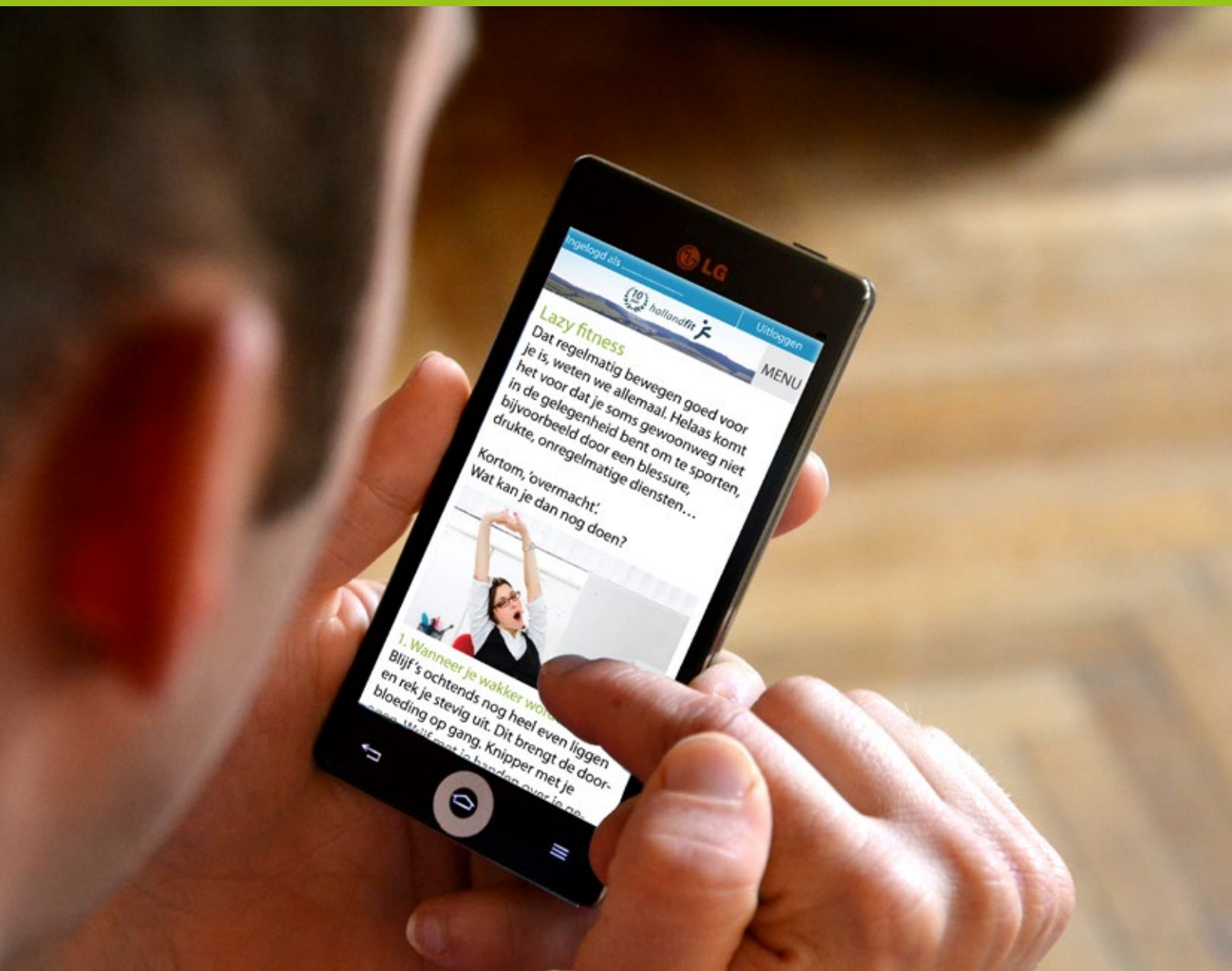


Afstudeeronderzoek fitpas.nl



Afstudeerverslag

Bonita van Veldhoven, september 2015

Referaat

Afstudeerverslag van Bonita van Veldhoven, voor de opleiding Communication and Multimedia Design, gevolgd aan de Haagse Hogeschool.

Dit afstudeerverslag beschrijft het door de auteur doorlopen proces, tijdens het uitvoeren van de afstudeeropdracht: Onderzoek naar mogelijke verbeteringen aan de website fitpas.nl. Deze opdracht is uitgevoerd in opdracht van het bedrijf Holland Fit, gevestigd in Rotterdam. De afstudeerperiode omvat 17 weken in de periode van 9 februari 2015 tot 5 juni 2015.

Descriptoren:

- Procesverslag
- Afstudeerverslag
- Communication and Multimedia Design
- Online platform
- Content platform
- Vitaliteitsplatform
- Interaction design
- Expert review
- Doelgroeponderzoek
- Benchmark analyse
- Jesse James Garrett
- Usability test
- Gebruikerstest
- Mobiele website

Voorwoord

Opeens was het zover. Na in 2011 te zijn gestart met de opleiding Communication and Multimedia Design, was het tijd om te gaan afstuderen. Op tijd ben ik op zoek gegaan naar een afstudeerplek en een interessante opdracht. Extra leuk was het toen ik persoonlijk door het bedrijf Holland Fit werd benaderd met de vraag of ik bij hen wilde afstuderen. Na in gesprek te zijn gegaan bleek het een professioneel bedrijf en boden ze mij een interessante en goed op CMD aansluitende opdracht.

Met gezonde zenuwen maar positief begon ik mijn afstudeerperiode, waarin ik mij heb gefocust op het online gezondheidsplatform fitpas.nl. Het was een boeiende opdracht, leuk om uit te voeren, maar ook uitdagend. Vanuit het bedrijf werd ik begeleid door Eline Spek. Haar wil ik hartelijk bedanken voor alle gesprekken waarin we de voortgang van mijn opdracht bespraken en haar fijne manier van feedback en advies geven.

Mijn begeleidend-examinator Niek van Putten en de tweede examiner Jannie Oosting wil ik ook graag bedanken voor hun feedback op mijn producten en afstudeerverslag. Tevens ben ik achteraf ontzettend blij met het advies van verlenging, wat ik kreeg na het eerste tussentijds assessment. Op dat moment was het niet leuk om te horen, maar hierdoor heb ik de opdracht uiteindelijk optimaal kunnen afronden.

Als laatste wil ik graag mijn oma Ger Paulus bedanken. Tot twee keer toe heeft zij dit afstudeerverslag doorgelezen om te controleren of er echt geen foutjes meer in stonden.

De afstudeerperiode was een leerzame periode en ik ben blij dat ik mijn opdracht met succes heb kunnen afronden! Het is een project geweest waar ik met een trots gevoel aan terug kan denken.

Graag wens ik alle lezers veel plezier tijdens het lezen van dit verslag, dat is geschreven om mijn begeleidend-examinator Niek van der Putten en tweede-examinator Jannie Oosting en de nog onbekende gecommitteerde inzicht te geven in de werkzaamheden die ik verricht heb voor mijn afstudeeropdracht.

Bonita van Veldhoven
Voorburg, 10 september 2015

Inhoudsopgave

Referaat	3
Voorwoord	4
1. Inleiding	8
2. De afstudeeropdracht	9
2.1. De opdrachtgever	9
2.2. Omschrijving van de opdracht	10
2.3. Op te leveren (tussen) producten	10
3. Plan van aanpak	11
3.1. Totstandkoming van het plan	11
3.2. Projectmanagementmethode bepalen	11
3.2.1. Methode kiezen	11
3.2.2. Methode aanpassen	13
3.2.3. Roel Grit methode toepassen	13
3.3. Ontwerpmethode kiezen	14
3.4. Planning maken	15
3.5. Plan van aanpak bespreken	15
4. Fase 1. Definitie	17
4.1. Onderzoek opzetten	17
4.2. Expert review	19
4.2.1. Quicksan	19
4.2.2. Heuristic evaluation	21
4.2.3. Bespreking van het expert review	23
4.3. Doelgroep analyse	24
4.3.1. Doelgroeponderzoek opzetten	24
4.3.2. Doelgroeponderzoek uitvoeren	25
4.3.3. Conclusie doelgroepanalyse	26
4.3.4. Persona's maken	27
4.4. Verzameling klachten en tips	30
4.4.1. klachten gebruikerspeiling verzamelen	30
4.4.2. Medewerkers Holland Fit interviewen	30
4.4.3. Alle klachten analyseren	32
4.4.4. Conclusie	32
4.5. Benchmarkonderzoek uitvoeren	33
4.5.1. Benchmarkfase: planning	33
4.5.2. Benchmarkfase: analyse	37
4.5.3. Benchmarkfase: analyse bekend maken / zorgdragen voor de acceptatie	38
4.6. Onderzoeksconclusie	38

5. Terugblik fase 1 / verandering van de opdracht	39
5.1. Voorbereiding gesprek	39
5.2. Afstemming fase 2	39
5.3. Afbakening gewijzigde opdracht	41
6. Fase 2: Ontwerp	42
6.1. Strategy plane	42
6.1.1. product objectives opstellen	42
6.1.2. User needs opstellen	42
6.1.3. Succes metrics opstellen	44
6.2. Scope plane	45
6.2.1. Opstellen functional specifications	45
6.2.2. Opstellen content requirements	46
6.2.3. Benchmark uitvoeren	46
6.3. Structure plane	49
6.3.1. Desktop structuur	49
6.3.2. Card-sortingtest uitvoeren	49
6.3.3. Smartphone structure	54
6.3.4. Flowchart (voor smartphoneformaat)	55
6.4. Skeleton plane: desktopformaat	57
6.4.1. Schetsen v.d. wireframes	57
6.4.2. Uitwerken v.d. wireframes	59
6.4.3. Wireframes testen	60
6.4.4. Bespreken van de wireframes	63
6.5. Skeleton plane: smartphoneformaat	64
6.5.1. Schetsen van de wireframes	64
6.5.2. Bespreken van de schetsen	65
6.5.3. Uitwerken v.d. wireframes	66
6.5.4. Bespreking van de wireframes	67
6.6. Surface plane	68
6.6.1. Ontwerprandvoorwaarden	68
6.6.2. Ontwerpen mock-up's	69
6.6.3. Bespreking mock-up's	70
6.7. Prototype ontwikkelen	71
6.7.1. Prototype controleren	72
6.7.2. Prototype bespreken	72
7. Fase 3: Voorbereidingsfase	73
7.1. Tussentijds adviesrapport	73
7.1.1. Tussentijds adviesrapport schrijven	73
7.1.2. Tussentijds adviesrapport bespreken	76
7.1.3. Tussentijds advies presenteren	76
7.2. Usabilitytest opzetten	76
7.2.1. Onderzoeksvraag formuleren	76
7.2.2. Onderzoeksvraag operationaliseren	76
7.2.3. Testformulier opstellen	79

8. Fase 4: Realisatiefase	81
8.1. Usability test	81
8.1.1. Testpersonen selecteren	81
8.1.2. Test uitvoeren	82
8.1.3. Testgegevens verwerken	84
8.2. Verbeterpunten doorvoeren	89
8.3. Adviesrapport overdragen	92
9. Procesevaluatie	93
9.1. Plan van Aanpak	93
9.2. Definitiefase	93
9.3. Ontwerpfase	94
9.4. Voorbereidingsfase	94
9.5. Realisatiefase	95
9.6. Procesevaluatie algemeen	95
10. Productevaluatie	96
10.1. Plan van aanpak (externe bijlage 1)	96
10.2. Onderzoeksrapport (externe bijlage 2)	96
10.3. Card-sortinganalyse (externe bijlage 4)	96
10.4. Ontwerprapport (externe bijlage 3)	96
10.5. Prototype (op externe bijlage 6. de cd)	97
10.6. Testplan / -rapport (externe bijlage 7)	97
10.7. Adviesrapport (externe bijlage 8)	98
11. competenties	99
11.1. Opstellen analyserapportage	99
11.2. Vormgeving ontwerpen	99
11.3. Prototype uitwerken	100
11.4. Usabilitytest opzetten en uitvoeren	100
11.5. Adviseren	101
12. Bibliografie	102
Bijlage 1: Afstudeerplan	104

1. Inleiding

Mijn naam is Bonita van Veldhoven. Sinds 2011 studeer ik Communication and Multimedia Design, aan de Haagse Hogeschool in Den Haag. Dit afstudeerverslag is de laatste stap richting mijn diploma. Het is geschreven voor mijn stagebegeleider Niek van Putten, de tweede examiner Jannie Oosting en de gecommiteerde. Zij zullen het verslag beoordelen en mijn afstudeerzitting bijwonen.

Het verslag geeft inzicht in het door mij doorlopen proces, tijdens het uitvoeren van de afstudeeropdracht: onderzoek naar mogelijke verbeteringen aan de website fitpas.nl. In dit verslag beschrijf ik mijn werkwijze bij het uitvoeren van de activiteiten, die tot het eindproduct hebben geleid: een adviesrapport voor Holland Fit.

Het verslag is als volgt opgebouwd:

In hoofdstuk twee leg ik uit wat de afstudeeropdracht precies inhoudt. Hoofdstuk drie beschrijft hoe ik het plan van aanpak gemaakt heb.

Vanaf hoofdstuk vier start ik met het beschrijven van mijn proces. Dit hoofdstuk gaat over de eerste fase van de opdracht, de definitiefase. Hoofdstuk vijf blikt kort terug op de deze eerste fase en beschrijft een verandering van de opdracht. In hoofdstuk zes wordt de ontwerpfase besproken, waarna ik het in hoofdstuk zeven zal hebben over de voorbereidingsfase. De laatste fase van dit project, de realisatiefase, staat beschreven in hoofdstuk acht.

De laatste hoofdstukken van dit verslag staan in het teken van de evaluatie. In hoofdstuk negen evalueer ik het proces, wat ik heb doorlopen. Hoofdstuk tien gaat over de opgeleverde producten. Het verslag wordt uiteindelijk afgesloten met hoofdstuk elf, waar ik beschrijf op welke manier ik de vooraf bepaalde competenties heb aangetoond.

2. De afstudeeropdracht

Tijdens het laatste blok van CMD, CMD-7, ben ik op zoek gegaan naar een geschikt afstudeerbedrijf en een afstudeeropdracht. Hiervoor heb ik eerst een online portfolio gemaakt, zodat de bedrijven waarbij ik solliciteerde, door mij uitgevoerde projecten konden bekijken. Mijn portfoliowebsite is te bereiken via de volgende URL: www.bonitavanveldhoven.nl.

Op Stagemotor.nl had ik een profiel aangemaakt en bekeek ik de vacatures. Op deze website staan vacatures maar het is niet zichtbaar bij welk bedrijf ze horen. Pas na een sollicitatie via de website, kan een bedrijf de gegevens van de sollicitant aankopen en zich bekend maken.

Op een gegeven moment werd ik via de website uitgenodigd om op een vacature te solliciteren, die ik nog niet had gezien. Een bedrijf had mijn profiel gezien en vond mij een geschikte kandidaat. Nadat ik gereageerd had kreeg ik al snel reactie en werd ik uitgenodigd voor een gesprek bij Holland Fit.

Tijdens het gesprek kwam Holland Fit erg professioneel bij mij over. Hier kreeg ik ook direct een opdracht aangeboden die mij aansprak en naar mijn idee aansloot bij CMD. Het bedrijf had ongeveer 20 medewerkers, wat ik erg fijn vond nadat ik in mijn derde jaar stage had gelopen bij een bedrijf met 4 medewerkers. Graag wilde ik een net iets groter bedrijf. Holland Fit leek mij een leuk en uitdagend bedrijf, dus mijn keuze was snel gemaakt om hier te gaan afstuderen.

2.1. De opdrachtgever

De opdrachtgever is Jeroen van Zwieten, de oprichter van Holland Fit. Dit is een bedrijf dat motiverende diensten ontwikkelt, waarbij het zich richt op de vitaliteit van de mens. Holland Fit helpt andere bedrijven met het bevorderen van de bevoegdheid en inzetbaarheid van de medewerkers. Het bedrijf is opgericht in 2005 en bestaat uit ongeveer 20 vaste medewerkers. Het kantoor is gevestigd in Rotterdam. Veel (grote) bedrijven maken al gebruik van de diensten die worden aangeboden. Voorbeelden hiervan zijn: de Rabobank, de Haagse Hogeschool en Hero.

Holland Fit levert zowel online als offline diensten. Offline regelt het bedrijf o.a. healthchecks, workshops en sportactiviteiten voor klanten. Eén van de online diensten van Holland Fit is fitpas.nl. Dit is een online platform waarop van alles te vinden is over het thema vitaliteit en gezondheid. Grote organisaties kunnen zich hierbij aansluiten. Al hun medewerkers krijgen dan een eigen profiel op het platform. Met behulp van fitpas.nl probeert Holland Fit de medewerkers te stimuleren om gezonder te leven.

Medewerkers kiezen zelf waar en wanneer ze aan de slag gaan via. Op fitpas.nl kunnen ze alles vinden over een gezondere levensstijl. Van voedingstips tot ontspanningsoefeningen en van sportactiviteiten tot omgaan met werkdruk. Fitpashouders kunnen op het platform ook testen hoe hun leefstijl ervoor staat en contact opnemen voor advies met gespecialiseerde coaches. Daarnaast worden via fitpas.nl voordelige abonnementen en (sport)lessen aangeboden, die fitpashouders direct op de website kunnen boeken.

Mijn begeleider binnen Holland Fit was Eline Spek. Zij werkte hier ongeveer twee jaar. Haar functie binnen het bedrijf is projectmanager. Ze draagt zorg voor een succesvolle uitvoering van projecten op het gebied van online dienstverlening. Zij is veel bezig met het platform fitpas.nl. Zij houdt bijvoorbeeld contact met Connect Holland, het bedrijf dat fitpas.nl gebouwd heeft en technisch gezien onderhoud. Ze zorgt ervoor dat er telkens nieuwe informatie op het platform staat, verstuurt nieuwsbrieven en organiseert acties.

Wanneer ik vragen had, kon ik altijd bij haar terecht. Regelmatig bespraken wij de voortgang van mijn opdracht en bekeken we hoe ik het verder zou aanpakken.

2.2. Omschrijving van de opdracht

Holland Fit is constant bezig met het verbeteren van de dienstverlening. Uit de uitkomsten van de jaarlijkse gebruikerspeiling van fitpas.nl blijkt dat het platform aan verbetering toe is. Aangezien alle onderdelen en functionaliteiten van de website met elkaar samenhangen, kan dit niet zomaar worden gedaan. Er is extra onderzoek voor nodig en er moet zorgvuldig worden nagedacht over de verbeteringen. Holland Fit komt op dit moment niet aan deze werkzaamheden toe, maar vindt dit erg belangrijk voor de klantvriendelijkheid.

Zelf kwam het bedrijf niet aan deze werkzaamheden toe. Het bedrijf heeft mij daarom de opdracht gegeven, om onderzoek te doen naar fitpas.nl. Samen met het bedrijf heb ik een doelstelling bij de opdracht verwoord.

Doelstelling van de afstudeeropdracht

Onderzoeken op welke manier fitpas.nl verbeterd kan worden, zodat Holland Fit de veranderingen na mijn afstudeerperiode kan doorvoeren om de gebruikers van de website beter van dienst te kunnen zijn.

De opdracht is vastgelegd in het afstudeerplan. Zie interne bijlage 1. Dit plan is goedgekeurd door de KAS-commissie van de opleiding CMD.

2.3. Op te leveren (tussen) producten

Tijdgehuins het maken van het afstudeerplan, is besloten welke producten en tussenproducten ik moest opleveren. Dit waren onderstaande producten.

Plan van aanpak

In het plan van aanpak moest ik beschrijven hoe ik het project zou uitvoeren. Hierin werd o.a. de planning van het project opgenomen en beschreven met welke methodes ik ging werken.

Onderzoeksrapport

Om uit te zoeken wat er verbeterd moet worden aan het platform, moest ik verschillende onderzoeken en tests uitvoeren. Alle resultaten zou ik opnemen in het onderzoeksrapport. In het rapport moesten o.a. de resultaten van het doelgroeponderzoek, het benchmarkonderzoek, het onderzoek naar klachten en het onderzoek naar koppelingen met de website aan bod komen. Daarnaast zouden hierin ook de uitslagen van de expert review en de card-sortingtest beschreven worden.

Ontwerprapport

Met behulp van alle informatie in het onderzoeksrapport kon ik een verbeterd ontwerp maken van fitpas.nl. In het ontwerprapport moest ik omschrijven op welke manier ik tot dit verbeterde ontwerp van fitpas.nl was gekomen. Het ontwerprapport zou o.a. de systeemeisen, user scenario's, sitemap, moodboard, wireframes en mock-up's van meerdere verbeterbare schermen bevatten.

Clickable prototype

Om mijn ontwerpen en adviezen te kunnen testen, moest ik een clickable demo ontwikkelen en opleveren.

Testplan

In het testplan moest ik beschrijven op welke manier ik het prototype ging testen.

Test- / adviesrapport

In het test- / adviesrapport zou ik de resultaten van de test beschrijven. Uit deze resultaten moesten conclusies getrokken worden om te bekijken of ik mijn nieuwe ontwerpen nog ergens moest verbeteren. Het test- / adviesrapport moest het eindresultaat van de opdracht zijn. Dit rapport moest concrete oplossingen bevatten waarmee Holland Fit fitpas.nl kan verbeteren.

3. Plan van aanpak

Op de eerste dag van de afstudeerperiode ben ik begonnen aan het opstellen van een plan van aanpak. Hiervoor heb ik mijn goedgekeurde afstudeerplan erbij gepakt als richtlijn. Zie interne bijlage 1. In dit plan stonden al vrijwel alle uit te voeren werkzaamheden beschreven, die ik voor het laten slagen van dit project moest uitvoeren.

3.1. Totstandkoming van het plan

Tijdens het opstellen van mijn afstudeeropdracht en afstudeerplan waren de opdracht, de probleemstelling, de doelstelling en het resultaat al besproken. Deze konden dus gemakkelijk overgenomen worden in het plan van aanpak.

In de globale planning van het afstudeerplan stond ook beschreven wat ik precies zou gaan opleveren. Zie hoofdstuk 2.3. Deze producten heb ik allemaal opgenomen in het Plan van aanpak. Per product heb ik bekeken welke deelproducten en werkzaamheden nodig zouden zijn om te komen tot het eindresultaat. Hierdoor kreeg ik een beeld van de omvang van het project.

In het plan van aanpak heb ik ook beschreven wat ik precies nodig zou hebben om de opdracht te kunnen uitvoeren, met welke risico's ik te maken zou kunnen krijgen en hoe ik de kwaliteit zou waarborgen.

3.2. Projectmanagementmethode bepalen

3.2.1. Methode kiezen



Figuur 1: Roel Grit projectfasering

Het project was te groot om in een keer te kunnen bevatten. Zeker omdat dit de eerste keer was dat ik een project van deze omvang heb uitgevoerd. Het project kenmerkte zich o.a. door de strakke deadline die eraan verbonden was. 5 juni moest ik mijn afstudeerverslag inleveren. Dan moest het project klaar zijn. Vandaar dat het van belang was om een duidelijke en gefaseerde projectmethode te kiezen.

Vanuit eerdere schoolprojecten had ik al enige ervaring met projectmanagement methodes. Tijdens de afstudeerbijeenkomsten voor het schrijven van het afstudeerplan werd er voornamelijk gesproken over de Roel Grit methode. De fasering die wordt gebruikt in deze methode staat weergegeven op figuur 1 (Grit, 2011). Het leek mij een duidelijke methode. Vandaar ook dat ik de planning in mijn afstudeerplan volgens deze fasering heb ingedeeld.

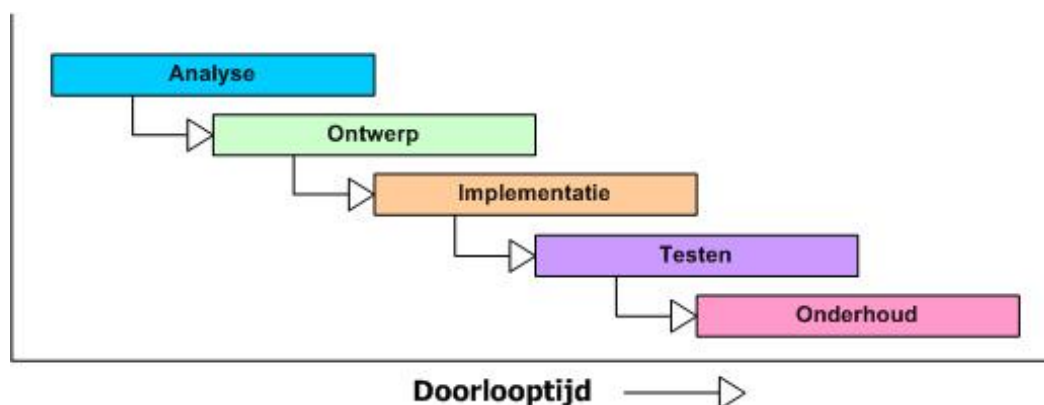
Tijdens het maken van het plan van aanpak had ik mij beter verdiept in deze en andere methodes. Tijdens CMD-6 had ik de watervalmethode gebruikt. Deze heb ik vergeleken met de Roel Grit methode. De waterval methode vond ik erg overzichtelijk

Deze methode overwoog ik nu weer. De waterval methode is oorspronkelijk een methode voor software ontwikkeling. Tijdens een project doorloop je een aantal fases, één voor één. Wanneer er een fout gemaakt wordt in één van de fases, moet je weer terug naar die fase om hem te herstellen. De daaropvolgende fases moeten vervolgens opnieuw worden uitgevoerd (pc en internet, 2012). De oorspronkelijke fases van de waterval methode waren:

- Definitiestudie/analyse
- Basisontwerp
- Technisch ontwerp/detailontwerp
- Bouw
- Testen
- Integratie en beheer en onderhoud

Het nadeel van deze methode is dat het enorm veel tijd kost, wanneer er een fout wordt gemaakt in één van de fases. Het leek me dan ook onprettig om mee te werken. Tijdens het zoeken naar informatie over de watervalmethode kwam ik het sashimi-model tegen. In het boek "A guide to project management" (Fox & van der Walddt, 2007), werd het model beschreven. Het model is opgezet door Peter Degrace en bevat vrijwel dezelfde fases als het watervalmodel, alleen nu overlappen de fases elkaar. Er kan dus al begonnen worden aan de volgende fase terwijl de vorige nog niet helemaal is afgerond. Dit betekent ook dat er nog eens teruggevallen kan worden op de vorige fase, zonder dat het heel veel extra tijd kost.

Op figuur 2 ziet u een schematische weergave van het sashimi-model. Toen ik dit model zag kon ik vrijwel direct al mijn projectwerkzaamheden erin onderbrengen. Het project werd hierdoor naar mijn idee veel beter te bevatten. Vandaar dat ik uiteindelijk besloot om deze methode te gebruiken. Binnen Holland Fit wordt weinig/geen gebruik gemaakt van projectmanagementmethodes. Van het bedrijf heb ik dan ook bij het maken van mijn keuze geen input gekregen, wel heb ik het tijdens het bespreken van het plan van aanpak voorgelegd. Ze vonden het prima.



