool (Mojo), ze hebben een goede relatie met veel verschillende reisbureaus in de stad en hebben contracten met nachtclubs.

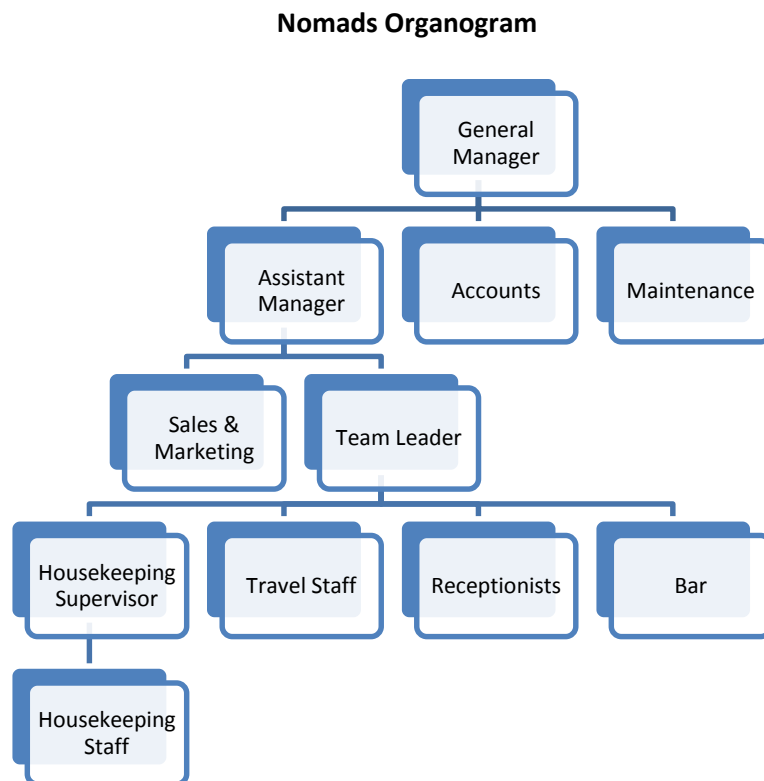
De bedrijfscultuur binnen deze vestiging vind ik apart. Heel het hostel draait op stagiaires, dat is natuurlijk goedkoop. Nomads werft de stagiaires van overal ter wereld. Ze bieden een stageplek aan die overeenkomt met hun studie, daarom Skype ze eerst met de stagiaires en bespreken de prioriteiten. Zodra de stagiaires aankomen, wordt het duidelijk dat de werkplek niet aansluit op de werkelijke afspraken. Er heerst ook geen sprake van democratie alleen de managers hebben inbreng op nieuwe ideeën om de organisatie te verbeteren. Daarom ik tijdens mijn afstudeerstage geen goede begeleiding en weinig input van de opdrachtgever gehad.

Nomads organisatiestructuur

Nomads bestaat uit twee hoofd directeurs namelijk Daniel Bunning en Richard McLeod die samen in 1994 het bedrijf hebben opgestart en hebben uitgebreid naar 65 vestigingen over 20 landen wereldwijd.

Elke vestiging heeft een eigen assistent-manager, accountmanager en een eigen conciërge die het gebouw onderhoudt. Daarna volgt het sales en marketing team voor reclame en aanbiedingen binnen de hostels. Ook heeft elke vestiging een teamleider die de assistent manager assisteert. Tot slot, de

belangrijkste mensen die het bedrijf draaiende houden zijn de receptionisten, schoonmaak personeel, bar personeel en reisadvies personeel. Deze mensen zijn het gezicht van het hostel omdat zij als eerste in gesprek komen met de gasten. Allemaal specialisten op hun eigen vakgebied die met veel enthousiasme samenwerken met een gezamenlijke doel voor ogen: een effectief, wereldwijd bekend hostel bedrijf.



Figuur 1 Nomads World organisatiestructuur

3 Beschrijving van de opdracht

In het vorige hoofdstuk heeft u kunnen lezen wat Nomads voor een bedrijf is en wat mijn plek is in het bedrijf. Na het beschrijven van Nomads als bedrijf zal ik in dit hoofdstuk de belangrijkste onderdelen van de opdracht beschrijven. De onderdelen die u in dit hoofdstuk vindt zijn: Kader van de opdracht, probleemstelling en doelstelling. Deze worden in dit hoofdstuk gedefinieerd. Daardoor zijn de aanpak en de procesgang in de hierop volgende hoofdstukken beter te begrijpen.

De opdracht is een Low Fidelity prototype ontwikkelen voor Nomads zodat de klanten niet telefonisch hoeven te bellen maar via de mobiele applicatie hun reservering status kunnen zien overal ter wereld.

3.1 Kader van de opdracht

Voor mijn afstudeerproject is een onderzoeksrapport opgesteld met een ontwerprapport gericht op de service van de mobiele applicatie voor Nomads en haar klanten. Door middel van een onderzoek is er een ontwerp voorgesteld, zodat Nomads meer inzicht krijgt over het ontwikkelen van de mobiele applicatie. Na een uitgebreid onderzoek wordt er gestart met het design van de applicatie. Tot slot wordt er een low fidelity prototype gemaakt van de mobiele applicatie.

De opdracht luidt:

“Ontwikkel en test in 17 weken een Low Fidelity prototype voor een mobiele applicatie”

3.2 Probleemstelling

Gasten van Nomads, welke een hostelkamer hebben aangevraagd kunnen tot op heden alleen de aanvraag en het stadium waarin de aanvraag zich bevindt bekijken via de website of opvragen per vaste telefoon. Gasten zijn nu niet in staat om onderweg, bijvoorbeeld in de trein of in de auto, deze status te bekijken.

Behalve dat dit als een probleem gezien wordt voor klanten, wordt dit ook door de organisatie opgemerkt als een probleem voor medewerkers. Medewerkers van Nomads zijn nu dagelijks bezig met het telefonisch te woord staan van klanten over hun reserveringsstatus.

3.3 Doelstelling

In overeenstemming met deze probleemstelling heb ik de doelstelling aangescherpt en beschreven.

De doelstelling is als volgt gedefinieerd:

“Binnen 17 weken ontwikkel en test ik een Low Fidelity prototype voor een mobiele applicatie.”

Met andere woorden; Nomads World wil met de mobiele applicatie dat klanten minder bellen om te vragen naar de status van hun reservering. Met de mobiele applicatie is dat allemaal inzichtelijk voor de klant.

3.3.1 Smart formulering van de doelstelling

Na het helder krijgen van de doelstelling, ben ik deze gaan uitwerken en specificeren. Ik heb dit gedaan door de doelstelling SMART te formuleren, hierdoor wordt er duidelijk, welke afspraken, wanneer bereikt zullen worden. Ik heb gekozen voor een SMART formulering omdat deze formulering toepasbaar is op mijn afstudeerproject.

Dit betekent voor de **SMART** geformuleerde doelstelling:

Specifiek: Voor mijn afstudeeropdracht maak ik een mobiele applicatie voor Nomads World. Met deze applicatie kan je onderweg je status en reserveringen bekijken.

Meetbaar: Het doel is bereikt wanneer de applicatie getest is en een visuele vormgeving heeft.

Acceptabel: Het is acceptabel voor de doelgroep en het management omdat te allen tijde er een getest concept wordt opgeleverd.

Realistisch: Het doel is haalbaar omdat het een getest concept is die binnen de gestelde tijd kan worden opgeleverd.

Tijdgebonden: Binnen 17 weken zal het prototype worden opgeleverd.

3.4 Beschrijven van de methodieken

Na het definiëren van de opdracht ben ik gaan kijken welke methodieken het meest aansluiten bij mijn opdracht. In deze paragraaf ga ik in op de twee methodes die ik heb gehanteerd tijdens mijn project. Deze bepalen de werkwijze en geven structuur aan dit afstudeerproject. Tevens beschrijf ik iedere methodiek kort en waarom ik heb gekozen voor een bepaalde methodiek. De gehanteerde methodieken zijn:

Methodiek 1 (project) projectmanagementmethode van Roel Grit. (2005)

Methodiek 2 (ontwerp) The Elements of User Experience van Jesse James Garrett(2003)

3.4.1 Projectmanagement van Roel Grit

Om een geschikte projectmanagementmethode te kiezen heb ik verschillende methoden bekeken. Mijn keuze is gevallen voor de methodiek van 'Projectmanagement' Roel Grit.

De eerste methode die ik heb bekeken is Projectmanagement van Roel Grit. Dit heb ik gedaan omdat ik ervaring heb met deze methode, tijdens mijn studie aan De Haagse Hogeschool. Voor verdere details heb ik het boek "Projectmanagement" Grit, R. (2005), geschreven door Roel Grit geraadpleegd. De methode van Grit werkt volgens een bepaalde fasering. Roel Grit hanteert bij de projectplanning de volgende fasering:

Initiatiefase (project voorstel: ideevorming)
 Definitiefase (wat moet er gebeuren: eisen en wensen bepalen)
 Ontwerpfase (Hoe gaat het worden: ontwerpvoorstel maken)
 Voorbereidingsfase (Hoe gaat het gemaakt worden: gedetailleerd ontwerp)
 Realisatiefase (Het doen: implementeren)
 Nazorgfase (Onderhouden)

Roel Grit	
Positief	• Uiterst geschikt voor studenten die weinig werkervaring heeft opgedaan.
Negatief	• Geschikter voor kleine projecten uitgevoerd door één tot een klein aantal personen. • De scope staat niet vast, hierdoor is het niet mogelijk of lastig om een planning in een vroeg stadium te maken.

Tabel 4 Voor- en nadelen methode Roel Grit

Bron: Grit, R. (2005). Project management. Groningen. Noordhoff Uitgevers B.V. ISBN10: 9001790933

Vervolgens heb ik met dezelfde criteria een veelgebruikte methode beoordeeld. Deze methode is Prince2. Ik heb ervoor gekozen om juist deze methode te beoordelen, omdat deze in het werkveld veel wordt gebruikt.

Prince 2	
Positief	• Deze methodiek wordt aangepast aan de huidige maatstaven van het bedrijf of randvoorwaarden van een project. • Vrij bekende projectmethodiek, hierdoor is er een kans dat er minder weerstand plaatsvindt met de opdrachtgever in tegenstelling tot een ander projectmethode
Negatief	• Deze methodiek is niet erg praktisch voor kleine projecten. Hiermee wordt niet bedoeld de tijd van een project, maar de rollen die vervuld moeten worden door verschillende betrokkenen. • Bestaat uit een vrij uitgebreide fasering. Waardoor de controle over het project zou kunnen raken.

Tabel 5 Voor- en nadelen methode Prince 2

Bron: Fredriksz, B. Fredriksz, H. Hedeman, B. (2009) Project management op basis van PRINCE 2. Druk: 1. ISBN10: 9087534957

Roel Grit is geschikt voor studenten die weinig werkervaring hebben, omdat theorie wordt gekoppeld aan praktische voorbeelden. Het boek van Roel Grit bestaat ruwweg uit twee delen, namelijk enerzijds “de theoretische achtergronden over projectmatig werken” en anderzijds “praktische hulpmiddelen en vaardigheden om een project aan te pakken”.

Roel Grit is in tegenstelling tot Prince2 en andere methodieken erg praktisch in gebruik voor kleine projecten. Bij het gebruik van of Prince2 moeten er bijvoorbeeld speciale rollen toegekend worden zoals een Business Executive, die functioneert als coach van het team. De communicatie over en weer tussen projectleden speelt een belangrijke rol in deze methoden. Dit is niet van toepassing bij mijn project, ik doe alles alleen, en er is niet een specifieke taak voor de leden anders dan kleine taken als notulist, projectleider en documentbeheerder.

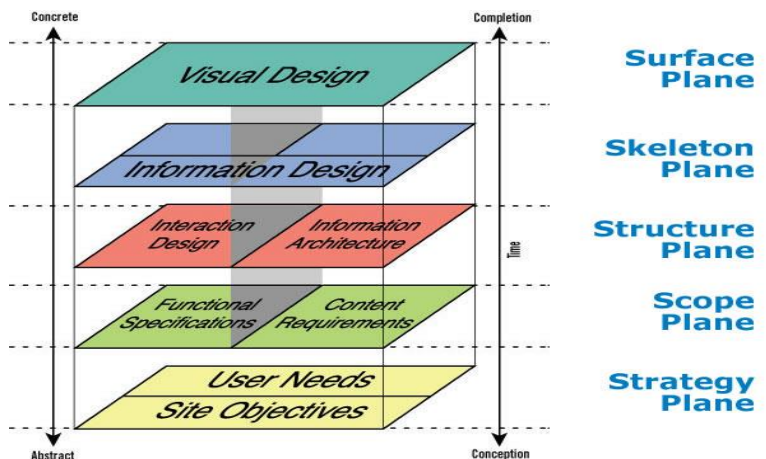
Gedurende de opleiding Communicatie en Multimedia Design heb ik in studieblok CMD2/6/7 gewerkt met deze methodiek. Ik vond het een prettige methode om mee te werken, het is erg praktijkgericht, heeft een heldere schrijfstijl en het biedt een aantal praktische handvatten om het project te managen. In tegenstelling tot de bekende Prince2. Deze methode is zeer uitgebreid, veel onderdelen zijn niet nodig of bruikbaar voor dit project. Dit zorgt ervoor dat de methodiek te onoverzichtelijk is. Het scannen van de bruikbare elementen, zou ten koste kunnen gaan van de tijd die ik in het project zou kunnen steken.

Bron: http://www.hbo-kennisbank.nl/nl/page/search?q=&f=c_2&f=o_haagsehogeschool

3.4.2 Ontwikkelmethode van Jesse James Garrett

In de volgende twee alinea's vind je criteria voor het kiezen van geschikte ontwerpmethodieken voor dit project. Er wordt een vergelijking gemaakt tussen ontwikkelmethodieken IAD en The Elements of User Experience. De keuze is gevallen voor de ontwerp methode van 'The Elements of User Experience' Jesse James Garrett (2003).

De ontwikkelmethode van The Elements of User Experience is een veel gebruikte techniek voor de opleiding Communicatie Multimedia and design, als student heb ik deze techniek dan ook veel gebruikt. Daarnaast is User Centered Design belangrijk omdat het succes van een product bepaald wordt door de gebruikers. 'Jesse James Garrett gaat uit van een model opgedeeld in vijf fases de 'planes'.



Figuur 2 De planes Jesse James Garrett (2003)

Bron: <https://www.google.nl/search?q=planes+jesse+james+garrett&espv=2&biw>

De ontwikkelmethode IAD (Iterative application development) is een techniek die ook tijdens de studie Communicatie Multimedia and design gebruikt word. Als student heb ik les over gehad over deze techniek maar nooit gebruikt voor mijn projecten gedurende mijn opleiding.

Jesse James Garrett (2003) lijkt de meest toepasbare ontwikkelmethodiek te zijn voor dit project vanwege een aantal punten:

- Mijn keuze voor een projectmethodiek baseer ik grotendeels op al reeds positieve ervaringen tijdens de projecten die ik uit moest voeren voor mijn studie
- Een groot gedeelte van de eisen van het systeem zijn vanaf het begin bekend.
- Ontwerpkeuzes kunnen beter worden onderbouwd in het procesverslag.
- Overlappende fases bieden de mogelijkheid om door te werken in opeenvolgende fases.
- Vanaf het begin af aan richt deze methodiek zich op de gebruiker, waardoor de User Experience vaak wordt bevorderd.

Garrett gaat er vanuit dat een plane pas afgesloten kan worden als de vorige plane afgewerkt is, wel kan je met deze methode alvast starten met een volgende plane zonder dat de vorige plane is beëindigd. De methode van Garrett (2003) spreekt me wel aan, omdat het bijna altijd voorkomt, dat bepaalde projectonderdelen vertraging oplopen of verbeterd moeten worden. Als er een gelegenheid is om vast te beginnen met de volgende fase, zal er minder tijdsverlies zijn en verloopt flexibel het volgens planning.

Ik moet mijn ontwerpkeuzes kunnen onderbouwen en de methodiek van JJG leent zich daar uitstekend voor. Ten slotte richt deze methodiek zich van begin af aan op de gebruiker, hierdoor hoeft je achteraf geen planning te maken om de User Experience te verbeteren.

<i>Jesse James Garrett</i>	
<i>Positief</i>	• Veel tussenproducten, wat leidt tot grote betrokkenheid ontwikkelaar gebruikers en de opdrachtgever tussenproducten, wat leidt tot grote betrokkenheid tussen ontwikkelaar, gebruikers en opdrachtgever. • Overlappende fasering binnen het project, waardoor je verder kan werken

Negatief

- als de beschikbaarheid van de opdrachtgever gering is.
- Achteraf verbeteringen aanbrengen op User Experience is niet altijd nodig ten opzichte van IAD.
- Bevat geen implementatie fase.

Tabel 6 Positieve en negatieve aspecten methode Jesse James Garrett

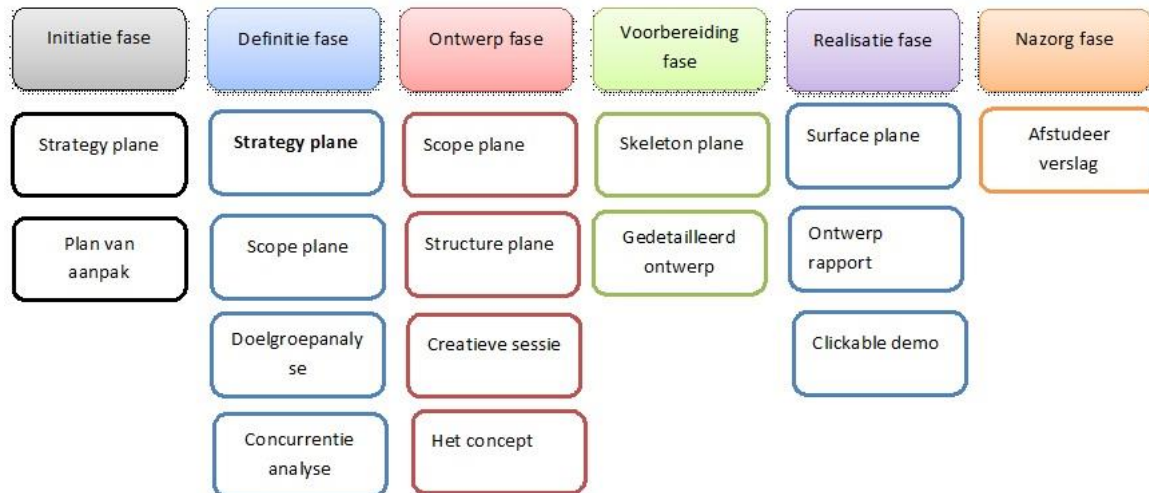
Bron: Grit, R. (2005). *Project management*. Groningen. Noordhoff Uitgevers B.V. ISBN10: 0321683684

<i>IAD (Iterative application development)</i>	
<i>Positief</i>	- Veel tussenproducten, wat leidt tot grote betrokkenheid tussen ontwikkelaar, gebruikers en opdrachtgever. - Effectief en flexibel. Want er zijn in een vroeg stadium bruikbare onderdelen van het systeem. Mocht het project vroegtijdig worden onderbroken kan een deel van het systeem deels praktisch ingezet worden. - Elke iteratie heeft een bruikbaar onderdeel van de website.
<i>Negatief</i>	- De scope staat niet vast, hierdoor is het niet mogelijk of lastig om een planning in een vroeg stadium te maken. - Details van het eindproduct zijn niet te voorspellen. - Ruime ervaring met de gebruikte technieken is vereist door ontwikkelaars

Tabel 7 Positieve en Negatieve aspecten methode IAD

Bron: Tolido, R. (2001). *IAD*. Academic Service. Taal: Nederlands. Druk: 2. ISBN10: 9039504016

Ik heb de methodiek van Grit (2001) geselecteerd om het project te beheersen, ik heb de methodiek van Garrett geselecteerd om een ontwerptraject chronologisch te kunnen doorlopen. In **figuur 3** heb ik weergegeven hoe de projectplanning met deze methodiek (Garrett) samengaat.