Figuur 2: Schematische weergave sashimi-model (Fox & van der Walddt, 2007)

3.2.2. Methode aanpassen

Nadat ik mijn plan van aanpak had geschreven met daarin het sashimi-model als projectmanagement-methode, had ik een gesprek met mijn stagebegeleider, Niek van Putten. Hij gaf aan dat het sashimi-model helemaal geen complete projectmanagementmethode is maar echt alleen gebruikt kan worden als software-ontwikkelingsmethode.

Vandaar dat ik toen opnieuw naar projectmanagement methodes ben gaan kijken en uiteindelijk toch terugviel op de Roel Grit methode. Deze methode vond ik duidelijk qua fasering. In zijn boek worden tevens duidelijk alle elementen beschreven die van belang zijn in een plan van aanpak, zoals randvoorwaarden, kwaliteitsbewaking en risico analyse, wat erg belangrijk is tijdens een groot project als dit. Vandaar dat ik toen voor deze methode koos en mijn plan van aanpak nog eens heb aangepast.

3.2.3. Roel Grit methode toepassen

Roel Grit beschrijft in zijn methode uitgebreid de op te leveren producten, de projectactiviteiten, randvoorwaarden, kwaliteitsbewaking en geeft een risicoanalyse (Grit, 2011). Al deze onderdelen heb ik dan ook in het plan opgenomen.

De op te leveren producten heb ik beschreven zoals al beschreven in hoofdstuk 2.3. Vervolgens heb ik beschreven welke werkzaamheden ik moest uitvoeren om tot het product te komen. Als voorbeeld heb ik de werkwijzebeschrijving van het expert review opgenomen in dit verslag.

Werkwijzebeschrijving voor het expert reviews (pagina 6, Plan van aanpak)

Als eerste bestudeer ik de website om te zien wat er verbeterd kan worden. Hier begin ik mee zodat ik dit met een open blik kan doen. De uitkomsten van dit onderzoek zal ik vastleggen in een zogenaamd "expert review". Hierin komen alle punten van de website te staan die ik goed en minder goed vind.

Figuur 3: Werkwijzebeschrijving voor het expert reviews

In het plan van aanpak heb ik ook de randvoorwaarden beschreven. Deze gingen over de werkplek, de materialen die ik nodig had voor de opdracht, de tijd, en de beschikbaarheid van testpersonen. Vervolgens heb ik de risico's van het project genoemd, die ik op dat moment kon voorzien. Deze risico's luiden:

1. het niet kunnen vinden van gebruikers die als testpersoon willen optreden.
2. het project uit het oog verliezen.

Hierbij beschreef ik hoe ik tijdens het project rekening wilde houden met deze risico's. Hieronder als voorbeeld de beschrijving bij punt 2.

Risico: project uit het oog verliezen (pagina 14, Plan van aanpak)

Het project voer ik uit binnen Holland Fit. Natuurlijk zal ik hier ook andere werkzaamheden uitvoeren. Het kan gebeuren dat er binnen het bedrijf belangrijke zaken gedaan moeten worden. Deze zaken zijn voor het bedrijf op dat moment waarschijnlijk belangrijker dan mijn project. Echter moet ik ervoor zorgen dat ik mijn project niet uit het oog verlies. Mijn doel is immers het behalen van mijn HBO diploma. Ik zal mijn best doen om hier een zo goed mogelijk balans in te vinden.

Figuur 4: Risicobeschrijving: project uit het oog verliezen

Het laatste hoofdstuk in het plan van aanpak was de kwaliteitswaarborging. Hieronder viel de product-kwaliteit, het gebruik van bronnen en de proceskwaliteit. Op de volgende pagina staat als voorbeeld de beschrijving van de proceskwaliteit, zoals in het plan van aanpak meer is te lezen in externe bijlage 1.

Stukje over kwaliteitswaarborging (pagina 12, Plan van aanpak)**Proceskwaliteit**

Om ervoor te zorgen dat ik het proces op een goede manier doorloop, maak ik gebruik van een projectmanagementmethode. De methode die ik gebruik is van Roel Grit (Grit, 2011), hij deelt een project in in zes fases. Zijn boek heb ik ook gebruikt om dit plan van aanpak op te stellen. Hij bespreekt hierin de onderdelen die een plan van aanpak moet bevatten, zoals de projectgrenzen, kwaliteitswaarborging, projectorganisatie en een risicoanalyse.

Figuur 5: Beschrijving kwaliteitswaarborging proceskwaliteit

3.3. Ontwerpmethode kiezen

Om de ontwerpfase te doorlopen, zonder steken te laten vallen, heb ik gebruik gemaakt van een ontwerpmethode. Voordat ik begon heb ik gekozen tussen Scrum en de methode van Jesse James Garrett.

Over Scrum hoorde ik de laatste tijd veel goede berichten. Vandaar dat ik o.a. naar deze methode gekeken heb. Echter is Scrum meer voor projectteams (Prowareness, 2015). Aangezien ik dit project alleen uit moest voeren, leek dit mij voor dit project geen goede methode.

Uiteindelijk heb ik gekozen voor de methode van Jesse James Garrett (Garret, 2010). Deze is gedurende de opleiding meerdere keren behandeld. In verschillende blokken heb ik de methode gebruikt voor mijn projecten. Bijvoorbeeld bij CMD-6. Door het vele gebruik, heb ik mij deze methode ondertussen eigen gemaakt. De stappen om tot het eindproduct te komen, voelen logisch voor mij.

Daarnaast vond ik dat de methode goed paste bij dit project. In dit project zou ik geen heel nieuw ontwerp gaan maken maar een verbeterd ontwerp. Hiervoor moest ik eerst kijken wat de gebruikers vonden van de huidige website en kijken wat zij beter wilden hebben. De user needs zouden dus een grote rol gaan spelen tijdens het project. In de ontwerpmethode van Jesse James Garret zijn de user needs een van de belangrijkste punten tijdens de strategy plane en op basis hiervan wordt het ontwerp verder vormgegeven. Vandaar dat de ontwerpmethode heel goed aansloot op deze opdracht.

Daarnaast was de methode van Jesse James Garret gemakkelijk samen te voegen met de methode van Roel Grit. In de "definitiefase" van Roel Grit, zou ik al deels van start gaan met de "strategy plane" van Jesse James Garrett. Door o.a. het doelgroeponderzoek uit te voeren, persona's te maken en uit te zoeken wat er precies verbeterd moest worden aan fitpas.nl. In de "ontwerpfase" van Roel Grit, kon ik de overige planes uitvoeren.

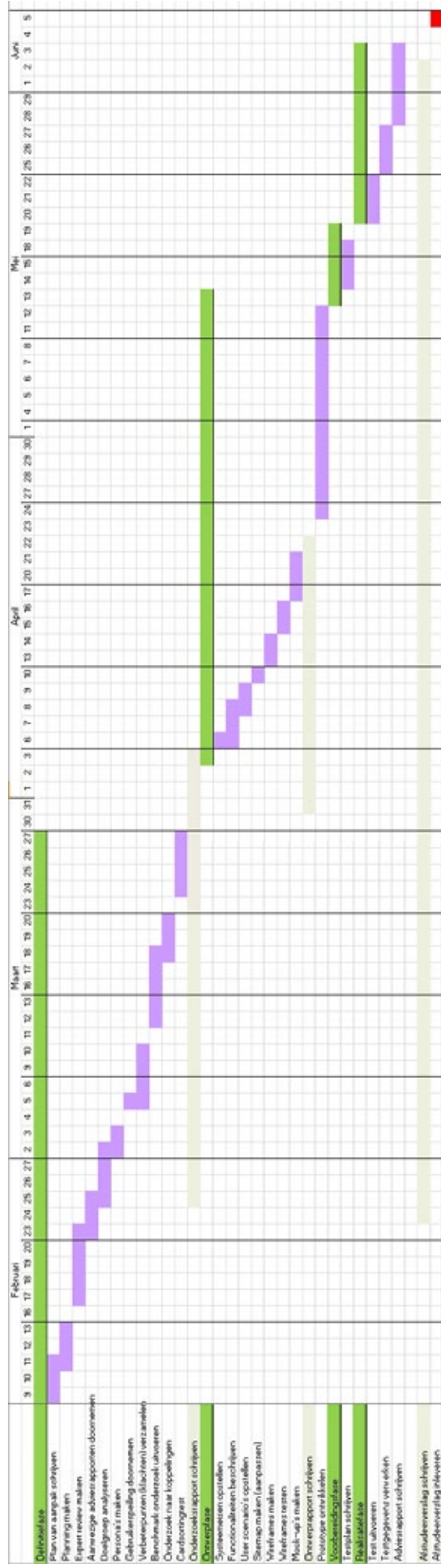
3.4. Planning maken

De planning heb ik vormgegeven als een “Gantt Chart”. Tijdens eerdere projecten heb ik ook met een Gantt Chart gewerkt en dit vond ik heel overzichtelijk. De planning kunt u bekijken op de volgende pagina. De planning is ingedeeld volgens de fases van Roel Grit. De volgende hoofdstukken van dit verslag zijn ook opgebouwd volgens de fases die ik doorlopen heb.

3.5. Plan van aanpak bespreken

In de eerste dagen van mijn afstudeerperiode heb ik het plan van aanpak gemaakt. Het plan had ik in Microsoft Word geschreven en nog niet opgemaakt. Het was immers een conceptversie. Aan het einde van de week besprak ik het met mijn opdrachtgever, stagebegeleider en nog een andere collega. Ze hadden het verslag allemaal gelezen. Mijn opdrachtgever had nog niet begrepen dat het om een conceptversie ging. Vandaar dat ik eerst allemaal feedback kreeg op de opmaak van het verslag. Ik gaf aan dat ik de opmaak volgende keer direct helemaal netjes zou maken.

Eline was bang dat de opdracht te groot en te breed was. Het leek haar beter als ik mij zou focussen op een deel van de website. Ze gaf een aantal elementen aan maar die waren veel te klein voor een afstudeeropdracht. Dit gaf ik aan en ook mijn opdrachtgever was het daarmee eens. Hij vond het juist fijn dat er in het geheel naar de website zou worden gekeken. Het plan van aanpak werd dus goedgekeurd.



4. Fase 1. Definitie

Tijdens de definitiefase wilde ik verschillende dingen bereiken:

1. Mij oriënteren op fitpas.nl, zodat ik precies wist hoe de website werkt en waarvoor de website bedoeld is.
2. Erachter komen hoe de doelgroep van fitpas.nl in elkaar zit, zodat ik wist voor wie fitpas.nl bedoeld is.
3. Bekijken welke onderdelen van fitpas.nl verbeterd moeten worden, om de gebruikers van de website beter van dienst te kunnen zijn.

Het doel van de definitiefase zou bereikt zijn, wanneer ik alle verbeterpunten van fitpas.nl duidelijk in beeld had gebracht. Aan het einde van de definitiefase zou ik samen met mijn stagebegeleider en opdrachtgever één of meerdere verbeterpunten kiezen, waarvoor ik verbetervoorstellen zou gaan uitwerken.

4.1. Onderzoek opzetten

Om mijn doelen te kunnen bereiken had ik een onderzoek opgezet. De hoofdvraag van dit onderzoek luidde.

“Wat moet er aan fitpas.nl verbeterd worden, zodat het platform gebruiksvriendelijker is voor de doelgroep?”

Deze vraag was niet in één keer te beantwoorden en had ik daarom opgedeeld in de volgende deelvragen.

1. Welke verbeterpunten vallen mij direct op?
Deze vraag vond ik belangrijk, omdat wanneer ik wist wat mij direct opviel als verbeterpunt, het zou kunnen zijn dat gebruikers deze punten ook als minpunt zouden beschouwen. Tijdens de rest van het onderzoek heb ik in de gaten gehouden of gebruikers en medewerkers met dezelfde punten kwamen.
2. In hoeverre voldoet het platform aan de heuristieken die zijn opgesteld door Jacob Nielsen?
Deze vraag wilde ik beantwoorden omdat ik door te kijken naar algemeen geldende heuristieken, zelf niet per ongeluk dingen over het hoofd zou zien.
3. Wie is de doelgroep?
Deze vraag heb ik gesteld omdat ik wilde weten voor wie ik fitpas.nl moest gaan verbeteren.
4. Wat is de levensstijl van de doelgroep?
Fitpas.nl gaat over het thema vitaliteit en is ervoor bedoeld om de gebruikers te motiveren gezonder te gaan leven. Om gebruikers te kunnen motiveren is het van belang dat hun huidige levensstijl bekend is.
5. Wat is het internetgebruik van de doelgroep?
Fitpas.nl is een online platform en kan alleen via internet bereikt worden. Het is daarom van belang om te weten hoe de gebruikers omgaan met het internet.
6. Welke klachten hebben gebruikers over fitpas.nl?
Om fitpas.nl te kunnen verbeteren en gebruiksvriendelijker te maken moest ik eerst weten welke klachten de gebruikers nu hebben over fitpas.nl
7. Wat willen de medewerkers van Holland Fit graag verbeteren aan fitpas.nl?
Niet alleen de gebruikers zitten veel op fitpas.nl, ook de medewerkers zijn iedere dag bezig met de website. Daarom is het van belang om ook hun mening te horen over de website.
8. Hoe werken platformen en websites die vergelijkbaar zijn met fitpas.nl?
Door antwoord te geven op deze vraag kan ik inspiratie opdoen voor verbeteringen.
9. Kan fitpas.nl de bekeken websites als voorbeeld gebruiken?
10. Hoe hebben andere websites hun zoekfunctie ingericht? *
11. Kan fitpas.nl de bekeken zoekfuncties als voorbeeld gebruiken? *

* Deze vragen zijn toegevoegd op 19 maart, nadat uit de eerdere onderzoeken naar voren kwam dat de zoekfunctie als belangrijk verbeterpunt werd bestempeld.

De vragen heb ik beantwoord met behulp van vier verschillende onderzoeken:

1. Expert review

Bij een expert review wordt een website beoordeeld door één of meerdere experts op het gebied van gebruiksvriendelijkheid. Om de vragen te beantwoorden heb ik het Expert review opgesplitst. Met behulp van een quickscan heb ik vraag één beantwoord. Doormiddel van een heuristic evaluation beantwoordde ik vraag 2.

2. Doelgroeponderzoek

Door het onderzoeken van de doelgroep heb ik inzicht gekregen in de samenstelling van de doelgroep, hoe zij leven en in hoeverre zij handig zijn met het internet. Het antwoord op vraag drie heb ik gegeven door de woonplaats, de leeftijd, het geslacht en het opleidingsniveau te beschrijven. Voor vraag vier heb ik onderzoek gedaan naar de beweeg- en de eetgewoonten van de doelgroep en naar hun motivatie om vitaal te leven. Voor het beantwoorden van vraag vijf heb ik beschreven hoeveel ervaring de doelgroep heeft met internet, hoeveel tijd ze op internet besteden, waarom en waar ze gebruik maken van internet en via welke apparaten ze internetten.

3. Verzameling klachten en tips

Deze verzameling geeft inzicht in de mening van de gebruikers en medewerkers, over fitpas.nl. Waar lopen zij tegenaan wanneer ze de website gebruiken? Wat vinden zij dat er verbeterd moet worden? Het antwoord op vraag zes heb ik verkregen door alle klachten en tips uit de gebruikerspeiling te verzamelen en door de klantenservice te interviewen. Vraag zeven heb ik beantwoord door de medewerkers van Holland Fit te interviewen.

4. Benchmark

Een benchmark is als het ware een concurrentieanalyse. Websites van concurrenten worden bekeken op plus- en minpunten. Zo wordt er inzicht verkregen in wat er beter kan op fitpas.nl en wat we zeker niet moeten doen. Op deze manier biedt een benchmark inspiratie om verbeteringen door te voeren.

In het afstudeerplan, zie interne bijlage 1, is beschreven dat ik ook (al aanwezige) adviesrapporten zou door-nemen. In 2014 hadden circa 80 HBO studenten van de Haagse Hogeschool namelijk al onderzoek gedaan naar Fitpas.nl. Hier waren 40 adviesrapporten uitgekomen, waarvan de drie beste waren geselecteerd door de begeleidende leraar. Deze drie adviesrapporten waren naar Holland Fit gestuurd.

Na één van de drie te hebben doorgekeken, kon ik concluderen dat ze niet aansloten op deze opdracht. Ze waren gericht op de inhoud van de website en bevatten weinig relevante informatie over gebruiksvriendelijkheid en design. Mijn bedrijfsmentor Eline Spek was het daarmee eens. We besloten om de rapporten te schrappen uit het onderzoek.

4.2. Expert review

Met behulp van het expert review wilde ik de volgende onderzoeksvragen beantwoorden:

1. Welke verbeterpunten vallen mij direct op?
2. In hoeverre voldoet het platform aan de heuristics die zijn opgesteld door Jacob Nielsen (Nielsen J. , 1995)?

Een expert review kan op verschillende manieren worden uitgevoerd. Een vaak gebruikte techniek is de zogenaamde "heuristic evaluation". Bij een heuristic evaluation wordt het systeem, de website of applicatie geëvalueerd door een klein aantal beoordelaars, aan de hand van een aantal algemeen erkende "usability principles" (Nielsen J. , 1995). In dit geval wilde ik om deelvraag 2 te kunnen beantwoorden de usability principles van Jacob Nielsen gebruiken. In paragraaf 4.2.2. beschrijf ik hoe ik deze evaluatie heb uitgevoerd en waarom ik voor de principes van Jacob Nielsen heb gekozen.

Echter omdat ik nog niet met het platform bekend was, heb ik besloten om voor de heuristic evaluation, eerst een quickscan uit te voeren. Tijdens een quickscan loop je in korte tijd met een kritische blik een website na, waardoor je verbeterpunten vindt die je anders over het hoofd ziet (Dekkers, 2011). Door het uitvoeren van een quickscan op fitpas.nl kreeg ik in vrij korte tijd, een beeld van de vormgeving, structuur en opbouw van het platform. Daarnaast kon ik, doordat ik fitpas.nl nog niet kende, nu met een open blik beoordelen, zoals ook gebruikers de website voor het eerst beoordelen. Hierdoor kon ik ook deelvraag 1 beantwoorden. In paragraaf 4.2.1. beschrijf ik hoe ik de quickscan heb uitgevoerd.

4.2.1. Quickscan

Tijdens de quickscan heb ik het platform "fitpas.nl" goed bekeken en gescand op plus- en minpunten. De mogelijke verbeterpunten die mij direct opvielen heb ik vastgelegd.

Voor deze Quickscan heb ik een tabel gemaakt met drie kolommen:

1. Pagina
Over welke pagina gaat deze rij?
2. Pluspunten
Wat vind ik mooi, duidelijk, gebruiksvriendelijk aan deze pagina?
3. Kan ik doen wat ik wilde en verwachtte op deze pagina?
4. Minpunten
Wat vind ik niet mooi, duidelijk en gebruiksvriendelijk aan deze pagina?
Wat kan ik niet doen, terwijl ik dit wel wilde en verwachtte.

Alle paginanamen heb in deze tabel opgenomen, zonder naar de inhoud van de pagina's te kijken. Vervolgens bedacht ik per pagina wat ik van de pagina verwachtte voor ik ernaar keek. Daardoor wist ik of ik dingen miste en of de pagina voldeed aan mijn verwachtingen of niet. De plus- en minpunten die ik zag op de desbetreffende pagina zette ik in de tabel, zodat ik een duidelijk overzicht kreeg.

Deze tabel heb ik opgenomen in het onderzoeksrapport, zie externe bijlage 2, pagina 10 en 11. Als voorbeeld heb ik hieronder de eerste twee rijen van de tabel overgenomen. De rij met algemene bevindingen en de rij van de inlogpagina.

Pagina of element	Pluspunten	Minpunten
Algemeen	<p>De sfeer kan aangepast worden per bedrijf</p> <p>Op iedere pagina is zichtbaar wie er is ingelogd en kan je uitloggen</p>	<p>Er mist een algemene zoekfunctie, er kan bijvoorbeeld niet naar artikelen gezocht worden.*</p> <p>Het is irritant dat bij klikken op sommige links direct een download start</p> <p>De website oogt druk, ik weet niet goed waar ik als eerst moet kijken</p> <p>Overal moet veel gescrollt worden</p>
Inloggen	<p>Ontwerp is mooi / strak</p> <p>Aanwezigheid van "blijf ingelogd" functie</p> <p>"Wachtwoord vergeten" werkt goed</p>	<p>Het pop-up venster voor "wachtwoord vergeten" kan mooier worden vormgegeven</p> <p>Wanneer het inloggen mislukt ga je naar een andere pagina</p> <p>Voor inloggen met Facebook is een wachtwoord nodig. Een nieuwe gebruiker weet niet waar hij/zij dit kan aanvragen</p>

Figuur 6: Eerste twee rijen quickscan tabel

Conclusie

Met behulp van de quickscan wilde ik antwoord geven op de deelvraag: welke verbeterpunten vallen mij direct op? Al deze punten stonden eigenlijk al heel overzichtelijk in de tabel weergegeven. Vandaar dat ik in de conclusie een opsomming heb gegeven welke ik het belangrijkste vond. Deze opsomming heb ik hieronder toegevoegd.

Conclusie quickscan (pagina 12, onderzoeksrapport)

- Er mist een zoekfunctie. Tegenwoordig heeft vrijwel iedere website een zoekfunctie. Dit is zeker op een contentplatform, naar mijn idee een vereiste.*
- Pdf downloads starten automatisch. Wanneer ik denk op een artikel te klikken, download ik automatisch een pdf bestand. Hiervoor ben ik niet gewaarschuwd. Persoonlijk vind ik dit erg vervelend en ik vermoed dat gebruikers dit ook niet prettig vinden.
- De pagina's zijn erg druk, waardoor ik naar alles tegelijk wil kijken. Hierdoor word ik eigenlijk afgeleid van de informatie.
- Er zijn veel zwevende pagina's** niet in de structuur opgenomen. Daarnaast staan alle artikelen overal over de website verspreid. Hierdoor wordt de website onoverzichtelijk en kan ik weinig vinden.

Figuur 7: Beschrijving kwaliteitswaarborging proceskwaliteit

* Ter verduidelijking op het platform is 1: informatie te vinden over allerlei vitaliteitsthema's en 2: kunnen gebruikers activiteiten en sportabonnementen boeken met korting. Voor punt 2 is er een speciale zoekfunctie waarmee gebruikers naar aanbiedingen kunnen zoeken. Voor punt 1 is er geen zoekfunctie, gebruikers kunnen dus niet naar specifieke informatie of artikelen zoeken, terwijl dit tegenwoordig standaard op bijna elke website wel kan.

** Zwevende pagina's zijn pagina's die niet terug te vinden zijn in de structuur en de navigatie van een website. Ze kunnen enkel bereikt worden via een rechtstreekse link. Hierdoor kunnen gebruikers gedesoriënteerd raken binnen een website of wanneer is de pagina niet terug te vinden wanneer ernaar gezocht wordt.

4.2.2. Heuristic evaluation

Na de quickscan, heb ik een “heuristic evaluation” uitgevoerd. Een heuristic evaluation is een controlemethode om de gebruiksvriendelijkheid van een user interface te testen. Het belangrijkste doel is om problemen in het ontwerp van de website aan het licht te brengen. Aan de hand van erkende usability design vuistregels (heuristieken), heb ik gekeken naar fitpas.nl. Per heuristiek heb ik vastgesteld of fitpas.nl hieraan voldeed of dat het een verbeterpunt zou zijn.

Heuristieken kiezen

Er zijn meerdere erkende sets van “usability design heuristics”. De bekendste is de set van Jakob Nielsen: ten usability heuristics (Nielsen J. , 1995). Een andere lijst met erkende heuristics die voor een heuristic evaluation kan worden gebruikt is afkomstig van Bruce Tognazzini: First principles of interaction design (AskTOG, 2014). Deze twee mogelijkheden heb ik naast elkaar gelegd. Het was moeilijk om een keuze te maken. Vanuit de opleiding had ik al eens gebruik gemaakt van de heuristics van Nielsen. Er is dikwijls gezegd dat het volgen van Nielsens richtlijnen op elke website van toepassing is.

De principes van Bruce Tognazzini leken mij ook erg nuttig. Zijn richtlijnen zijn veel uitgebreider en specifieker beschreven. Naar mijn idee gebeurt dit echter net te specifiek voor een heuristic evaluation. De richtlijnen zijn misschien beter geschikt als een soort checklist, voor een net ontworpen website.

Daarnaast omvatten de heuristics van Nielsen ook de principes van Bruce Tognazzini. Ze zijn echter minder specifiek beschreven. Naar mijn idee kon ik hier vrijer mee werken.

Uiteindelijk heb ik om deze redenen dus besloten om de heuristics van Nielsen te gebruiken.

Evaluatie uitvoeren

Nadat ik had gekozen met welke heuristieken ik ging werken, begon ik met de evaluatie. Per heuristiek heb ik de website bekeken. De eerste heuristiek van Jakob Nielsen is “visibility of system status”. Met deze heuristiek in mijn hoofd ben ik gaan kijken op de website. Tijdens het kijken stelde ik mezelf vragen. Geeft de website aan wat er gebeurt of is gebeurd wanneer ik naar een andere pagina ga? Krijg ik een melding wanneer ik een bericht verstuur? Begrijp ik waar ik mij binnen het platform bevind? Door deze vragen te beantwoorden kreeg ik een beeld of fitpas.nl wel of niet aan de heuristic voldeed.

In het geval van de heuristiek visibility of system status heb ik dus eerst gekeken wat de heuristiek inhoudt. Deze heuristiek betekent dat het systeem altijd moet aangeven wat er gebeurt of wat er is gebeurd.

Vervolgens ben ik naar de website gegaan en heb ik de website doorgeklikt. Ik keek heel goed of het systeem mij telkens aangaf wat er gebeurde, was gebeurd of ging gebeuren. Vervolgens schreef ik op wat ik gezien had met betrekking tot deze heuristiek. Dit beschreef ik per heuristic. Hierbij heb ik mij gefocust op de negatieve aspecten. Dit is niet persé standaard maar aangezien een heuristic evaluation bedoeld is om problemen en verbeterpunten aan het licht te brengen, leek dit mij het belangrijkste.

Als voorbeeld heb ik op de volgende pagina, figuur 8, de uitkomst van de heuristiek visibility of system status opgenomen.

Uitslag heuristic evaluation: visibility of system status (pagina 15, onderzoeksrapport)

Het platform fitpas.nl scoort redelijk op deze heuristiek.

De website is snel, de gebruiker hoeft dus vrijwel nooit lang op een actie te wachten. Gebruikers krijgen netjes een melding wanneer zij bijvoorbeeld een formulier in hebben gevuld. Hierin staat ook wat er gebeurt met het formulier. Na het invullen van een zelftest krijgen de gebruikers ook direct een uitslag of bericht waar de uitslag te vinden is.

Bij het wijzigen van het wachtwoord gaat het niet goed. Wanneer het wachtwoord gewijzigd is, krijgt de gebruiker geen melding of het doorgevoerd is.

‘Informeren over de status van het systeem’ houdt ook in dat de gebruiker geïnformeerd wordt, waar hij/zij zich op dat moment in het systeem bevindt. Dit wordt vaak niet gedaan. Wanneer één van de hoofdpagina's wordt bezocht staat in het menu aangegeven waar de gebruiker zich bevindt. Wanneer er op een tekstuele link geklikt wordt, staat er vaak niets aangegeven of staat er iets onlogisch aangegeven. Zie afbeelding 1. Hier staat een pagina over energiebehoefte onder de categorie “roken en alcohol”. De link naar deze pagina stond echter op de pagina “gezond gewicht”, waar hij ook veel beter bij past.

Gebruikers kunnen hierdoor gedesoriënteerd raken binnen het systeem.

Figuur 8: Uitslag heuristic evaluation

Het slechtst scoorde het platform op de heuristics “consistency” en “user control and freedom”. Dit kwam voor een deel door hetzelfde probleem. Het platform ziet er namelijk vrijwel overal consistent uit (iets goeds in-principe) maar werkt vervolgens niet consistent. Elementen zoals knoppen en links moeten hetzelfde doen, wanneer zij het zelfde worden vormgegeven, anders raakt de gebruiker in de war en verliest de controle.

Voor een compleet overzicht kunt u de gehele evaluation lezen in het onderzoeksrapport vanaf pagina 13.

Conclusie

De vraag die met behulp van de heuristic evaluation beantwoord moest worden was: in hoeverre voldoet fitpas.nl aan de heuristieken die zijn opgesteld door Jacob Nielsen? Het antwoord op deze vraag beschreef ik in de conclusie op pagina 22 van het onderzoeksrapport, externe bijlage 2. Er waren twee heuristics waar het platform niet goed op gescoord had. Deze bespreek ik hier in dit verslag. De gehele conclusie is te vinden in het onderzoeksrapport.

De desbetreffende heuristieken waren:

- consistency
- user control and freedom

Deze twee heuristieken hingen met elkaar samen. Er wordt op het platform vaak niet aangegeven aan de gebruiker waar hij/zij zich op dat moment bevindt, of hoe er stappen terug kunnen worden gezet binnen de structuur. De gebruiker kan dan het overzicht kwijtraken en dus de controle.

Door veel links die er consistent uitzien maar niet hetzelfde doen, heeft een gebruiker vaak geen idee wat er zal gebeuren wanneer hij/zij klikt op een link. Ook hierdoor heeft de gebruiker geen controle meer over de website. Er kan zomaar iets gedownload worden of geopend, zonder dat de gebruiker dit wilde en zonder dat hij/zij dit kon voorspellen.

4.2.3. Bespreking van het expert review

Na het maken van het expert review heb ik deze aan mijn stagebegeleider laten lezen. Dit vond ik best spannend omdat er een flink aantal minpunten in naar voren komen. Nadat mijn stagebegeleider het verslag gelezen had kwam zij begripvol en bijna verontschuldigend naar mij toe. Ze was het helemaal eens met alle punten die er in stonden. Veel punten had zij zelf ook al eerder opgemerkt, zoals de missende zoekfunctie en de slecht zichtbare knoppen in carrousels.

Er waren ook dingen nieuw voor haar. Zoals het feit dat links consistent moeten zijn wanneer zij hetzelfde doen en juist moeten verschillen wanneer zij iets anders doen. Ze begreep dit echter wel.

Al met al was ze blij dat ik op deze manier naar de website had gekeken. Ze vond het een heel nuttig document en een goede samenvatting met alle verbeterpunten er in verwerkt.

4.3. Doelgroep analyse

Holland Fit vertelde mij dat fitpas.nl bestemd is voor alle mensen die werken, in een leeftijd van 18 tot 67 jaar. De doelgroepenanalyse was voor mij een belangrijk onderdeel van de opdracht. Dit kwam doordat ik nog geen ervaring met deze doelgroep had. Om de opdracht goed te kunnen uitvoeren moest ik echter wel weten wie de gebruikers van fitpas.nl precies zijn. De opdrachtgever vond het doelgroepenonderzoek minder belangrijk. Hij gaf aan al te weten hoe de doelgroep in elkaar zat. Dat hier zo over gedacht werd vond ik jammer. Binnen het bedrijf is nooit echt een doelgroep omschrijving gemaakt. Ze hadden er althans geen om aan mij te laten zien.

Ik heb uitgelegd dat als ik de opdracht met succes wilde afronden, ik precies moest weten hoe de doelgroep in elkaar zat. Alleen op die manier zou ik alle ontwerpkeuzes goed kunnen overwegen en uiteindelijk ook kunnen verantwoorden. Ze begrepen dat dit voor mijn afstuderen van belang was, ondanks dat zij er zelf minder waarde aan hechtten en vonden het goed als ik het onderzoek uitvoerde.

Met de doelgroepenanalyse wilde ik drie van de onderzoeksdeelvragen beantwoorden (welke ik besproken had in hoofdstuk 4.1. Dit waren de volgende drie vragen:

3. Wie is de doelgroep?
4. Wat is de levensstijl van de doelgroep?
5. Wat is het internetgebruik van de doelgroep?

4.3.1. Doelgroepenonderzoek opzetten

Omdat de onderzoeksdeelvragen nog steeds erg ruim waren om te beantwoorden, wilde ik vastleggen wat ik precies wilde weten van de doelgroep. Om hier achter te komen heb ik gebruik gemaakt van de techniek mindmappen. Zie figuur 8. Deze techniek heb ik geleerd binnen de opleiding.



Figuur 9: Mindmap over de doelgroep

Wie is de doelgroep, is natuurlijk altijd een belangrijke vraag. Wanneer je iets gaat ontwerpen of verbeteren, moet je weten wie de doelgroep is en wat voor soort mensen hierin zitten. Gegevens als leeftijd, opleidingsniveau en geslacht zijn dan handig om te weten.

Omdat fitpas.nl een online platform is, bereikbaar via het internet, is het belangrijk om zo veel mogelijk te weten van het internetgebruik van de doelgroep. Het is ook belangrijk om wat van hun levensstijl te weten, aangezien het doel van het platform is om gebruikers te stimuleren gezonder en vitaler te gaan leven.

Na het maken van de mindmap heb ik de onderzoeksdeelvragen als volgt opgesplitst.

Wie is de doelgroep?

- Waar woont de doelgroep?
- Wat is de leeftijd van de doelgroep?
- Wat is het geslacht van de doelgroep?
- Wat is het opleidingsniveau van de doelgroep?

Wat is de levensstijl van de doelgroep?

- Voldoet de doelgroep aan de beweegnormen?
- Voldoet de doelgroep aan de voedingsrichtlijnen?
- Wil de doelgroep meer gaan bewegen/sporten?
- Wil de doelgroep vitaler gaan leven?

Wat is het internetgebruik van de doelgroep?

- Hoeveel ervaring heeft de doelgroep met internet?
- Hoeveel tijd besteedt de doelgroep op het internet?
- Waarom maakt de doelgroep gebruik van internet?
- Met behulp van welke apparaten maakt de doelgroep gebruik van internet?
- Waar maakt de doelgroep gebruik van internet?

4.3.2. Doelgroeponderzoek uitvoeren

Vervolgens bedacht ik waar ik de benodigde informatie vandaan kon halen, om de vragen te kunnen beantwoorden. Bewust heb ik gekozen om geen interviews af te nemen. De doelgroep is heel breed doordat het in principe over alle werkende mensen gaat. Het is hierdoor lastig om met behulp van interviews een realistisch beeld te vormen. Er zouden heel veel mensen geïnterviewd moeten worden, uit verschillende segmenten van de doelgroep. Anders zou ik mij misschien te veel hechten aan een aantal interviews, die niet de hele doelgroep konden vertegenwoordigen. Hierdoor kon het risico ontstaan dat ik een groot deel van de doelgroep uit het oog zou verliezen.

Een andere optie was om een enquête af te nemen onder de doelgroep. Holland Fit had echter recent al een gebruikerspeiling afgenomen onder fitpas.nl gebruikers. Hier kon ik demografische informatie uit halen over de doelgroep. Daarnaast kon ik op internet zoeken, wat er al aan informatie bekend was onder de doelgroep. Uiteindelijk heb ik daarom besloten om geen enquête af te nemen.

In mijn eerste jaar bij CMD heb ik de minor deskresearch gevolgd, van de opleiding IDM. De kennis die ik daar heb opgedaan, kwam nu van pas. Met behulp van de mindmap, heb ik zoekwoorden geformuleerd. Zie figuur 10.

Internetgebruik	Levensstijl
Internetgebruik werkenden	Levensstijl werkenden
Apparaatgebruik voor internettoegang	Levensstijl in Nederland
Internetervaring werkenden	Sportonderzoek
Internetervaring Nederland	Motivatatie voor sporten
Motivatatie voor internetgebruik	Redenen niet sporten
	Levensstijl verbeteren
	Goede voornemens

Figuur 10: zoekwoorden voor de doelgroep deskresearch

Tijdens het zoeken heb ik gebruik gemaakt van de parelgroeimethode. Deze methode werd tijdens de minor deskresearch behandeld door docent “Jos van Helvoort” in één van zijn colleges. De methode werkte als volgt: eerst zocht ik op de zoekwoorden die ik eerder geformuleerd had. Vervolgens zocht ik op andere woorden die ik in de informatie tegenkwam, waarmee ik specifiekere informatie kon vinden. Zoals in figuur 10 beschreven staat, begon ik met zoeken op levensstijl in Nederland. Met behulp van deze zoekopdracht vond ik een artikel over in hoeverre Nederlanders voldoen aan de beweegnormen. Door deze techniek ben ik vervolgens verder gaan zoeken op het woord beweegnormen in plaats van levensstijl in Nederland. Wanneer je namelijk weet hoe de Nederlanders voldoen aan de beweegnormen, weet je een klein deel van hun levensstijl.

Daarnaast heb ik gebruik gemaakt van de sneeuwbalmethode. Wanneer ik ergens interessante informatie vond, zocht ik in de literatuurlijst naar andere relevante bronnen. Deze bronnen zocht ik vervolgens op en ik keek of ze nuttige informatie bevatten. Uiteindelijk vond ik heel veel informatie, voornamelijk in onderzoeksrapporten. Bijvoorbeeld Rapportage Extra vragen Sportdeelname Index geschreven door F. Louwen en I. Hoogwerf voor GfK en Trendrapport internetgebruik geschreven door A.J. van Deursen en J. A. van Dijk voor Universiteit Twente.

Het waren er te veel om allemaal te gebruiken. Van alle rapporten heb ik de betrouwbaarheid gecontroleerd. Dit deed ik door de deskundigheid van de auteurs en de organisaties achter de informatie op deskundigheid te controleren. Wanneer ik erachter kwam dat de auteurs gespecialiseerd waren op het gebied waarover zij schreven, kon ik de informatie als betrouwbaar beschouwen. Daarnaast keek ik of de auteurs en organisaties vaker onderzoek uitvoerden en of ze de resultaten konden verantwoorden.

4.3.3. Conclusie doelgroepanalyse

Na het zoeken van alle informatie heb ik de resultaten ondergebracht onder de bijbehorende (uitgesplitste) deelvragen, zoals ik ze beschreven heb in paragraaf 4.3.1. Per uitgesplitste vraag heb ik de meest relevante informatie uitgeschreven. Dit is te lezen in het onderzoeksrapport vanaf pagina 24. Elke vraag staat onder een aparte paragraaf beschreven.

In de conclusie van het doelgroep onderzoek heb ik vervolgens antwoord gegeven op de vooraf opgestelde deelvragen. Dit deed ik door de informatie die onder deze deelvraag viel, samen te vatten. De gehele conclusie is te lezen op pagina 39 van het onderzoeksrapport. De belangrijkste punten waren:

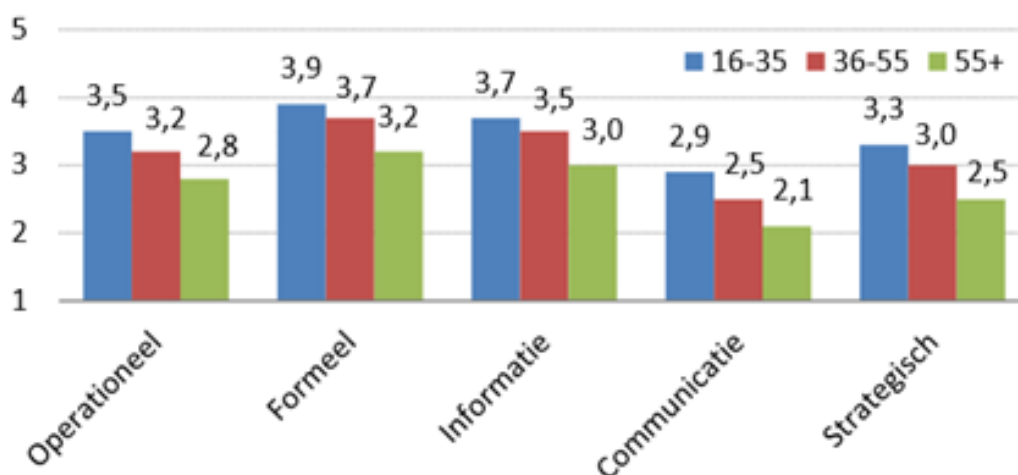
- De doelgroep van fitpas.nl zijn werkenden tussen de 18 en 67 jaar, zowel hoog als laag opgeleid, met uiteenlopende beroepen, verspreid door heel Nederland.
- Qua levensstijl valt er nog heel wat te verbeteren binnen de doelgroep. Zo voldoet een groot deel niet aan de “richtlijnen gezonde voeding”, de “Nederlandse norm gezond bewegen” en de fitnorm.
- Mensen willen wel graag gezonder leven, dit bleek uit een onderzoek naar goede voornemens en uit de gebruikerspeiling van fitpas.nl. Ze willen vooral aan de slag met de onderdelen beweging en sport, gezonde voeding, energie en ze willen zich minder druk maken.
- Tijdens het verbeteren van de website moet er rekening gehouden worden met een brede doelgroep. Jonge mensen en hoog opgeleiden zijn al erg vaardig met het internet. Ouderen en laag opgeleiden hebben echter niet zo veel ervaring op dit gebied. De website moet ook voor hen, gemakkelijk te gebruiken zijn.
- De doelgroep internet vooral via een laptop of desktop. Iets meer dan de helft gebruikt ook een smartphone om te internetten. Er wordt vooral thuis, op het werk en onderweg gebruik gemaakt van internet.

4.3.4. Persona's maken

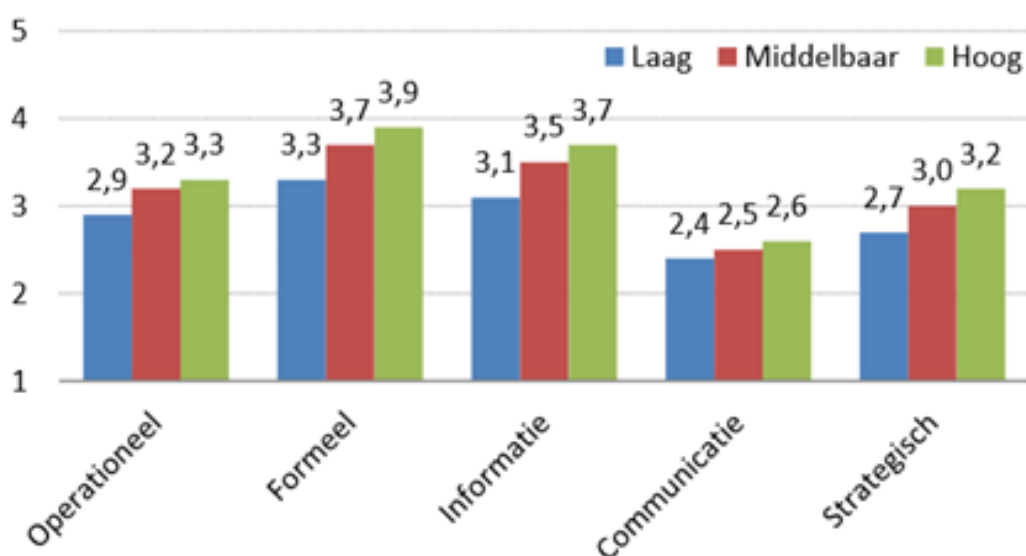
De informatie uit het doelgroep onderzoek wilde ik tijdens de ontwerpfase gebruiken om de ontwerpen zo goed mogelijk te laten aansluiten op de doelgroep. Daarom heb ik persona's gemaakt met behulp van de informatie. Een persona is een fictieve vertegenwoordiger, een personificatie, van een segment uit jouw doelgroep (Spall, 2014). Doordat je je doelgroepen een naam en een gezicht geeft, gaan ze leven bij iedereen die bij het project betrokken is (Schuitemoeder, 2015).

Voor het ontwikkelen van de persona's heb ik nagedacht in welke groepen ik de doelgroep kon opsplitsen. Qua leeftijd is de doelgroep heel groot. Vandaar dat ik daar in ieder geval op wilde segmenteren. De website staat helemaal in het teken van vitaal leven. Dit wilde ik dus meenemen in de persona's. Daarnaast is het internetgebruik en -ervaring van belang.

Onderstaande tabellen komen uit de doelgroepenanalyse. De tabellen geven de vaardigheidsniveaus weer op het gebied van internet per leeftijdscategorie en opleidingsniveau. Er is te zien dat jonge mensen veel vaardiger met internet zijn dan oudere mensen en dat hetzelfde verschil geldt voor hoog opgeleide mensen tegenover laag opgeleide mensen.



Figuur 11: Vaardigheidsniveaus, scores per leeftijdscategorie (van Deursen & van Dijk, 2012)



Figuur 12: Vaardigheidsniveaus, scores per opleidingsniveau (van Deursen & van Dijk, 2012)

Naar aanleiding van deze gegevens leek het logisch om acht persona's te maken. Gesegmenteerd op actieve en niet actieve mensen, aangezien fitpas.nl zich hierop richt en gesegmenteerd op leeftijd en opleidingsniveau, omdat er veel verschil is in internetervaring tussen jonge en oude mensen en hoog en laag opgeleide mensen.



Figuur 13: (Niet definitieve) verdeling van persona's

Acht persona's vond ik echter toch te veel. Alan Cooper, een Amerikaanse software ontwerper, die in zijn boek "The Inmates are Running the Asylum" het gebruik van persona's introduceerde zei:

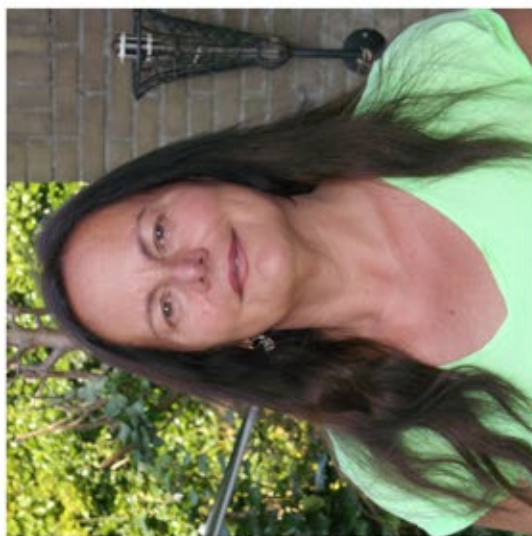
"If you want to create a product that satisfies a broad audience of users, logic will tell you to make it as broad in its functionality as possible to accommodate the most people. Logic is wrong. You will have far greater success by designing for a single person."

(Cooper, 2004)

In het geval van fitpas.nl was ontwerpen voor één persoon echter echt niet mogelijk. Daar is de doelgroep veel te groot voor. Een persoon (of persona) kan niet de gehele doelgroep vertegenwoordigen. Toch heb ik besloten om het aantal persona's te verminderen naar vier. Dit heb ik gedaan door geen verschil te maken in een hoog of laag opleidingsniveau. In plaats daarvan heb ik de persona's zo ontwikkeld dat de jonge persona's ook de hoger opgeleiden vertegenwoordigen met betrekking tot internetvaardigheid en de oudere persona's juist de lager opgeleiden.

Op de volgende pagina staat één van de uitgewerkte persona's. De andere persona's zijn te vinden in externe bijlage 2 op pagina 41 tot pagina 44.

Evelien van Vlieringen - Medewerker informatiemanagement bij het Kadaster



Gegevens

Leeftijd: 58
Opleidingsniveau: HBO
Burgerlijke staat: Getrouwd
Woonplaats: Apeldoorn

Ik ben Evelien, een harde werker en een gezelligheidsmens. Bij het Kadaster werk ik al 12 jaar. Soms wordt het wat saai maar over het algemeen voel ik me daar wel op mijn plek. Over een paar jaar hoop ik met vervroegd pensioen te gaan.

Houdt van

Koken is een hobby van mij. Regelmatig probeer ik nieuwe recepten. Uitgebreed koken voor een grote groep vind ik het leukst. Bij het eten kies ik altijd lekkere wijnen. Wanneer mijn gasten van het eten genieten is mijn avond geslaagd.

Daarnaast houd ik van wandelen. Soms heb ik geen zin maar met de hond moet ik wel. Zodra ik buiten ben geniet ik weer met volle teugen. Het bos ziet er elke dag weer anders uit en de frisse lucht zorgt ervoor dat ik me na een werkdag weer even kan ontspannen.

Internetgebruik

Op mijn werk maak ik gebruik van het internet en de computer. Daar werk ik veel met dezelfde systemen en websites. Omdat ik al zo lang bij het Kadaster werk, weet ik ondertussen precies hoe die systemen werken.

Wanneer ik internet voor privédoeleinden gebruik gaat het wat minder makkelijk. Soms ben ik bang dat ik iets verkeerd doe en raak ik door de war. Meestal kom ik er wel uit maar snel gaat het niet. Ook met de computer zelf heb ik wel eens problemen, er is altijd wel wat mis.

Gebruik fitpas.nl

Eerder dit jaar heb ik meegedaan aan een healthcheck, vervolgens verwees een coach mij naar fitpas.nl, om informatie te zoeken over werk-privé balans. Ik heb namelijk moeite met het loslaten van dingen waarover ik mij zorgen maak. Eerst kon ik de juiste informatie moeilijk vinden maar het is uiteindelijk wel gelukt. Hierdoor probeer ik het probleem nu echt aan te pakken. Sindsdien bezoek ik fitpas.nl regelmatig, ook voor andere tips en informatie.

Leefstijl

Ik ben nog steeds vrij actief. Natuurlijk niet meer zoals vroeger. Toen ging ik elke week hardlopen en paardrijden. Dat doe ik nu niet meer maar ik beweeg nog steeds. Fietsend ga ik naar mijn werk, doe ik boodschappen en elke dag wandel ik met mijn hond.

Helaas maak ik mij veel druk om allerlei dingen. Of het wel goed gaat met mijn kinderen bijvoorbeeld, of of ik mijn werk wel op tijd af krijg. Dit levert mij regelmatig een gestrest gevoel op. Hier zou ik graag iets aan willen doen.

Leefomgeving

Aan de rand van Apeldoorn woon ik in een mooi huis. Ongeveer op de scheidslijn van de stad en het "Orderbos". Lekker wonen vind ik dat. Binnen m'n van tijd ben ik in de stad of kan ik lekker rustig wandelen met mijn hond in het bos.

Om het weekend ga ik met mijn man naar een camping op de Veluwe. Daar staat bijna de helft van het jaar onze stacaravan. Ondanks dat het maar een halfuur rijden is vanaf huis, voelt het alsof we er even tussenuit zijn.

"Zodra ik buiten ben, geniet ik met volle teugen"

4.4. Verzameling klachten en tips

Door een verzameling te maken van alle klachten en tips van de gebruikers en medewerkers van fitpas.nl, wilde ik antwoord geven op de volgende onderzoeksdeelvragen.

- Welke klachten hebben gebruikers over fitpas.nl?
- Wat willen de medewerkers van Holland Fit graag verbeteren aan fitpas.nl?

Door erachter te komen waar zij tegenaan lopen wanneer ze de website gebruiken en wat vinden zij dat er verbeterd moet worden aan fitpas.nl, kon ik de vragen beantwoorden.

Het onderzoek heb ik gesplitst in drie delen die ik in de volgende paragrafen beschrijf.

4.4.1. klachten gebruikerspeiling verzamelen

Fitpas.nl is al heel lang in gebruik. In september en oktober 2014 is er een enquête afgenomen onder alle fitpasgebruikers. De peiling is afgenomen door Holland Fit met als doel er achter komen hoe gebruikers tegen fitpas.nl aankijken, waar zij de website voor gebruiken en wat er verbeterd kan worden aan de website. De gebruikerspeiling is door 355 fitpashouders ingevuld. Dat is 1,7% van het totaal aantal fitpashouders, 5,1% van alle gebruikers. Uit de peiling bleek dat er nog veel te verbeteren valt. Door het verzamelen van alle verbeterpunten en klachten die door gebruikers in de peiling genoemd zijn, kreeg ik een beeld van de punten die moeten worden aangepakt op de website. De punten heb ik gesorteerd op de onderwerpen structuur en informatieoverzicht, activiteiten zoekfunctie, vormgeving, zoeken algemeen, boekstelsysteem, inloggen, saldo en overige klachten en tips. Hierdoor kon ik zien, waar het meest kritiek op was. Al deze klachten heb ik meegenomen in de analyse beschreven in paragraaf 4.4.4. Waardoor ik uiteindelijk kon bepalen welke elementen als de belangrijkste verbeterpunten werden gezien door de gebruikers en waar ik dus mogelijk verbeter-voorstellen voor kon uitwerken.

Als voorbeeld heb ik hier een aantal klachten over het onderwerp vormgeving opgenomen

Klachten over vormgeving uit de gebruikerspeiling (pagina 46, onderzoeksrapport)

- beetje schreeuwerig over het algemeen, en dan blijkt er maar relatief erg weinig informatie achter te zitten
- vormgeving is vrij druk met alle kleine foto's in verschillende layout. Soms 2 onder elkaar, soms 4 naast elkaar maakt het voor mij niet snel overzichtelijk
- vormgeving niet heel aantrekkelijk. voor mij ook niet erg overzichtelijker.
- de website mag wat meer opgefleurd worden met kleur en wat meer grafischer. Het oogt nu heel erg zakelijk, terwijl de thema's dat duidelijk niet zijn.
- site kan overzichtelijker. Minder is meer, sommige informatie staat er wel driemaal op waardoor ik niet meer kan vinden wat ik zoek
- site mag overzichtelijker

Figuur 14: Klachten over vormgeving uit de gebruikerspeiling

4.4.2. Medewerkers Holland Fit interviewen

De gebruikers zijn niet de enigen die werken met fitpas.nl en verbeterpunten zien. De medewerkers van Holland Fit gebruiken de website bijna elke dag. Zij kijken op een andere manier naar fitpas.nl, maar hebben er natuurlijk ook een mening over. Vandaar dat ik hen allemaal heb uitgenodigd voor een gesprek. Zij konden aangeven wat zij wilden verbeteren aan fitpas.nl en wat ze juist wel goed vonden aan de website. Uiteindelijk heb ik bijna alle medewerkers ook echt gesproken, helaas waren er een paar die geen tijd hadden.

De interviews had ik voorbereid door een aantal vragen op te stellen, namelijk:

- Want vind jij over het algemeen van fitpas.nl?
- Is er iets op fitpas.nl, wat je niet gebruiksvriendelijk vindt?
- Zijn er dingen op fitpas.nl die je onduidelijk vindt?
- Wat vind je het minst mooi aan fitpas.nl?
- Wat vind je mooi aan fitpas.nl?
- Wat zou je het liefst willen verbeteren aan fitpas.nl?