Figuur 3 Schema Grit en Garrett

Deel II: Uitvoering werkzaamheden

4 Plan van aanpak

In het vorige hoofdstuk heeft u kunnen lezen wat de opdracht inhoudt en wat de probleem en doelstellingen van de opdracht zijn. In dit hoofdstuk leest u een beschrijving van de oriëntatie op de inhoud van het plan van aanpak. De bedoeling is om inzicht te geven over de werkwijze, de omvang en diepgang van de verrichte werkzaamheden.

Tijdens de initiatiefase van het project wordt de opdracht geanalyseerd, de startdocumenten worden opgesteld en de projectorganisatie wordt ingericht. Voordat je verschillende activiteiten binnen een project gaat uitvoeren, is het heel erg belangrijk dat je eerst een planning maakt. Een activiteitenplanning is een hele goede basis voor het verloop van je project. Een voordeel hiervan is dat je van tevoren een overzicht van alle activiteiten binnen je project krijgt. Verder wordt uitgelegd hoe de activiteitenplanning van het project tot stand is gekomen, de verschillende manieren die er zijn om een planning te maken en welke ik gekozen heb. Verder wordt er in dit hoofdstuk ook de mijlpalen beschreven. Mijlpalen zijn tussentijds op te leveren en voorlopige resultaten van het project.

4.1 Oriëntatie activiteitenplanning

Bij deze activiteit, moest er een planning gemaakt worden voor het project. De activiteitenplanning is een onderdeel van het plan van aanpak en is een houvast voor de te realiseren deelproducten. De activiteitenplanning is een belangrijk activiteit binnen een project. Het geeft van tevoren een overzicht van alle activiteiten binnen het project.

In een Gantt-grafiek, heb ik een planning opgesteld met alle activiteiten per fase, begin datum, de tijd die nodig is per activiteit, doorlooptijd, deadline en de naam van degene die per activiteit verantwoordelijk was. Een Gantt-grafiek geeft een handig, duidelijk beeld van het project. Het is prima hulpmiddel om te communiceren met bedrijf en daarnaast is het ook uitstekend geschikt om het project te volgen. De opdrachtgever had direct geen behoefte aan deze activiteit maar als je als groep een activiteitenplanning opstelt dan houd je rekening met al de gemaakte afspraken met de opdrachtgever.

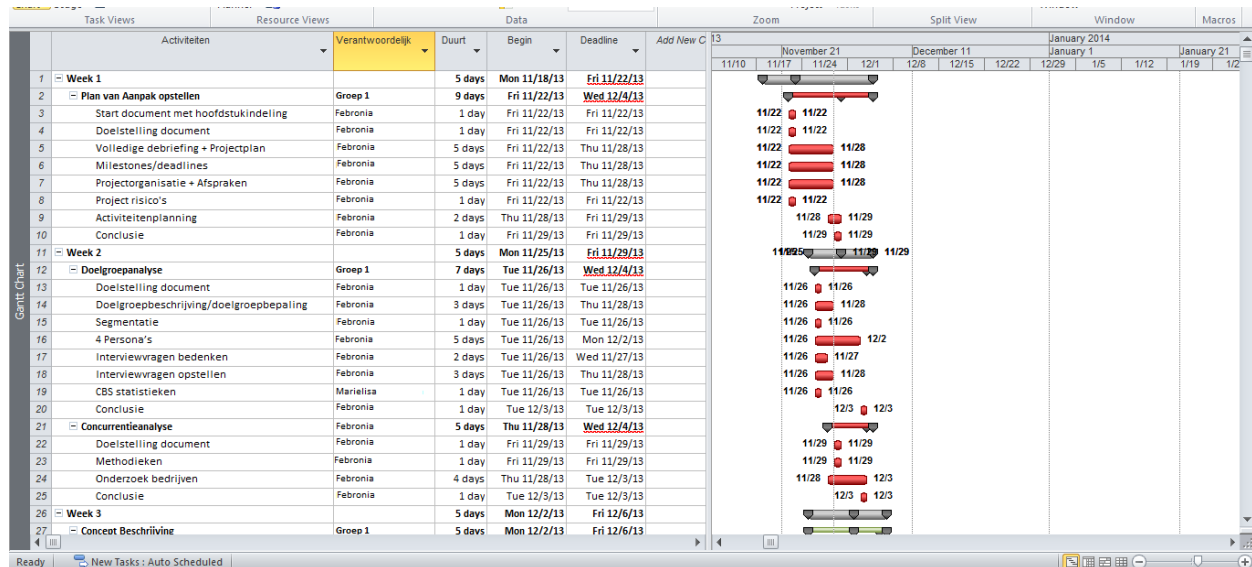
Voor het opleveren van dit product waren er verschillende (proces)stappen nodig. Ik moest volgens de methode eerst per projectfase alle mijlpalen bepalen die er bereikt moesten worden. Daarna de bijbehorende deel-producten vastleggen. Verder moesten het aantal uren per activiteit worden ingeschat aan de hand van mijn 17 weken stage.

4.1.1 Activiteitenplanning opstellen

Deze activiteit kan je op twee manieren uitvoeren, met een spreadsheet of met een projectmanagementprogramma. Het nadeel van een planning maken met een spreadsheet is dat je veel tijd kwijt bent aan het handmatig invoeren van een tijdsbalk. Een voordeel hiervan is dat als je geen geavanceerde planning moet maken, een spreadsheet goed aansluit. Het sluit dan goed aan omdat je de planning handmatig kan invullen.

Het voordeel van een projectmanagementprogramma is dat je op een effectieve manier, een professionele planning kan opstellen. En met professioneel bedoel ik dat de planning overzichtelijk en netjes eruit ziet. Het nadeel hiervan is dat als je geen ervaring hiermee hebt, het moeilijk kan zijn om dan deze activiteit te kunnen uitvoeren. Ik heb gekozen om de planning met een projectmanagementprogramma te maken, Microsoft Office Project, omdat ik hiermee al eerder mee had gewerkt.

Tijdens de uitvoering vond ik het heel belangrijk dat de planning duidelijk en overzichtelijk moest worden. Je moet het kunnen begrijpen en de activiteiten per fase kunnen onderscheiden en de doorlooptijd kunnen inzien. Door verschillende kleuren voor fase-indeling per tijdsbalk en door tabellen (milestones overzicht) te gebruiken heb ik dit allemaal bereikt. Door kleuren te gebruiken wordt de fase indeling van de planning overzichtelijker. In figuur 4 ziet u de activiteitenplanning gemaakt in Microsoft Project.



Figuur 4 Activiteitenplanning

Naast de uitgebreide activiteitenplanning heb ik ook een globale planning gemaakt. Deze planning heb ik verdeeld in de verschillende deelactiviteiten. De deelproducten heb ik verdeeld op hoofdstukniveau. Per hoofdstuk heb ik genoteerd hoeveel tijd ik hier mogelijk aan zou besteden. Tevens heb ik voor elk document een deadline vastgesteld. Deze methode van plannen geeft mij een concreet beeld van de urenbesteding.

Tijd	Activiteit	(deel) Producten	Datum
2 1 1 1 1 6 + 12 uur	Projectplan Methodieken Fase-indeling Project risico's Project organisatie Activiteitenplanning	Plan van aanpak	20 september 2014
3 3 2.5 1.5 3 2 + 15 uur	Doelstelling Doelgroep beschrijving Segmentatie 4 Persona's CBS statistieken Conclusie	Doelgroep Analyse	22 september 2014

Tabel 8 Voorbeeld Globale activiteitenplanning

4.1.2 Mijlpalen opstellen

Zoals eerder vermeld waren er een aantal stappen nodig voor het opleveren van de activiteitenplanning. De eerste stap was om per fase te bepalen welke mijlpalen bereikt moesten worden en de bijbehorende activiteiten die moesten plaatsvinden.

In een project worden er meestal een aantal milestones gepland. Mijlpalen zijn tussentijds op te leveren en geven een voorlopig resultaat van het project. De mijlpalen heb ik dus vooraf gepland per projectfase, als een controlepunt van de voortgang van het project.

Bron: <http://www.projectplaza.be/pm/planning.shtml>

Mijn project had een duidelijke fase-indeling volgens de projectmethode van Roel Grit. De verwachte producten per fase werden hierdoor ook snel duidelijk. Per deelproduct heb ik een schatting gemaakt van het aantal benodigde uren voor het uitvoeren van alle activiteiten. Dit heb ik gedaan in vergelijking met voorgaande projecten. Vervolgens heb ik de deadlines bepaald. Deze heb ik gemaakt aan de hand van gemaakte afspraken met de opdrachtgever. Nadat ik de tabel met mijlpalen en globale planning opgesteld had kon de uitgebreide planning gemaakt worden.

4.2 Projectorganisatie

In een plan van aanpak komen de afspraken te staan die je met de opdrachtgever afsprekt. Met de opdrachtgever zijn afspraken gemaakt. De afspraken zijn met Alex Harper gemaakt ik mocht een gesprek houden wanneer ik het maar nodig vond. In alle gesprekken had ik eigenlijk alle inbreng en wilde alleen bevestiging hebben de opdrachtgever. Al deze afspraken komen in het plan van aanpak zodat het vast staat en iedereen het kan lezen. Vaste afspraken maken zijn belangrijk voor de processen die moeten

worden doorlopen om de concepten te creëren. Zonder concrete afspraken is de kans op miscommunicatie vele malen groter.

4.2.1 Oriëntatie projectorganisatie

De afspraken die tijdens het Skype-interview met de opdrachtgever naar voren kwamen, had ik opgeschreven en later verwerkt in het plan van aanpak. Dit was het eerste interview met de opdrachtgever waarbij ik mezelf voorstelde en wat vertelde over mijn positieve en negatieve eigenschappen. De opdrachtgever vertelde meer over het bedrijf en wat ze doen voor hun gasten. Tijdens dit gesprek was er evenveel inbreng. Ik was vrij om te vertellen wat ik graag wilde doen en duidelijk niet wilde doen tijdens mijn stage. De opdrachtgever legde uit wat ik kon verwachten aan begeleiding voor mijn project tijdens mijn stage en wat er van mij verwacht word als stagiaire.

Het is de bedoeling dat in deze paragraaf project organisatie in een oogopslag duidelijk is wat de teamtaken, contactgegevens, projectteamrollen en afspraken inhouden.

4.3 Project risico's

In een plan van aanpak komen de risico's te staan die je met de opdrachtgever afspreekt. Ik heb risico's bedacht die zouden kunnen ontstaan tijdens het project. Al deze risico's komen in het plan van aanpak zodat het vast staat en iedereen het kan lezen. Risico's beschrijven en vastleggen zijn belangrijk voor de processen die moeten worden doorlopen om de concepten te creëren. Zonder enig risico te beschrijven zou ik falen voor het project. Er zou miscommunicatie en onenigheid ontstaan wat een onprettige werksfeer creëert. Er zijn geen methoden, literatuur of technieken gebruikt om de risico's te beschrijven.

Verder heb ik geprobeerd de opdrachtgever erbij te betrekken door middel van mijn plan van aanpak en de planning deels in het Engels te schrijven. Zo weet de opdrachtgever aan de hand van de planning waar ik mee bezig moet zijn en wat ik precies voor het project moet uitvoeren aan de hand van de richtlijnen van de Haagse Hogeschool.

De onderstaande risico's heb ik zelf bedacht. De risico's die tijdens mijn studie naar voren kwamen, heb ik opgeschreven en later verwerkt in het plan van aanpak. In tabel 9 treft u een aantal van de bedachte projectrisico's.

Projectrisico's

Schade documentatie

Om al de documenten op een veilige plek te beheren, zullen alle documenten op twee servers geplaatst worden. Op de een externe harde schijf en in dropbox. Daarbij zullen alle documenten een versienummer krijgen. Dit is de ideale manier om documenten te delen en om de schade van mogelijke crashes te beperken.

Gebrekkige praktijkkennis

Het kan voorkomen dat de benodigde praktijkkennis voor het uitvoeren van dit project onvoldoende is. Daarom is het belangrijk om extra aandacht te besteden aan het project. Door zoveel mogelijk **over** te lezen, en docenten te betrekken voor extra hulp kan ik een vertraging van kennisvergarig voorkomen.

Gebrekkige communicatie projectteamleden

Miscommunicatie tussen opdrachtgever kan nadelige gevolgen hebben voor het project. Om dit te voorkomen heeft de stagiair de contact gegevens van de opdrachtgever.

Taalbarrière

Een belemmering in de communicatie, veroorzaakt door het verschil in taal. Het communiceren in een andere taal kan een groot risico met zich mee brengen. Dat moet worden voorkomen door duidelijk afspraken te maken en op papier te zetten.

Tabel 9 Projectrisico's

4.4 Swot analyse

Ik heb een SWOT-Analyse gemaakt om inzicht te krijgen in de sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen van Nomads World.

Omdat het een intern en externe analyse belangrijk is heb ik er voor gekozen om een SWOT analyse uit te voeren. De externe analyse is in hierbij van cruciaal belang omdat de concurrentie een grote rol speelt bij het ontwikkelen van een mobiele applicatie.

SWOT staat voor Strenghts (sterktes), Weaknesses (zwaktes), Opportunities (kansen) en Threats (bedreigingen). Strenghts zijn de interne positieve punten, Opportunities de externe positieve punten, Weaknesses de interne negatieve punten en Threats de externe negatieve punten.

Bron: <https://www.scribbr.nl/modellen/swot-analyse/>

SWOT-analyse van Nomads

Strenghts(Intern): Elke vestiging van Nomads heeft een vriendelijke, jeudige sfeer. Dit maakt het uitnodigend voor gasten om daar naar binnen te lopen. Hiernaast biedt Nomads producten van een redelijke kwaliteit aan en geeft haar gasten de persoonlijke aandacht door de goede service.

Weaknesses(Intern): Op het online gebied is Nomads nog vrij klein. Vergeleken met de hoeveelheid Nomads vestigingen op dit moment, lijkt Nomads helemaal niet zo groot online. De website van Nomads bevat vrij weinig informatie en is nog niet helemaal gebruikersvriendelijk. Met voorbeeld van het online werk formulier.

Opportunities(Extern): Nomads heeft een vrij aardige social media opgebouwd met volgers op Twitter en fans op Facebook. Op het online gebied kunnen zijn nog meer actiever in beeld komen door het gebruik maken van social media (online mond-tot-mond reclame). Hiernaast kan de website kan zeker nog geoptimaliseerd worden.

Threats(Extern): Online concurrenten met andere Hostels. De website is nog niet optimaal en kan voor nieuwe potentiële klanten anders worden ervaren, wanneer zij eerst de website bekijken voordat zij de vaste vestiging bezoeken.

SWOT-analyse zijn punten die belangrijk zijn voor het project. Deze punten hebben invloed op het eindresultaat, de mobiele applicatie. Een voorbeeld van één van de sterktes van Nomads World:

“De gast staat op nummer 1”

Uitgangspunten:

Uit de SWOT-analyse zijn een aantal punten naar voren gekomen waarmee rekening gehouden dient te worden in het bedenken van de mobiele applicatie. De volgende uitgangspunten zijn naar voren gekomen:

- Nomads wil bij haar klanten naar voren komen als betrouwbaar, transparant en persoonlijk;
- Er is geen/weinig online activiteit, de website fungeert nu als visitekaartje;
- De website van Nomads wordt niet snel gevonden via zoekmachines;
- Het bedrijf heeft online bijna geen bekendheid of reputatie;
- De concurrentie heeft informatieve websites, die ook sneller gevonden worden via de zoekmachines;

5 Uitvoeren van het vooronderzoek

In het vorige hoofdstuk heeft u gelezen over de beschrijving van de oriëntatie op de inhoud en de uitvoering van het plan van aanpak. De bedoeling was om inzicht te geven over de werkwijze, de omvang en diepgang van de verrichte werkzaamheden. In dit hoofdstuk wordt het vooronderzoek besproken wat na het opstellen van het plan van aanpak is uitgevoerd. Dit onderzoek bestond uit drie delen, te weten; de doelgroepanalyse om de personen in kaart te brengen die in aanmerkingen komen voor het eindproduct, de concurrentieanalyse om mij te verdiepen in de opdracht en de creatieve sessies om het concept te bedenken.

Uit mijn doelgroepanalyse blijkt dat 81% van de doelgroep applicaties download. Het is dus effectiever om een mobiele applicatie te maken om boekingen online te plaatsen. Uit de concurrentie analyse is gebleken dat de onderstaande technieken en middelen het meest voor komen bij de tien applicaties die ik heb onderzocht.

1. Responsive design
2. Simpel design/ alles op een pagina
3. Elke taal is beschikbaar
4. Social media: Facebook, Twitter

5.1 Doelgroepanalyse

Ik heb ervoor gekozen om een doelgroepanalyse op te stellen voor mijn project bij Nomads World. Omdat het een noodzaak is voor Nomads World en de competenties die ik wil leren. Door middel van een doelgroepanalyse wil ik de personen in kaart brengen die in aanmerking komen met mijn eindproduct. Door een goed beeld te krijgen van mijn doelgroep zorg ik ervoor dat ik het concept dat ik bedenk afgestemd is op de gasten van Nomads World. Voor deze afstemming is een vooraf opgestelde doelgroepanalyse cruciaal, hierin ontdek je onder andere de interesses, bezigheden en kennis van je doelgroep. Dit is cruciaal voor mijn ontwerp omdat het aan de eisen van de doelgroep moet voldoen.

Het kan gemakkelijk in de val lopen om te denken dat ik de mobiele applicatie ontwerp voor een geïdealiseerd gebruiksvriendelijk persoon. Maar ik ben niet aan het ontwerpen voor mezelf; ik ontwerp voor andere mensen, en als die andere mensen het leuk gaan vinden en er gebruik van gaan maken van wat ik creëer, moet ik weten wie ze zijn en wat ze nodig hebben om het te begrijpen. Door tijd vrij te maken voor het onderzoek naar deze behoeften, kan ik breken uit mijn eigen beperkte perspectief en de mobiele applicatie zien vanuit het oogpunt van de gebruikers. Jesse James Garrett (2003)

5.1.1 Eisen opdrachtgever

Om helderheid te krijgen van de eisen heb ik een gesprek gehouden met de IT manager; Pete Robinson, ook heb ik informatie verkregen door een interview te houden met Alex Harper, de manager van de Nomads World. Om veel input te krijgen heb ik openvragen gesteld. Mijn interview bestond uit acht vragen. Ondanks dat ik geen tijd had afgesproken, heb ik het interview kort en krachtig kunnen houden. Hieronder, in tabel 10 een aantal opgestelde vragen.

Interviewvragen Alex Harper Manager Nomads World	
1.	Do your competitors use an app to source bookings? As far as I know our competitors do not have an app to help increase bookings and I think this app will help us to create more awareness of what we supply.
2.	What do you hope to reach with a mobile application? As a manager it's my aim to increase awareness of the property and increase revenue in all areas and we hope that this app can achieve this.
3.	How do you see Nomads World in 5 years? Westend backpackers is part of a great network called Nomads adventure co, Nomads grow in size every year and the brand is gaining popularity as one of the leading accommodation/adventure brands in its field every year. Within 5 years and with the help of our MAD travel desks we hope to see Nomads Westend fully booked year around and to accomplish this we will hopefully have refurbished the whole building and also incorporated a bar to ensure we stay competitive with the other hostels within the Sydney CBD.

Tabel 10 Interviewvragen en antwoorden manager Nomads World

Beide personen heb ik gerichte vragen gesteld naar de beoogde doelgroep. Uit deze gesprekken kwam naar voren dat backpackers (short/longtermers), low budget en oudere reizigers deel uitmaken van de doelgroep. Australië is een duur land om te verblijven maar ook een populaire reisbestemming. Hotels en dergelijke zijn te duur om te verblijven voor een paar nachten tot een aantal weken. Hostels daarin tegen zijn beter betaalbaar wat wel ten koste gaat van luxe en privacy. Vaak slaapt men op gedeelde kamers om de kosten te besparen. Voor ouderen die reizen zijn er privé kamers die natuurlijk wel weer hoger liggen in prijs. Maar het is goed te doen als je je vooraf erop instelt om geen privacy of luxe te ervaren tijdens je reis.