De vragen had ik bij de hand tijdens het gesprek. Het was echter niet mijn bedoeling om een heel statisch interview te houden en specifiek antwoorden te krijgen op deze vragen. Liever wilde ik dat de medewerkers zelf kwamen met de dingen die zij belangrijk vonden. Wanneer zij zelf met klachten en tips komen, vinden ze deze namelijk echt belangrijk en opvallend. De vragen heb ik dus voornamelijk gebruikt om het gesprek in te leiden en op gang te houden wanneer de medewerker uit zichzelf niet meer met verbeterpunten of klachten kwam.

Na het interviewen heb ik per medewerker alle genoemde punten gesplitst in verbeterpunten en goede punten. Hieronder een voorbeeld van een aantal goede en verbeterpunten die uit één van de medewerkers-gesprekken kwamen.

Klachten over vormgeving uit de gebruikerspeiling (pagina 46, onderzoeksrapport)

Verbeterpunten

- de navigatie is niet gebruiksvriendelijk en overzichtelijk
- naar haar idee ontbreekt logica. Ze begrijpt wel dat de website in thema's is ingedeeld maar er is bijvoorbeeld geen duidelijk menu. Zij zou de verschillende
- onderwerpen in een menu graag overzichtelijker uitsplitsen
- er zijn per pagina en tekst, veel doorlinkjes. Dit is wel leuk maar ook onduidelijk en het duurt lang, voor je eindelijk de juiste informatie hebt
- zoeken naar aantrekkelijk aanbod kan niet op een makkelijke manier. Het is niet handig dat er alleen maar op postcode en woonplaats gezocht kan worden
- het grijze zoekveld ziet er niet mooi en aantrekkelijk uit
- ze wil graag een algemeen zoekveld
- het lijkt haar handig als de zoekcategorieën in de activiteiten zoekfunctie verfijnd worden. Bijvoorbeeld zodat er ook gezocht kan worden op abonnementsduur. Dat is handig wanneer iemand maar tijdelijk wil sporten

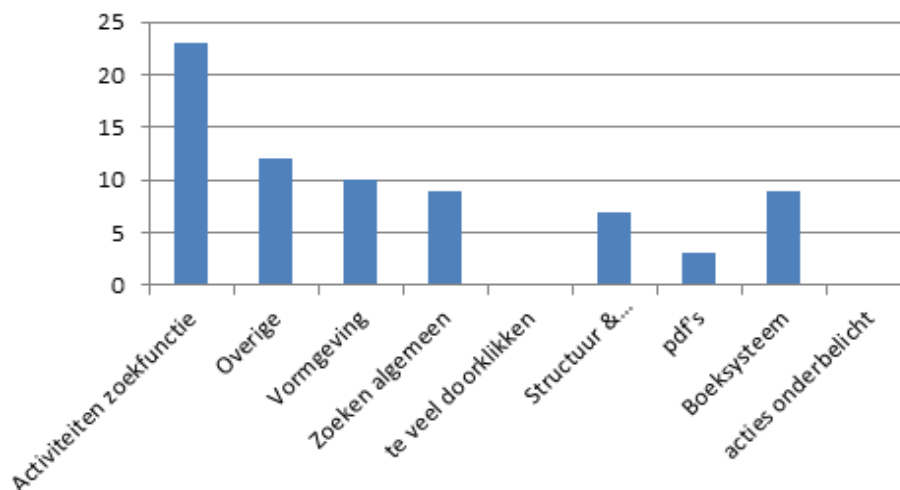
Goede punten

- leuke site
- aantrekkelijk aanbod, veel sportpartners
- heel veel informatie over van alles wat met gezondheid te maken heeft zoals voeding, beweging, thuis-training en dergelijke
- ze denkt dat gebruikers van fitpas.nl op een heel laagdrempelige manier kennis kunnen maken met het thema gezondheid
- er wordt een makkelijke schrijfstijl gebruikt, die voor iedereen goed te lezen is
- het is een sprekende site
- veel toepasselijke afbeeldingen

Figuur 15: Uitkomsten van één van de medewerkersgesprekken

4.4.3. Alle klachten analyseren

Nadat ik alle klachten, dus van de gebruikers, medewerkers en klantenservice, had verzameld. Heb ik deze klachten geanalyseerd. Dit heb ik gedaan door van de klachten per onderwerp, tabellen te maken. Hieronder heb ik de tabel van de gebruikers, uit de analyse opgenomen. De gehele analyse en de tabel van de medewerkers is in te zien, in het onderzoeksrapport op pagina 57.



Figuur 16: Aantal klachten van gebruikers, ingedeeld in categorieën

4.4.4. Conclusie

Met behulp van de analyse kon ik vaststellen welke onderdelen het meest aan verbetering toe zijn en antwoord geven op de onderzoeksdeelvragen. Deze antwoorden heb ik beschreven in de conclusie van de "Verzameling klachten en tips". Hieronder volgen de antwoorden op de deelvragen. Deze zijn tot stand gekomen door de meest genoemde onderdelen te tellen. Hoe vaker genoemd, hoe meer de gebruikers of medewerkers zich hier blijkbaar aan storen.

Welke klachten hebben gebruikers over fitpas.nl?

1. activiteiten zoekfunctie
2. inloggen
3. vormgeving
4. boeksysteem
5. zoeken algemeen
6. structuur en informatieoverzicht
7. saldo

Wat willen de medewerkers van Holland Fit graag verbeteren aan fitpas.nl?

1. activiteiten zoekfunctie
2. zoeken algemeen (mist zoekbalk)
3. te veel clicks
4. vormgeving (website oogt druk/slordig)
5. structuur en informatieoverzicht
6. boeksysteem
7. pdf's en zwevende pagina's

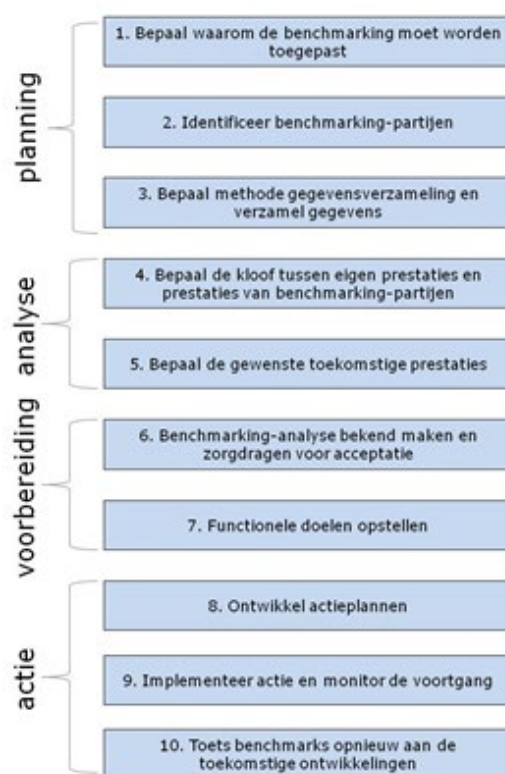
Naast deze lijstjes heb ik aan de conclusie een toelichting toegevoegd. Hierin staat wat de gebruikers en de medewerkers dan precies als klacht hebben over de bovengenoemde onderwerpen en wat zij willen verbeteren.

Deze conclusie wilde ik aan het einde van mijn onderzoek gebruiken om te kiezen met welke verbeterpunten ik aan de slag zou willen gaan tijdens het vervolg van mijn afstudeeropdracht.

4.5. Benchmarkonderzoek uitvoeren

Voor de benchmark heb ik gebruik gemaakt van het 10 stappen-model, gemaakt door Robert C. Camp (Schop, 2014). Zie figuur 17. Dit model heb ik gekozen omdat het hele duidelijke fases bevat en ik daardoor geen stappen per ongeluk zou overslaan.

In hoofdstuk 4.5.1, 4.5.2 en 4.5.3 beschrijf ik de fases die ik heb doorlopen aan de hand van dit model. Het stappenmodel heb ik doorlopen tot punt 5 in de fase voorbereiding. De benchmark in deze opdracht, was maar een deelproduct. Het was niet mijn doel om enkel vanuit de benchmark doelen op te stellen en er direct mee aan de slag te gaan. De andere fases waren dus niet van toepassing.



Figuur 17: Benchmark model Robert C. Camp (Schop, 2014)

4.5.1. Benchmarkfase: planning

Reden van de benchmark

In deze fase moest ik bepalen waarom de benchmark moest worden uitgevoerd. Met de benchmark wilde ik de fitpas.nl vergelijken met andere websites, om zo meer inzicht te krijgen in de verbeterpunten. Mijn doel was ook om inspiratie voor de functionaliteit uit het onderzoek te halen, om te gebruiken tijdens het maken van nieuwe ontwerpen voor fitpas.nl.

Met behulp van de benchmark wilde ik antwoord geven op de volgende deelvragen, die ik voorafgaand aan het onderzoek had opgesteld:

- Hoe werken platformen die vergelijkbaar zijn met fitpas.nl?*
- Kan fitpas.nl de bekeken websites als voorbeeld gebruiken?

Daarnaast voegde ik nog twee extra deelvragen aan het onderzoek toe:

- Hoe hebben andere websites hun zoekfunctie ingericht?
- Kan fitpas.nl de bekeken zoekfuncties als voorbeeld gebruiken?

Dit deed ik omdat uit de conclusie van de “verzameling klachten en tips” bleek, dat gebruikers en medewerkers de zoekfunctie als belangrijk verbeterpunt beschouwen. Vandaar dat ik extra onderzoek wilde doen naar de zoekfuncties van andere websites.

* Dit is een erg globale en open vraag, welke ik achteraf gezien niet specifiek genoeg verwoord heb. Tijdens het stellen van deze vraag vroeg ik mij af hoe andere websites hun informatie toegankelijk maakte voor hun gebruikers. De vraag die ik eigenlijk had moeten stellen was: hoe geven vergelijkbare platformen hun informatie weer en hoe werkt de structuur en navigatie waardoor gebruikers de voor hen relevante informatie kunnen vinden? Ondanks de open vraagstelling heb ik wel naar deze elementen gekeken.

Partijen identificeren

In deze fase heb ik de partijen geïdentificeerd. Onder partijen versta ik de websites (of concurrenten) die ik bekeken heb (Camp, 1989). In het benchmarkonderzoek heb ik naar vier andere websites gekeken. Deze websites heb ik gevonden door te zoeken naar vergelijkbare platformen, andere contentplatformen waarop veel informatie staat.

Gezondheidsnet.nl heb ik gekozen omdat de website qua informatieaanbod precies lijkt op fitpas.nl. Dezelfde onderwerpen en thema's worden behandeld en op beide websites wordt veel content aangeboden. Naast informatie biedt gezondheidsnet.nl ook een andere service. Op de website staan experts waar gebruikers contact mee kunnen opnemen, voor het stellen van een vraag. Dit is ongeveer hetzelfde als de coaches op fitpas.nl.

Ondernemenmetpersoneel.nl gaat over een ander onderwerp dan fitpas.nl. Op de website is informatie te vinden voor ondernemers, die op het punt staan om voor het eerst personeel aan te nemen. De website geeft onder andere praktische informatie, nieuws en ondernemersverhalen. Op de website zijn veel informatieve artikelen en handleidingen voor werknemers te vinden. Ondernemenmetpersoneel.nl bevat net als fitpas.nl veel content, vandaar dat ik deze website heb gekozen.

Uit het expert review en de verzameling klachten en tips bleek dat de activiteiten zoekfunctie van fitpas.nl aan verbetering toe is. Vandaar dat ik twee websites heb geselecteerd op dit onderwerp. Namelijk fitmetkorting.nl en groupon.nl. Bij deze twee websites staat de zoekfunctie centraal. Fitmetkorting.nl heb ik gekozen omdat bij hun de zoekfunctie over het zelfde onderwerp gaat als op fitpas.nl. Daarnaast vond ik de zoekfunctie persoonlijk erg gemakkelijk werken. Groupon.nl heb ik gekozen op aanraden van een collega. In de interviews werd regelmatig aangegeven dat de zoekfunctie er niet aantrekkelijk uitzag en de gebruikers dus niet geprikkeld werden om iets te gaan boeken. Een van de collega's stelde de vergelijking met groupon.nl. Hij vond dat gebruikers daar door o.a. het gebruik van afbeeldingen en foto's juist wel geprikkeld werden om iets te gaan boeken. Ik kon mij hierin vinden en besloot de website te bekijken tijdens de benchmark.

Nadat ik had bepaald welke partijen ik wilde bekijken, heb ik dit besproken met mijn stagebegeleider. Aan haar heb ik bovenstaande redenen uitgelegd, waarom ik voor welke partij had gekozen. Haar leken het ook goede websites om te bekijken, ik kon hier dus mee verder werken.

Methode bepalen en gegevens verzamelen

De gegevens van de benchmark besloot ik te verzamelen door de websites gedetailleerd te beschrijven.

Bij fitmetkorting.nl en groupon.nl heb ik gekeken naar de zoekfunctie en heb ik deze uitgetest. De volgende onderwerpen wilde ik onderzoeken:

- De werking van de zoekfunctie
- Hoe de gebruikers vervolgens iets kunnen boeken.

Tijdens het onderzoek ben ik de website langsgelopen. Allereerst heb ik precies beschreven hoe de zoekfunctie werkte, ook wanneer er op meerdere manieren gezocht kon worden. Vervolgens heb ik het boekproces gedetailleerd beschreven (dit kon alleen bij groupon.nl, bij fitmetkorting.nl kreeg ik helaas een foutmelding).

Hieronder als voorbeeld een stukje van de beschrijving, van de zoekfunctie, van fitmetkorting.nl.

Sportabonnementen zoeken op fitmetkorting.nl (pagina 61, onderzoeksrapport)

Het zoeken naar een sportabonnement op fitmetkorting.nl gaat als volgt. Op het scherm zie je de kaart van Nederland met daarop aangegeven op welke plaatsen sportabonnementen worden aangeboden. Rechts van de kaart staat een lijst met alle aanbieders. Hier kan de gebruiker doorheen scrollen. Zie figuur 32.



Figuur 32: sportabonnement zoeken op fitmetkorting.nl

Op de kaart kun je inzoomen. Er wordt dan steeds gedetailleerder weergegeven, waar de aanbieders zich bevinden. In de lijst aan de rechterkant worden alleen de aanbieders weergegeven, die ook op de kaart te zien zijn. Als je een locatie hebt gevonden waar je graag zou willen sporten, kun je hierop klikken. Je kunt zowel op het pictogram op de kaart, als op de aanbieder in de lijst klikken. Vervolgens wordt er in een ballon weergegeven hoe de aanbieder heet en hoeveel korting je daar maximaal krijgt via fitmetkorting.nl. Zie figuur 33.



Figuur 33: tekstballon op de zoekkaart bij fitmetkorting.nl

Figuur 18: Sportabonnementen zoeken op fitmetkorting.nl

Gezondheidsnet.nl en ondernemenmetpersoneel.nl heb ik bekeken op structuur, informatieoverzicht en uitstraling. Bij deze website wilde ik de volgende dingen onderzoeken:

- Hoe de navigatie in elkaar zit
- De manier waarop gebruikers informatie kunnen zoeken
- De vormgeving van de websites

De websites ben ik beide langsgelopen. Allereerst heb ik bekeken hoe de navigatie werkte en heb ik hier een gedetailleerde beschrijving van geschreven. Vervolgens heb ik bekeken hoe gebruikers konden zoeken en heb ik hier ook een beschrijving van gemaakt. Als laatste keek ik naar de vormgeving van de websites en wat zij uitstraalden. Dit heb ik ook beschreven. Hieronder heb ik als voorbeeld de beschrijving van de navigatie van ondernemen met personeel bijgevoegd.

Stukje over navigatie van ondernemenmetpersoneel.nl (pagina 78, onderzoeksrapport)

Deze hoofdcategorieën vormen samen het hoofdmenu. Wanneer een gebruiker met de cursor over een knop gaat, klapt er een submenu uit. Hierin staan de onderwerpen die op de website worden behandeld, verdeeld in subcategorieën. Zie figuur 46.

In een kolom aan de rechterkant van de website staat nogmaals het hoofdmenu. Zie afbeelding 20. Sommige subonderwerpen verschillen echter. De reden daarvoor is niet duidelijk. Deze kolom blijft op elke pagina zichtbaar. Dit menu valt ook onder "global navigation" (Garrett, 2010).



Figuur 46: hoofdmenu ondernemenmetpersoneel.nl

Met behulp van "supplementary en contextual navigation" (Garrett, 2010) biedt de website shortcuts naar gerelateerde content. Onder de pagina's en artikelen staan gerelateerde artikelen en how to's (supplementary). Zie figuur 47. In de artikelen staan links die naar andere artikelen verwijzen (contextual). Zie figuur 48.

Lees ook

- > Preventiemedewerker aanstellen, hoe zit dat?
- > 6 tips voor startende werkgevers
- > Besparen op personeelskosten, hoe doe je dat?
- > Alles over het inhuren van uitzendkrachten
- > Aanzegtermijn in tijdelijke contracten

Figuur 47: sublementary navigation

In plaats van te snijden in arbe
de productiviteit verhogen. Da
met hetzelfde team, waardoor j
de wervingskosten. Je hoeft na
mensen aan te trekken. Verge
werk-privébalans in het oog te

figuur 48: textual navigation

Figuur 19: Stukje over navigatie van ondernemenmetpersoneel.nl

4.5.2. Benchmarkfase: analyse

Kloof bepalen

Na de websites beschreven te hebben op de punten, genoemd in hoofdstuk 4.5.1. heb ik per website geanalyseerd wat ik vond dat zij beter deden dan fitpas.nl en wat niet. In de conclusie heb ik dit opgenomen in twee tabellen.

Analyse fitmetkorting.nl & groupon.nl (pagina 81, onderzoeksrapport)		
Onderwerp	Fitmetkorting.nl	Groupon.nl
Werking v.d. zoekfunctie	Werkt gemakkelijker/ overzichtelijker	Is uitgebreider / ziet er aantrekkelijker uit
Hoe gebruikers iets kunnen boeken	Werkt niet	Vormgeving is overzichtelijker
Extra pluspunt	n.v.t.	Heeft mobiele website

Figuur 20: Analyse fitmetkorting.nl & groupon.nl

Analyse gezondheidsnet.nl & werkenmetpersoneel.nl (pagina 81, onderzoeksrapport)		
Onderwerp	Gezondheidsnet.nl	Werkenmetpersoneel.nl
Werking navigatie	Te veel clicks / onoverzichtelijk	Werkt goed / is overzichtelijker
Manier van informatie zoeken	Zelf zoeken lastig maar heeft zoek- functie	Heeft zoekfunctie en duidelijke structuur waardoor zoeken gemakkelijk is
Vormgeving	Te druk/onoverzichtelijk	Te zakelijk
Extra pluspunt	Is responsive	Is responsive

Figuur 21: Analyse gezondheidsnet.nl & werkenmetpersoneel.nl

Vervolgens heb ik naast de tabellen, per website nog een extra toelichting geschreven. Hieronder als voorbeeld de toelichting bij ondernemenmetpersoneel.nl en een stukje over de extra pluspunten die mij waren opgevallen bij groupon.nl, gezondheidsnet.nl en werkenmetpersoneel.nl. De gehele analyse en toelichting is te vinden op pagina 81 en 82 van het onderzoeksrapport (externe bijlage 2).

Toelichting op de tabellen (pagina 81, onderzoeksrapport)
<p>Naar ondernemenmetpersoneel.nl kan worden gekeken door fitpas.nl. De structuur van de website is duidelijk en de manier van navigeren op elke pagina consistent. Hier scoorde fitpas.nl juist heel slecht op in de heuristic evaluation. Het is ook constant duidelijk waar de gebruiker zich bevindt en specifieke informatie vinden gaat erg gemakkelijk.</p> <p>De websites gezondheidsnet.nl en ondernemenmetpersoneel.nl zijn beide responsive. Groupon.nl is niet responsive maar heeft wel een mobiele website. Aangezien in de doelgroepanalyse naar voren kwam dat het bouncepercentage op tablets en mobiele telefoons rond de 50% ligt, is het handig als fitpas.nl hier ook een voorbeeld aan neemt en ervoor zorgt dat de website geschikt wordt gemaakt op verschillende schermgroottes.</p>

Figuur 22: Toelichting op de tabellen

Op deze manier heb ik dus antwoord gegeven op de vooraf opgestelde deelvragen:

- Hoe werken platformen en websites die vergelijkbaar zijn met fitpas.nl?
- Kan fitpas.nl de bekeken websites als voorbeeld gebruiken?

In hoofdstuk 6.1, 6.2, 6.3 en 6.4 van het onderzoeksrapport geef ik letterlijk antwoord op de eerste vraag, door te beschrijven hoe de websites werken (zie de voorbeelden op pagina 35 en 36). Vervolgens is in de tabellen precies te zien, op welke vlakken de onderzochte websites wel of niet als voorbeeld kunnen worden gebruikt.

4.5.3. Benchmarkfase: analyse bekend maken / zorgdragen voor de acceptatie

Het benchmark onderzoek heb ik laten lezen door mijn stagebegeleider. Zij vond het een duidelijke analyse en kon zich goed vinden in de informatie. Het leek haar een goed document om erbij te pakken wanneer ze de onderzochte onderwerpen van de website daadwerkelijk wilde gaan verbeteren. De informatie uit de benchmark is gebruikt bij het opstellen van de onderzoeksconclusie, beschreven in hoofdstuk 4.5.

4.6. Onderzoeksconclusie

De hoofdvraag van dit onderzoek was:

“Wat moet er aan fitpas.nl verbeterd worden, om het platform gebruiksvriendelijker te maken voor de doelgroep?”

Om deze vraag te beantwoorden heb ik alle losse conclusies (dus die van het expert review, het doelgroep-onderzoek, de klachtenverzameling en de benchmark) naast elkaar gelegd. Hieruit heb ik alle grote verbeterpunten gehaald. Dit zijn de elementen die aan fitpas.nl verbeterd moeten worden om het platform gebruiksvriendelijker te maken voor de doelgroep. Hieronder heb ik alle punten uit de onderzoeksconclusie opgenomen. Nadat ik alle verbeterpunten op een rij had wilde ik ze bespreken met mijn stagebegeleider, om te kiezen met welke punten ik aan de slag zou gaan. Hiervoor heb ik de punten eerst geprioriteerd. Meer hierover en over het gesprek beschrijf ik in het volgende hoofdstuk.

Onderzoeksconclusie (pagina 83, onderzoeksrapport)

De activiteiten zoekfunctie

- het overzicht van zoekresultaten anders structureren zodat het zoeken gemakkelijker gaat
- functie uitbreiden om specifieker te kunnen zoeken
- aantal clicks tijdens het zoeken verminderen, zodat zoeken sneller kan gaan

De navigatie en structuur

- zodat het platform makkelijker te doorzoeken is naar specifieke informatie
- ervoor zorgen dat gebruikers constant begrijpen waar op het platform zij zich bevinden en niet meer gedesoriënteerd kunnen raken
- pdf's en zwevende pagina's vermijden
- aantal clicks verminderen

Boeksysteem

- Het werkt goed maar de vormgeving kan verbeterd en verduidelijkt worden
- Onnodige handelingen beperken
- zoals het vaak doorklikken op zoek naar specifieke informatie of opnieuw uit moeten voeren van een zoekopdracht

Vormgeving

- elementen die hetzelfde doen, hetzelfde vormgeven en juist onderscheid maken in elementen die niet hetzelfde doen
- elementen die niet opvallen maar wel belangrijk zijn, anders vormgeven zodat ze niet over het hoofd worden gezien (bijvoorbeeld de carrousel knoppen)
- overzichtelijker laten ogen
- wellicht het platform moderner en frisser laten ogen

Website geschikt maken voor verschillende schermgroottes en apparaten

- omdat het bouncepercentage op smartphones hoger ligt dan 50%. Meer dan 50% van de bezoekers kijkt dus niet verder dan de eerste pagina

Algemene zoekfunctie toevoegen

- Omdat er nu niet op artikelen of onderwerpen gezocht kan worden

Figuur 23: Onderzoeksconclusie

5. Terugblik fase 1 / verandering van de opdracht

In de onderzoeksfase is het onderzoeksrapport gemaakt, met daarin de volgende onderdelen:

- Expert review
- Doelgroepanalyse
- Verzameling klachten & verbeterpunten
- Benchmarkonderzoek

Aan het einde van deze fase heb ik een onderzoeksconclusie geschreven, welke te lezen is in hoofdstuk 4.5. De uitslag van mijn onderzoek wilde ik met mijn stagebegeleider bespreken om af te spreken met welke verbeterpunten ik aan de slag zou gaan tijdens de rest van mijn afstudeerproject.

5.1. Voorbereiding gesprek

Als voorbereiding van het gesprek met mijn stagebegeleider, had ik een top vijf gemaakt van elementen die ik het belangrijkste vond om te verbeteren. De mate van belangrijkheid had ik bepaald met behulp van de "verzameling klachten en tips". Over punt één was het meest geklaagd en werd het meest als verbeterpunt genoemd.

1. de activiteiten zoekfunctie (uitbreiden) en het overzicht van zoekresultaten
 - zoekresultaten anders structureren zodat het zoeken makkelijker gaat
 - functie uitbreiden om specifieker te kunnen zoeken
2. de navigatie en structuur
 - zodat het platform makkelijker te doorzoeken is naar specifieke informatie
 - het downloaden van pdf's eruit halen
 - ervoor zorgen dat gebruikers niet meer gedesoriënteerd kunnen raken binnen het platform
3. boekstelsysteem
 - het werkt goed
 - vormgeving verbeteren
4. onnodige handelingen beperken
 - zoals het vaak doorklikken op zoek naar specifieke informatie of opnieuw uit moeten voeren van een zoekopdracht
5. vormgeving
 - platform overzichtelijker laten ogen
 - moderner? Frisser?

5.2. Afstemming fase 2

In het gesprek met mijn stagebegeleider bekeken we samen de onderzoeksconclusie (welke te zien is in hoofdstuk 4.5.) en had ik mijn top 5 lijst bij de hand. Samen bekeken wij waarop ik mij zou gaan focussen, tijdens de ontwerpfase. Ik gaf aan dat de zoekfunctie wat betreft de gebruikers echt het belangrijkste verbeterpunt is voor fitpas.nl en dat ik daar graag verbeterontwerpen voor zou maken. Ook gaf ik aan dat het echt van belang is om de navigatie en de structuur op de website aan te pakken. Het zoeken naar specifieke informatie is op dit moment vrijwel onmogelijk op fitpas.nl.

Mijn stagebegeleider luisterde naar mijn advies om met deze twee punten aan de gang te gaan en keek mijn top 5 lijst door. Ze gaf aan dat de zoekfunctie en het boekstelsysteem voor het bedrijf niet op de eerste plaats staan. Wanneer ik daar nieuwe ontwerpen van zou maken, zouden deze hoogstwaarschijnlijk 1,5 jaar blijven liggen.

Ze keek ook nogmaals naar de onderzoeksconclusie en zei dat ze het laatste punt (de website geschikt maken voor verschillende schermgroottes en apparaten) erg interessant vond en vroeg of het misschien een idee was dat ik daarmee aan de gang ging.

Ik reageerde dat het mij niet handig leek om het verbeteren van de zoekfunctie en het boekstelsysteem nog 1,5 jaar uit te stellen. De gebruikers klaagden hier juist heel veel over en ook bijna alle medewerkers zouden de zoekfunctie graag anders zien. Ik gaf aan dat wanneer de functie verbeterd zou worden er waarschijnlijk meer boekingen zouden worden gedaan.

Mijn stagebegeleider gaf hierop aan dat ze het daar wel mee eens was en het ook belangrijk vond dat het verbeterd zou worden, maar dat het nog steeds geen prioriteit heeft. Het aantal boekingen is namelijk niet heel belangrijk voor fitpas.nl, ze maken hier geen winst op. Ze gaf aan dat zij de nieuwsbrieven van fitpas.nl verstuurt en in de openingsresultaten ziet dat steeds meer e-mails op de mobiele telefoon worden geopend, waarna vervolgens wordt doorgedrukt naar de website.

Ik gaf aan dat ik het ook absoluut belangrijk vond dat de website geschikt zou worden gemaakt voor op mobiele telefoons. In de doelgroepanalyse had ik hierover ook informatie gevonden, die aangaf dat dat echt wel nodig is. Zie onderstaand stukje.

Stukje over mobiel gebruik fitpas.nl (pagina 38, onderzoeksrapport)

In google analytics is ook terug te zien dat de meeste fitpas.nl gebruikers inloggen op een laptop of desktop pc. 86,79 % van het totaal aantal sessies vindt namelijk plaats op een desktop. In Google Analytics vallen hier ook laptops onder. 8,25 % van de sessies vindt plaats op een mobieltje en 4,42 % op een tablet.

Het valt hierbij wel op dat de gebruikers die op een mobieltje de website bezoeken, in 53,25 % niet verder kijken dan de eerste pagina. Op tablets ligt dit (bounce)percentage ook hoog, namelijk op 45,16 %. Blijkbaar vinden ze de website niet prettig werken op een mobiel en tablet, want er is in Google Analytics namelijk ook te zien dat gebruikers die fitpas.nl via hun telefoon bezoeken, al heel snel weer wegklikken. Waarschijnlijk omdat de website niet geschikt is voor mobiel gebruik. De gemiddelde sessieduur van fitpas.nl op een desktop is 8 minuten en 13 seconden. De gemiddelde sessieduur op een telefoon is echter maar 3 minuten.

Figuur 24: Stukje over mobiel gebruik fitpas.nl

Ik twijfelde echter omdat dit niet de afstudeeropdracht was die ik voor ogen had tijdens het maken van mijn afstudeerplan. Mijn bedoeling was om verbeterde ontwerpen te maken. Wanneer ik mobiele ontwerpen zou maken, zou ik hele nieuwe ontwerpen moeten maken i.p.v. alleen verbeterde. De opdracht zou daardoor dus wel uitgebreider en moeilijker worden. Daarnaast gaf ik aan dat ik het zonde vond om mobiele ontwerpen te maken van fitpas.nl, terwijl de structuur van de website naar mijn idee nog niet goed in elkaar zat.

Wij kwamen daardoor op het volgende idee. Ik zou aan de slag kunnen gaan met punt 2 van de conclusie in paragraaf 5.1. De structuur van de website zou ik zo aanpassen, dat het makkelijker wordt om te zoeken naar specifieke informatie en dat de gebruikers geen pdf's meer hoeven te downloaden om bij de informatie te komen. Hiervan wordt de website een stuk overzichtelijker en gebruiksvriendelijker. Daarnaast zou ik ontwerpen kunnen maken van die nieuwe structuur op mobiel formaat. Zodat Holland Fit zijn website binnenkort responsive kan maken. Daarvan kon ik (wat hoorde bij mijn opdracht voor school) alsnog een prototype maken en testen.

Mijn stagebegeleider liet echter aan mij over of ik dat daadwerkelijk wilde doen. Ze zei dat dit wel meer waarde had voor het bedrijf dan het aanpassen van de zoekfunctie, omdat hier waarschijnlijk niks mee zou worden gedaan. Ze begreep het echter ook wanneer dit niet in mijn opdracht zou passen voor mijn afstuderen.

Ik heb nagedacht over de besproken mogelijkheden. Uiteindelijk heb ik toch gekozen om te gaan voor het aanpassen van de structuur en het maken van ontwerpen op mobielformaat. Dit is ook hard nodig om gebruikers van de website beter van dienst te kunnen zijn, zoals beschreven in de doelstelling van mijn afstudeeropdracht in het afstudeerplan. Daarnaast vond ik het zonde en demotiverend om energie te steken in het aanpassen van de zoekfunctie, terwijl deze ontwerpen waarschijnlijk zo'n 1,5 jaar zouden blijven liggen.

De opdracht verschoof dus van een geheel herontwerp van de website, naar alleen het aanpassen van de structuur en ontwerpen maken voor een responsive design. Hierdoor kan de website de gebruikers beter van dienst zijn.

Doelstelling van de afstudeeropdracht (pagina 2, afstudeerplan)

In google analytics is ook terug te zien dat de meeste fitpas.nl gebruikers inloggen op een laptop of desktop pc. 86,79 % van het totaal aantal sessies vindt namelijk plaats op een desktop. In Google Analytics vallen hier ook laptops onder. 8,25 % van de sessies vindt plaats op een mobieltje en 4,42 % op een tablet.

Het valt hierbij wel op dat de gebruikers die op een mobieltje de website bezoeken, in 53,25 % niet verder kijken dan de eerste pagina. Op tablets ligt dit (bounce)percentage ook hoog, namelijk op 45,16 %. Blijkbaar vinden ze de website niet prettig werken op een mobiel en tablet, want er is in Google Analytics namelijk ook te zien dat gebruikers die fitpas.nl via hun telefoon bezoeken, al heel snel weer wegstappen. Waarschijnlijk omdat de website niet geschikt is voor mobiel gebruik. De gemiddelde sessieduur van fitpas.nl op een desktop is 8 minuten en 13 seconden. De gemiddelde sessieduur op een telefoon is echter maar 3 minuten.

Figuur 25: Doelstelling van de afstudeeropdracht

5.3. Afbakening gewijzigde opdracht

Omdat de opdracht nu veranderd was en ook lastiger was geworden. Het was belangrijk dat deze goed werd afgebakend. Met mijn stagebegeleider had ik daarom het volgende afgesproken.

Ik zou een oplossing bedenken, waardoor er op fitpas.nl niet meer met pdf's gewerkt hoeft te worden. Voor het desktop formaat van de website zou ik wireframes maken, van de nieuwe structuur en paginaopbouw die dit met zich meebrengt. Voor op mobiel formaat zou ik wireframes maken, mock-up's en een testbaar prototype. In het adviesrapport zou ik bovenstaande ontwerpen en wireframes beschrijven en de nieuwe structuur.

De activiteitenzoekfunctie en het boekstelsel zou ik niet aanpassen, ook niet in de ontwerpen op mobiel formaat. Holland Fit wilde deze functies voorlopig nog niet verbeteren, maar de mobiele ontwerpen al wel kunnen gebruiken.

6. Fase 2: Ontwerp

Toen duidelijk was waarmee ik aan de slag zou gaan, kon ik beginnen met de ontwerpfase. In deze fase moest ik het uiterlijk bepalen van het projectresultaat (Grit, 2011). Deze fase doorloop ik zoals beschreven in hoofdstuk 3.3. aan de hand van de ontwerpmethode van Jesse James Garrett. Het uiteindelijke doel van deze fase was om doordachte ontwerpen te maken van fitpas.nl op smartphoneformaat. Hiervoor zou ik echter eerst een nieuwe structuur bedenken voor fitpas.nl (op desktopformaat) waarin specifieke informatie makkelijker vindbaar zou zijn en er geen pdf-bestanden hoefden te worden gedownload voor het verkrijgen van informatie. Deze nieuwe structuur zou ik echter maar uitwerken tot en met de wireframes in de skeleton plane.

6.1. Strategy plane

De strategy plane was eigenlijk al van start gegaan tijdens de onderzoeksfase van de opdracht. Door het maken van het expert review, de doelgroepanalyse met persona's en de verzameling klachten en tips, had ik al inzicht gekregen in de gebruikers en wat zij willen. Het doel van deze fase is om vast te leggen wat de gebruikers precies willen met betrekking tot de onderwerpen waarmee ik aan de slag ga. Op basis van mijn onderzoek kan ik hiervoor de product objectives en user needs opstellen, om zo vast te leggen wat mijn doelen zijn tijdens dit ontwerpproces.

6.1.1. product objectives opstellen

Product objectives zijn de doelen van de mensen van wie de site is. Dit kunnen business doelen zijn. De product objectives heb ik opgesteld op basis van de gesprekken met de opdrachtgever, nog voordat het project begon. Hierin vertelde hij mij, wat hij wil bereiken met behulp van mijn afstudeeropdracht. Dit heb ik vastgelegd, zie onderstaand stukje uit het ontwerprapport.

Wat de opdrachtgever wilde (pagina 6, ontwerprapport)

"Ik wil dat mensen die de website een keer bezoeken, de website vaker gaan bezoeken en mensen die de website vaker bezoeken ook daadwerkelijk actief iets gaan doen op de website, zoals het boeken van een activiteit of meedoen aan een actie."

Figuur 26: Wat de opdrachtgever wilde

6.1.2. User needs opstellen

User needs beschrijven wat de gebruikers willen, wanneer ze de website gebruiken. Wat zijn hun doelen nou eigenlijk? Voor het opstellen van de user needs ben ik als volgt te werk gegaan. De conclusies uit mijn onderzoeksrapport heb ik allemaal nog een keer doorgelezen. Op basis van deze conclusies heb ik de user needs opgesteld.

Om de user needs extra te laten spreken, heb ik ze geschreven vanuit de ogen van de persona's. Hieronder en op de volgende pagina heb ik de user needs uit het ontwerprapport opgenomen, ik heb ze genummerd zodat ik vervolgens kan uitleggen waar deze user need vandaan is gekomen.

User needs (pagina 6, ontwerprapport)

Sanne maakt veel gebruik van haar smartphone. Hierop ontvangt zij ook de nieuwsbrief van fitpas.nl.

1. Als ik op mijn mobiel de nieuwsbrief ontvang en via een link doorklik naar fitpas.nl, wil ik dat de website net zo gemakkelijk te gebruiken en te lezen is als wanneer ik hem op de computer gebruik.

René wil binnenkort een sportschoolabonnement afsluiten.

2. Als ik een sportschoolabonnement ga zoeken, wil ik op de naam van de school kunnen zoeken.
3. Als ik een sportschoolabonnement ga zoeken wil ik niet door heel veel resultaten hoeven te klikken, daarom wil ik zelf de resultaten kunnen filteren

Gerard heeft wel eens entree voor een sauna geboekt op fitpas.nl. Hij had hierbij de volgende behoeftes.

4. Als ik een activiteit ga zoeken, wil ik gemakkelijk alle aanbiedingen kunnen zien.
5. Als ik een activiteit ga boeken, wil ik dat de boekingspagina's overzichtelijk ogen.

Evelien zoekt regelmatig naar informatie op fitpas.nl. Zij zegt hierover:

6. Als ik op zoek ben naar specifieke informatie, wil ik dit kunnen vinden door te zoeken met behulp van een zoekveld.
7. Informatie wil ik kunnen lezen op fitpas.nl, zonder iets te hoeven downloaden.
8. Als ik op een link klik, wil ik van tevoren weten wat er gaat gebeuren.

Figuur 27: User needs

User need 1 komt voort uit de gegevens van Google analytics, welke ik had opgenomen in het doelgroep-onderzoek en uit de gesprekken met mijn stagebegeleider. Zij vertelde mij dat het haar opviel dat steeds meer nieuwsbrieven op smartphones worden geopend. Hieronder heb ik het stukje uit het onderzoek opgenomen:

Stuk uit het doelgroeponderzoek (pagina 38, onderzoeksrapport)

8,25 % van de sessies vindt plaats op een mobieltje en 4,42 % op een tablet. Het valt hierbij wel op dat de gebruikers die op een mobieltje de website bezoeken, in 53,25 % niet verder kijken dan de eerste pagina. Op tablets ligt dit (bounce)percentage ook hoog namelijk op 45,16 %. Blijkbaar vinden ze de website niet prettig werken op een mobiel en tablet want er is in Google Analytics namelijk ook te zien dat gebruikers die fitpas.nl via hun telefoon bezoeken, al heel snel weer wegklikken. Ongeveer 50 % van de mobiele sessies duurt maar tussen de 0 en 10 seconden. Waarschijnlijk komt dit omdat de website niet geschikt is voor mobiel gebruik. De gemiddelde sessieduur van fitpas.nl op een desktop is 8 minuten en 13 seconden. De gemiddelde sessieduur op een telefoon door deze oorzaken echter maar 2 minuten en 12 seconden.

Figuur 28: Stuk uit het doelgroeponderzoek

User need 2, 3 en 4 komen voort uit de "verzameling klachten en tips". Hieronder heb ik het stukje uit de conclusie opgenomen, waarmee deze user needs zijn opgesteld:

Stukje conclusie uit "verzameling klachten en tips (pagina 58, onderzoeksrapport)

De activiteiten zoekfunctie wordt als het belangrijkste verbeterpunt beschouwd, door zowel de gebruikers als de medewerkers van Holland Fit. Ze vinden o.a. dat functie uitgebreid moet worden, ze willen op zoekwoord of aanbieder kunnen zoeken en dat de resultaten overzichtelijker worden weergegeven. Activiteiten vinden ze op dit moment namelijk lastig te vinden. Per aanbieder wordt maar één aanbieding getoond in het resultaten overzicht. De overige aanbiedingen worden door veel mensen niet gevonden. De gebruikers willen niet zo veel moeten klikken en scrollen. Ze willen de resultaten zelf kunnen sorteren.

Figuur 29: Stukje conclusie uit "verzameling klachten en tips"

User need 5 komt voort uit zowel de quickscan, de "verzameling klachten en tips" als de benchmarkanalyse. Hieronder en op de volgende pagina heb ik de stukjes uit de conclusies opgenomen, waarmee deze user need is opgesteld:

Stukje conclusie van de quickscan (pagina 12, onderzoeksrapport)

De boekpagina's ogen niet overzichtelijk, er is geen aandacht geschonken aan de vormgeving. Alles staat gewoon onder elkaar met veel tekst ertussen.

Figuur 30: Stukje conclusie van de quickscan

Stukje conclusie uit "verzameling klachten en tips" (pagina 58, onderzoeksrapport)

Over het boekstelsel wordt niet precies aangegeven wat er verbeterd kan worden. Er wordt gezegd dat het soms wat onduidelijk is.

Figuur 31: Stukje conclusie uit "verzameling klachten en tips"

Stukje conclusie uit de benchmarkanalyse (pagina 81, onderzoeksrapport)

Groupon.nl kan ook als voorbeeld worden gebruikt voor het boekstelsysteem. Dit boekstelsysteem ziet er qua vormgeving veel overzichtelijker uit.

Figuur 32: Stukje conclusie uit de benchmarkanalyse

User need 6, 7 en 8 komen voort uit zowel het expert review als de verzameling klachten en tips. Hieronder heb ik de stukjes van de conclusies opgenomen waarmee deze user needs zijn opgesteld.

Stukje uit de analyse van het expert review (pagina 21, onderzoeksrapport)

zoeken binnen het platform is moeilijk. Dit heeft meerdere oorzaken. Eén van die oorzaken is dat er een algemene zoekfunctie mist.

Figuur 33: Stukje uit de analyse van het expert review

Stukje uit de analyse van het expert review (pagina 21, onderzoeksrapport)

de gebruikers hebben weinig controle over de website:

- gebruikers kunnen zonder dat het wordt aangegeven op een link klikken waarmee direct een bestand gedownload wordt.

Figuur 34: Stukje uit de analyse van het expert review

Stukje conclusie uit de verzameling klachten en tips (pagina 58, onderzoeksrapport)

Zoeken in het algemeen wordt door zowel de gebruikers als medewerkers als moeilijk beschouwd. Gebruikers vinden dat er veel geklikt moet worden. Beide groepen zijn het erover eens dat een algemene zoekbalk dit probleem voor een groot deel zal oplossen.

Figuur 35: Stukje conclusie uit de verzameling klachten en tips

6.1.3. Succes metrics opstellen

Succes metrics zijn indicaties waarmee gekeken kan worden of het eindresultaat voldoet aan de product objectives en de user needs, nadat het product is gelanceerd (Garret, 2010). De succes metrics heb ik opgesteld door te kijken naar de opgestelde product objectives en de user needs (zie pagina 42). Omdat ik alleen aan de slag zou gaan met het maken van een nieuwe structuur en ontwerpen op smartphoneformaat, heb ik alleen hiervoor de succes metrics opgesteld.

Succes metrics (pagina 6, ontwerpbericht)

Op dit moment is het bouncepercentage meer dan 50% wanneer gebruikers via hun smartphone fitpas.nl bezoeken. Deze gebruikers vinden de website op het eerste gezicht dus niet interessant. Met behulp van de mobiele of responsive website, zou dit percentage minimaal moeten halveren en dus uitkomen op ongeveer 25%. Wanneer gebruikers verder kijken en dit interessant vinden, wordt de kans veel groter dat ze daadwerkelijk iets gaan doen of vaker terug zullen komen.

Figuur 36: Succes metrics

In bovenstaand stukje is te lezen dat wanneer mijn ontwerpen goed zijn en deze gebruikt zullen worden, het doel van de opdrachtgever (de product objectives dus) bereikt zal worden. Helaas zal ik het succes niet zelf kunnen controleren. Dit kan pas worden gedaan als de ontwerpen daadwerkelijk toegepast worden.

Het enige wat ik kon doen was het prototype op mobielformaat zo goed mogelijk testen en na het testen eventueel nog wijzigingen doorvoeren in de ontwerpen. Wanneer gebruikers gemakkelijk gebruik kunnen maken van de website op hun mobiele telefoon, zal het bouncepercentage zakken.

6.2. Scope plane

Nadat duidelijk was wat de opdrachtgever wil en wat de gebruikers willen, heb ik bekeken hoe fitpas.nl aan die eisen kan gaan voldoen. Jesse James Garrett splitst deze fase in het opstellen van functional specifications en content requirements. De functional specifications gaan over de eigenschappen van de te ontwikkelen website. Content requirements beschrijven de inhoud van de website. Hieronder wordt niet alleen tekst verstaan, het kan ook gaan om bijvoorbeeld afbeeldingen, audio en video (Garrett, 2010).

6.2.1. Opstellen functional specifications

De functional specifications heb ik gesplitst in functionele en niet functionele eisen. De functionele eisen beschrijven de daadwerkelijke eigenschappen van het systeem. De niet-functionele eisen zijn kwaliteitseisen waaraan het systeem moet voldoen (de Swart, 2010). Dit beschrijft Nicole de Swart, een expert op het gebied van requirements (systeemeisen) en de oprichtster van het "Requirements centrum" in het handboek requirements.

Daarnaast wilde ik de eisen prioriteren met behulp van de MoSCoW-methode. In deze methode worden de eisen onderverdeeld vier groepen (Haughey, 2014):

- M - Must have: deze eis is vereist om de user needs of product objectives te bereiken.
- S - Should have: deze eis is gewenst maar het project is hier niet afhankelijk van.
- C - Could have: aan deze wordt alleen aandacht geschonken als er nog tijd voor is en dit niet ten koste gaat van een belangrijker eis.
- W - Would have: aan deze eis wordt nu geen aandacht geschonken, maar misschien later (tijdens een update).

Het prioriteren heb ik niet alleen gedaan maar samen met mijn stagebegeleider. Omdat ik tijdens dit project niet zelf het product ga ontwikkelen, besloten we net iets aan te passen aan de context van de prioriteiten. Could have en Would have zijn immers niet van belang omdat in de ontwerpen alle functies geplaatst worden. Pas met het ontwikkelen wordt er gekeken of er tijd en of budget vrij is voor deze eisen en zo niet, aan welke eisen pas later aandacht zal worden geschonken..

Vandaar dat we (mijn stagebegeleider en ik) ze nu geprioriteerd hebben op de volgende basis:

- Must have: moeten zichtbaar zijn in het prototype
- Should have: zijn belangrijk wanneer het product echt ontwikkeld gaat worden, maar hoeven niet in het prototype te worden opgenomen.

Door dit te doen wist ik tijdens de rest van het ontwerpproces precies waar ik wel en niet aandacht aan moest besteden. De functionele eisen heb ik in het ontwerpbericht onderverdeeld in vier paragrafen, omdat mijn opdracht uit twee delen bestond (het aanpassen v.d. structuur op desktopformaat en het maken van ontwerpen op smartphoneformaat). Deze paragrafen waren als volgt:

- functionele eisen nieuwe website structuur
- functionele eisen mobiele website
- niet-functionele eisen algemeen
- niet-functionele eisen mobiele website

Als voorbeeld heb ik op de volgende pagina een aantal van de "functionele eisen mobiele website" opgenomen. Het complete overzicht van de functionele en niet-functionele eisen is te vinden in externe bijlage 3. Het ontwerpbericht, vanaf pagina 7.

Aantal v.d. functionele eisen mobiele website (pagina 8, ontwerprapport)	
M -	De gebruiker moet kunnen inloggen met behulp van zijn fitpasnummer of e-mailadres en wachtwoord.
M -	De gebruiker wil zijn wachtwoord en/of fitpasnummer kunnen opvragen.
S -	De gebruiker wil de mogelijkheid hebben om ingelogd te blijven wanneer hij/zij de website verlaat.
M -	De gebruiker wil kunnen uitloggen.
S -	De gebruiker wil zijn gegevens kunnen inzien.
S -	De gebruiker wil zijn gegevens en instellingen kunnen aanpassen
M -	De gebruiker wil door de website kunnen navigeren met behulp van een menu.
M -	De gebruiker wil informatie over het verbeteren van zijn vitaliteit kunnen lezen, zonder iets te hoeven downloaden.
M -	De gebruiker wil naar specifieke informatie kunnen zoeken met behulp van een zoekveld.

Figuur 37: Aantal v.d. functionele eisen mobiele website

6.2.2. Opstellen content requirements

Fitpas.nl is een bestaand platform waar in principe alle benodigde content al op staat. Hier hoefde ik dan ook niet meer zelf over na te denken. Het was echter wel van belang dat al die content ook in de nieuwe structuur en de mobiele website goed weergegeven wordt. Vandaar dat ik toch de volgende requirements had opgesteld.

Aantal v.d. functionele eisen mobiele website (pagina 8, ontwerprapport)	
M -	Op de artikelpagina's in de nieuwe websitestructuur moeten afbeeldingen geplaatst kunnen worden
M -	Op de artikelpagina's in de nieuwe websitestructuur moeten youtube-filmpjes geplaatst kunnen worden
M -	Wanneer een gebruiker fitpas.nl bezoekt op een mobiele telefoon moeten afbeeldingen en youtube-filmpjes ook getoond worden.

Figuur 38: Stuk uit het doelgroeponderzoek

6.2.3. Benchmark uitvoeren

In de analyse fase van de opdracht had ik al een benchmark gemaakt. Echter had ik hierbij niet specifiek gekeken naar responsive design. Toen de opdracht veranderde sloot de benchmark eigenlijk niet meer goed aan. In het eerste hoorcollege van CMD-6 werd aangegeven dat een benchmark één van de technieken is, die in de scope plane kan worden toegepast (Haagse Hogeschool, 2014). Vandaar dat ik nu, tijdens deze fase, alsnog een aantal websites bekeken heb. Bij het bekijken van deze websites heb ik mij gefocust op de manier van navigeren, zoeken en het weergeven van content. Deze elementen zitten namelijk allemaal in fitpas.nl. De benchmark wilde ik gebruiken als inspiratie voor mijn ontwerpen.

Net als in het vorige benchmarkonderzoek heb ik weer gebruik gemaakt van het 10 stappenmodel, gemaakt door Robert C. Camp (Camp, 1989). Zie figuur 17 Op pagina 33.

Benchmarkfase: planning

In deze fase moest ik:

1. bepalen waarom de benchmark moest worden uitgevoerd
2. de benchmarking-partijen identificeren
3. de methode waarmee ik de gegevens ging verzamelen bepalen

De reden van de benchmark heb ik eigenlijk al genoemd. Mijn vorige benchmark sloot niet meer goed aan op mijn opdracht, nadat deze gewijzigd was naar ontwerpen op smartphoneformaat. In de eerste benchmark had ik namelijk helemaal niet naar mobiele en/of responsive websites gekeken.

De benchmarking-partijen heb ik als volgt gekozen. Ik heb nagedacht, welke grote organisaties ongeveer dezelfde doelgroep hadden als fitpas.nl. Fitpas.nl heeft een hele grote doelgroep en het is moeilijk om ontwerpen te maken die aansluiten op ieder segment. Ik kwam uit op de websites NOS.nl en consumentenbond.nl. NOS richt zich op “de Nederlandse burger” (NOS, 2015) en de consumentenbond op “de consument”. Dit zijn net als bij fitpas.nl, hele brede doelgroepen, die zich richten op zowel jong als oud.

Als laatste besloot ik een website te kiezen die speciaal voor ouderen bedoeld was. Omdat uit de doelgroep-analyse bleek dat juist oudere mensen minder internetervaring hebben. Het leek mij daarom nuttig om te kijken hoe een website specifiek op ouderen gericht, zijn mobiele website zou aanpakken. Het was lastig om een website te vinden die aan deze eisen voldeed. Veel websites voor ouderen zijn namelijk niet geschikt gemaakt, voor op smartphones. Uiteindelijk vond ik de website ouderenfonds.nl. Op deze website kunnen ouderen vanaf 60 jaar een uitje boeken, zodat ze nog eens de deur uit gaan en zich minder eenzaam voelen.

De volgende onderdelen wilde ik onderzoeken:

- Hoe werkt de navigatie (met name het menu)?
Dit vond ik belangrijk om te weten omdat de navigatie wel één van de belangrijkste dingen is in een website en dit niet op dezelfde manier kan worden vormgegeven als op desktopformaat, omdat daar gewoonweg geen plaats voor is op een smartphone.
- Hoe kunnen gebruikers zoeken naar specifieke informatie?
Belangrijk met het maken van de nieuwe structuur die ik zou gaan maken voor fitpas.nl was dat gebruikers gemakkelijk specifieke informatie kunnen vinden, vandaar dat ik ook graag wilde weten hoe dit op mobiele websites werkt.
- Hoe wordt gerelateerde content weergegeven?
Een van de functionele eisen van de nieuwe website structuur was dat er bij artikelen gerelateerde content getoond moest worden. Vandaar dat ik ook graag wilde weten hoe gerelateerde content op mobiele websites getoond wordt / kan worden.

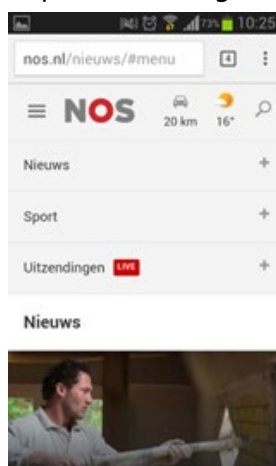
Ik wilde de elementen onderzoeken door de websites allemaal door te kijken op bovenstaande punten en deze gedetailleerd te beschrijven. Hieronder als voorbeeld een stukje van de beschrijving van NOS.nl

Stukje benchmarkanalyse van NOS.nl (pagina 9, ontwerprapport)

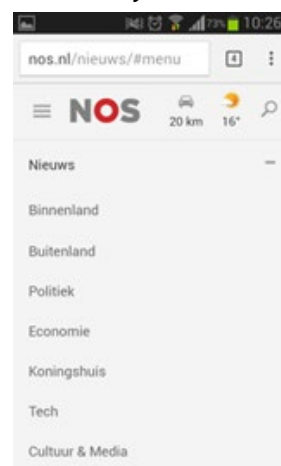
NOS.nl maakt op kleine schermformaten gebruik van een hamburgermenu*. Wanneer een gebruiker op de menuknop klikt, schuiven de hoofdcategorieën uit (zie figuur 3). Aan de plustekens is te zien dat deze categorieën kunnen uitklappen. Wanneer een gebruiker op de categorie nieuws klikt, openen er subcategorieën (zie figuur 4). Nu kan de gebruiker klikken op een subcategorie om naar de bijbehorende pagina te navigeren.