5.1.2 Segmenteren doelgroep

Ik heb aan de hand van de verkregen informatie een tweetal doelgroepen samengesteld. Ten eerste de primaire reizigers, de backpackers en low budget reizigers. Ten tweede de secundaire doelgroep die ook bij Nomads World betrokken zijn, ouderen en stagiaires. Vervolgens heb ik de methode gebruikt van Jesse James Garrett (2003). Hij verdeelt de doelgroep in twee verschillende segmenten om meer informatie te verkrijgen, namelijk:

- Demografisch (geslacht, leeftijd, opleiding, burgerlijke staat, inkomen)

Betreft de groei, omvang en samenstelling van de bevolking. Structuur van de bevolking. Er wordt rekening gehouden met het type bedrijf. Ook wordt er gekeken naar mogelijke trends, die invloed zouden kunnen hebben op het product.

- Psychografisch (houding, denkwijze en waarneming)

Betreft de persoonlijkheden van de beoogde doelgroep. Denk aan bezigheden, karaktereigenschappen, hobby's etc.

Bron: The elements of user experience, Jesse James Garrett, 2003 (blz. 47) User Needs / user segmentation

Dit heb ik zo overgenomen van de extern bijlage III omdat de doelgroep segmentatie kort en krachtig is uitgelegd en duidelijk beeld schetst. De nadere doelgroep segmentatie hielp mij een duidelijker beeld te krijgen van de doelgroep. Zo ontdekte ik dat de doelgroep tussen de 18 en 50 jaar oud zijn. De jongeren (tot 25) wonen vooral thuis met hun ouders of op kamers. De rest hebben een huishouden, wonen met hun partner of hebben nog een eenpersoonshuishouden. Deze informatie heb ik verkregen door een intensief onderzoek op de website van Australian Bureau of Statistics te verrichten. Deze website geeft betrouwbare en feitelijke informatie over vele verschillende onderwerpen binnen Australië. Met betrouwbare cijfers wordt vaak bedoeld dat ze redelijk nauwkeurig zijn en voldoende dicht liggen bij de werkelijke waarde. Als de schatting van het ABS als de beste beschikbare informatie is te beschouwen, zal deze door de gebruikers als betrouwbaar worden gezien.

Bron: doelgroepanalyse externe bijlage

5.1.3 Opstellen enquêtes

De doelgroep was voor ons alsnog te breed geformuleerd. Om mij beter te kunnen verplaatsen in mijn doelgroep heb ik besloten om hen te enquêteren. In mondeling overleg met de opdrachtgever waren we er samen over uit dat het beste is om de doelgroep te benaderen met enquêtes. Aangezien de doelgroep ook binnen handbereik is, is het handig ze persoonlijk te benaderen. Zo is het voor de opdrachtgever ook duidelijk wat zijn gasten willen.

Om een enquête op te stellen heb ik, het boek 'professioneel schrijven' (2001) ingelezen en vergeleken met 'Leren communiceren' (2006). Uiteindelijk ben ik tot de conclusie gekomen dat de regels voor het opstellen van een schriftelijk interview in beide boeken met elkaar vergelijkbaar zijn. De enquêtes heb ik opgesteld met behulp van het boek 'Leren communiceren' (2006). Dit boek heb ik gedurende mijn opleiding veel gebruikt en is voor mij bekend en hierdoor toegankelijker.

Tijdens het proces van het bedenken van effectieve vragen, heb ik constant terug gekoppeld naar de onderzoeksvraag. Deze luidt: 'Wat vinden backpackers van een mobiele boekingsapplicatie'. De eerste keus was om alleen openvragen te formuleren, omdat ik dacht dat de interesses per persoon belangrijker waren. Echter kwam ik erna het proeftesten van deze vragen bij de doelgroep er achter dat dit niet tot een eenduidig en helder resultaat zou leiden. De reden voor het onderzoek was om globaal inzicht te krijgen van de doelgroep en niet van elk individu.

Om dit probleem op te lossen heb ik de meerderheid van de open vragen veranderd in meerkeuzevragen. Deze waren niet alleen makkelijker te verwerken, maar gaven een meetbaarder beeld, waarmee ik feitelijke conclusies kon vaststellen. De meerkeuze vragen zijn voornamelijk bedacht met behulp van aannames. Er was echter per vraag wel plek voor eigen input om de aannames kunnen toetsen. Naast kwantitatieve vragen is er ook gekozen voor een aantal kwalitatieve vragen. Deze

uitslagen zouden niet verwerkt worden in de resultaten, maar waren slechts bedoeld voor een inzage in de persoonlijke activiteiten. Deze persoonlijker open vragen hielpen mij beter te kunnen inleven in de doelgroep. Een voorbeeld van een kwalitatieve vraag was: ‘What does your average day consist of? (Hoe ziet je gemiddelde dag eruit?)’. Alle vragen zijn opgezet met literatuur uit het boek *Leren communiceren* van Michael Steehouder (2006).

Opgestelde enquêtevragen	
1.	What are your hobbies? ○ Games ○ Sport/gym ○ Make music ○ Other.....
2.	What are you favorite applications? ○ Twitter ○ Facebook ○ Instagram ○ Other.....
3.	If you could build an application for a hotel / hostel, which feature should be in it?

Tabel 11 Voorbeeld opgestelde enquêtevragen

Om de kwaliteit van de vragen en mijn laatste versie van de enquête te testen heb ik wederom gekozen om deze eerst uit te delen aan twee proefpersonen, het waren twee backpackers van Nomads World. Op deze manier heb ik getest of de uitslagen inhoudelijk sterk genoeg waren voor het beantwoorden van de onderzoeksvraag. De opdrachtgever heb ik hier over mondeling geïnformeerd en zij ging er mee akkoord om het als proef te testen met twee gasten uit het hostel.

Er waren twee verschillende manieren waarop ik de enquêtes kon uitvoeren. Via de Facebook-pagina van Nomads World de enquêtes online plaatsen en wachten tot dat zij deze gingen invullen. Een andere mogelijkheid was om actief te gaan zoeken naar backpackers. Ik heb uiteindelijk gekozen voor de tweede optie. De eerste optie vond ik te riskant, er is immers altijd een kans dat onvoldoende personen de enquêtes invullen of dat ik vertraging op zou lopen in mijn planning. Tevens is het persoonlijker om langs te gaan en de enquêtes uit te delen. Daarbij kun je altijd een ‘smalltalk’ houden waardoor je de doelgroep direct aanspreekt. Uiteindelijk zijn er in totaal 60 personen geïnterviewd. Ik ben van mening dat dit een goed genoeg beeld schetst van de doelgroep die ik wilde aanspreken.

Steekproefgrootte		
Grootte populatie:	60	Hoeveel mensen bevat de groep die uw steekproef voorstelt? (De steekproefgrootte wijzigt niet veel voor een populatie groter dan 20.000.)
Foutenmarge:	5 %	Dit is het positieve of negatieve getal dat meestal wordt weergegeven in opiniepeilingresultaten van dagbladen of televisie. Bijvoorbeeld, als u een foutenmarge van 4% gebruikt en 47% van uw steekproef een bepaald antwoord geeft, dan kan u er "zeker" van zijn dat als u dezelfde vraag aan de volledige populatie had gesteld, tussen 43% (47-4) en 51% (47+4) datzelfde antwoord zouden gekozen hebben (een lagere foutenmarge vereist een grotere steekproef).
Betrouwbaarheidsniveau:	95 %	Het betrouwbaarheidsniveau vertelt u hoe zeker u kan zijn van de foutenmarge. Het wordt uitgedrukt in percent en geeft weer hoe vaak het werkelijke percentage van de populatie dat een antwoord zou kiezen, binnen die foutenmarge ligt, m.a.w. in welke mate vertrouwt u erop dat de antwoorden die de respondenten hebben ingegeven, correct zijn (een hoger betrouwbaarheidsniveau vereist een grotere steekproef).
Vereiste steekproefgrootte:	53	Aantal respondenten nodig

Figuur 5. Voorbeeld aantal respondenten

Omdat ik zelf elke dag met de doelgroep in aanraking kwam, wist ik wie de doelgroep was en wat ze graag doen in hun vrije tijd. Zelf heb ik in het hostel geslapen gedurende mijn afstudeerstage en deze accommodatie kreeg ik gratis aangeboden. Tijdens, maar ook na mijn werk, was ik nog tussen mijn doelgroep te vinden. Met de steekproefcalculator wordt er precies voor je berekend aan de hand van de grootte populatie, het aantal respondenten dat je nodig hebt.

Bron: <https://nl.checkmarket.com/marktonderzoek-hulpbronnen/steekproefcalculator/>

5.1.4 Verwerking enquêteresultaten

Nadat ik een aantal goede enquêtevragen heb bedacht en vervolgens heb afgenomen, was de volgende stap de gegevens verwerken. De resultaten van de enquête heb ik met behulp van het programma Microsoft Excel verwerkt. Dit programma is geschikt voor het verwerken van resultaten van een enquête of onderzoek. Hiermee kan je de totale uitkomst van de antwoorden in cijfers, tabellen of diagrammen presenteren.

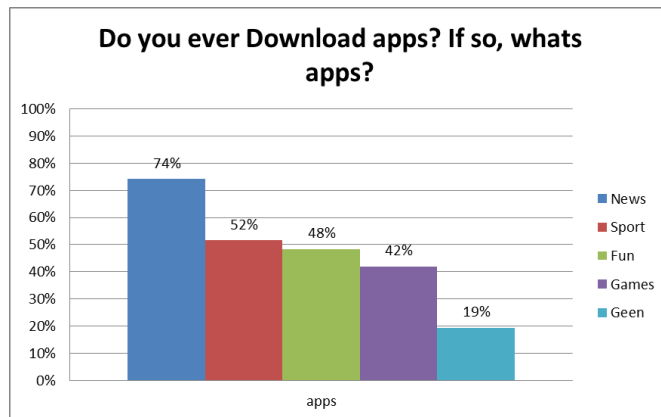
Enquête resultaten																	
Onderzoeksvraag: Wat vinden gasten/lang verblijvers van Nomads Westend mogelijk interessant of belangrijk bij het boeken van een kamer met mobiele app.																	
Interesses en bezigheden									Gadgets			Ervaring boeking met apps					Kenniss
	Persoonskenmerken				Vrije tijd (1)	Werk (2)	Dag (3)	Download Apps (4)	Favoriete wesites/blogs(5)	Telefoon en Gadgets (6,7,8)			Met een app boeken (9,10)			Technologische trend(11)	App zelf bouwen (12)
#	Leeftijd	Geslacht	Studie	Beroep	Hobby's	Bijbaan	Gemiddelde dag	Apps, categoriëren	websites/blog	Telefoon	Gadgets	Apps	soort boeking	Positieve aspecten	Negatieve aspecten	Nieuwste technische trends	welke functie moet erin zitten
1	23	Male	Marketing	Student	muziek,sport	Traveladvisor	ontbijt, college,vrienden	Games,news	Facebook	Iphone	Tablet, Laptop	Whatsapp, FB	No	nvt	nvt	Arduino	vertalen
2	20	Female	Event management	Student	chilling friend, tv	Restaurant	Answering phones. Planing events. Social media	Fun. Games	trumbler.com	nokia	tablet	twitter,FB	No	nvt	nvt	Robot helpers	New events taking place
3	21	Female	Tourism & leisure management	No	Shopping	Horeca	working, park or beach	Fun,games,forecast, picture editing	blogspot.com	Iphone	Laptop	Whatsapp, FB,instagram	No	nvt	nvt	paying with mobile phone scan	information about everything around the hostel
4	24	Male	nvt	Reception	football	Reception	working,chilling, party	No	none	nokia	PS4	FB	No	nvt	nvt	personal ATM	No idea
5	31	Female	Law	call center	sport,gym	hotel	work,gym, meet friends, sleep	movies	news	samsung	tablet	FB	No	nvt	nvt	more tinder like apps	to book multi trips
6	25	Female	marketing communication	No	traveling, hockey	no	Breakfast, gym, lunch,chilling, movie	Forecast, photo	photo blogs	sony	Laptop, camera	Instagram, pinterest	No	nvt	nvt	walkin.flying camera	photo, where are u now
7	23	Male	computer science	No	Games	No	play games, school, homework, games with friends	New,fun,games,technology	technology	Samsung	Laptop, ps4	whatsapp, FB, guardian of the galaxy	Yes	fast	lot of information	mind reading phones	a short game

Figuur 6 Screenshot enquête resultaten tabel in Microsoft Excel

Als eerste heb ik een tabel gemaakt voordat ik de resultaten heb ingevoerd. Dit is gedaan om een beter overzicht te verkrijgen van de resultaten en heb deze als volgt ingedeeld: In de header, op de eerste rij staan de thema's van de vragen (Interesses en bezigheden, Gadgets, Ervaring evenementen en Kennis). Op de tweede rij, staan de categorieën per thema en het nummer van de enquêtevraag. In het body van de tabel, staan in de eerste kolom de enquête nummers één tot en met dertig. De headers zijn opgesteld aan de hand van de thema's van de vragen. Daardoor zijn de antwoorden eenvoudig af te lezen in de tabel.

Interesses en bezigheden											
Hobby's (1)			Job (2)			Download apps (4)			Favorite web/blogs(5)		
Hobby's			Bijbaan			apps			Tv thema's		
Sportn	17	55%	Nee	14	45%	News	23	74%	Technology	24	77%
Gamen	22	71%	Ja	17	55%	Sport	16	52%	Tweakers	20	65%
						Fun	15	48%	Other	18	58%
						Games	13	42%			
						Geen	6	19%			

Tabel 12 Resultaten per thema
Bron: Externe Bijlage: Doelgroepanalyse



Na de invoering van de resultaten heb ik deze vervolgens met een turflijst verwerkt. Per vraag heb ik dus het aantal keren dat een antwoord is genoemd, opgeteld. De resultaten heb ik in percentages berekend en in grafieken verwerkt. Ik heb grafieken gebruikt omdat je hiermee direct de antwoorden per vraag kan presenteren en eventuele verschillen kan weergeven

Grafiek 1 Doelgroep enquête resultaat
Bron: Externe Bijlage: Doelgroepanalyse

Nadat de gegevens zijn gestructureerd heb ik zowel de deelvragen als de onderzoeksvraag beantwoord.

- Uit mijn enquêtes heb ik geconcludeerd dat studenten met 71% vaak na school graag gamen en hun vrije tijd besteden aan vrienden en nieuwe technologie vaak ter sprake komt.
- Naast dat de studenten allemaal een smartphone hebben, draaiend op IOS of Android, heeft 94 % ook een laptop, 39 % een tablet en 28% een PlayStation.
- 84% van de ondervraagden heeft kennis van de nieuwe technologie of is er van de hoogte. En duidt erop open te staan om nieuwe technologie beter te leren kennen.
- Studenten lezen voor hun studie of in hun vrije tijd boeken en magazines, internet met 72% word het meest door studenten gelezen. Facebook met 77%, gevolgd door Instagram met 65%, wordt het meest door studenten bekeken.

Het duidt er dus op aan dat vooral studenten en afgestudeerden kiezen voor een backpackers leven. Mobiele applicaties worden aangetrokken door de nieuwste technologie en het moet een boeking eenvoudiger maken dan via de website een kamer te reserveren. De Nomads mobiele applicatie boekt al een voorsprong omdat het reserveren van een kamer via een mobiele applicatie overal ter plekke kan worden gedaan.

Uit mijn onderzoek blijkt dat 81% van de doelgroep applicaties download. Dat is driekwart van mijn doelgroep. Het is dus effectiever om een mobiele applicatie te maken om boekingen online te plaatsen.

5.1.5 Opstellen Persona's

Een persona is een specifiek niet bestaande vertegenwoordiger van je doelgroep. Door persona's krijgt je doelgroep een gezicht en een identiteit. Ze brengen daarmee de factor mens terug in het ontwerpproces. De specifieke resultaten die ik heb verkregen dankzij de enquêtes heb ik verwerkt in mijn persona's.

Het proces is begonnen met het organiseren van een brainstormsessie. Aan de brainstormsessie hebben verschillende mensen mee gewerkt, de opdrachtgever (Renee Boyle), hostel manager (Alex harper), en twee onbekende backpackers. Alles wat al bekend was over de doelgroep met behulp van de analyses heb ik hierbij betrokken. Met de voorbeelden van persona's in het boek van Jesse James Garrett (2005) heb ik nagedacht over informatie wat relevant is voor elk persona.

Voordat ik kon gaan kijken naar de gebruikerswens en van de doelgroep moest ik eerst een beeld vormen van de doelgroep. Omdat de doelgroep bestaat uit meer dan 4500 gasten Wereldwijd en dus ruim te definiëren is, heb ik er voor gekozen om de doelgroep te fixeren in persona's. Garrett geeft een beschrijving van de persona's in The Elements of User Experience (2003).

Persona's komen voort uit de Goal-Oriënted Design methode van Cooper²⁵. Ze beschrijven doelstellingen, attitudes, vaardigheden en gedrag van de eindgebruikers met betrekking tot de applicatie.

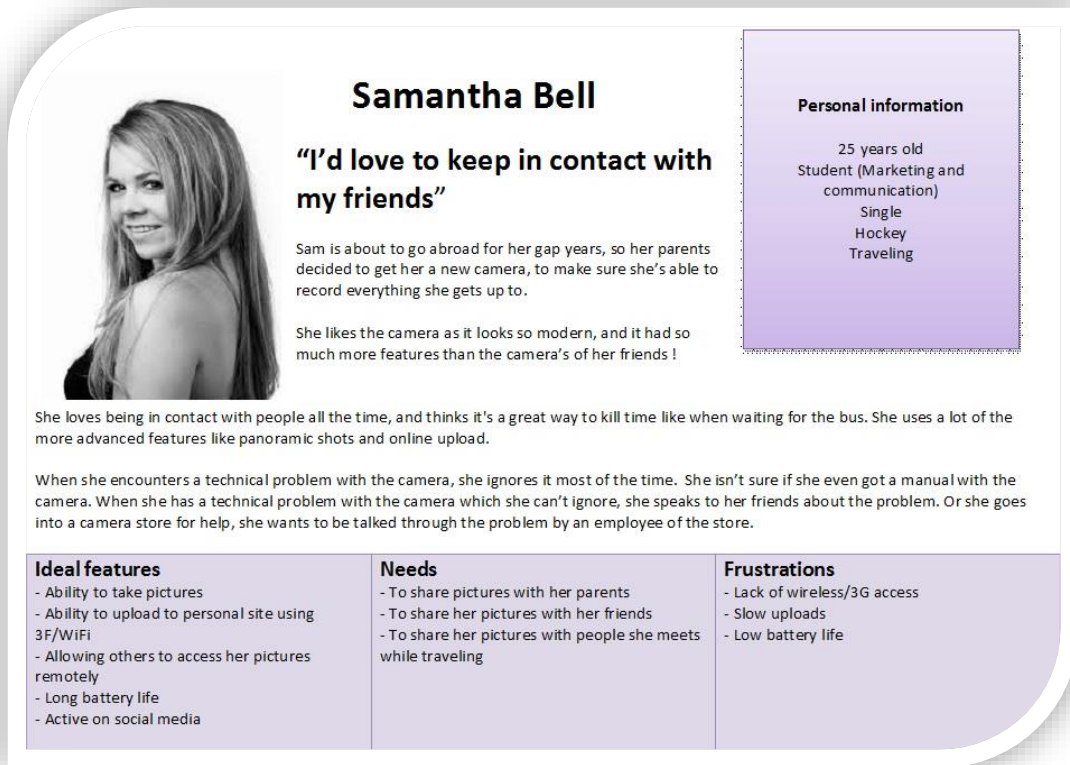
Bron: Jesse James Garrett, The elements of User experience (2003).