Figuur 2: hompagina NOS.nl



Figuur 3: Menu NOS.nl



Figuur 4: uitgeklaapt menu NOS.nl

Figuur 39: Stukje benchmarkanalyse van NOS.nl

* Met een hamburgermenu wordt een knop met drie streepjes bovenaan de pagina bedoeld, waarmee je het menu kunt laten uitklappen. Dit wordt veel gebruikt in apps en mobiele websites. Het wordt een hamburgermenu genoemd omdat de drie streepjes op drie lagen van een hamburger lijken.

Benchmarkfase: analyse

Na het uitvoeren van de benchmark heb ik een overzicht gemaakt van de elementen die ik onderzocht had:

Overzicht benchmarkresultaten (pagina 13, ontwerprapport)			
	NOS.nl	Consumentenbond.nl	Ouderenfonds.nl
Hoe werkt de navigatie?	Met een hamburger-menu	Met een hamburger-menu	Met een hamburger-menu
Hoe kunnen gebruikers specifieke informatie zoeken?	Met een zoekbalk onder een aparte knop in de bovenbalk	Met een zoekbalk onder een aparte knop in de bovenbalk	Met een zoekbalk binnen het hamburger-menu
Hoe word gerelateerde content weergegeven?	Onderaan de artikelen in een soort slider	N.V.T.	Onderaan de artikelen staat 1 gerelateerd item

Figuur 40: Overzicht benchmarkresultaten

Op basis hiervan schreef ik de conclusie, te vinden op pagina 13 van bijlage 3. het ontwerprapport.

Belangrijke conclusies waren:

- Bij de mobiele versie van fitpas.nl moet gebruik worden gemaakt van een hamburgermenu
- Bij de mobiele versie van fitpas.nl moet de gerelateerde content onderaan de artikelen komen te staan

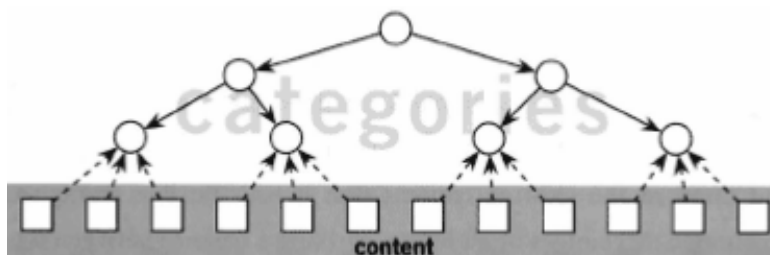
Verder kon ik de informatie uit de benchmark alleen gebruiken ter inspiratie, omdat de andere onderdelen niet bij alle drie de websites overeen kwamen.

6.3. Structure plane

Nadat de requirements zijn opgesteld is er een helder beeld van wat er in het eindproduct moet komen. De requirements beschrijven echter niet hoe alle stukjes bij elkaar passen om een geheel te worden (Garret, 2010). Hiervoor is deze fase bedoeld.

6.3.1. Desktop structuur

Het platform fitpas.nl bestaat al, vandaar dat ik eerst goed heb bekeken hoe de structuur van de website er op dit moment uitziet. De website is ingedeeld in een top-down structuur (Garrett, 2010). Deze structuur is te zien op figuur 41. Het bovenste bolletje stelt fitpas.nl voor. Vervolgens wordt de website gesplitst in meerdere hoofdcategorieën en daarna in deelcategorieën. In de deelcategorieën is de content te vinden.



Figuur 41: Top-down structuur (Garrett, 2010)

Jesse James Garrett zegt over deze structuur:

"Because the concept of hierarchical relationships is well understood by users and because software tends to work in hierarchies anyway, this type of structure is far and away the most common"
(Garrett, 2010)

Omdat er in de doelgroep ook mensen zitten met weinig internetervaring, leek het mij het beste om deze structuur ook aan te houden. Als meest gebruikte structuur is de kans hierbij het grootst dat zelfs gebruikers die weinig internetervaring hebben, toch al eens eerder een website hebben gebruikt met deze structuur. In ieder geval ten opzichte van minder gebruikte navigatiestructuren.

6.3.2. Card-sortingtest uitvoeren

De structuur wilde ik dus aanhouden. Echter wilde ik de indeling niet klakkeloos overnemen. Vandaar dat ik een card-sortingtest heb uitgevoerd om te controleren of de informatie op de website, wel logisch is ingedeeld voor de gebruikers. Card-sorting wordt gebruikt om te testen of de gebruikte indeling van de website logisch is voor de gebruikers. Bij card-sorting worden alle onderwerpen van de website op een kaartje gezet en uitgespreid op tafel. De gebruiker moet deze dan op een logische volgorde indelen (Webbl, 2014). De gehele opzet en resultaten van de card-sortingtest heb ik beschreven in een apart rapport, te vinden bij de externe bijlagen als bijlage 3. Card-sortinganalyse.

Testpersonen selecteren

De card-sortingtest heb ik uitgevoerd op verschillende segmenten in de doelgroep, zodat de gehele doelgroep vertegenwoordigd zou zijn. Uit de doelgroepanalyse bleek dat er op het gebied van internetgebruik, veel verschil is tussen jongere en oudere mensen. Op het gebied van internetervaring zit er veel verschil tussen laag en hoger opgeleiden. Vandaar dat ik voor de card-sortingtest hierop heb gesegmenteerd. Per leeftijdscategorie (jong, gemiddeld en oud) en per opleidingsniveau (laag, gemiddeld en hoog) heb ik de test een keer afgenomen. Bij elkaar kwam dit uit op 9 deelnemers.

De test heb ik afgenomen bij mensen die de website fitpas.nl niet kenden. Dit deed ik omdat ze dan nog niet bevooroordeeld waren qua structuur. Wanneer ik de test had uitgevoerd op daadwerkelijke gebruikers, zouden ze sommige categorieën wellicht onbewust overnemen. De testpersonen heb ik, zoals in de alinea hierboven uitgelegd, geselecteerd op leeftijd en opleidingsniveau.

Test voorbereiden

Allereerst moest ik kiezen wat voor soort card-sortingtest ik wilde uitvoeren. Omdat ik nog nooit zelf een card-sortingtest had uitgevoerd, heb ik mij eerst ingelezen in de onderstaande testsoorten.

- open card-sorting
Respondenten sorteren de kaarten onder categorieën die van tevoren zijn bepaald en veranderen verder niets (Wemaginge internetbureau, 2013).
- gesloten card-sorting
Respondenten moeten zelf (sub)categorieën bedenken en mogen de benaming van kaarten en de definities aanpassen, kaarten verwijderen en toevoegen (Wemaginge internetbureau, 2013).
- delphi card-sorting
Verschillende respondenten werken na elkaar aan één groep kaarten, om zo één verfijnd model te creëren (Wemaginge internetbureau, 2013).
- group card-sorting
Meerdere respondenten discussiëren tegelijk over de sortering van de kaarten (Wemaginge internetbureau, 2013).

Delphi card-sorting en group card-sorting leken mij niet handig omdat testpersonen hiermee elkaar kunnen beïnvloeden. Een open-cardsortingtest leek mij ook niet ideaal. De kans was groot dat iedereen totaal iets anders zou doen. Dan zou het voor mij heel moeilijk zijn om de resultaten te analyseren en tot een goede conclusie te komen. Klakkeloos de bestaande categorieën overnemen, zonder dat ik wist of de testpersonen die wel duidelijk vonden, wilde ik ook niet. Een gesloten card-sortingtest was dus ook niet perfect.

Vandaar dat ik uiteindelijk koos voor een combinatie van open- en gesloten card-sorting.

Vervolgens heb ik de kaarten gemaakt die ik wilde gebruiken voor de test. Op fitpas.nl werden al hoofd- en subcategorieën gebruikt. Deze heb ik overgenomen. Daarnaast heb ik gekeken welke onderwerpen op de website behandeld werden, ook hiervan heb ik kaartjes gemaakt.

Met mijn stagebegeleider heb ik de kaarten besproken. Zij vond het er te veel en was bang dat de testpersonen het daardoor te moeilijk zouden vinden om ze allemaal te sorteren. Hier heb ik over nagedacht maar ik vond het toch belangrijk dat wel echt alle onderwerpen aan bod zouden komen, anders zou de card-sortingtest geen duidelijk beeld geven van de website. Echter heb ik mede om deze reden wel besloten om de test in verschillende rondes te verdelen.

Testrondes

Door de test in meerdere rondes te verdelen kon ik een combinatie van open en gesloten card-sorting toepassen. Daarnaast kregen de testpersonen hierdoor niet alle kaarten tegelijkertijd en bleef de test overzichtelijker. De rondes verliepen als volgt:

Ronde 1: In deze ronde wilde ik erachter komen of de testpersonen de subcategorieën van fitpas.nl, op de zelfde manier zouden indelen onder de hoofdcategorieën als op het platform.

Daarom kregen de testpersonen kaartjes met daarop de subcategorieën die op fitpas.nl gebruikt worden. De testpersonen moesten de kaarten verdelen onder de hoofdcategorieën, welke op fitpas.nl gebruikt worden.

Ronde 2: In ronde twee wilde ik controleren of de testpersonen de onderwerpen die op de verschillende subcategoriepagina's, op dezelfde manier zouden indelen als de onderwerpen nu op het platform staan.

Vandaar dat de testpersonen nu extra kaarten kregen de testpersonen met onderwerpen die op de contentpagina's behandeld worden. Deze extra kaarten moesten ze ook categoriseren. Ze kregen nu echter de mogelijkheid om de categorieën aan te passen. Dit konden ze doen wanneer ze sommige kaarten niet goed wisten onder te brengen of een andere indeling logischer vonden. Hierbij werd wel vermeld, dat ze niet meer dan 6 categorieën in totaal mochten hebben. De kaarten die ze in ronde één al hadden gecategoriseerd mochten ze bij een verandering in de hoofdcategorieën herschikken

Ronde 3: In de derde ronde werd de testpersonen gevraagd of ze de categorieën konden subcategoriseren.

Test uitvoeren

Voorafgaand aan de test vertelde ik de testpersonen kort over fitpas.nl en waarom ik de test had opgezet. Vervolgens vertelde per ronde wat ik van de testpersonen verwachtten. Dit kwam neer op het volgende:

Ronde 1: hier voor je liggen 5 kaartjes met daarop de namen van categorieën. Van mij krijg je een stapel met kaartjes, die je onder deze categorieën moet verdelen. Wanneer je een kaartje niet logisch onder kan brengen, leg hem dan opzij. Er is geen goed of fout, leg alles neer waar je het zelf het meest logisch vindt.

Ronde 2: Van mij krijg je straks nog een stapel met kaartjes, die je onder deze categorieën moet verdelen. Nu mag je echter de hoofdcategorieën aanpassen, als je vindt dat een andere indeling logischer is of als je met behulp van een andere indeling de niet ondergebrachte kaarten alsnog kan onderbrengen. Vanzelfsprekend mag je de kaarten van ronde één dan ook weer herschikken naar de nieuwe indeling.

Let wel op dat je niet meer dan 6 categorieën in totaal mag hebben, je mag er dus hooguit één extra toevoegen. Net als bij de vorige ronde geldt weer: Er is geen goed of fout, leg alles neer waar je het zelf het meest logisch vindt en pas de hoofdcategorieën eventueel ook naar eigen inzicht aan. Wanneer je een kaartje niet logisch onder kan brengen, leg hem dan opzij.

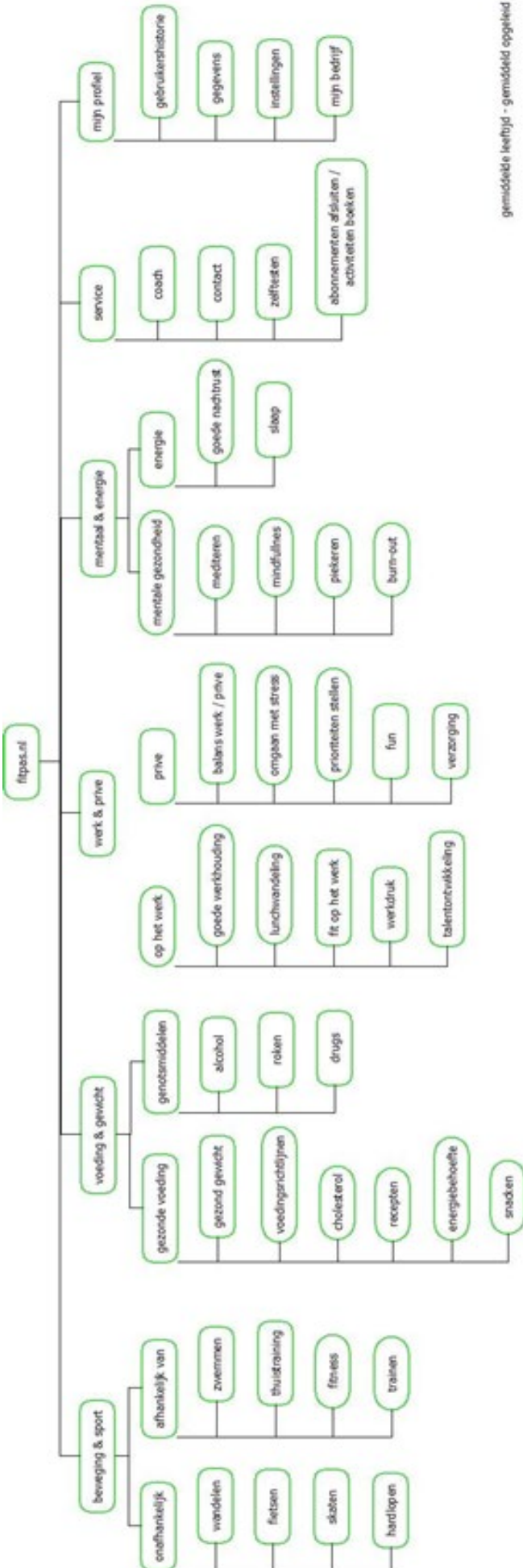
Ronde 3: We zijn nu bijna klaar, mijn laatste vraag is of je de kaarten onder de categorieën nog naar eigen inzicht kan opsplitsen in subcategorieën. Weer geldt, er is geen goed of fout, doe dit op een manier die voor jou logisch is.

Dit werkte naar mijn idee heel goed. De testpersonen begrepen wat er van hen verwacht werd en hadden geen vragen meer na mijn uitleg maar gingen direct aan de slag. Wanneer ze een kaart niet hadden ingedeeld vroeg ik na afloop van de ronde nog waarom ze deze kaarten niet logisch konden indelen. Hiermee kon ik meer inzicht krijgen in de achterliggende gedachten van de testpersoon.

Testresultaten analyseren

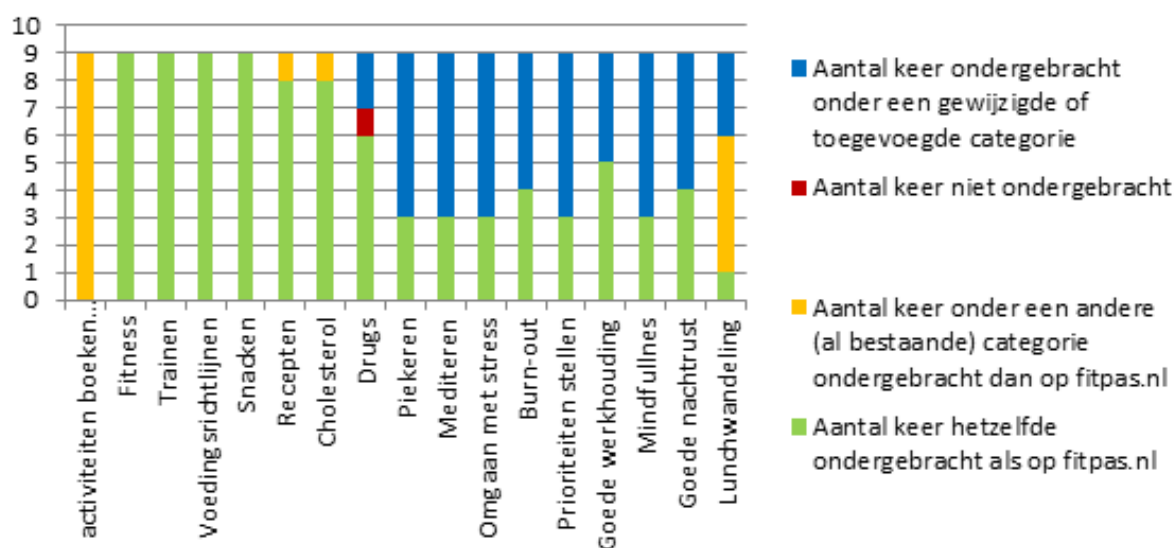
Van de gecategoriseerde kaarten heb ik diagrammen gemaakt, zodat ik alle gegevens gemakkelijk kon inzien. Per test heb ik een diagram gemaakt na ronde één en na ronde drie. In externe bijlage 4 zijn de diagrammen te vinden. Op de volgende pagina, figuur 42 staat als voorbeeld het diagram na ronde drie, van testpersoon vijf.

Diagram van testpersoon vijf,
na ronde drie.

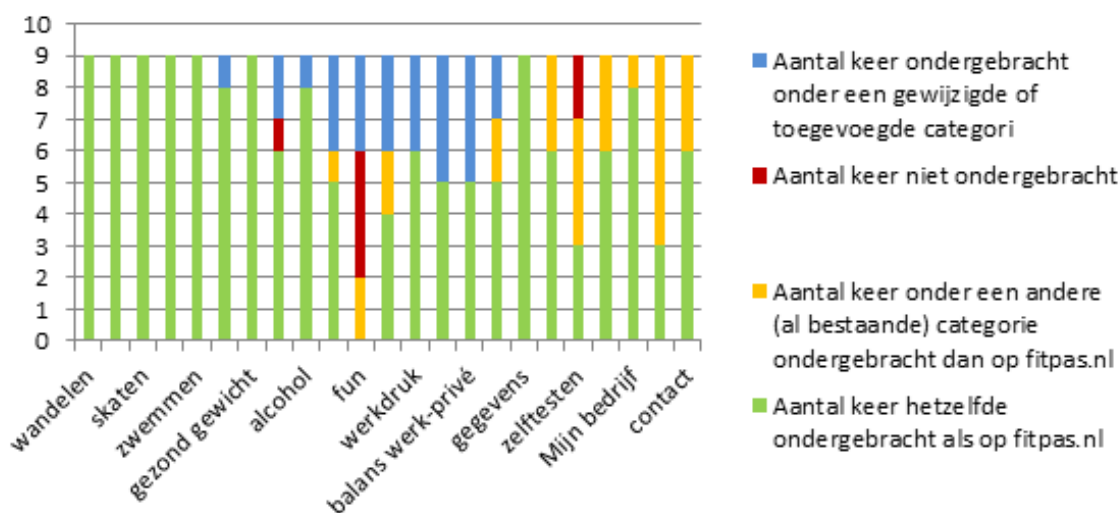


Figuur 42: Diagram van testpersoon vijf, na ronde drie

Vervolgens ging ik alle uitslagen analyseren door de uitslagen in een tabel te plaatsen. Als voorbeeld heb ik de tabellen na ronde drie hieronder toegevoegd. Figuur 43 bevat alle kaarten die tijdens ronde 1 al waren neergelegd. Echter mochten de testpersonen tijdens ronde 2 en 3 nog categorieën wijzigen en zo ook de kaarten verplaatsen. Figuur 44 bevat de woorden die tijdens ronde 2 zijn toegevoegd.



Figuur 43: overzicht ondergebrachte kaarten toegevoegd in ronde 1, na ronde 3



Figuur 44: overzicht ondergebrachte kaarten toegevoegd in ronde 2, na ronde 3

Wanneer de testpersonen een kaart onder dezelfde categorie indeelden als op fitpas.nl, wordt dit in het groen aangegeven. Dit betekent dan dat in de ogen van die betreffende deelnemer, de subcategorie op de juiste plaats is ondergebracht.

Wanneer de deelnemer een kaart niet wist in te delen, wordt dit in het rood aangegeven. Rood geeft aan dat de deelnemer niet weet waar hij/zij de informatie uit die subcategorie moet zoeken op fitpas.nl. Hier moet dus iets verbeterd worden.

Het wordt in het geel aangegeven als de deelnemer een subcategorie op een andere plaats heeft ondergebracht, dan op fitpas.nl het geval is. Dit geeft aan dat de deelnemer op een andere plek zou zoeken, wanneer hij/zij informatie uit die subcategorie wil. Hier moet dus ook worden gekeken naar een manier om dit te verbeteren.

Conclusie

Met behulp van de uitslagen uit de analyse kon ik de volgende conclusie opstellen. Ik keek welke kaarten vaak op een andere manier waren ingedeeld door gebruikers, dan in de huidige situatie op fitpas.nl. Vervolgens keek ik waar deze kaarten dan wel onder werden verdeeld en welke nieuwe categorieën hiervoor werden aangemaakt. De gehele conclusie is te lezen in externe bijlage 4. Card-sortinganalyse op pagina 12. Hij eindigt met een advies voor een nieuwe indeling waarin de categorie "energie en werk" is opgesplitst.

De huidige indeling van de website was als volgt:

Beweging & sport	Voeding & gewicht	Energie & werk	Mijn profiel	Service
In beweging	Voeding	Fit op het werk	Gegevens	Support
Wandelen, fietsen, skaten	Gezond gewicht	Werkdruk	Instellingen	Coach
Hardlopen	Roken & alcohol	Energie & slaap	Test jezelf	Contact
Zwemmen	Verzorging en fun	Balans werk-privé	Gebruikershistorie	
Thuisstraining		Talentontwikkeling	Mijn bedrijf	

Figuur 45: huidige indeling van fitpas.nl

De nieuwe indeling raadde ik aan op deze manier.

Beweging & sport	Voeding & gewicht	Werk & privé	Energie & mentaal	Mijn profiel	Service
In beweging	Voeding	Fit op het werk	Energie & slaap	Gegevens	Support
Wandelen, fietsen, skaten	Gezond gewicht	Werkdruk	Mentale gezondheid	Instellingen	Coach
Hardlopen	Roken & alcohol	Energie & slaap		Test jezelf	Contact
Zwemmen	Verzorging	Balans werk-privé		Gebruikershistorie	
Thuisstraining		Talentontwikkeling		Mijn bedrijf	

Figuur 46: Nieuwe (aangeraden) indeling (pagina 12, card-sortinganalyse)

Bespreking van de card-sortinganalyse

Nadat ik de analyse en het rapport hierover af had, liet ik het lezen aan mijn stagebegeleider. Ik besprak het met haar en legde nog een keer persoonlijk mijn bevindingen en de conclusie uit. Ze vond het een goed opgezette test en interessant dat ik de indeling op deze manier gecontroleerd had. Ik kreeg er niet direct hoogte van of ze het ook daadwerkelijk wilden gaan toepassen, dat werd een beetje in het midden gelaten. Ik zou het in ieder geval meenemen in het eind adviesrapport.

6.3.3. Smartphone structure

In principe is bij een responsive website de structuur op een klein schermformaat, hetzelfde als op groot schermformaat. Ik had echter besloten om één aparte pagina extra op te nemen in het menu van het smartphone formaat van de website. Namelijk de activiteiten zoekfunctie.

De zoekfunctie staat op de website geplaatst op de homepage en de pagina "in beweging". De zoekfunctie neemt vanwege zijn vele opties, vrij veel ruimte in. Op een smartphone zou de functie het hele scherm in beslag nemen. De rest van de pagina zou dan geen aandacht meer krijgen. Vandaar dat ik ervoor gekozen heb om op deze twee betreffende pagina's alleen een link of knop te plaatsen naar de zoekfunctie. De functie zelf komt op een aparte pagina te staan. In de sitemap kwam er daardoor dus een extra tak bij. Zie figuur 47.

Beweging & sport	Voeding & gewicht	Werk & privé	Energie & mentaal	Activiteiten zoeken	Mijn profiel	Service
In beweging	Voeding	Fit op het werk	Energie & slaap	N.V.T.	Gegevens	Support
Wandelen, fietsen, skaten	Gezond gewicht	Werkdruk	Mentale gezondheid		Instellingen	Coach
Hardlopen	Roken & alcohol	Energie & slaap			Test jezelf	Contact
Zwemmen	Verzorging	Balans werk-privé			Gebruikershistorie	
Thuisstraining		Talentontwikkeling			Mijn bedrijf	

Figuur 47: Nieuwe (aangeraden) indeling voor op de website op mobielformaat (pagina 17, ontwerpbericht)

6.3.4. Flowchart (voor smartphoneformaat)

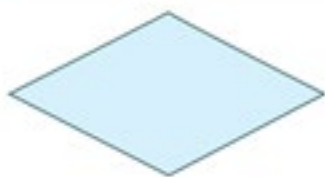
Met alleen de sitemap kon ik mij nog niet helemaal inleven in het proces wat gebruikers doorlopen op het platform. Jesse James Garrett zegt in zijn boek "The elements of user experience":

"Representing the structure visually is the most efficient way for us to communicate the branches, groups, and interrelationships among the components of our site"
(Garrett, 2010)

Vandaar dat ik het proces wat de gebruiker doorloopt tijdens het gebruik van de website, heb vastgelegd in een flowchart. Deze flowchart wordt weergegeven op de volgende pagina. Het lichtblauwe ovaal linksboven is het startpunt. De overige vormen betekenen als volgt:



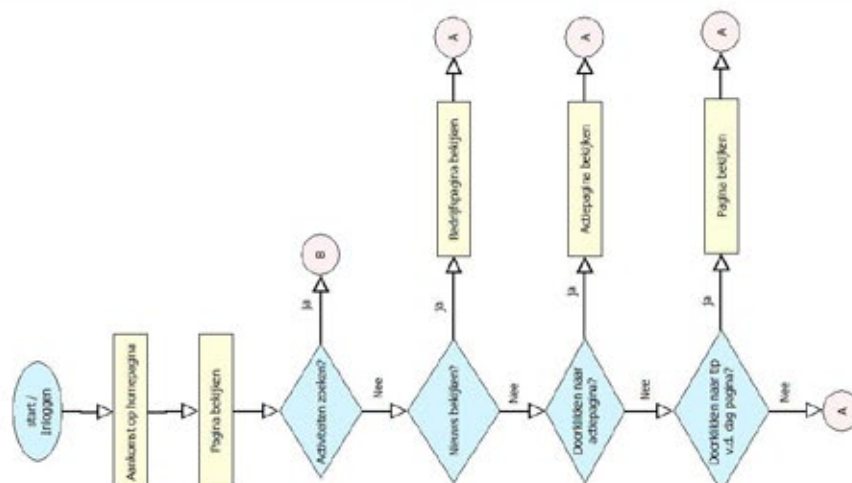
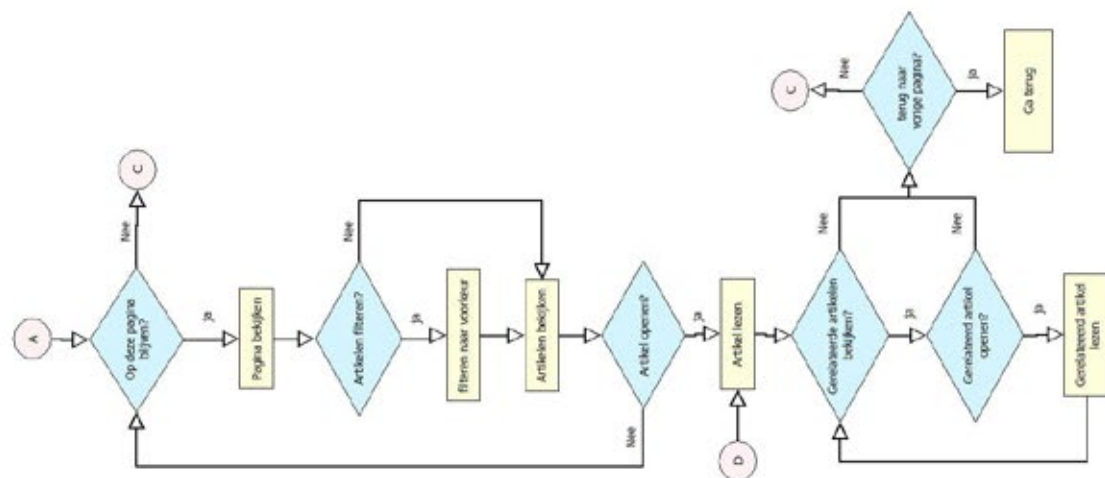
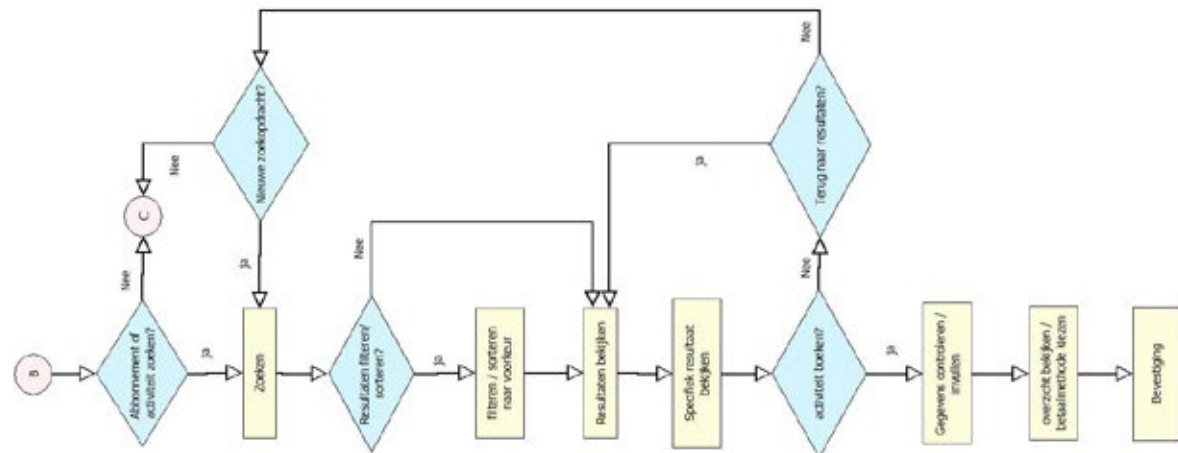
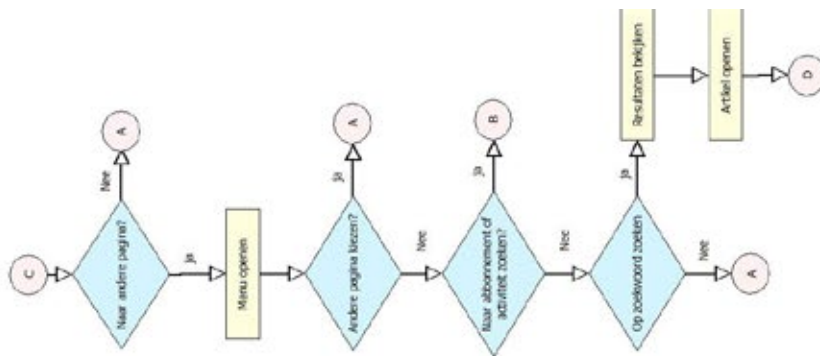
Toont een proces of actie



Toont een beslissingsmoment en geeft een vraag weer, waar de gebruiker in het proces met ja of nee op kan antwoorden.



Toont een verbinding aan en vervangt daarmee als het ware een pijl. Wanneer je het proces doorloopt tot deze cirkel met een A, gaat het proces verder op het punt A wat bovenaan de pagina staat



6.4. Skeleton plane: desktopformaat

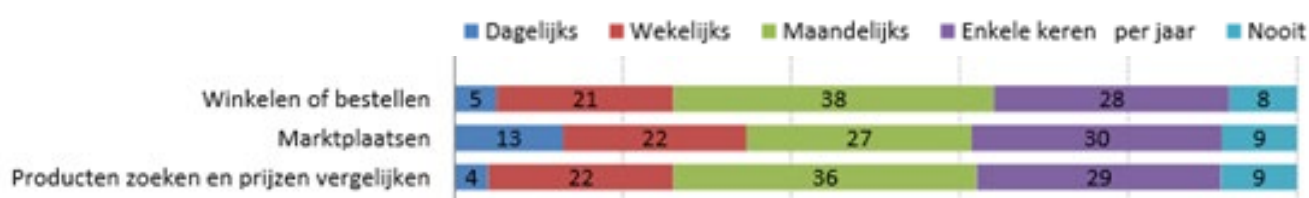
De skeleton plane is ervoor bedoeld om de structuur verder te verfijnen, door specifieke aspecten de “interface design” vast te leggen en de navigatie en informatie design in beeld te brengen (Garret, 2010). Omdat het in dit project gaat om zowel de interface van een nieuwe structuur op desktopformaat als ontwerpen op smartphoneformaat heb ik deze plane in tweeën gesplitst. Eerst heb ik de skeleton plane doorlopen voor de nieuwe structuur op desktopformaat, wat ik beschrijf in dit hoofdstuk. Vervolgens heb ik de plane doorlopen voor de ontwerpen op smartphoneformaat. Dit beschrijf ik in hoofdstuk 6.5.

6.4.1. Schetsen v.d. wireframes

Aan het einde van de scope plane had ik al een beeld in mijn hoofd om de pdf's te vermijden en de content makkelijker vindbaar te maken. In de nieuwe structuur zouden de specials allemaal op een aparte content-pagina komen, hierdoor hoeven gebruikers dan geen pdf's meer te downloaden, wanneer zij informatie willen lezen. Dit is opgenomen in de user needs en functionele eisen.

Mijn stagebegeleider had aangegeven dat ze deze “artikelen” niet allemaal in de navigatie wilde opnemen. Dan zou het menu veel te ingewikkeld worden. Nadat ik dit besproken had met mijn stagebegeleider, heb ik bedacht hoe ik de pagina's toch gemakkelijk bereikbaar kon maken, binnen de websitestructuur. De eerste mogelijkheid was om de artikelen te structureren als een soort blogs. Echter is het bij blogs zo, dat oudere artikelen vaak naar de achtergrond verdwijnen. Nieuwe artikelen staan meer op de voorgrond. Een blog is immers een soort dagboek. De recentste artikelen, zijn het belangrijkste. Bij fitpas.nl is dit niet het geval. Oudere artikelen kunnen soms belangrijker zijn dan nieuwe artikelen. Daarnaast gaan de artikelen over heel veel verschillende onderwerpen. Gebruikers willen gemakkelijk naar een bepaald onderwerp kunnen zoeken.

Vervolgens heb ik me laten inspireren door de opbouw van webshops. Bij een webshop heb je vaak alle producten onder en naast elkaar staan. Gebruikers kunnen deze sorteren en/of filteren. In tabel 17 van de doelgroepanalyse (zie externe bijlage 2, het onderzoeksrapport) is te zien dat 92 procent van alle Nederlanders van 16 jaar en ouder, minimaal een paar keer per jaar online winkelt. In figuur 49 Staat het stukje van de tabel weergegeven, waaruit dit kan worden opgemaakt. Hieruit kan worden afgeleid dat bijna de hele doelgroep hier al ervaring mee heeft.



Figuur 49: gedeelte van tabel 17 uit de doelgroepanalyse: gebruikersfrequentie van diverse internettoepassingen
Oorspronkelijke bronvermelding: (van Deursen & van Dijk, 2012)

De opbouw van een categoriepagina wilde ik daarom als volgt:

- Bovenaan de pagina een intro en een afbeelding, dit is al standaard op fitpas.nl en houdt de website consistent. Consistency is immers belangrijk, bleek uit de heuristic evaluation, waarin ik de heuristics van Jacob Nielsen heb gebruikt. Eén van zijn heuristics staat in het teken van consistency (Nielsen, 1995).
- Daaronder eventueel ruimte voor extra informatie die fitpas.nl nodig acht.
- Vervolgens de artikelen weergeven als een soort webshop, in een overzicht met opties om ze te kunnen ordenen of filteren (dit was één van de systeemeisen). Hierdoor kunnen gebruikers namelijk zelf bepalen wat zij interessant vinden. Ze hoeven dan minder (voor hen irrelevante) informatie te bekijken.

Mijn ideeën voor de opbouw heb ik vervolgens grof geschetst. Zie figuur 50.

Wanneer gebruikers op een artikel zouden klikken, moest deze dus geopend worden in de browser. Mijn stagebegeleider had aangegeven dat er ook gerelateerde content moest worden weergegeven op zo'n artikelpagina, zodat gebruikers getriggerd zouden worden om verder te lezen op de website. Holland Fit wil gebruikers van fitpas.nl namelijk inspireren om gezonder te leven, wanneer zij door de website heen klikken. Door gerelateerde artikelen te tonen, zullen zij wellicht langer blijven doorklikken omdat ze telkens weer iets interessants zien. Hoe langer ze op de website blijven, hoe groter de kans is dat ze geïnspireerd raken, zo zei mijn stagebegeleider.

Deze artikelpagina wilde ik als volgt indelen:

- Bovenaan links het artikel zelf. In het artikel kunnen plaatjes en filmpjes weergegeven kunnen worden, zoals ik had opgenomen in de content requirements.
- Bovenaan rechts gerelateerde artikelen. Zodat deze altijd te zien zijn wanneer de gebruiker een artikel open klikt.
- Onderaan de pagina een knop om terug te keren naar de vorige pagina. Dit is handig als gebruikers bijvoorbeeld hebben doorgedrukt naar een gerelateerd artikel en weer terug willen naar de vorige pagina.

Ook van deze pagina had ik vervolgens de opbouw grof geschetst, zie figuur 51.



Figuur 50: Schets opbouw categoriepagina

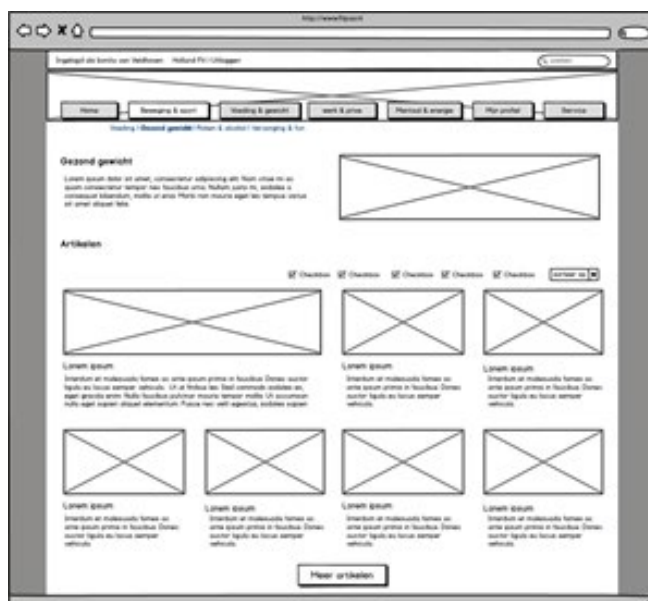


Figuur 51: Schets opbouw artikelpagina

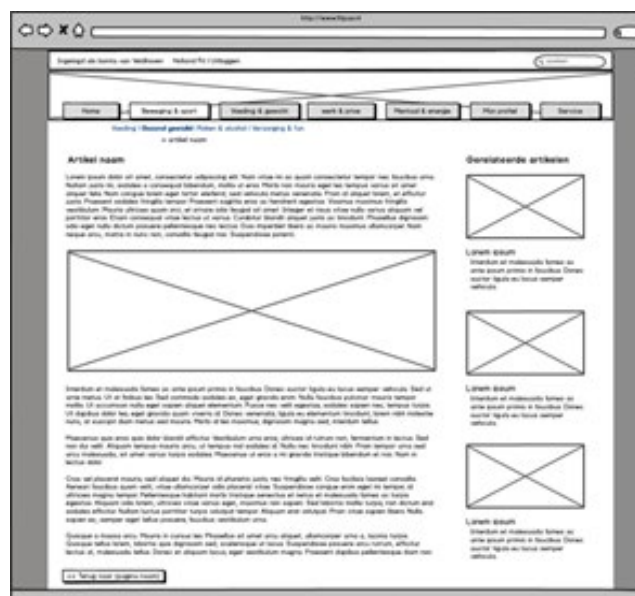
6.4.2. Uitwerken v.d. wireframes

Na het schetsen ben ik de wireframes digitaal uit gaan werken. Dit deed ik in het programma Balsamiq, wat speciale software is voor het maken van wireframes. Met dit programma had ik al eerder gewerkt. Het voordeel van Balsamiq is dat de wireframes er echt als schetsen uitzien. Hierdoor begreep ook mijn stagebegeleider dat ik nog niet met het ontwerp bezig was geweest maar dat het alleen ging om de opbouw van de pagina's.

Tijdens het uitwerken heb ik meer op de details gelet en de werking van de wireframes beschreven. Hieronder op figuur 52 en 53 zijn de wireframes te zien. Daaronder heb ik ter verduidelijking de beschrijving toegevoegd.



Figuur 52: wireframe categoriepagina



Figuur 53: wireframe artikelpagina

Toelichting op de uitwerking v.d. wireframes (pagina 23, ontwerpbericht)

Omdat in de klachten uit het onderzoeksrapport naar voren kwam, dat gebruikers een algemene zoekfunctie missen, zal ik dit in mijn adviesrapport opnemen als aanbeveling. In het wireframe heb ik de zoekfunctie vast toegevoegd in de rechterbovenhoek. Het uitgangspunt voor een zoekfunctie is dat deze bovenaan rechts op de pagina staat (Salden, 2013). Hier heb ik hem dan ook geplaatst.

Alle artikelen wilde ik op dezelfde pagina inladen. Wanneer er echter heel veel artikelen in één subcategorie vallen, kunnen ze niet allemaal tegelijk worden ingeladen. Dit zou het platform traag maken. Vandaar dat ik de keuze heb gemaakt om maximaal acht artikelen te laten inladen bij het betreden van de pagina. Onder deze acht artikelen moet een knop komen met daarop: "meer artikelen". Zodra de gebruiker hierop klikt, laden er weer 8 artikelen. Vervolgens wil ik dat de artikelen automatisch inladen. Hoe verder de gebruiker naar beneden scrollt, hoe meer artikelen verschijnen. Deze keuze heb ik gemaakt met twee redenen.

1. Op deze manier hoeft de gebruiker geen pagina's door te klikken tijdens het zoeken naar artikelen (dit was één van de must haves) en blijft het aantal clicks laag.
2. Wanneer de website responsive wordt, is dit veel gebruiksvriendelijker. Klikken op een smartphone is vaak lastiger dan scrollen.

In het wireframe heb ik het eerste artikel vergroot weergegeven. Hier kan Holland Fit een artikel plaatsen dat zij willen uitlichten. De overige artikelen staan standaard gesorteerd op datum, zodat de gebruikers regelmatig iets nieuws zien wanneer zij inloggen

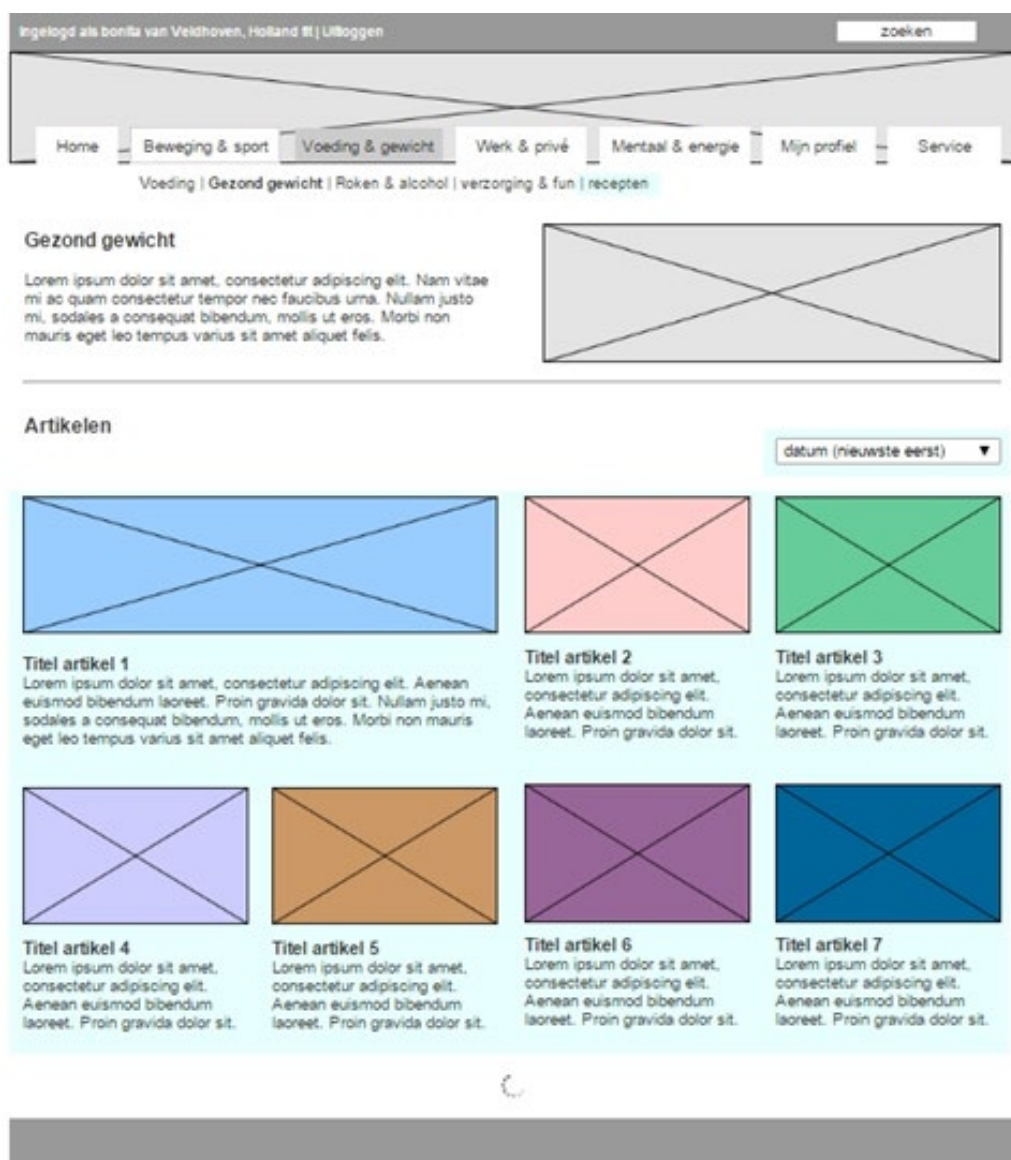
Figuur 54: Toelichting op de uitwerking v.d. wireframes

6.4.3. Wireframes testen

Nadat ik de wireframes had gemaakt wilde ik controleren of de gebruikers de opbouw logisch vonden en de werking van de functies begrepen. Vandaar dat ik een clickable testdemo heb gemaakt. Dit deed ik in het programma Axure RP Pro. Axure is hier speciaal voor bedoeld.

De testdemo heb ik niet helemaal uitgewerkt. Dit was ook niet nodig, aangezien alle categoriepagina's op dezelfde manier opgebouwd zullen worden. Wel heb ik ervoor gezorgd dat de filter en sorteropties werkten, dat de gebruiker artikelen kon openen en naar gerelateerde artikelen kon doorklikken. Daarnaast heb ik (terwijl ik deze niet in de wireframes had opgenomen) een vorige knop onderaan de artikelpagina's geplaatst, zodat gebruikers na het lezen van een artikel direct terug kunnen keren naar de vorige pagina. Daarnaast heb ik ervoor gezorgd, dat wanneer gebruikers op een artikel klikken, er breadcrumbs verschijnen. Dit deed ik met dezelfde reden, zodat gebruikers gemakkelijker terug kunnen navigeren.

De testdemo heb ik zo min mogelijk opgemaakt, omdat het nog steeds alleen om de opbouw gaat. Wel heb ik kleuren gebruikt per artikel en recept. Het was anders bijna niet zichtbaar dat de pagina versprong, wanneer een testpersoon naar een gerelateerd artikel of recept navigeerde. Op figuur 55 is een printscreen te zien van de testdemo. De testdemo zelf is te vinden op de bijgevoegde CD (externe bijlage 6).



Figuur 55: Printscreen testdemo

Vervolgens heb ik een korte test opgezet. De test voerde ik net als de card-sorting test uit op 9 personen. Deze selecteerde en segmenteerde ik weer op dezelfde basis als voor de card-sortingtest, zie paragraaf 6.3.2. onder het kopje “testpersonen selecteren”.

De testpersonen kregen een formulier met daarop een aantal testtaken. Tussendoor kregen zij vragen over de taken. Hiermee kon ik meten of ze de functies begrepen. Vooraf had ik geformuleerd wat er in hun antwoord terug moest komen. In figuur 56 staan als voorbeeld de eerste 3 taken die de testpersoon moest doorlopen. Alle testtaken zijn te vinden in externe bijlage 3. Ontwerprapport, op pagina 27.

Testtaken zoals beschreven op het testformulier, met de vooraf geformuleerde antwoorden (pagina 27, ontwerprapport)

1. De testdemo staat voor u geopend op een contentpagina. Kunt u beschrijven binnen welke categorie op de website, u zich bevindt?
Het antwoord bevat in ieder geval dat zij zich binnen de categorie “voeding & gewicht” bevinden. Het beste is wanneer ze ook opschrijven dat ze zich binnen de subcategorie “gezond gewicht” bevinden.
2. Kunt u beschrijven via welke weg u mogelijk vanaf de homepage, naar deze pagina bent genavigeerd?
Het antwoord bevat in ieder geval dat ze geklikt hebben op de categorie “voeding & gewicht”. Het beste is wanneer ze ook opschrijven dat ze vervolgens op “gezond gewicht” hebben geklikt.
3. U bent op zoek naar een recept om vanavond te maken. U houdt niet van vegetarische recepten. Open een recept dat u mogelijk kunt maken.
De taak is goed uitgevoerd als de testpersoon het vinkje bij “Dinner: vegetarisch” weg heeft geklikt.

Figuur 56: Testtaken zoals beschreven op het testformulier, met de vooraf geformuleerde antwoorden

Tijdens de test keek ik mee. Zo kon ik zien of de testpersoon de taken goed uitvoerde.

Testresultaten analyseren

De ingescande testformulieren zijn te vinden in externe bijlage 3. Ontwerprapport, vanaf pagina 53. Deze zijn door de testpersonen zelf ingevuld. Na de test heb ik met een marker een krul geplaatst, bij de taken die zij op de juiste manier hadden uitgevoerd en een kruis wanneer de taken niet goed waren uitgevoerd.

Vervolgens keek ik in hoeverre er taken niet goed waren uitgevoerd. Zeven van de negen testpersonen hadden alle testtaken goed gedaan. Twee testpersonen konden niet alle testtaken goed uitvoeren. Deze testpersonen waren beiden boven de 55. Beiden voerden zij de testtaken 3, 4, 7 en 8 verkeerd uit. Dit betekent dat ze niet begrepen hoe ze de artikelen en recepten moesten sorteren en filteren. Beide testpersonen dachten dat het eerst weergegeven artikel (het uitgelichte artikel 1) het meest gelezen was. Ze hadden echter nog niet gesorteerd op “meest gelezen”. Een van de testpersonen voerde ook testtaak 6 verkeerd uit. Hij ging direct terug naar het overzicht i.p.v. naar het vorige recept.

Grappig om te lezen was dat een van deze twee testpersonen bij de opmerkingen schreef:

“Het is voor een leek als ik vrij overzichtelijk”

Hij had er dus geen last van dat hij niet kon filteren of sorteren.

Vier van de zeven testpersonen die wel alle testtaken goed hadden uitgevoerd, hadden ook een opmerking geschreven. Hierbij een overzicht van deze opmerkingen:

- Die “terug naar de vorige pagina toets” mag wellicht iets prominenter aanwezig zijn
- Bij recepten kan het handig zijn alle vinkjes in 1x aan of uit te zetten
- De blauwe klikvakken waren moeilijk te zien
- Website duidelijk en handig denk ik, niet heel bijzonder
- Het lijkt mij vrij overzichtelijk, ik werd in het begin een beetje afgeleid door de rare taal

Conclusie en aanpassing van de categoriepagina, op basis van de conclusie

Met behulp van de testgegevens schreef ik de volgende conclusie, waarin ik direct een tweetal wijzigingen doorvoerde in het wireframe van de categoriepagina.

Conclusie wireframetest (pagina 28, ontwerprapport)

Het grootste gedeelte van de testpersonen kon alle testtaken goed uitvoeren. Testpersonen die de taken niet uit konden voeren, kunnen alsnog zonder problemen gebruik maken van het platform, alleen de extra sorteer- en filteropties begrepen zij niet. Hier hadden ze echter geen last van. De ontwerpen kunnen dus gebruikt worden.

Om een deel van de minder ervaren internetgebruikers de opties alsnog te laten begrijpen, heb ik een extra tekst boven de opties geplaatst. Boven de sorteerfunctie “sorteer op:” en boven de filtervinkjes “vink aan wat je wilt weergeven”.

Over de tips van de testpersonen heb ik ook nagedacht. De tip om alle vinkjes in één keer aan of uit te kunnen zetten vind ik handig. Deze optie heb ik toegevoegd in het wireframe en zal ik aanbevelen in het adviesrapport.

Naar de tip om de “terug naar de vorige pagina toets” prominenter in beeld te plaatsen, luister ik niet. Op desktopformaat hebben gebruikers vrijwel altijd een vorige knop in de browser. Bijna alle testpersonen gebruikten deze ook. Daarnaast zou de knop naar boven moeten worden geplaatst, om opvallender te worden. Echter kunnen gebruikers bovenaan de pagina al terug navigeren met behulp van het kruimelpad.