Nadat de verschillende sessies een goed beeld hebben gegeven van wie de persona's zijn. Heb ik op internet gezocht naar foto's en slogans bij elk persoon. Daarmee had ik als doel de beleving te vergroten. In totaal zijn er drie persona's opgesteld. De doelgroep heb ik als uitgangspunt genomen voor alles wat ik heb bedacht voor mijn eindconcept. Onderstaand vind u een van mijn persona's. Voor alle drie de persona's refereer ik naar de Externe bijlage III Doelgroepanalyse.

De segmentatie methode levert drie persona's op. Naar aanleiding van Coopers beschrijving heb ik ervoor gekozen om één persona primair te stellen en twee secundaire persona's.

Cooper²⁹ beschrijft echter, dat er altijd maar één persona centraal staat, dit is de primaire persona. Deze primaire persona vertegenwoordigt grotendeels de doelgroep. De overige persona's die voortkomen uit de segmentatie methode zijn secundair. Ze worden meegenomen in het ontwerptraject maar hun belangen wegen minder zwaar. Op deze manier worden de gebruikerswensen vanuit alle karakters bediend.

Bron: Cooper, Alan. The inmates are running the asylum. 2004



Figuur 7 Primair persona van Samantha Bell

5.2 Concurrentieanalyse

Een logische stap na het afronden van de doelgroepanalyse was het opstellen van een concurrentieanalyse. Dit is logisch omdat een concurrentie analyse gericht is op het vergelijken van het eigen product met dat van de concurrenten, met als doel het product te onderscheiden van de concurrenten. In deze analyse ga ik kijken naar verschillende boeking applicaties. Ik doe dit, omdat de applicatie die ik ga bouwen ook een boeking applicatie is. Ik analyseer de concurrentie om mogelijkheden te ontdekken voor mijn applicatie en echt iets unieks neer te zetten. De analyse is ook bedoeld om inspiratie op te doen en op de hoogte te zijn van de nieuwste trends. De concurrentie analyse is gebaseerd op de methode van Jesse James Garrett (2003) en valt in de strategy plane.

Ik heb een concurrentie analyse gemaakt om het vergelijken van het eigen product met dat van de concurrenten, met als doel het product te onderscheiden van de concurrenten. Dit heb ik gedaan door de applicaties te beoordelen op criteria.

In eerste instantie wilde ik een benchmark gaan uitvoeren. Ik kwam erachter dat een benchmark is om inspiratie op te doen voor het ontwerp. Dit is niet toepasselijk voor het doel van deze activiteit, omdat het niet gaat om inspiratie op te doen, maar om te onderscheiden van de concurrenten.

5.2.1 Criteria bepalen

Doordat de opdracht veel te complex en breed kon worden geïnterpreteerd. Heb ik moeite gehad met het toepassen van bepaalde richtlijnen bij de analyse zoals de checkpoints van Jakob Nielsen. Deze checkpoints kwamen niet overeen met de punten waarop ik het project zou moeten vergelijken. Daarom heb ik de keuze gemaakt om de criteria binnen de analyse op te stellen met behulp van de richtlijnen van gebruikersvriendelijkheid. De richtlijnen die ik heb gekozen zijn van de website <http://www.usability.gov/>. De richtlijnen zijn gecategoriseerd op facetten van de gebruiksvriendelijkheid.

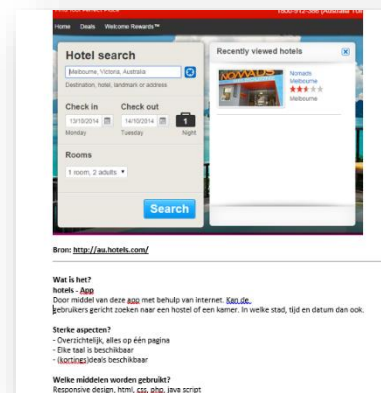
Tijdens het opstellen van de onderscheidingspunten heb ik rekening gehouden dat ik alleen de punten zou noteren die daadwerkelijk een toegevoegde waarde zou hebben voor het project. Al het negatieve en irrelevante informatie heb ik achterwegen gelaten. Anders zou het mij veel tijd kosten en ook tegenhouden in mijn onderzoek. Waarom zal ik op zoek gaan naar punten die niet passen bij mijn onderzoek? Het beste is dus om de negatieve punten weg te laten en dat bespaart zo ook meer tijd.

De onderscheidingspunten die ik per applicatie heb bekeken zijn:

- Wat is het(welke) toptaken?
- Sterke aspecten (hoe communiceren)?
- Welke middelen worden gebruikt (navigatie)?

5.2.2 Uitvoeren concurrentie analyse

Ik heb de concurrentie analyse uitgevoerd door elke mobiele applicatie te beoordelen op de gekozen richtlijnen. Op deze manier kan ik de applicaties onderscheiden om vervolgens een conclusie te trekken. Vooraf heb ik niet bepaald om een bepaald aantal media uitingen te onderzoeken. Echter was besloten dat het onderzoek een minimum zou hebben van tien verschillende items. Verder heb ik mijn best gedaan om binnen de geplande tijd zoveel mogelijk verschillende mobiele boekings applicaties te vergelijken met elkaar.



Figuur 8 Screenshot Hostel applicatie

Ik wilde tot de deadline heel veel ideeën verzamelen en mij niet beperken tot een aantal projecten. Het zoeken naar veel verschillende projecten kon in mijn voordeel werken, omdat ik deze ideeën mogelijk zou kunnen combineren tot iets totaal anders. Dit was uiteindelijk ook het geval in mijn project.

Tijdens het zoeken op het internet heb ik gebruik gemaakt van de methode 'Quick and Dirty'. Dit is een techniek waarbij de zoekresultaten groot zijn en vaak ook minder nauwkeurig. Deze techniek was daarom ook erg van toepassing voor mijn analyses. Het doel was veel verschillende applicaties bekijken,

notities maken en hierop een nieuw concept bedenken. In mijn geval ging het niet om nauwkeurige informatie, maar zoveel mogelijk informatie dat zorgde voor inspiratie. Deels ook door de geringe tijd was dit voor mijn project de ideale oplossing.

Quick and Dirty

Wanneer je snel iets te weten wilt komen, of wanneer je informatie zoekt om je te oriënteren op een bepaald onderwerp, kun je gebruikmaken van de zogenaamde 'Quick and Dirty' methode. Je zoekt in dit geval niet met een uitgebreid zoekplan, maar met behulp van een beperkt aantal zoekingen. Zo kun je zoeken op titelwoorden of trefwoord of op een combinatie hiervan

Bron: Zoekmethoden (Boekhorst p. 100-102; Van Veen & Westerkamp p. 36-39)

Voorbeeld: Boeking – applicatie zijn de zoektermen die ik onder andere gebruikt heb in een zoekmachine (google).

5.2.3 Succesfactoren

Uit het onderzoek is gebleken dat de onderstaande technieken en middelen het meest voor komen in de tien applicaties die ik heb onderzocht.

1. Responsive design
2. Simpel design/ alles op een pagina
3. Elke taal is beschikbaar
4. Social media: Facebook, Twitter

In dit traject hebben ik tien applicaties kunnen onderzoeken. Deze applicaties hebben een goed beeld geschetst en genoeg inspiratie gegeven voor het bedenken van een nieuw concept. Voor de concurrentie analyse refereer ik aan de externe bijlage IV. Ik wilde tot de deadline heel veel ideeën verzamelen en mij niet beperken tot een aantal projecten. Heb er voldoende informatie uit kunnen halen om verder te werken aan mijn project.

Vervolgens heb ik een opsomming gemaakt van de meest voorkomende middelen die zijn gebruikt in de projecten die ik heb onderzocht. Daar is een top vier uitgekomen, zie bovenstaande opsomming. Ik kwam tot de conclusie dat deze aspecten genoeg waren voor het bedenken van een nieuw concept.

5.3 Creatieve sessies

De beste ideeën komen onverwachts en meestal als je ze niet echt nodig hebt. Voor al die momenten dat je wel goede ideeën nodig hebt, kun je creatieve sessies organiseren. De bedoeling van de creatieve sessie is om je te laten inspireren door bestaande ideeën om zo sneller tot innovatieve ideeën te kunnen komen. Ik heb twee creatieve sessies gehouden en twee verschillende technieken toegepast. In dit hoofdstuk beschrijf ik de werkwijze van twee verschillende creatieve sessies.

5.3.1 Brainstormsessie

Omdat ik ook inbreng wilde hebben van de doelgroep, heb ik gekozen om een brainstormsessie te houden met een aantal backpackers van Nomads World. Brainstormen helpt om vaste denkpatronen te

doorbreken en zo nieuwe mogelijkheden te ontdekken. Het is een methode om ideeën te genereren. Brainstormen vindt groepsgewijs plaats, zodat je gebruik kan maken van elkaars creativiteit. Er wordt gebruik gemaakt van associaties, connecties en combinaties van verschillende afzonderlijke ideeën om nieuwe ideeën te genereren. Door te brainstormen wilde ik dus meer inzicht, ideeën, oplossingen krijgen waarmee ik verder kon. Het kan veel tijd kosten om tot unieke ideeën te komen. Door te brainstormen met andere mensen is de kans op een innovatief idee mogelijk groter.

Bron: <http://jan.home.xs4all.nl/Publicaties/Brainstormen.htm>

De brainstorm sessie vond plaats in Nomads World Head office. Het is een feit dat deze locatie gemakkelijker te bereiken was voor de backpackers die zouden deelnemen.

Voordat ik ben begonnen met de brainstormsessie heb ik mij zelf goed voorbereid. Ik heb een planning opgesteld voor mijzelf en alle deelnemers. Tevens heb ik onderling de taken verdeeld. Drie groepsleden zouden participeren aan de brainstormsessie en ik was de voorzitter. De voorzitter had als taak het doel van de sessie te verduidelijken, de ideeënstroom te stimuleren, zorgen dat elk idee wordt genoteerd en dat geen enkel idee werd afgekraakt. Ten slotte was het de bedoeling dat we als groep ervoor zorgde dat er niet werd afgeweken van het thema.

De brainstormsessie bestond ruwweg over vier verschillende fasen. Deze vier fasen gebruikte ik als houvast tijdens de brainstormsessie. Deze informatie heb ik van de Nederlandse site van het Centrum voor Ontwikkeling van het Creatief Denken. De fasen waren als volgt:

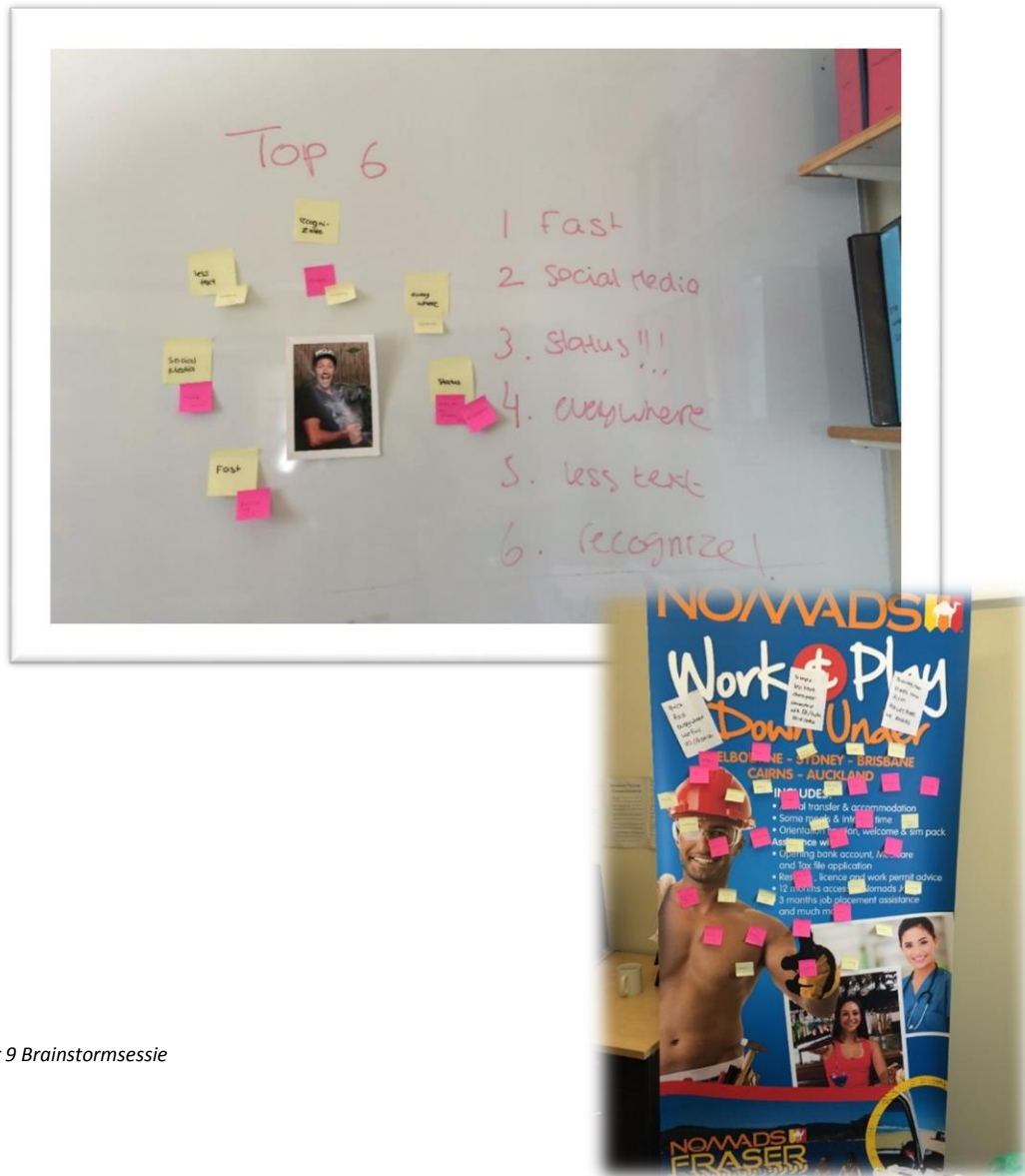
Bron: <http://www.cocd.org/>

- Voorbereiding (briefing/probleemformulering)
- Idee-generatiefase (divergentie)
- Idee- ontwikkelingsfase (convergentie)
- Actieplan (selectie)

Na de brainstormsessie vond ik het belangrijk om alle ideeën te bewaren. Uit de brainstormsessie kwamen in totaal zes verschillende ideeën:

- Fast
- Social Media
- Less Text
- Status
- Everywhere
- Recognize

Deze zes ideeën hebben een grote rol gespeeld bij het bedenken van het concept die heb ontwikkeld voor Nomads World.



Figuur 9 Brainstormsessie

5.3.2 De ketenassociatie

Een andere creatieve techniek die ik heb gebruikt is de ketenassociatie. De ketenassociatie is een creatieve tool bedoeld om afstand te nemen van een probleem. Om even afstand te doen van de eerste ideeën uit de brainstormsessie hebben we deze techniek toegepast. Ik heb deze techniek gebruikt omdat ik goede ervaring hiermee heb. Deze techniek triggert je buiten de lijnen te denken, het werkt met een keten aan gedachtesprongen. Met een grote kans op kantelmomenten, is het waarschijnlijk dat er nieuwe gezichtspunten ontstaan, die tot andere oplossingen of ideeën kunnen leiden.

De ketenassociatie werkt als volgt: je begint met het woord wat te maken heeft met je onderwerp. Vervolgens bedenkt je een woord wat daarmee te maken heeft. Op dat woord bedenkt je weer een woord. Zo krijg je een lange keten aan woorden. Er zijn verschillende manieren van associëren: de bloempatroonassociatie, de ketenpatroonassociatie, de gestuurde ketenassociatie, de roosterassociatie en het dier uit de jungle of (anti-)held.

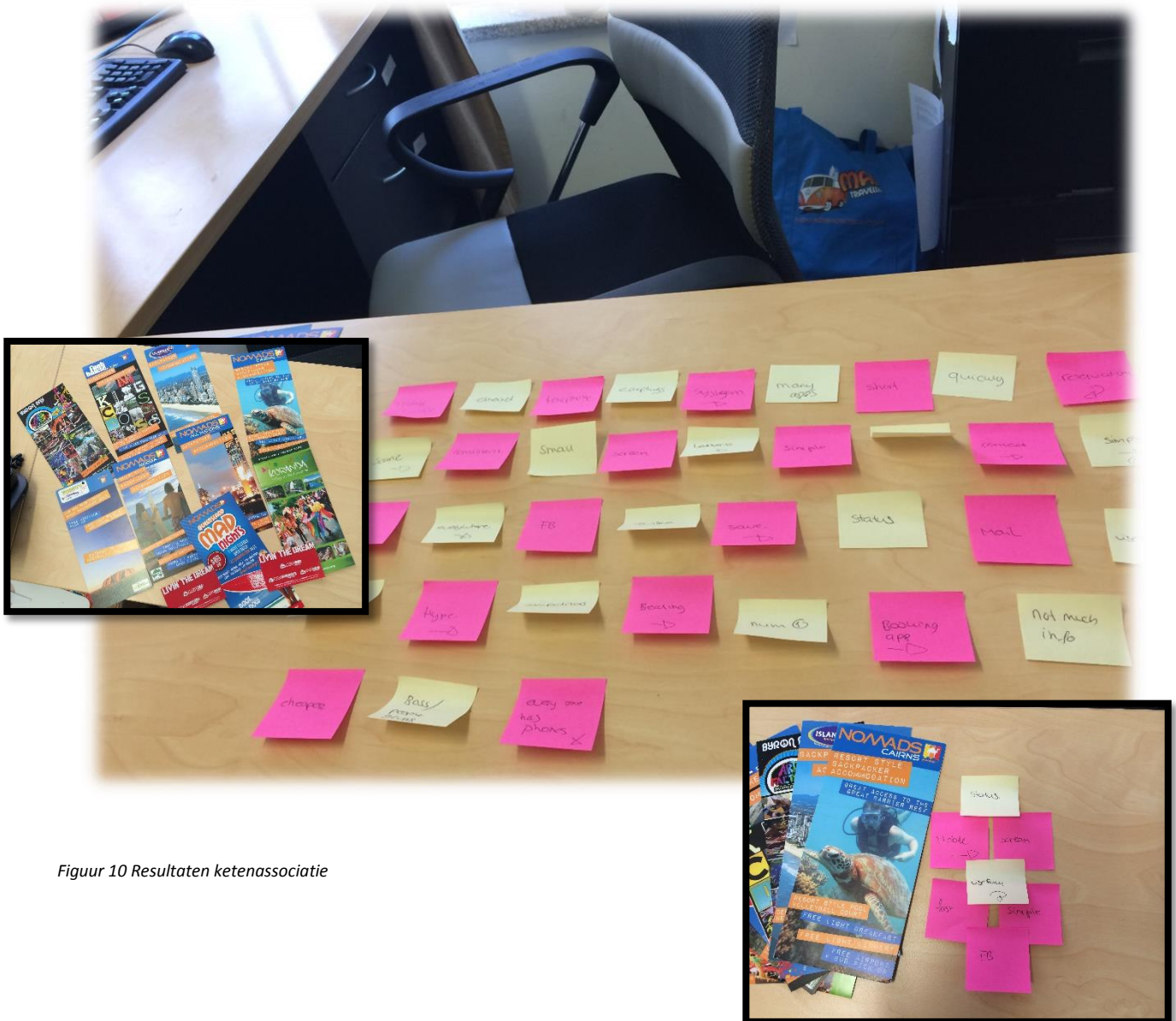
Tijdens de bloempatroonassociatie start je met een begrip en daar telkens naar terugkeren bijvoorbeeld: laptop - games, tas, tablet enzovoorts. Bij de ketenpatroonassociatie ga je verder en sommige begrippen kan je eventueel verder uitwerken met de bloempatroon bijvoorbeeld: laptop - games, software, hardware enzovoorts. Bij de gestuurde ketenassociatie, start je van een begrip naar een ander niet gerelateerd begrip en dan probeer je via tussenstappen te gaan. Bij de roosterassociatie maak je een horizontale en verticale keten en dan moet je telkens de combinatie maken tussen een begrip op de horizontale of verticale as. Tijdens het dier uit de jungle of (anti-)held gebruik je een variatie op de bloempatroon bijvoorbeeld: Laptop – draagbaar – dun - beeldscherm – camera – toetsenbord enzovoorts.

Tijdens de tweede creatieve sessie heb ik de ketenassociatie techniek gebruikt. De benodigdheden voor de sessie waren post-It's en stiften. De ketensessie vond plaats in Nomads World Headoffice. Het is een feit dat deze locatie gemakkelijker te bereiken was voor de backpackers die zouden deelnemen.

In totaal participeerden twee groepsleden tijdens de sessie en ik was de sessieleider. De sessieleider had als taak het doel van de sessie verduidelijken, ideeën genereren en dat geen enkel idee werd afgekraakt. Ik vond het noodzakelijk om de doelgroep te betrekken, omdat zij voor sfeer creëerde voor nieuwe ideeën. Deze sessie heeft goede ideeën opgeleverd die later in het concept zijn verwerkt.

Uit de ketenassociatie kwamen in totaal drie verschillende ideeën uit.

- Social Media
- Fast
- Usefull



Figuur 10 Resultaten ketenassociatie

6 Uitwerken van het concept

In het vorige hoofdstuk werd het vooronderzoek besproken wat na het opstellen van het plan van aanpak is uitgevoerd. Na alle onderzoeken zijn uitgevoerd en ideeën zijn opgedaan voor het concept volgt het ontwerpen van de mobiele applicatie. Dit hoofdstuk bevat een beschrijving van de oriëntatie op de inhoud en de uitvoering van het concept. De bedoeling is om inzicht te geven over de werkwijze, de omvang en diepgang van de verrichte werkzaamheden.

Adobe Photoshop werd gebruikt voor de realisatie en voor het programmeren van de mobiele applicatie heb ik gekozen voor een bestaande framework die ik zelf heb bewerkt.

6.1 Het concept “Nomads mobiele applicatie”

Als begin pagina van de applicatie zie je alleen een knop met “boek een bed ”om het overzichtelijker te houden. Vervolgens kan je een hostel kiezen met de hoeveelheid personen, nachten en aankomstdatum.

Zodra deze zijn ingevuld kan de gebruiker twee schermen zien:

1. Als de gebruiker nieuw is moet hij alle gegevens invullen in het formulier
2. Als de gebruiker al een keer een boeking heeft geplaatst, controleert hij zijn ingevulde gegevens.

Zodra deze twee stappen zijn gebeurd, komt de betalingspagina naar voren. Nadat de betaling is gedaan komt de gemaakte boeking bij “boekings details” te staan in het menu.

Het belangrijkste wat na elke boeking up-popt zijn Facebook en Twitter om de boeking te delen, posten of te liken.

In het menu bevindt zich ook een knop “Hot trips” hier staan de populairste trips met informatie onder elkaar. In totaal bestaat de mobiele applicatie uit acht schermen:

Scherf 1: Start scherm

Scherf 2: Boeking details

Scherf 3: Gegevens invoeren

Scherf 4: Bank gegevens invoeren

Scherf 5: Alle gegevens overzicht en betalen

Scherf 6: Trips bekijken

Scherf 7: Boeking bekijken

Scherf 8: Instellingen van de applicatie

6.2 Het bedenken en visualiseren van Low Fidelity prototype

In de vorige paragraaf heeft u een korte uitleg gelezen over het concept. In deze paragraaf zult u meer lezen over de (proces)stappen die nodig waren voor het opleveren van de mobiele applicatie. Het bedenken en het visualiseren staan hierin centraal.

Concept bedenken

De onderzoeken die een rol spelen tijdens het bedenken van het concept zijn de doelgroepanalyse (persona's), creatieve sessies (brainstormsessie) en de concurrentieanalyse (conclusie) en de gesprekken met de doelgroep tijdens mijn verblijf in het hostel. In het concept heb ik dus verschillende informatie, ideeën en inspiratie uit bovengenoemde onderzoeken verwerkt. In paragraaf 5.1 refereer ik terug naar de doelgroepanalyse en eisen van de opdrachtgever.

Na alle onderzoek was de uitkomst dat vooral studenten en afgestudeerden kiezen voor een backpackers leven. Mobiele applicaties worden aangetrokken door de nieuwste technologie en het moet een boeking eenvoudiger maken dan via de website. Een Nomads mobiele applicatie boekt al een voorsprong omdat het reserveren van een kamer via een mobiele applicatie overal ter plekke kan worden gedaan.

De eerste stap van het bedenken van een goed concept was de behoeften van de doelgroep op een rijtje zetten. De behoeften van de doelgroep heb ik uit mijn persona's gehaald. Vervolgens kon ik mij bezig houden met wat de concurrent gebruikt in mobiele applicaties.

Secundaire persona Toby Page geeft aan dat hij zijn telefoon gebruikt voor meer dan alleen bellen. Zijn telefoon gebruikt hij voor e-mails schrijven, social media, internetten en als een persoonlijke assistent. Het is dus belangrijk dat up-to-date technologie gebruikt word om de doelgroep uit te dagen en dat het concept de doelgroep persoonlijk aan spreekt.

De belangrijkste behoeften van de persona's zijn:

- Weinig tekst
- Social media
- Up-to-date technologie
- Persoonlijk aanspreken

De tweede stap waren de eisen van mijn concurrentie onderzoek erbij betrekken. En uit dat onderzoek is gebleken dat de onderstaande technieken en middelen het meest voor komen in applicaties die ik heb onderzocht.

Primaire persona Samantha Bell deelt graag elke moment en zo blijft in contact met haar vrienden en familie via de social media. Ze heeft een hekel aan dingen uploaden of als iets te ingewikkeld is het moet gelijk overzichtelijk zijn. Daarom is het belangrijk dat social media en weinig tekst terug komen in het concept.

- Responsive design
- Simpel design/ alles op een pagina
- Elke taal is beschikbaar
- Social media: Facebook, Twitter

De derde stap waren de ideeën van de creatieve sessie erbij betrekken. Door creatieve sessie te organiseren met de doelgroep en alle ideeën op te schrijven creëerde de 'out of the box' denkwijze.

De secundaire persona Owen O'brien geeft aan dat hij reizen en ontdekken van steden geweldig vindt. Naast reizen heeft hij kennis van het ontwikkelen van een mobiele applicatie hij vindt het daarom van belang dat een applicatie herkenbaarheid uitstraalt. De herkenbaarheid van een applicatie moet dat ook terug komen in het concept evenals het overal bruikbaar zijn.

De gekozen ideeën van de creatieve sessie zijn:

- Fast
- Status
- Everywhere
- Recognize

Wat ik moest onthouden bij het ontwikkelen van mijn mobiele applicatie, is dat hotels en dergelijke zijn te duur om te verblijven. De applicatie moest dan ook alleen gebaseerd zijn op hostels.

Aan de hand van deze behoeften en eisen heb ik een concept geschetst. Na een aantal verschillende schetsen te hebben gemaakt op papier en te vergelijken naast elkaar. Heb ik beste scherm schetsen naast elkaar gezet en daar één concept van gemaakt en gevisualiseerd in Adobe Photoshop

Ik vind het logisch om naar een concept te streven dat aansluit bij de wensen en verwachtingen van de doelgroep en doelstellingen van het project. Het is belangrijk omdat de doelgroep de eind gebruiker is van de mobiele applicatie. Zij moet het aantrekkelijk vinden en eenvoudig om te kunnen besturen. De elementen die ik tijdens het bedenken van dit concept heb gebruikt zijn:

Social Media (Twitter/Facebook) - De trips, boekingen en veel meer kunnen tijdens het gebruik van de applicatie worden gedeeld. Voor het delen van boekingen, foto's en like's tijdens het gebruik van de applicatie kunnen de gebruikers Social Media gebruiken. Dit element kwam voort uit de concurrentieanalyse en was ook een eis van de opdrachtgever. De persona zoals beschreven in paragraaf 5.1.5 laten weten dat zij gek is op social media en graag haar posten deelt met vrienden en graag wil weten wat andere mensen uitvoeren.

Kennisniveau - De applicatie moest juist laagdrempelig zijn zodat het makkelijker bestuurbaar is voor elke gebruiker. Het kennisniveau van techniek was in dat opzicht belangrijk om te achterhalen. Het

kennisniveau van de onderzochte doelgroep lag hoog. De persona zoals beschreven in paragraaf 5.1.5 laten weten dat zij zich kan ergeren als ze naar iets moet zoeken in een applicatie. Daarom heb ik gekozen om weinig tekst te gebruiken waardoor de applicatie snel en herkenbaar is voor de gebruiker. De punten snel, herkenbaar en weinig tekst komen voor uit de creatieve sessies. Voor meer informatie refereer ik naar paragraaf 5.3.

Everywhere - Uit de creatieve sessies kwamen suggesties voort om mogelijk een “Everywhere use” te gebruiken in het concept. Hier waren de deelnemende backpackers erg over te spreken. Ook ben ik projecten tegengekomen in mijn concurrentieanalyse waarin de projecten die gerelateerd waren met “overall bereikbaar zijn” een idee gaven over hoe ik dat kan implementeren in het concept. In paragraaf 5.3 refereer ik naar de creatieve sessie.

Door deze elementen samen te smelten ben ik vervolgens gekomen tot het Nomads concept. Tijdens het bedenken van dit concept heb ik veel scherm schetsen op papier gemaakt. Deze schetsen gaven mij een helder beeld van de werking en haalbaarheid van dit concept. Door de schetsen te combineren ontstond er een eindschets wat ervoor zorgde dat het concept concreet werd. Na het bedenken en schetsen van de eerste versie van het concept was het tijd om het concept te visualiseren. De reden om te visualiseren is zeer simpel, ik wil hiermee mijn idee/concept overbrengen.

Concept Visualiseren

Na het volledig beschrijven van het concept en mogelijke scenario's was een volgende stap het digitaliseren van de schetsen. Adobe Photoshop werd gebruikt voor de realisatie. Adobe Photoshop is gekozen als bewerkingsprogramma omdat ik tijdens mijn studie hier les voor heb gehad over het beheersen van het programma. Tevens bood Adobe Photoshop genoeg mogelijkheden om de schetsen professioneel te kunnen weergeven

Het doel was duidelijk, en deze kon efficiënter behaald worden met de kennis die ik al in huis had. Tijdens het visualiseren werd er gelet op compositie, vorm en kleur. Dit zijn belangrijke elementen voor de geloofwaardigheid van het concept. Voor het programmeren van de mobiele applicatie heb ik gekozen voor een bestaande framework die ik zelf heb bewerkt. Het was voldoende om een bestaand framework te gebruiken omdat ik een clickable demo zal opleveren. Het concept hoefde niet volledig geprogrammeerd worden.

7. Opstellen van het ontwerprapport

Het vorige hoofdstuk bevatte een beschrijving van de oriëntatie op de inhoud en de uitvoering van het concept. De bedoeling was om inzicht te geven over de werkwijze, de omvang en diepgang van de verrichte werkzaamheden. Daarom gaat u in dit hoofdstuk lezen hoe ik het ontwerprapport heb opgesteld.

Een ontwerprapport is een verslaglegging van een activiteit gebeurtenis of toestand. Het verduidelijkt het project. Hierin staat informatie over de vooronderzoeken, ontwerpregels van het concept en wordt afgesloten met schermbeelden van de mobiele applicatie concept. Het ontwerprapport is bedoeld voor de opdrachtgever en voor het bedrijf die dit product verder gaat ontwikkelen. In het ontwerprapport kan snel gelezen worden wat de conclusies zijn van de onderzoeken en de uitwerking van het gekozen concept.

Het Ontwerprapport bevat in totaal zeven hoofdstukken. Deze hoofdstukken bestaan uit de planes van Jesse James Garrett (2005). Hierin staat wederom kort de gebruikte methodes, doelgroepanalyse, concurrentieanalyse, creatieve sessies beschreven. Doordat ik de deelactiviteiten al uitgebreid beschreven heb in de vorige hoofdstukken, richt ik mij nu vooral op de gedeeltes die erbij zijn gekomen in dit verslag. Voor de uitgebreide deelactiviteiten refereer ik naar de hoofdstukken vier en vijf.

7.1 De planes van Jesse James Garrett

Strategy plane

In de strategy plane heb ik de conclusies van de doelgroep beschreven en een aantal persona's toegevoegd. Daarbij zijn taakscenario's beschreven om de situatie te schetsen hoe de opening met en zonder het voorgestelde concept zou worden. De User Needs worden beschreven en de Site Objectives worden duidelijk. Ook heb ik de User Needs en Site Objectives beschreven en in een tabel verwerkt zodat ze deze in één oogopslag kunnen inzien.

User Needs
De gebruiker moet kunnen netwerken
De gebruiker moet verrast zijn
De gebruiker moet gebruik maken van Social media
De gebruiker moet een verband zien tussen het product en Nomads

Tabel 13 User Needs

Site Objectives
Het product moet goed werken, en duidelijk zijn
Het product moet innovatief zijn
Het product moet aansluiten op de doelgroep

Tabel 14 Site Objectives

Scope plane

Verder heb ik in de scope plane de middelen en technieken die in het concept verwerkt kunnen worden, beschreven. Hierbij heb ik de conclusies van de concurrentieanalyse en creatieve sessies verwerkt.

Tijdens de concurrentieanalyse heb ik tien verschillende applicaties onderzocht. Vervolgens heb ik een opsomming gemaakt van de meest voorkomende middelen die zijn gebruikt in de projecten die ik heb onderzocht. Daar is een top vier uitgekomen, zie onderstaande opsomming.

1. responsive design
2. simpel design/ alles op een pagina
3. elke taal is beschikbaar, social media
4. Facebook, Twitter.

Na de creatieve sessies vond ik het belangrijk om alle ideeën te bewaren. Uit de creatieve sessies kwamen in totaal zes verschillende ideeën uit, zie onderstaande opsomming.

- Fast
- Social Media
- Less Text
- Status
- Everywhere
- Recognize

Al deze ideeën zijn tot één concept verwerkt, de opdrachtgever heeft hierbij geen inbreng gehad omdat zij gedurende deze periode niet aanwezig was. Ook per sessie heb ik twee foto's toegevoegd van de uitvoering en resultaten van de creatieve sessies. Dit geeft inzicht in de verrichte analyses die ik heb gedaan om tot het eind product te komen.

Structure plane

Vervolgens heb ik in de structure plane interactiebeschrijvingen geschreven. Dit is een scenario waarbij duidelijk wordt wat de mogelijke afwijkingen kunnen zijn. Dit heb ik beschreven zodat de personen tijdens het uitvoeren, extra rekening kunnen houden met deze punten.

Interactie beschrijving	
Use case 1: Boeking plaatsen 1. Gebruiker download de app 2. Gebruiker voert zijn gegevens in 3. Gebruiker voert het gewenste hostel in 4. Gebruiker drukt op de knop reserveren 5. Systeem laadt de beschikbaarheid	<u>Mogelijke afwijkingen:</u> - Internetconnectie valt uit - Gebruiker heeft geen Twitter - Gebruiker heeft geen Facebook - Gebruiker heeft geen smartphone - Gebruiker begrijpt het concept niet

	- Gebruiker heeft geen verstand van Twitter/Facebook - Applicatie werkt niet naar behoren
--	--

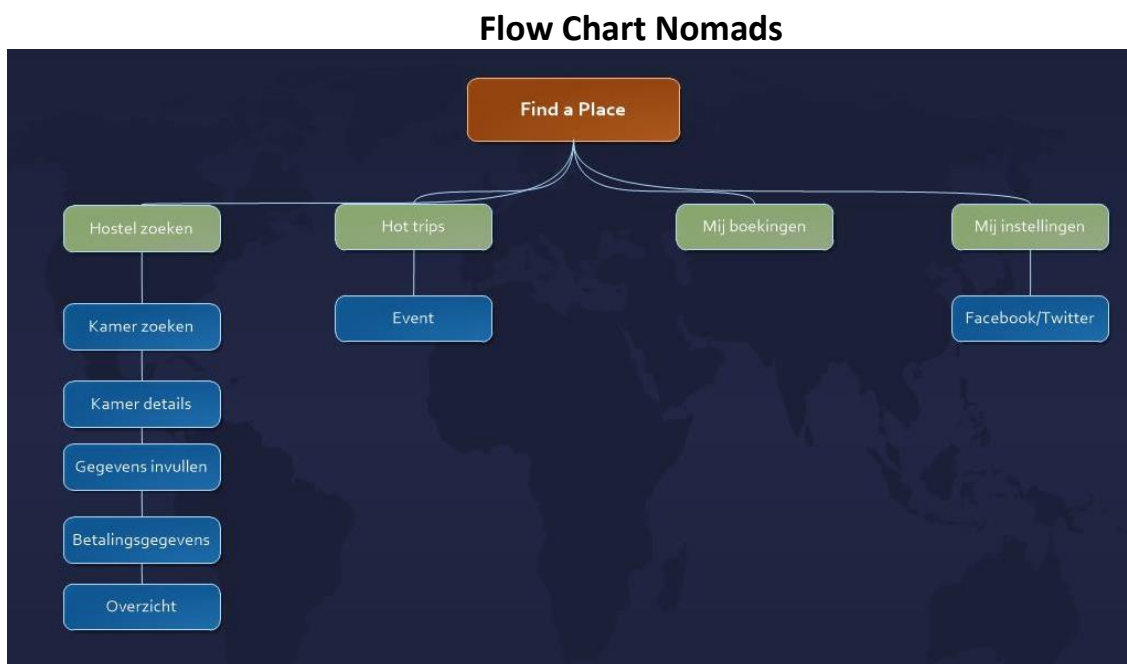
Tabel 15 Interactie beschrijving

Skeleton plane

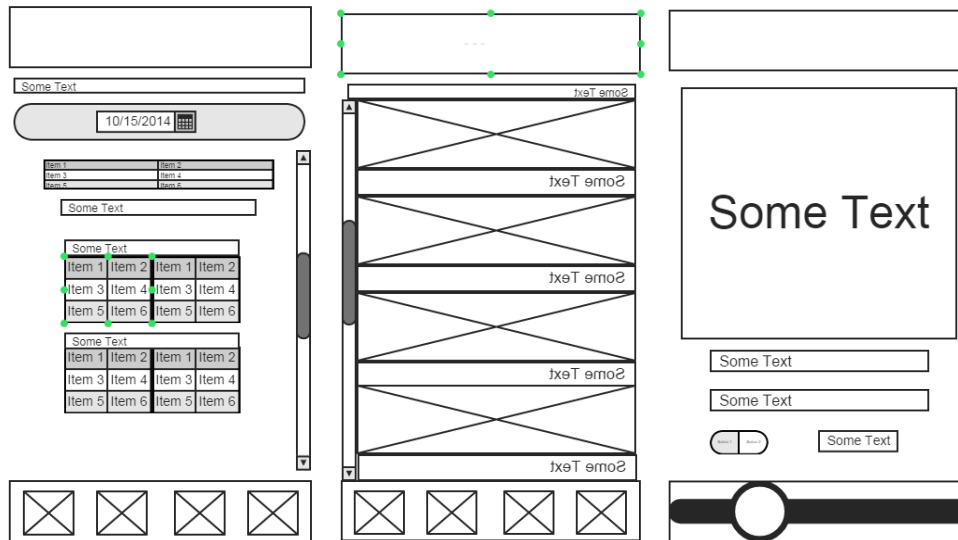
Verder heb ik in de skeleton plane twee schetsen van het concept verwerkt. De eerste schets zijn de wireframes van de applicaties. De tweede schets is een flowchart van het concept.

Deze twee schetsen zijn toegevoegd omdat dit de methodiek van Jesse James Garrett (2003) weergeeft, waar de interactie ontwerp echt vorm krijgt. De wireframes zijn toegevoegd met alle elementen en dat schetst een beeld van het eind concept.

De flowchart een schematische voorstelling van het proces. De flowchart heb ik gebruikt om het proces makkelijker te visualiseren en om fouten in het proces te kunnen vinden.



Figuur 11 Flowchart van Nomads World Applicatie



Figuur 12 Wireframes

Surface plane

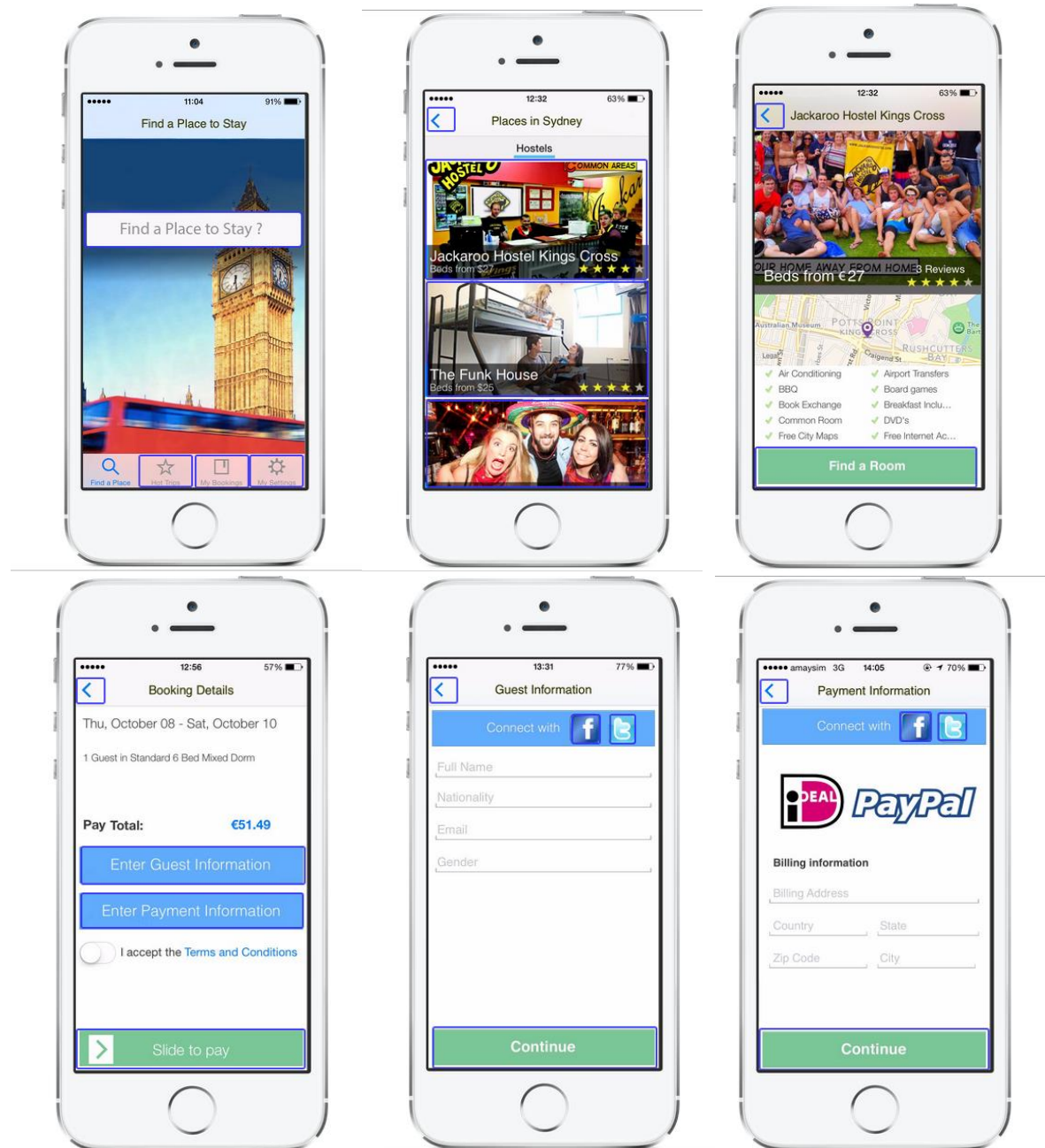
In de surface plane heb ik de titel, de kleurschema en de typografie beschreven. De doelgroep heb ik hierbij niet betrokken omdat de kleuren de huisstijl zijn van Nomads. De typografie zijn de eisen van UI in IOS van Apple.

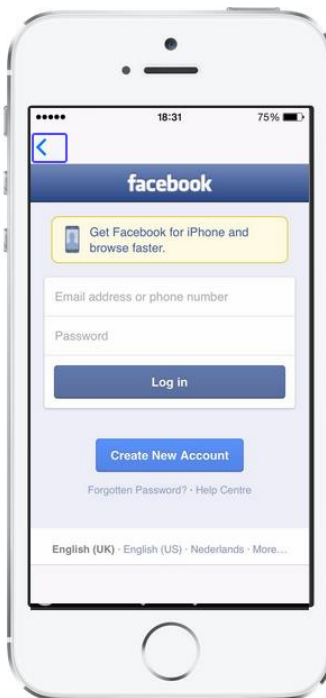
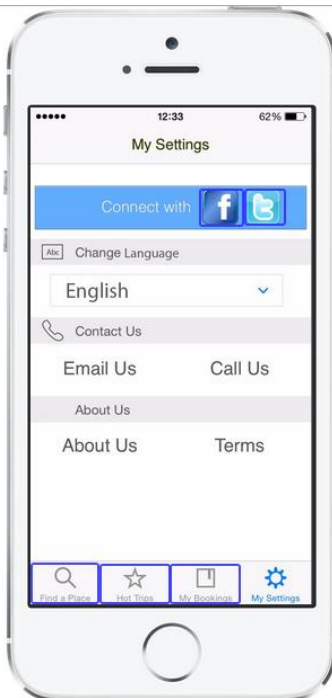
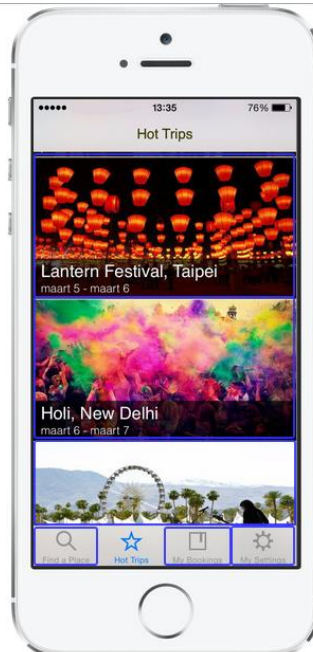
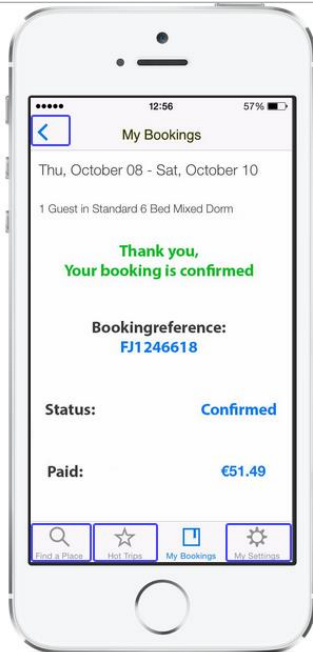
Het gekozen Concept heet 'Find a Place to Stay'. Hiervoor heb ik gekozen omdat Nomads meerdere hostels heeft om te verblijven. De kleuren die ik gebruik zijn groen, blauw en wit. Dat is de huisstijl van Nomads.

De typografie die ik heb gebruikt heet Helvetica Neue. Dit is een lettertype die speciaal is gemaakt voor de eisen van UI schermen in IOS. Daarna heb ik de ideale scenario gevisualiseerd in Adobe Photoshop. Omdat ik graag wil dat het product werkt zoals beschreven.



Figuur 13 Typografie concept





8. Opstellen van het testrapport

In het vorige hoofdstuk heeft u gelezen hoe ik het ontwerprapport heb opgesteld. Nadat alle analyses en het bedenken van het concept was afgerond kon ik beginnen met het opstellen van het testrapport. In dit hoofdstuk leest u hoe ik het testrapport heb opgesteld. In het testrapport draaide het vooral om de testopstelling en testscenario's.

In het testplan beschrijf ik hoe het testen van het prototype verloopt. Het doel van het verslag is om het testen zo goed mogelijk voor te bereiden zodat er uiteindelijk effectief getest kan worden met de eindgebruikers. Een testrapport is een plan om een testproduct te testen. Doel van het testen is om informatie te winnen over het te testen product. De informatie die het testen oplevert over het product zijn punten die meer of minder aandacht krijgen. Voor alle overige informatie refereer ik naar externe bijlage VIII.

Het testrapport is bedoeld voor de opdrachtgever en voor het bedrijf die dit product verder gaan ontwikkelen. In het testrapport kan snel gelezen worden wat de conclusies zijn van het testen en de aanbevelingen voor het verder te ontwikkelen product.

Het testrapport bevat in totaal vier hoofdstukken. Hierin staan de testresultaten en structurering per testtaak en vervolgens de conclusie en antwoord op de onderzoeksvraag.

8.1 Usability onderzoek

Usability onderzoek

Dit onderzoek speelt zich af in een aantal fasen:

1. Formulering
2. Voorbereiding
3. Uitvoer
4. Analyse

Elke fase bestaat weer uit deelstapjes. Met het doorlopen van alle fasen, kom je uiteindelijk tot een advies.

8.1.1 Formulering

Eerst heb ik een oriëntatie gedaan, na de oriëntatie kon ik de probleemstelling en doelstelling formuleren. Ook heb ik mij georiënteerd op de technische en organisatorische aspecten van het product. Bij de technische aspecten kan je denken aan: waarmee de applicatie is gebouwd, wordt er gebruik gemaakt van een database of een styleguide, welke eisen worden aan de hardware gesteld. Bij de organisatorische aspecten moet je denken aan: wie gebruiken de mobiele applicatie, waarom en waar wordt de mobiele applicatie gebruikt.

8.1.2 Voorbereiding

Als de onderzoeksvraag geformuleerd is, kunnen de deelvragen worden geformuleerd. Je formuleert deelvragen om helder te krijgen hoe je de onderzoeksvraag gaat meten. Alle deelvragen samen geven uiteindelijk antwoord op mijn globale onderzoeksvraag. Meetvragen moeten de deelvraag meetbaar maken. Omdat mijn deelvragen niet direct meetbaar waren moest ik meetvragen maken.

Onderzoeksvraag:

“Op welke manier kan ik de Usability verbeteren voor de bezoekers van de mobiele applicatie Nomads met als gevolg dat de boekingen omhoog gaan?”

Deel en meet vragen:

1. Kan de gebruiker snel zien op welke tab van het menu hij/zij is?
 - *Hoeveel tijd heeft de gebruiker nodig om dat in te zien?*
 - *Is het duidelijk waar de app over gaat in één oogopslag?*
 - *Is de homepage duidelijk voor de gebruiker?*
2. Weet de gebruiker waar hij Nomads gegevens vinden?
 - *Hoeveel stappen heeft de gebruiker nodig om Nomads gegevens op te vragen?*
 - *Hoe snel zijn de persoonlijke/contact gegevens te vinden?*
 - *Hoe eenvoudig kan de gebruiker een e-mail sturen naar Nomads?*

Tabel 16 Onderzoek- deel en meetvraag

Testscenario

Zodra de deelvragen waren opgesteld, was de volgende stap test scenario's opstellen. Een testscenario is een opdracht die de testpersoon moet uitvoeren. Dit scenario is gericht op het deel van de mobiele applicatie dat onderzocht moet worden.

Task 1: You would like to make a reservation for a private room for three days from January 2 to January 4, 2015.

U wilt op de app een reservering maken voor een privé kamer voor drie dagen van 2 januari tot 4 januari 2015.

1. De gebruiker opent de applicatie op een device
2. De gebruiker is op de startpagina van de app
3. De gebruiker klikt op boeken (in de navigatie)

4. De gebruiker ziet een overzicht met naam, e-mail onderwerp enz.
5. De gebruiker moet de gegevens invullen en door naar de volgende pagina
6. De gebruiker komt op de bevestigingspagina en moet alle creditcard gegevens invullen.
7. De gebruiker komt op de pagina reservering versturen.

1. The user opens the application on a device
2. The user is on the home page of the app
3. The user clicks on books (in navigation)
4. The user will see a list with name, emails, subject etc.
5. The user must fill in data and to the next page
6. The user enters the confirmation page and must complete all credit card information.
7. The user is sent to the reservation page.

Tabel 17 Testscenario

8.1.3 Uitvoer

Bij de uitvoer komt het testplan naar voren. Wie zijn de testpersonen wanneer wordt de test afgenomen, wat is de testopstelling, wat de testscenario's zijn, welke apparatuur wordt gebruikt voor de ondersteuning. Voor het uitgebreide testplan refereer ik naar de externe bijlage H.

Omgeving

De omgeving waar de test zal plaatsvinden is in een rustige ruimte waar afleiding minimaal is. Dit is belangrijk voor het testen zodat de testpersoon niet afgeleid raakt. Verder probeer ik de testpersoon zich op zijn gemak voelt door een alledaagse omgeving te creëren waar de testpersoon zich ook alledaags in zou kunnen begeven.

De testruimte

De ruimte waarin ik wil testen moet aan de volgende criteria voldoen om ervoor te zorgen dat het voor de testpersoon een realistische omgeving is waarbij de taken worden verricht.

Eisen voor de testruimte:

- De omgeving mag niet te groot zijn, dit kan voor extra afleiding zorgen.
- De omgeving mag niet te klein zijn, dit kan voorkomen dat de testpersoon zich benauwd begint te voelen als de aanwezige observatoren en begeleiding te dichtbij komen.
- De ruimte moet tijdig beschikbaar zijn, zodat wij het juist kunnen inrichten.

De begeleider

De begeleider is verantwoordelijk voor het instrueren en voorbereiden van de testpersonen. Ook zal diegene de mogelijke vragen en opmerkingen van de testpersonen aanhoren en behandelen.

Taken van de begeleider:

- Voorbereiding van de testpersonen

- Instrueren van taken en testvragen
- Informatie geven over bepaalde instructies
- Feedback geven op eventuele vragen van de testpersonen

Hard- en software

Benodigde hardware

- Laptop

Benodigde software

- Morae: usability testing software
- Mozilla Firefox/Internet Explorer/Google Chrome

8.1.4 Analyse

Na het testen heb ik alle data samengevoegd en gedigitaliseerd. Ik heb met twee observatoren gewerkt waardoor er verschillen zijn in de observaties. Ik heb gekozen om het subjectief te bepalen. Dat betekent wie het dichtst bij de waarheid zit.

Testtaak 4			
#	Testpersoon	Tijdsduur (sec)	Clicks
1	Amy	4	2
2	Alessandro	5	2
3	Stephanie	6	2
4	Aaron	8	1
5	Phill	4	3
6	Mate	5	3
7	Beth	6	3
8	Romy	5	2
Gemiddelde		5.37	2,25
Mediaan		5	2

Tabel 18 Testpersonen analyse

Zowel het gemiddelde van de tijdsduur en de clicks, liggen dicht bij de mediaan. Hierdoor is het gemiddelde goed betrouwbaar. Ik heb als ideale tijd vier seconden genomen, terwijl in de test het gemiddelde 5.37 seconden is. Als ideaal aantal clicks heb ik twee clicks genomen, en in de test blijkt dit ook twee clicks te zijn. De conclusie die ik hieruit kan trekken is dat er niet veel hoeft te veranderen bij het uitvoeren van de testtaak op de website, want het aantal clicks blijft vrijwel hetzelfde.

Gemiddelde en mediaan

Ik heb de tijd vastgelegd waarin de bepaalde taak is uitgevoerd. Je kunt het gemiddelde berekenen door: “som van alle tijden van de testpersonen gedeeld door het aantal testpersonen”. Een mediaan bepalen doe je door alle waarde in volgorde te zetten en bepaal dan de middelste waarde. De mediaan heb je nodig om te bepalen of het gemiddelde wel goed genoeg is om mee te nemen in het onderzoek. Als de mediaan redelijk overeenkomt met het gemiddelde, mag ik concluderen dat het onderzoek betrouwbaar is.

Bron: reader interaction design cmd -3 Usability onderzoek – hhs blackboard

Conclusie

Ik heb bepaald hoeveel deelnemers de taak binnen de gegeven tijd hebben afgerond. Als dit 70% of meer is, zou je kunnen concluderen dat op het gebied van Usability, er goed gescoord wordt op effectiviteit. Uit de test is 73% gekomen, daaruit concludeer ik dat op het gebied van usability, er goed gescoord is op effectiviteit, tevredenheid en efficiency.

Antwoord op de onderzoeksvraag

Mijn onderzoeksvraag: “Op welke manier kan ik de Usability verbeteren voor de bezoekers van de mobiele applicatie Nomads met als gevolg dat de boekingen omhoog gaan?”

Aan de hand van de deelvragen die gebruikt zijn en de antwoorden die daarop zijn gevonden, kan ik antwoord geven op de onderzoeksvraag. Er is niet zoveel betrouwbaarheid bij het betalen, omdat er onduidelijkheden zijn tijdens het afrekenen. Bij afrekenen moest men kiezen tussen IDEAL of Creditcard. Het was voor mijn testpersonen erg onduidelijk, er werd namelijk geen feedback gegeven over wat het precies inhield. Sommige personen hadden nog nooit online een kamer/bed gereserveerd. Dus de applicatie zou meer betrouwbaarheid moeten uitstralen, zodat mensen sneller op deze applicatie een reservering zullen plaatsen. Verder is mij opgevallen dat het ontbreken van de zoekfunctie bij veel testpersonen voor veel verwarring zorgde. De zoekfunctie zou moeten worden toegevoegd bij de applicatie, op deze manier gaat het zoeken sneller en efficiënter.

Verder was het eenvoudig om de trips te vinden en te bekijken. Daarnaast is de home button goed zichtbaar voor de gebruikers van deze applicatie. Zij gingen terug via de daarvoor bestemde “home” button van de applicatie, de Usability gaat dus omhoog. De functies “My Booking en Settings” moeten nog beter verwerkt worden, omdat deze opties nog niet 100% naar behoren werken ziet het er onprofessioneel uit.

9. Opstellen van het advies rapport

In het vorige hoofdstuk heeft u gelezen hoe ik het testrapport heb opgesteld. Nadat alle analyses, het bedenken en testen van het concept was afgerond kon ik beginnen met het opstellen van het adviesrapport. In dit hoofdstuk leest u hoe ik het adviesrapport heb opgesteld. In het adviesrapport draait het vooral om de aanbevelingen voor het product.

In het adviesrapport beschrijf ik het onderzoek, testresultaten van het prototype en de aanbevelingen. Het adviesrapport is bedoeld voor de opdrachtgever en voor het bedrijf die dit product verder gaan ontwikkelen. In het adviesrapport kan snel gelezen worden wat de conclusies zijn van het testen en de aanbevelingen voor het verder te ontwikkelen product.

Het adviesrapport bevat vier hoofdstukken. Hierin staat wederom kort het onderzoek, testresultaten, conclusie en prioritering. Door dat ik de deelactiviteiten al uitgebreid beschreven heb in de vorige hoofdstukken, richt ik mij vooral op de gedeeltes die erbij zijn gekomen in dit verslag.

9.1 Conclusie en aanbevelingen

Conclusie

In de conclusie geef ik antwoord op de centrale vraag die ik in het testplan heb gesteld. Dit is de centrale boodschap van mijn rapport. De vraag die de opdrachtgever aan het begin van het project heeft gesteld, wordt in de conclusie dus beantwoord.

Testtaak 1; Reserveer een kamer(betalingswijze)

Er is gebleken dat de betalingswijze er onprofessioneel uit ziet, opvallend was dat de testpersonen twijfelde aan de betrouwbaarheid van deze applicatie. Tijdens de betaling waren er onduidelijkheden. Er wordt niet verteld waar je bestelling naar toe wordt verzonden, je krijgt geen feedback bij het verzenden van de betaling.

De testpersonen kregen de keuze in betalen via Ideal of PayPal, bij het klikken op bijvoorbeeld Ideal werd geen verdere informatie of feedback verstrekt zodat het onduidelijk was hoe de betaling verder zou verlopen. De betalingsmethode moet duidelijker en betrouwbaarder worden, er moet meer feedback en informatie komen.

Hieruit concludeer ik dat de betalingswijze niet naar behoren werkt en moet worden verbeterd.

Testtaak 2 en 3; Hoeveel hostels zijn er en welke trips top 5 zijn er.

Tijdens het testen kon men binnen de gemiddelde van 15 en 10 seconden het icon vinden, dit was prima want mijn ideale tijd bedroeg 17 en 12 seconden.

Hieruit kan ik concluderen dat er consistentie zit in de applicatie en dat de iconen duidelijk aangeven wat ze betekenen.

Testtaak 4; Navigatie naar de settings.

Er is gebleken dat de gebruikers geen moeite hadden met het navigeren naar de settings, de testpersonen konden de settingsbutton eenvoudig vinden. De ideale tijd hiervoor bedroeg zeven seconden, echter deden onze testpersonen dit in gemiddeld vier seconden. Hiernaast klikten de testpersonen niet op het home button logo om terug te keren naar de homepage maar echt gelijk door de naar de settings.

Hieruit kan ik concluderen dat de settingsbutton duidelijk is en dat dit niet voor problemen zorgt bij de consument.

9.2 Prioritering

In de aanbevelingen geef ik de opdrachtgever adviezen om iets wel of juist iets niet te doen in de toekomst. De eisen zijn geprioriteerd omdat het handig is om te weten welke eisen het meest belangrijk zijn. De eisen moeten geïmplementeerd worden omdat de applicatie anders niet voldoet aan de wensen van de gebruiker. De eisen heb ik geprioriteerd aan de hand van de MoSCoW methode. Aangezien ik al ervaring had met de MoSCoW methode heb ik gekozen om deze methode te gebruiken. Hieronder volgt een lijst gemaakt met *Must have*, *Should have*, *Could have* en *Would have*.

Must-have: Vereist, zonder deze eis is applicatie niet bruikbaar

Should-have: Hoge prioriteit, maar de applicatie is wel bruikbaar

Could-have: Deze eis wordt alleen meegenomen als er tijd over is

Would-have: Geen prioriteit, kan eventueel in de toekomst

Prioritering volgens de MoSCoW-methode

Voor het prioriteren van eisen kan de MoSCoW-methode worden gehanteerd. MoSCoW staat voor: Must, Should, Could, Would waarbij men elementen kan onderverdelen op mate van importantie. De keuze voor deze methode is gebaseerd op het feit dat in dit project niet alle eisen en wensen even belangrijk zijn. Met deze methode kan er eenvoudig onderscheid worden aangebracht.

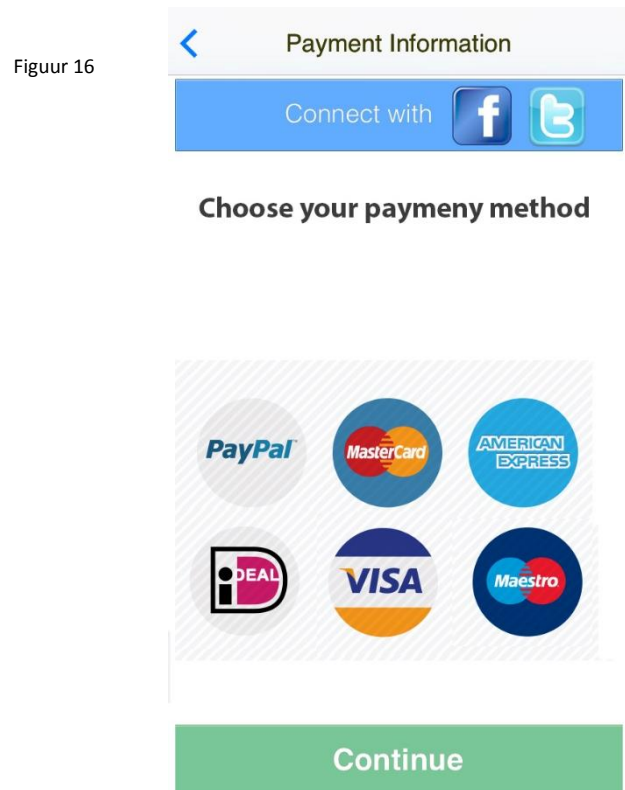
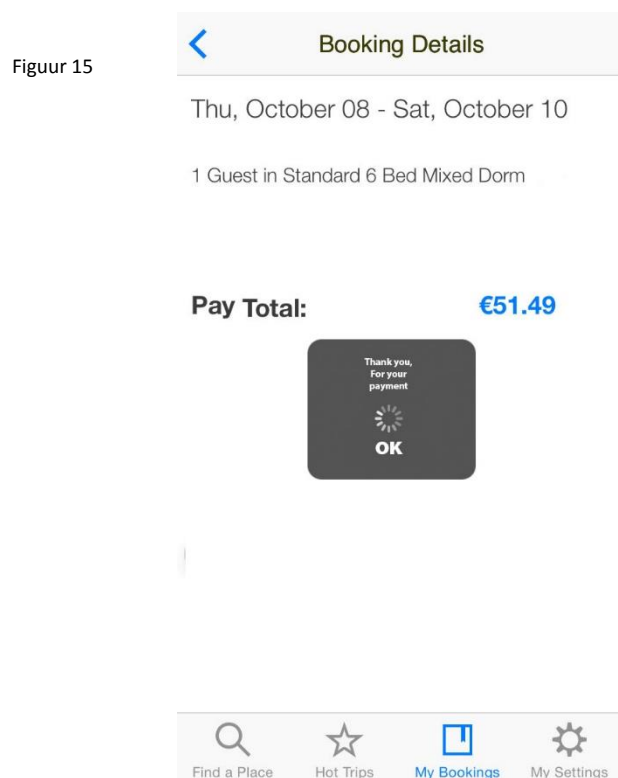
Bron: <http://sparkeducation.nl/prioriteiten-met-moscow/>

Bron: <http://www.marketingterms.nl/begrip/moscow-methode>

Must have

Betalingswijze

Als verbetervoorstel moet er duidelijke informatie komen wanneer de betaling is afgerond. Uit mijn test is gebleken dat het afronden van een bestelling voor een aantal problemen zorgden. De opbouw naast elkaar is niet duidelijk, overzichtelijk en ook wordt er geen feedback gegeven. Omdat er geen feedback wordt gegeven, zijn de bezoekers onzeker en weten ze niet of de site betrouwbaar is en of hun bestelling juist afgerond wordt. Figuur 15 en 16 geven de manier van betalen weer, wanneer er een formulier ingevuld is, komt er feedback en verdere informatie.



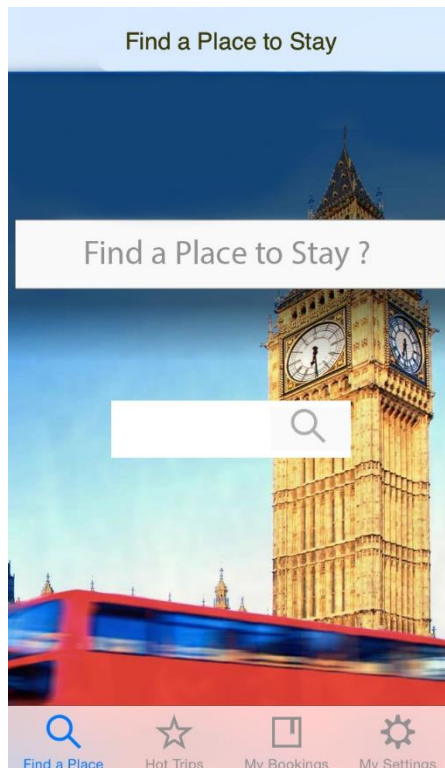
Figuur 15 en 16: Geven de manier van betalen weer, wanneer er een formulier ingevuld is, komt er feedback en verdere informatie.

Should have

Zoekfunctie

In de applicatie is geen zoekfunctie aanwezig, opvallend was dat elk testpersoon die opzoek ging naar bepaalde informatie, rechtstreeks naar de zoekfunctie ging zoeken maar die niet bestond in de applicatie. Als verbeterpunt heb ik het opnemen van een zoekfunctie in de applicatie. Tijdens het zoeken naar informatie kwam ik tot de conclusie dat de zoekfunctie ontbrak in de applicatie. Bij figuur 17 zie je een verbeterschets met de zoekfunctie.

Figuur 17



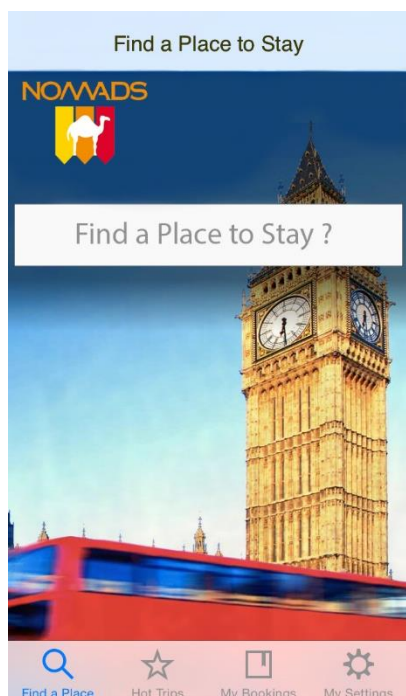
Bij **figuur 17** zie je een verbeterschets met de zoekfunctie.

Could have

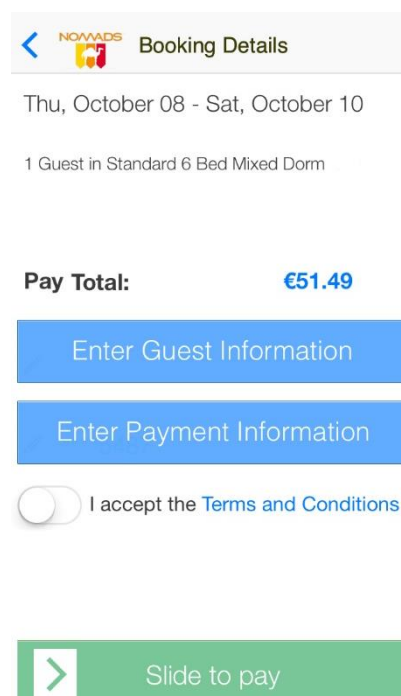
Nomads logo

Gebruikers van de applicatie hebben problemen dat het logo niet te zien is op elke pagina. Om het de bezoekers vertrouwelijker te maken, is het van belang om een duidelijk huis logo te plaatsen op elke pagina. Als advies geef ik dat het logo moet opvallen en herkenbaar moet zijn. Hieronder bij figuur 18 en 19 zijn verbeter schetsen te zien met het huis logo.

Figuur 18



Figuur 19



Bij **figuur 18 en 19** is een verbeter schets met het huis logo te zien.

Deel III: Proces- en productevaluatie

10. Procesevaluaties

In dit hoofdstuk leest u de hoe ik het project reflecteer en hoe ik het proces evalueer. Er wordt vooral gekeken naar wat er goed en minder goed is gegaan en wat ik hiervan heb geleerd en hoe ik het de volgende beter keer zou kunnen doen. Ook geef ik in de eerste paragraaf een reflectie op mijn stage bij Nomads World. Daarnaast ga ik evalueren per fase.

10.1 Reflectie op de periode bij Nomads World

Mijn 17 weken heb ik doorgebracht bij het grootste backpackers bedrijf van Australië, genaamd Nomads World. Helaas paste dit bedrijf niet helemaal bij mij als afstudeerstage maar heb mezelf goed kunnen motiveren om vol te houden deze stage hier af te maken. Daarom wil ik in deze paragraaf graag in het kort vertellen wat er is gebeurd.

Toen ik met Renee Boyle van Nomads voor het eerste een Skype gesprek had deed ze alsof het heel exclusief was om stage te lopen bij dit bedrijf. Ze hadden volgens hun al zoveel sollicitanten en stagiaires gehad en ze wilden het beste van het beste hebben. Een paar dagen later kreeg ik via de email te horen dat ze mij als stagiaire wilden hebben.

Mijn stageplan moest worden ingevuld. Ik heb alles zelf ingevuld en Nomads liet weten wie mijn begeleiders zouden worden. Dat was Renee Boyle de marketing manager als mijn opdrachtgever en Alex Harper de assistent manager als begeleider. Deze informatie is mij gegeven en ik ging er vanuit dat zij dit naar alle eerlijkheid had verteld.

De week voordat ik zou vertrekken naar Australië kreeg ik een email van Renee Boyle of ik mijn eigen laptop mee wilde nemen, want de computer was kapot en deze zou nog gemaakt moeten worden. Achteraf gezien hadden ze geen computer voor mij beschikbaar op het hoofdkantoor, omdat er nog twee stagiaires waren. Zo exclusief bleek het niet te zijn want het hele bedrijf draaide op stagiaires.

Bij aankomst kreeg ik een eigen kamer om bij te komen van de reis. Zij hadden mij een kamer beloofd met drie andere meisjes, achteraf bleek er dus geen plek te zijn daarom kreeg ik een eigen kamer. Het is dus allemaal niet zo goed geregeld.

Na mijn aankomst kreeg ik vijf dagen om bij te komen van de reis en de stad Sydney te verkennen. Een paar dagen voordat ik moest beginnen met mijn stage, vroegen zij of ik een middag met hun wilden meelopen om alvast warm te draaien. Eigenlijk vond ik dit een beetje raar, want de eerste dag zou pas over drie dagen zijn. Ik heb met mijn goede gedrag een middag mee gedraaid. Ik dacht dat zal wel goed komen, maar het bleek niet het geval. Want einde van de middag werd mij gevraagd of ik morgen wilde langs komen want ik moest een kleine test afleggen over het bedrijf. De volgende dag heb ik de test gemaakt over het bedrijf.

De dag voordat ik dan eindelijk mijn afstudeerstage begon bij Nomads World kreeg ik bericht van Alex Harper, dat mijn opdrachtgever Renee Boyle de eerste weken van mijn stage niet aanwezig kan zijn op kantoor. Daar ging mijn opdracht dacht ik, maar achteraf bleek dit dus niet het geval. Heb mij zelf goed kunnen overtuigen dat het goed ging komen allemaal.

Zo zijn er meerdere dingen voorgevallen tijdens de stage. Ik ga niet alles opnoemen want dan kan ik nog een waslijst opschrijven. Het heeft zich in al die 17 weken allemaal opgestapeld. De klik tussen mij en het bedrijf was er niet. Wat ik heb geleerd is dat vertrouwen binnen een bedrijf erg belangrijk is, omdat je tussen 36 en 40 uur per week met deze mensen te maken hebt.

Ik heb ook geleerd dat je bij zulke situaties tijdens je stage er boven moet staan. Zolang je de situatie zelf nog overziet is en je opdracht er niet onder lijdt, is er niks aan de hand, maar zorg dat je achter je eigen principes en keuzes blijft staan, ook al ben je “maar een stagiaire”.

Voor een volgende stage, wat misschien tijdens mijn volgende opleiding komt, hoop ik bij een middel groot en gestructureerd bedrijf terecht kom. Dankzij deze stage ben ik onder ogen gaan zien dat bij grote bedrijven de kans op goede begeleiding minder groot is. In kleine bedrijven kent iedereen elkaar is het contact leggen met andere werknemers eenvoudiger en er wordt niet zo snel over je heen gekeken. Zoals de stage in mijn derde jaar, dat was in een klein bedrijf met tien medewerkers. Zij hebben mij voldoende geholpen met mijn opdracht en waren bereid om tijd vrij te maken om mij nieuwe technieken te leren.

10.2 Initiatiefase

In de initiatiefase worden de opdracht geanalyseerd, startdocumenten opgesteld, en de projectorganisatie wordt ingericht. In deze fase is het eerste document gemaakt van het project; de plan van aanpak.

Plan van Aanpak (Strategy plane)

Als ik naar deze activiteit terug kijk, ben ik trots op de manier waarop ik te werk ben gegaan. Het opstellen van het plan van aanpak verliep moeiteloos. Door te denken aan de belangrijke aspecten van een project, de opbouw en structuur van het document kon ik deze activiteit soepel uitvoeren. Er is geen enkele ontevredenheid over het proces. Het was zeer aangenaam dat dit proces tijdens de initiatiefase van het project goed verliep. De eerste vijf weken heb ik dan ook veel zelf moeten doen. Dat was een prettige ervaring, omdat ik alles van het bedrijf zelf heb kunnen leren en zo meer professionele ruimte had.

Het daadwerkelijk inplannen van de activiteiten in Gantt Chart was geen probleem. Dat had ik in een eerder project ook gebruikt. Aan deze activiteit vond ik eenvoudig het opstellen van de planning in Microsoft Project. Dit programma was een fijn en betrouwbaar hulpmiddel en heeft het proces van inplannen zo efficiënt mogelijk gemaakt. Helaas heb ik ondanks het nauwlettend in de gaten houden van de planning toch langer gedaan over sommige deelproducten. De volgende keer moet ik meer tijd

inplannen voor de deelproducten en rekening houden met eventuele tegenslagen. Zo voorkom ik tijdgebrek en tijdnoed tijdens het project.

Alle vorige school projecten waren in samenwerkingsverband. Ik heb mij zelf dan ook best wel vergist in tijd voor alle deelproducten. Alle informatie zelf achter halen, uitvoeren en analyseren hebben dan ook heel wat meer tijd gekost dan ik had gepland.

Ik heb moeiteloos de milestones van het project vooraf kunnen bepalen. Door ervaringen van vorige projecten te vergelijken, kon ik zeer snel het aantal uren per milestones schatten en deze allemaal in een mooi overzicht plaatsen. De volgende keer, zou ik meer aandacht moeten besteden aan de milestones die tussentijds in het project kunnen ontstaan.

10.3 Definitiefase

In de definitiefase wordt de doelgroep geanalyseerd en wordt er inspiratie opgedaan.

Doelgroep analyse (Strategy plane)

Het proces duurde langer dan had ik verwacht en ging op sommige momenten erg lastig. Personen werven voor het invullen van de enquêtes nam enorm veel tijd in beslag. Waardoor de haalbaarheid van dit onderzoek in mijn project van 17 weken erg lastig wordt. Ondanks dat dit lastig was heb ik 60 personen kunnen werven waar ik erg tevreden over was. Dat was voldoende voor een representatief beeld van de doelgroep.

Het verwerken van deze uitslagen duurde langer dan verwacht. Er was meer informatie te verwerken dan ik had in geschat. In het vervolg zal ik met dit soort activiteiten graag in samenwerkingsverband willen werken. Waarbij de taken zijn verdeeld, ook het bedenken van de persona's zou soepeler worden doordat je samen elementen kan bedenken en elkaar kan verbeteren of aanvullen waar nodig.

Concurrentieanalyse (Scope plane)

Na de doelgroepanalyse kwam ik terecht bij de concurrentieanalyse. Ik merkte gedurende de uitwerking dat dit onderdeel als prettig werd ervaren. Dit komt mede omdat dit deelactiviteit inspirerend was en veel mogelijkheden heeft opgeleverd aan mijn proces. De analyse inspireerde en daagde uit om een "out of the box" concept te bedenken. De begrenzing zit in de randvoorwaarden en de doelstelling van het project dat is aangereikt door de opdrachtgever. In het vervolg zal ik met dit soort activiteiten graag in samenwerkingsverband willen werken. Waarbij de taken zijn verdeeld, ook het vinden van concurrentie zou soepeler worden doordat je samen elementen kan bedenken en elkaar verbeteren of aanvullen waar nodig. En in samenwerkingsverband zal er meer concurrentie gevonden worden om ideeën op te doen.

De gebruikte techniek (Quick en Dirty) heeft mij goed geholpen met zoeken naar verschillende en interactieve applicaties. De techniek waarbij de zoekresultaten groot waren maar wel minder nauwkeurig. In paragraaf 5.2 refereer ik terug naar de zoektechniek Quick and Dirty. Hierdoor heb ik wel veel inspiratie kunnen op doen. Wat ook gewenst was voor de opdracht om een nieuw concept te

bedenken. Doordat de opdracht veel te complex was en breed kon worden geïnterpreteerd, zijn er geen min punten op mijn gebruikte techniek. Bij zo een soortgelijke complexe opdracht zou ik dezelfde techniek vergaren. Dat zou ik doen omdat het de snelste manier is om meer inspiratie op te doen voor de opdracht en om de concurrentie te onderscheiden.

10.4 Ontwerpfase

In het ontwerpfase worden de ideeën verstrekt en het concept wordt uitgewerkt.

Creatieve sessies (Scope plane)

Ik ben tevreden over de vele ideeën die zijn opgedaan tijdens de creatieve sessies. Er zijn eigenlijk geen minpunten over te vertellen. Het was leuk en eenvoudig om met de doelgroep van Nomads de sessie te houden. De doelgroep, backpackers staan open voor nieuwe ervaringen en waren bereid mij te helpen door hun vrijetijd aan mij te besteden. Het was niet moeilijk om aan het eind van de sessies de ideeën te selecteren om zo tot een concept te komen.

Tijdens de brainstormsessie was het fijn dat ik de backpackers heb kunnen vragen om mee te denken tijdens de creatieve sessie. De backpackers behoren tot onze doelgroep, hun ideeën waren voor mij dan ook erg waardevol.

De ketenassociatie verliep naar verwachtingen. Bij de eerste volgende ketenassociatie zou er meer gestructureerd moeten worden gehandeld. Want tijdens deze sessie waren er maar drie personen aanwezig, het zou beter zijn geweest voor de uitkomst om meer mensen van de doelgroep te laten deelnemen.

Het leermoment van deze sessies was dat ik meer tijd hadden moeten inplannen. Echter bleek wel dat de sessies voldoende informatie opleverden om concepten te bedenken die voldeden aan de eisen.

Het concept (Structure plane / Skeleton plane)

Als ik op de aanpak van deze activiteit terugkijk, mag ik trots zijn op de manier waarop ik te werk ben gegaan. Ik ben trots hierop omdat ik op deze manier niet alleen een getest concept kon bedenken maar veel geleerd heb. Er is niet zomaar een concept bedacht maar ik heb goed nagedacht over verschillende aspecten. Ik heb veel tijd besteed aan de voorbereiding, conceptontwikkeling en uiteindelijk heb ik ook mijn doel bereikt. Het doel van deze activiteit was om mijn idee over te brengen. Het proces van visualiseren zou ik een volgende keer beter willen aanpakken. Door duidelijke afspraken te maken over de manier van visualiseren en presenteren.

De keuze momenten waren aan het eind van de brainstormsessie door alle ideeën naast elkaar te zetten. Ieder mocht twee ideeën uitkiezen. We waren met een groep van vier personen er kwamen acht ideeën uit. Ook hadden we alle vier voor het zelfde idee gekozen. Dat idee werd gebruikt en gecombineerd met de andere ideeën die waren uitgekozen.

Het probleem was dat ik twijfelde over de haalbaarheid van de ideeën die voortkwamen uit de creatieve sessies. Als oplossing heb ik de concepten aangepast tot een haalbaar concept. De problemen over de haalbaarheid van het concept kon ik helaas niet bespreken met de opdrachtgever omdat zij of niet aanwezig op kantoor was of geen tijd kon vrij maken om het te bespreken.

10.5 Voorbereidingsfase

Tijdens de voorbereidingsfase zijn de uitgangspunten van één concept uitgewerkt tot het ontwerp. Dit wordt gedaan door middel van schetsen, mock-ups en omschrijvingen. Tijdens deze fase heb ik gekeken naar de conclusies van de voorafgaande analyses en deelactiviteiten. De resultaten die relevant waren werden verwerkt in de volgende fase. Deze fase vond ik het leukst. Na alle onderzoeken en documentatie mocht ik gaan ontwerpen/tekenen.

10.6 Realisatiefase

In de realisatiefase worden de conclusies van mijn analyses, ontwerp keuzes en middelen, storyboard concept en actieplan beschreven voor de realisatie. De start van het ontwikkelen van de applicatie.

Ontwerprapport (Conclusies voorgaande planes)

Het opstellen van het ontwerprapport ging soepel. Doordat ik de ontwerpmethode van JJG had gebruikt, werd de structuur van het document gelijk duidelijk. Ik heb bijna alle planes van JJG moeiteloos doorlopen, alleen bij de surface plane vond ik het lastig om de ontwerpkeuzes te beschrijven. Doordat besloot ik om mij vast te houden aan bestaande richtlijnen van IOS.

10.7 Nazorgfase

De nazorgfase is voor het testrapport en adviesrapport.

Testrapport (Surface plane)

Het opstellen van het testrapport ging soepel. Doordat ik de ontwerpmethode van JJG had gebruikt, werd de structuur van het document gelijk duidelijk. Omdat ik al veel vooronderzoek had gedaan kon ik eenvoudig de testscenario's, taken en een interview opstellen.

Adviesrapport (Surface plane)

Het opstellen van het adviesrapport ging soepel. Doordat ik de reader van C3 had gebruikt, werd de structuur van het document gelijk duidelijk. Omdat ik al veel vooronderzoek had gedaan kon ik gemakkelijk de analyses, prioriteren en aanbevelingen beschrijven.

11 Productevaluatie

In dit hoofdstuk leest u de hoe ik het project reflecteer en de producten evalueer. Er wordt vooral gekeken naar wat er goed en minder goed is gegaan en wat ik hiervan heb geleerd en hoe ik het de volgende beter keer zou kunnen doen.

De algemene indruk van de producten waar ik de afgelopen periode aan gewerkt hebben is prima. Ik heb de producten kunnen opleveren die in de planning stonden vastgelegd. Hieronder volgt de productevaluatie van de producten.

11.1 Plan van aanpak

Het eerste document dat ik heb opgeleverd is het plan van aanpak. Ik ben tevreden met het resultaat, omdat ik vooraf een duidelijk document had met alle belangrijke informatie en gemaakte afspraken over de aanpak van het hele project.

Wat ik geleerd heb van dit document is dat het soms tegenzit en dat je van te voren niet precies kan inschatten hoelang een deelproduct duurt. In de praktijk kunnen verschillende factoren tegenzitten, zoals bij mij dat de opdrachtgever niet op tijd reageert of zelfs niet aanwezig is. Het is moeilijk in te schatten aan het begin van een nieuw project in een onbekend bedrijf.

11.2 Doelgroepanalyse

De markt was duidelijk. Ik was tijdens mijn stage omringd door de doelgroep omdat ik in het hostel verbleef. Over mijn doelgroepanalyse ben ik tevreden, omdat ik mij goed heb kunnen inleven in de doelgroep. Als je je kunt inleven in de doelgroep, is het mogelijk om een goed product te maken voor de doelgroep.

De onderzoeken van de feitelijke informatie op het Australian Bureau of Statistics, gaven een erg oppervlakkig beeld. Het was hierdoor voor mij niet voldoende om daadwerkelijk persona's te maken en het concept hierop te baseren. Echter was het enquête onderzoek en de interviews wel goed genoeg om mij te kunnen verplaatsen in mijn doelgroep.

Het was voor mij vrij eenvoudig om de doelgroepanalyse te maken omdat ik omringd was door de doelgroep. Daarnaast zou het in een volgend project meer tijd kosten om doelgroepanalyse te maken omdat je niet meer omringd ben door de doelgroep en opzoek moet gaan.

11.3 Concurrentieanalyse

De concurrentieanalyse biedt een mooi basis document wat nuttig is voor het bedenken van een mobiele applicatie. Ik heb het zoeken en beschrijven van de media-uitingen zeer plezierig ervaren, alle tien uitingen hebben veel inspiratie en nieuwe ideeën opgeleverd. Het opstellen van de concurrentieanalyse, het uitvoeren van de technieken en het beschrijven van de media-uitingen heeft mij een compleet beeld gegeven over een mobiele applicatie.

Van te voren heb ik punten bepaald die ik wilde vergelijken. Ik had ook zonder deze punten door applicaties heen kunnen klikken en kijken hoe de applicaties verschillen van elkaar. Op die manier is het niet mogelijk om een goede concurrentieanalyse te maken. Door het opstellen van onderscheidingspunten die zijn vergeleken met de applicaties, maakt dit product tot een goed product.

Er is nog wel een punt wat beter zou kunnen aan dit product en dat is dat het uitgebreider kan. Ik ben van mening dat je dit product met meerdere personen moet maken. Met anderen mensen heb je verschillende gedachtegangen over bepaalde onderwerpen. Als ik dit project opnieuw zou moeten doen zou ik dit product in samenwerkingsverband doen.

11.4 Creatieve sessie

Over het algemeen ben ik tevreden over de sessies. Achteraf gezien had ik tijdens de brainstormsessie wat verder door kunnen vragen. Omdat het meningen en ideeën zijn van gebruikers weet ik dat de informatie betrouwbaar is en daarom sluit het goed aan bij het concept.

Brainstormen: Met de groep was ik zeer tevreden en ook met alle ideeën op veel verschillende gebieden. De volgende keer zou ik graag meer diepgang in de ideeën willen zien door de creatieve sessie meer gestructureerd te leiden.

Ketenassociatie: Ik was redelijk tevreden met het resultaat. Er zijn nieuwe ideeën naar voren gekomen waarmee ik aan de slag kon gaan.

Achteraf gezien had ik voor beide sessies dezelfde groep kunnen gebruiken. Als ik wat meer tijd zou hebben zou ik meer response krijgen waardoor de sessies nog uitgebreider worden en daardoor tot meer ideeën komen voor een nog beter concept. Als ik de sessie opnieuw zou moeten doen zou ik dezelfde technieken gebruiken alleen met meer mensen. Het is namelijk belangrijk om te luisteren naar de doelgroep en daarop in te spelen.

11.5 Concept

Ik ben tevreden met het resultaat van het concept omdat het voldeed aan de eisen van de opdrachtgever. Het resultaat op A4 papier was zeer overzichtelijk. In één oogopslag kon je de mobiele applicatie begrijpen en de feedback op de manier van storytelling was ook zeer positief. Dit bevestigt dat ik de goede keuzes heb gemaakt tijdens het visualiseren van de mobiele applicatie.

Ik ben minder tevreden over de visualisatie van de mobiele applicatie omdat ik niet genoeg kennis had om het volledig naar behoren te programmeren. De volgende keer zou ik meer tijd moeten inplannen voor het visualiseren van het concept. Ik heb wel veel geleerd tijdens het programmeren van de applicatie omdat ik zelf alles heb moeten opzoeken en veel programmeer codes heb moeten uitpluizen.

Mocht ik dit project opnieuw doen en ik heb meer tijd, dan zou het concept er visueel en technisch beter uitzien. Ik vond dit onderdeel één van leukere onderdelen van mijn hele project, omdat het even iets anders is dan onderzoek doen en documenten schrijven.

11.6 Ontwerprapport

Ik ben redelijk tevreden met het resultaat van het ontwerprapport omdat ik een document had met alle belangrijke conclusies over het traject. Het ontwerprapport is opgesteld aan de hand van Jesse James Garrett (2003) The five planes. Het is een handig product voor de opdrachtgever omdat die in één document ziet wat er in elke fase is uitgekomen en hoe het eindproduct er uiteindelijk uit ziet.

Met het ontwerprapport ben ik het meest tevreden van alle deelproducten, omdat ik persoonlijk vind dat dit product het meest aan de eisen volgens de methode van Jesse James Garrett (2003) voldoet. De opdrachtgever heeft dit product niet kunnen lezen en heb helaas geen feedback kunnen krijgen om het product te versterken. Als dit product opnieuw gemaakt zou moeten worden, zou ik het op exact dezelfde manier aanpakken.

11.7 Testrapport

Ik vond het lastig om het testrapport te schrijven, maar ik ben redelijk tevreden over het eindresultaat. Ik vond het in eerste instantie lastig om de informatie op de juiste manier over te brengen in een logische volgorde aan de opdrachtgever. Daarvoor heb ik de reader gebruikt van C3 'The personal connection' op blackboard. De reader heeft mij erg geholpen met de opbouw van mijn product, omdat het product aan de richtlijnen van de reader is opgebouwd weet ik dat het een betrouwbaar product is. Als het product opnieuw gemaakt zou moeten worden zal ik weer de reader gebruiken van C3. Tijdens de usability test heb ik twee observatoren gebruikt en heb die resultaten subjectief beoordeeld. Voor de betrouwbaarheid betekent het dat de uitkomst niet 100% betrouwbaar is, maar wel volledig genoeg voor een aanname.

11.8 Adviesrapport

Het adviesrapport vond ik het lastigste deel van dit project. Ik heb pas één keer eerder en ook een niet zo goed adviesrapport aangeleverd. Ik wist niet zo goed wat het inhield en hoe je zoiets moest schrijven. Ik ben ook het minst tevreden over dit product. Ik denk dat het rapport nog uitgebreider had gekund als ik meer tijd had gehad. Hierbij heb ik de reader van C3 'adviesrapport' op blackboard gebruikt en het rapport opgesteld volgens de richtlijnen van de reader. Hierdoor heb ik wel een adviesrapport kunnen schrijven volgens de richtlijnen en daar heb ik ook veel van geleerd. Ik heb geleerd hoe ik het moet schrijven en wat het inhoudt.

Als dit product opnieuw zou moeten maken, weet ik wat het adviesrapport inhoudt en dan zou ik het uitgebreider kunnen schrijven.

12. Literatuurlijst

Boeken

Steehouder, M. (2006). Leren communiceren (5e ed.). Groningen, Nederland: Noordhoff Uitgevers.

Duckett, J. (2011). HTML&CSS (5e ed.). Amsterdam, Nederland: Pearson.

Garrett, J.J. (2003). *The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web*. San Francisco. New Riders.

Stone, D. (2005). *User Interface Design and Evaluation*. San Francisco, CA: Elsevier

Tolido, R. (2001). IAD (2e ed.). Den Haag: SDU.

Hedeman, B., & Fredrikz, B. (2009). *Projectmanagement op basis van PRINCE2*. Zaltbommel: Haren Publishing.

Brennan, K. (2009). *A Guide to the Business Analysis Body of Knowledge*. Whitby. International Institute of Business Analysis.

Websites

Coldenhoff, B. (2010, 22 december). De zes denkhoeden. Geraadpleegd van <http://www.deondernemer.nl/deondernemer/533499/De-zes-denkhoeden.html>

Hickmann, F. (2013, 10 juli). Effectief visualiseren: ideeën prikkelen, genereren en overbrengen. Geraadpleegd van <http://www.frankwatching.com/archive/2013/06/11/effectief-visualiseren-ideeen-prikkelen-genereren-en-overbrengen/>

Berkun, S. (2004, juli). How to run a brainstorm. Geraadpleegd van http://www.leren.nl/rubriek/persoonlijke_vaardigheden/creativiteit/brainstormen/

Versluis, A. (2005, mei). Brainstormen. Geraadpleegd van http://www.leren.nl/rubriek/persoonlijke_vaardigheden/creativiteit/brainstormen/

Naardt, N. (2010, 13 oktober). keten associatie. Geraadpleegd van http://creatievevaardigheden.loggy.nl/27030_keten_associatie.html

Nielsen, J. (1995, 1 januari). 10 Usability Heuristics for User Interface Design. Geraadpleegd van <http://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>

Department of Health and Human Services, U. S. (z.j.). Improving the User Experience. Geraadpleegd van <http://www.usability.gov/>

Cooper, A. (2004, 24 februari). Inmates Are Running the Asylum [PDF]. Geraadpleegd van <http://www.itu.dk/people/russel/B%F8ger/Pearson.-.The.Inmates.Are.Running.the.Asylum.pdf>

J, J. (2007). Gantt-diagram (Gantt Chart). Geraadpleegd van
<http://www.projectplaza.be/pm/planning.shtml>

Maltha, H. (2009, 23 november). Wireframes, de bouwtekening van een website. Geraadpleegd van
<http://www.frankwatching.com/archive/2009/11/23/wireframes-de-bouwtekening-van-een-website/>

<http://hbo-kennisbank.uvt.nl/cgi/av/show.cgi?fid=4553>

<http://zakelijk.infonu.nl/diversen/37794-brainstormen-de-vuistregels.html>

<http://repository.tudelft.nl/assets/uuid:9d0e14b2-6a84-44de-af4e-f23dd5a3f2c1/288542.pdf>

Haagse Hogeschool Readers

Hers, N. (2011, 11 april). Onderdelen van het adviesrapport [Haagse Hogeschool , Blackboard]. Geraadpleegd van https://blackboard.hhs.nl/bbcswebdav/pid-1286522-dt-content-rid-1323310_2/courses/CMD3vt_periode4/CMD3vt_periode4_ImportedContent_20130226123528/Documenten/Materiaal%20Workshops%20Effectief%20Functioneren/Reader%20adviesrapport/Reader%20C3%20Adviesrapport.pdf

Boenders, S. (z.j.). Usabilityonderzoek [Haagse Hogeschool, Blackboard]. Geraadpleegd van https://blackboard.hhs.nl/webapps/portal/frameset.jsp?tab_tab_group_id= 2_1&url=%2Fwebapps%2Fblackboard%2Fexecute%2Flauncher%3Ftype%3DCourse%26id%3D_35487_1%26url%3D

Ooms, M.J. (z.j.). deel heuristic evaluation & cognitieve walkthrough [Haagse Hogeschool, Blackboard]. Geraadpleegd van https://blackboard.hhs.nl/webapps/portal/frameset.jsp?tab_tab_group_id= 2_1&url=%2Fwebapps%2Fblackboard%2Fexecute%2Flauncher%3Ftype%3DCourse%26id%3D_35487_1%26url%3D

Collegestof Practica Retrieval Andries Hiskes/ les 2 ppt. Zoekmethoden (Boekhorst p. 100-102; Van Veen & Westerkamp p. 36-39) Geraadpleegd van https://blackboard.hhs.nl/webapps/portal/frameset.jsp?tab_tab_group_id= 2_1&url=%2Fwebapps%2Fblackboard%2Fexecute%2Flauncher%3Ftype%3DCourse%26id%3D_35487_1%26url%3D

Lijst van Figuren

Figuur 1 Nomads World organisatiestructuur
Figuur 2 De planes Jesse James Garrett
Figuur 3 Schema Grit en Garrett
Figuur 4 Activiteitenplanning
Figuur 5 Voorbeeld aantal respondenten'
Figuur 6 Screenshot enquête resultaten tabel in Microsoft Excel
Figuur 7 Primaire persona van Samantha Bell
Figuur 8 Screenshot hostel applicatie
Figuur 9 Brainstormsessie
Figuur 10 Resultaten ketenassociatie
Figuur 11 Flowchart van Nomads World applicatie
Figuur 12 Wireframes
Figuur 13 Typografie concept
Figuur 14 Storytelling
Figuur 15 Verbeterschets betalen
Figuur 16 Verbeterschets betalen
Figuur 17 Verbeterschets zoekfunctie
Figuur 18 Verbeterschets huislogo
Figuur 19 Verbeterschets huislogo

Lijst van tabellen

Tabel 1 versiebeheer
Tabel 2 Distributielijst
Tabel 3 Bijlagen
Tabel 4 Voor- en nadelen methode Roel Grit
Tabel 5 Voor- en nadelen methode Prince 2
Tabel 6 Positieve en negatieve aspecten methode Jesse James Garrett
Tabel 7 Positieve en negatieve aspecten methode IAD
Tabel 8 Voorbeeld globale activiteiten planning
Tabel 9 Project risico's
Tabel 10 Interviewvragen en antwoorden manager Nomads World
Tabel 11 Voorbeeld opstelde enquête vragen
Tabel 12 Resultaten per thema
Tabel 13 User Needs
Tabel 14 Site Objectives
Tabel 15 Interactie beschrijving
Tabel 16 Onderzoek- deel en meetvragen
Tabel 17 Test scenario
Tabel 18 Testpersonen analyse

Lijst van Grafieken

Grafiek 1 Doelgroep enquête resultaat