Figuur 57: Conclusie wireframetest

6.4.4. Bespreken van de wireframes

Toen de wireframes af waren en getest, heb ik ze laten zien en besproken met mijn stagebegeleider. Ze was erg enthousiast. In een eerder gesprek was echter besproken dat ik drie pagina's zou gaan ontwerpen.

1. een categoriepage
2. een pagina waar je naar toe zou gaan bij het klikken op "meer artikelen"
3. een artikelpagina

Uiteindelijk heb ik scherm 2 weggelaten. De redenen, welke te lezen zijn in de beschrijving van de wireframes op pagina 59, heb ik aan haar uitgelegd en ze was het ermee eens. Ze vond het zelfs beter, omdat nu gesuggereerd kan worden dat er heel veel artikelen zijn op één pagina, zelfs als ze er niet zijn.

Ze bekeek de wireframes goed en vroeg zich nog af of er iets van breadcrumbs nodig waren boven aan de pagina zodat gebruikers makkelijk terug kunnen naar het vorige artikel. Die had ik in de clickable demo wel toegevoegd maar niet in de balsamic mock-up's. Dit liet ik aan haar zien en ook hiermee was ze tevreden.

Ik liet haar vervolgens direct zien dat ik in de testdemo ook een vorige knop had toegevoegd, op de artikel-pagina's. Ondanks dat hij niet gebruikt werd door de testpersonen tijdens de test, wat ik haar ook vertelde, vond ze dat die erin moest blijven. Ze was van mening dat wanneer de gebruikers artikelen daadwerkelijk tot onderaan lezen, ze de knop waarschijnlijk wel zien en gebruiken en zo niet, dat hij daar ook geen kwaad kan.

Als laatste heb ik haar verteld dat ik de sorteer- en filteropties heb getest. De conclusie daarvan was dat oudere mensen de opties niet altijd zien, maar dat zij ze ook niet missen en de website gewoon kunnen wgebruiken. Ik liet haar het testformulier zien waarin één van de testpersonen de testtaken met de sorteer- en filteropties verkeerd uitvoerde maar vervolgens aangaf het de website erg overzichtelijk te vinden. Zij vond het dus ook goed dat deze opties er in zouden blijven. Ze gaf echter wel aan dat er per pagina beslist moest kunnen worden of de opties wel of niet zouden worden toegepast. Op sommige pagina's met weinig content vond zij het namelijk overbodig.

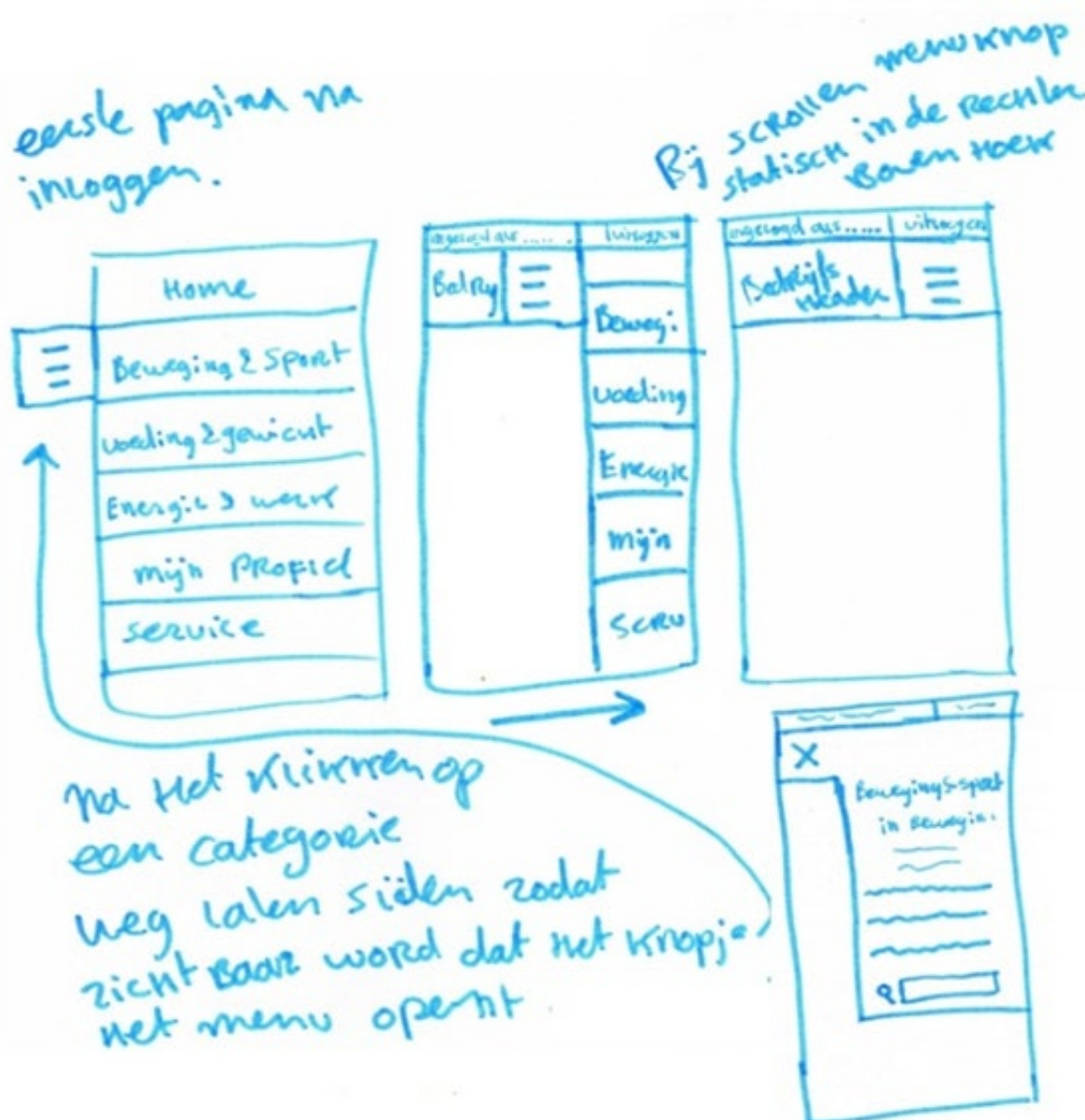
6.5. Skeleton plane: smartphoneformaat

Nadat de structuur van het desktopformaat bekend was, kon ik ook gaan bekijken hoe ik het platform op smartphone formaat wilde weergeven. Hiervoor moest ik als het ware de pagina's zoals ze op de desktop werden weergegeven, verkleinen naar smartphoneformaat.

6.5.1. Schetsen van de wireframes

Allereerst ben ik weer begonnen met grove schetsen te maken. Doordat een smartphone veel kleiner is dan een desktop moest ik sommige elementen verplaatsen of anders vormgeven. In het ontwerprapport nam ik alle schetsen op en beschreef ik de keuzes die ik had gemaakt tijdens het schetsen.

Hieronder op figuur 58 heb ik als voorbeeld de schetsen van de navigatie opgenomen, de overige schetsen zijn allemaal te zien in externe bijlage 3. Ontwerprapport, in hoofdstuk 6.1. vanaf pagina 30. Op de volgende pagina heb ik een stuk uit het ontwerprapport opgenomen, waarin ik één van mijn ontwerpbeslissingen beschrijf, die ik tijdens het schetsen van de navigatie op smartphoneformaat gemaakt heb. De overige ontwerpbeslissingen bij dit ontwerp zijn ook te vinden in externe bijlage 3. Ontwerprapport, op pagina 31.



Figuur 58: Schets navigatie op smartphoneformaat

Gemaakte beslissingen tijdens het schetsen v.d. navigatie (pagina 31, ontwerprapport)

Beslissing 1: hoe weergeef ik het menu?

Een van de belangrijkste dingen op een website, is dat gebruikers er gemakkelijk doorheen kunnen navigeren. Op smartphoneformaat kan het menu niet hetzelfde worden weergegeven al op een desktop. Het menu past in gelijke vorm immers niet op een klein scherm. Bij alle drie de websites uit de benchmark in hoofdstuk 3.3. wordt er gebruik gemaakt van een zogenaamd "hamburgermenu". Veel apps en websites maken tegenwoordig gebruik van het hamburgermenu. Met het menu wordt een knop met drie streepjes bovenaan de pagina bedoeld, waarmee je het menu kunt laten uitklappen (Zicht, 2015). Met het oog op de heuristiek van Jacob Nielsen, "consistency en standards" (Nielsen, 1995) en omdat het hamburgermenu al een tijd de standaard is geworden voor mobiele/responsive websites, pas ik dit ook toe op fitpas.nl.

Het hamburgermenu wilde ik als volgt toepassen:

1. De landingspagina op een smartphone is niet de homepage maar een pagina met alle categorieën. Zo kan een gebruiker direct zien wat er allemaal op de website staat en gelijk navigeren, naar wat hij/zij wil zien. Hij kan dus ook alsnog naar de homepage. Zie de eerste schets op figuur 28.
2. Zodra de gebruiker op een categorie klikt, sliden alle de knoppen uit beeld waardoor te zien is dat de menuknop eraan vast zit. Zie de tweede schets op figuur 28. Hierdoor begrijpen zelfs mensen die het hamburgericoon niet kennen, dat dit de knop is om het menu te openen. Dit is handig voor mensen uit de doelgroep zoals de persona's Gerard en Evelien, die niet zo veel internetervaring hebben.
3. Het knopje blijft rechts in beeld staan. Zie de derde schets op figuur 28. Wanneer de gebruiker erop klikt klapt het menu uit. Zie de vierde schets op figuur 28.

Figuur 59: Gemaakte beslissingen tijdens het schetsen v.d. navigatie

6.5.2. Bespreken van de schetsen

De schetsen had ik met mijn stagebegeleider besproken. Ze had ze bekeken en vond het er in principe goed uitzien. Ze gaf alleen aan dat de landingspagina (welke als voorbeeld te zien is op figuur 58, de eerste schets) echt anders moest.

Ze begreep mijn reden om de categorieën als landingspagina te gebruiken en met de menuknop uit beeld te laten schuiven (zoals beschreven in beslissing 1 op de vorige pagina). Ze vond het goed bedacht maar ze vond het scherm heel saai en niet uitnodigend om verder te kijken. Ze gaf ook aan dat de meeste gebruikers nog niet precies weten, waar ze naar op zoek zijn als ze de website bezoeken. Daarom moet de website gelijk aantrekkelijk zijn en moeten mensen leuke informatie kunnen lezen. Daardoor worden ze enthousiast en kunnen ze vervolgens doorklikken naar andere schermen.

Met deze gedachte in mijn hoofd koos ik er uiteindelijk voor om toch de gewone homepage, als landingspagina te gebruiken. De navigatie hield ik wel gewoon hetzelfde. Van de homepage maakte ik een nieuwe schets, welke ik nogmaals met haar besprak. Op figuur 60 is deze schets te zien, de ontwerpbeslissingen die ik heb genomen tijdens het maken van de schets zijn te lezen in bijlage 3. Ontwerprapport op pagina 32.

Mijn stagebegeleider keurde de schetsen nu wel allemaal goed.



6.5.3. Uitwerken v.d. wireframes

Nadat mijn stagebegeleider de schetsen had goedgekeurd, ging ik deze verder uitwerken tot wireframes. Dit deed ik weer in het programma Balsamiq, wat ik ook gebruikt had voor de wireframes op desktopformaat. Een aantal keuzes met betrekking tot de plaatsing van alle elementen had ik al gemaakt tijdens het schetsen. Nu dacht ik echter gedetailleerder na over de werking van de wireframes.

In het ontwerprapport nam ik alle wireframes op. Wanneer ik keuzes had gemaakt m.b.t. tot de werking v.d. wireframes of de plaatsing van elementen die ik nog niet bij de schetsen had besproken, beschreef ik deze ook in het ontwerprapport.

Ter verduidelijking heb ik weer de homepagina als voorbeeld opgenomen, zie figuur 61. Ook heb ik weer de beslissingen, welke beschreven staan in het ontwerprapport, toegevoegd. In de beschrijving is te lezen hoe ik vanuit de schetsen verder en gedetailleerder na ben gaan denken over de ontwerpen.

Beschrijving bij wireframe homepagina (pagina 38, ontwerprapport)

De homepagina is vrij lang. De gebruiker zal dus moeten scrollen om alle informatie te kunnen zien. Dit is echter niet erg, aangezien scrollen erg gemakkelijk en snel gaat op een smartphone.

Het valt misschien op dat de pagina iets afwijkt van de eerste schets in hoofdstuk 6.1.2. Dit komt door de volgende beslissingen die ik heb genomen.

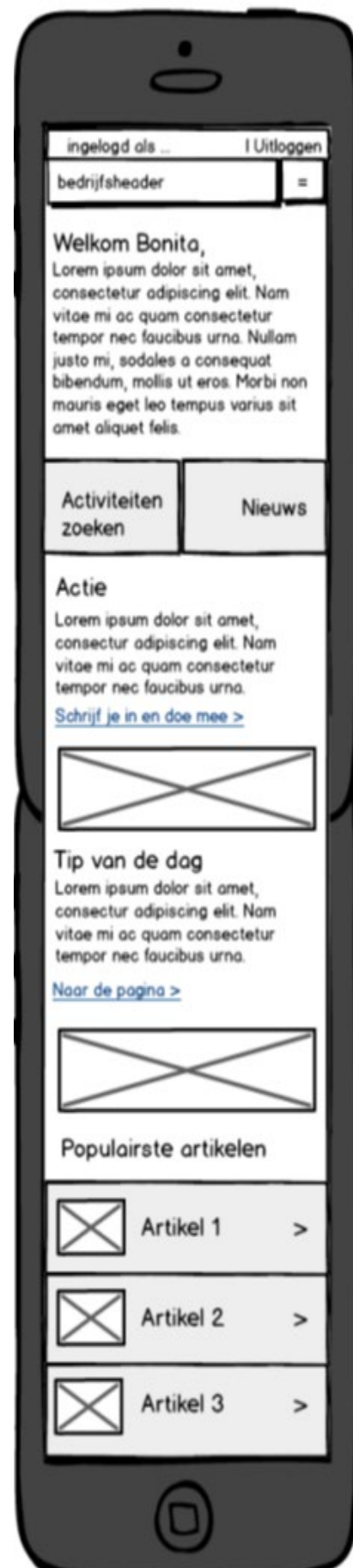
Beslissing 1: Activiteiten zoeken en nieuws kleiner weergeven

In de schets had ik de knoppen naar de activiteiten zoekfunctie en de nieuwsknop hetzelfde vormgegeven als de artikelen. Echter vond ik ze te groot en namen ze veel ruimte in, waardoor de actie eronder minder op zou vallen. Daarnaast zou het lijken alsof ze ook naar een artikel verwijzen, terwijl dit niet het geval is. Vandaar dat ik de knoppen verkleind heb en naast elkaar heb geplaatst.

Beslissing 2: Verhouding van de afbeeldingen

In de schetsen had ik de afbeelding getekend, in de verhouding waarin die ook bij de actie op desktop formaat wordt weergegeven. Name-lijk 180x110 pixels. De afbeelding bij de tip van de dag is echter altijd langwerpiger, 418x110 pixels. Omdat ik beide afbeeldingen wel in dezelfde verhouding wilde, moest ik een keuze maken. Ik koos voor de langwerpige afbeeldingen. Hierdoor kan de tekst allemaal achter elkaar staan in hele zinnen, zonder dat er een afbeelding naast staat. Dit is makkelijker lezen en ik vond het mooier staan.

Dit heeft als gevolg dat er in het CMS systeem ofwel twee foto's moeten kunnen worden toegevoegd bij een actie, in beide formaten. Of er moet een optie worden toegevoegd waarmee een afbeelding kan worden uitgesneden in beide verhoudingen.



Figuur 60: Gemaakte beslissingen tijdens maken van het wireframe voor de homepagina

Figuur 61: wireframe homepagina

6.5.4. Bespreking van de wireframes

Na het uitwerken van de wireframes heb ik weer een gesprek gehad met mijn stagebegeleider en de wireframes laten zien.

Mijn stagebegeleider gaf toen aan toch een beetje te twijfelen of het goed is om af te wijken van de structuur zoals op desktopformaat, door een aparte pagina van de zoekfunctie te maken. Ik heb aangegeven dat het naar mijn idee veel overzichtelijker is, omdat het op een klein smartphonescherf erg veel ruimte inneemt en zeker op de homepagina ten koste gaat van de leuke informatie. Tijdens het bespreken van de schetsen (zie paragraaf 6.5.2.) had zij juist aangegeven dat de meeste gebruikers nog niet precies weten, waar ze naar op zoek zijn als ze de website bezoeken. Daarom moet de website gelijk aantrekkelijk zijn en moeten mensen direct leuke informatie kunnen lezen.

Ook gaf ik aan dat er vanaf de pagina's, waar de zoekfunctie op de desktop staat, wel gelinkt kan worden naar de pagina. Dan staat de functie alsnog op dezelfde plek als gebruikers het daar zoeken, maar neemt het veel minder ruimte in. Door dit uit te leggen heb ik haar twijfel weggenomen en vond ze het toch een goed idee, om af te wijken van de structuur.

Al tijdens het schetsen had ik de beslissing gemaakt om in het boekstelsel de menuknop weg te laten. De reden hiervoor was als volgt:

Beslissing 2 bij schetsen v.h. boekstelsel (pagina 36, ontwerpverslag)

Wanneer gebruikers beginnen aan een boeking, wil je natuurlijk het liefst dat ze hem afmaken. Vandaar dat ik heb gekozen om de menuknop weg te laten. Ze zullen dan minder makkelijk toch weer ergens anders naartoe navigeren. Daarnaast kunnen ze onderaan de pagina altijd de boeking annuleren als ze dit echt willen. De bedrijfsheader heb ik ook weggelaten. Door de procesknoppen bovenin is er al erg veel ruimte ingenomen, voordat er informatie te lezen is. Door de bedrijfsheader weg te laten, komt de informatie (waar het uiteindelijk om draait) niet te ver naar beneden te staan.

Figuur 62: Beslissing 2 bij schetsen v.h. boekstelsel

Nu mijn stagebegeleider dit zag op de wireframes, twijfelde ze of ze de knop wel wilde weggelaten. Ze vond het gebruiksvriendelijker als de knop blijft. Ik legde haar uit met welke reden ik de knop heb weggelaten. Namelijk om de kans dat gebruikers wegnavigeren tijdens het boekproces, net iets kleiner te maken. Ze gaf daarop aan dat ze dit inderdaad heel handig vindt voor een webshop, waarbij het draait om winst door producten te verkopen. Fitpas.nl is echter anders dan een webshop, zo gaf zij aan. Zij maken geen winst op een aantal boekingen, dus vinden dit minder relevant. Mijn stagebegeleider koos dan liever toch voor de gebruiksvriendelijkheid. Dit begreep ik, vandaar dat ik besloot de menuknop toch weer op te nemen, wanneer ik de mock-up's ging maken.

Verder keurde ze de ontwerpen goed en kon ik het ontwerpproces dus vervolgen.

6.6. Surface plane

De surface plane is de laatste stap in het model van Jesse James Garrett. Hier draait het om het finishen van de ontwerpen waarin alle doelstellingen en beslissingen uit de vorige 4 planes samenkomen. In de ontwerpen (mock-up's) komen content, functionaliteit en vormgeving samen (Garret, 2010).

6.6.1. Ontwerprandvoorwaarden

Voor ik de mock-up's ben gaan maken heb ik eerst nog kort met mijn stagebegeleider besproken of ze nog bepaalde eisen had aan de uiteindelijke ontwerpen (mock-up's).

Fitpas.nl kan door middel van een kleurenschema bedrijfsspecifiek worden gemaakt. Wanneer mensen van de Haagse Hogeschool inloggen wordt bijvoorbeeld de huiskleur groen van de Haagse Hogeschool toegepast op het ontwerp van fitpas.nl. Wanneer iemand van Eneco inlogt, zijn elementen zoals bijvoorbeeld de kopjes en linkjes juist rood.

Mijn stagebegeleider gaf aan dat het kleurenschema waarmee de website bedrijfsspecifiek kan worden gemaakt, ook toepasbaar moest zijn op de website op smartphoneformaat en dat ik mij hier dus aan moest houden. Daarnaast gaf ze aan dat ik het Holland Fit lettertype moest gebruiken. Dit was "Myriad Pro". Verder stelde zij geen randvoorwaarden.

Om ervoor te zorgen dat ik mij aan het kleurenschema zou houden heb ik het schema, zoals het wordt toegepast voor Holland Fit, overgenomen in het ontwerppapport. Zo wist ik tijdens het uitwerken van de mock-up's precies welke elementen altijd dezelfde kleur moesten krijgen en het aanpasbare schema ook op de mobiele ontwerpen zonder problemen zou kunnen worden toegepast.

Op figuur 63 is het kleurenschema te zien.

Kleur van de algemene tekst	#000000	Achtergrondkleur van de balk bovenaan de pagina	#2490BF
Kleur van de kopjes	#8FB31B	Kleur van de tekst in de balk boven aan de pagina	#FFFFFF
Kleur van het standaardlinkje	#8FB31B	Kleur van de tekst in de balk boven aan de pagina bij mouse over	#8FB31B
Kleur van het standaard linkje bij mouse over	#2490BF	Achtergrondkleur van de footer onderaan de pagina	#2490BF
Kleur van het alternatieve	#8FB31B	Kleur van de tekst in de footer onderaan de pagina	#FFFFFF
Kleur van het alternatieve linkje bij mouse over	#2490BF	Kleur van de tekst in de footer onderaan de pagina bij mouse over	#8FB31B
Achtergrondkleur van de pagina	#FFFFFF	Servicebericht detail kleur	#1F3946
Kleur van de tekst in de subnavigatie bij mouse over	#8FB31B	Login blok achtergrond kleur	#FFFFFF

Figuur 63: kleurenschema voor het aanpassen van fitpas.nl, met de kleuren van Holland Fit

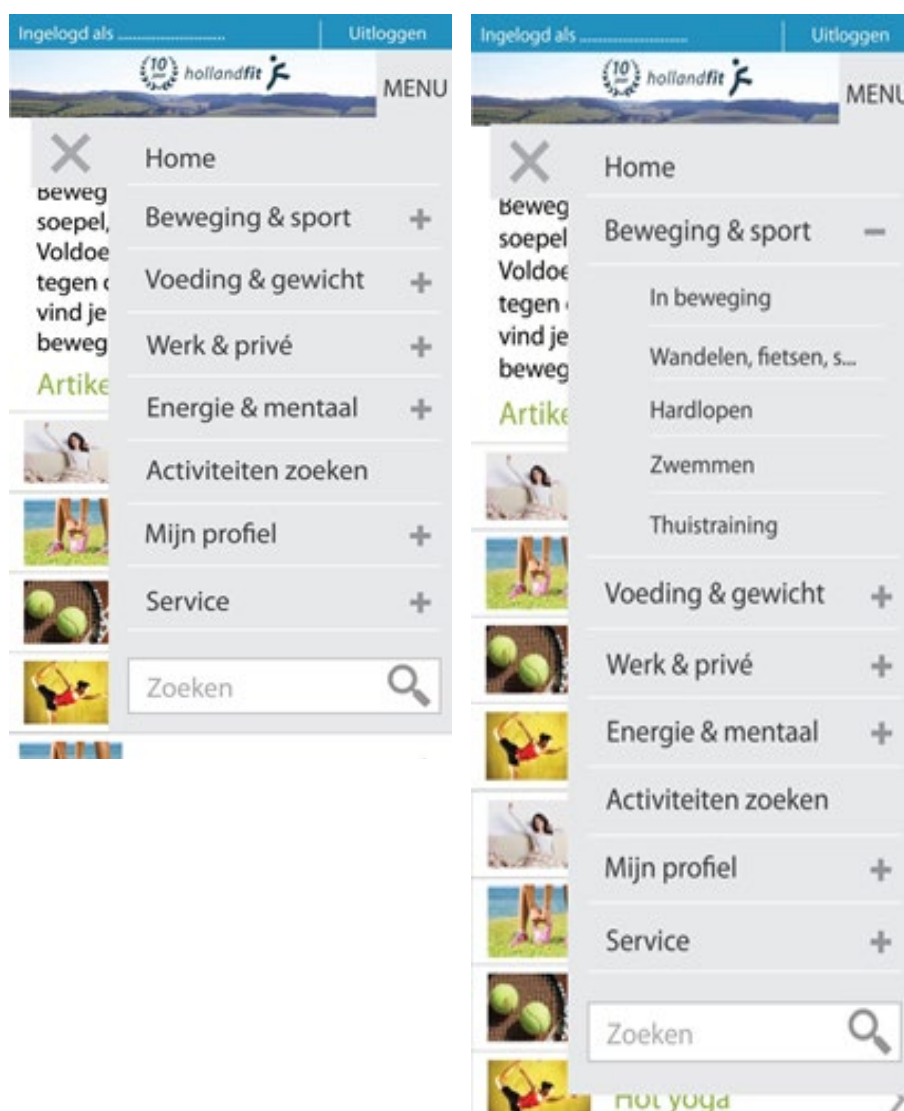
6.6.2. Ontwerpen mock-up's

De laatste stap in dit ontwerpproces was het maken van mock-up's. De mock-up's heb ik 480 pixels breed gemaakt. Dit is namelijk de breedte van mijn smartphone. Hierdoor kon ik een mock-up telkens even op mijn telefoon openen, waardoor ik er meer gevoel bij kreeg.

Voor het formaat van de aanklikbare elementen heb ik gekeken naar de guidelines van Android. Zij stellen het volgende: Touchable UI components are generally laid out along 48dp units (android, 2015). Dit komt neer op ongeveer 9 millimeter. Er wordt ook aangegeven dat klikbare onderdelen eigenlijk nooit kleiner mogen zijn dan 7 millimeter. In de mock-up's heb ik ervoor gezorgd dat ik mij aan deze afmetingen heb gehouden, zodat knoppen niet te klein en daardoor ongebruiksvriendelijk zouden worden.

De meeste keuzes had ik al allemaal verantwoord bij het schetsen of het maken van de wireframes. Tijdens het maken van sommige mock-up's heb ik echter nog meer beslissingen gemaakt. Deze heb ik bij de desbetreffende mock-up opgenomen in het ontwerprapport. Alle mock-up's en beslissingen zijn te lezen in externe bijlage 3. Ontwerprapport, in hoofdstuk 6.2. vanaf pagina 44.

Als voorbeeld zijn op figuur 64 de mock-up's van de navigatie te zien. Op de volgende pagina heb ik een stuk uit het ontwerprapport overgenomen waarin ik één van de genomen beslissingen beschrijf, die ik heb gemaakt tijdens het maken van deze mock-up's.



Figuur 64.: mock-up's van de navigatie op smartphoneformaat

Één van de ontwerpkeuzes bij de navigatie (pagina 45, ontwerprapport)

Ontwerpkeuze 1: De menuknop gewijzigd

In hoofdstuk 5.4.1. had ik al uitgelegd dat ik het “hamburgermenu” zou gebruiken. Het icoon dat dit menu aanduidt bestaat uit drie op elkaar liggende streepjes (Zicht, 2015). Het viel mij op dat bij de website “ouderenfonds.nl” in hoofdstuk 3.2.3. ze achter het hamburgericoon, met de drie lijntjes, het woord menu hebben geplaatst. Dit zette mij aan het denken. Wellicht begrijpen sommige mensen dit icoon niet, ondanks dat het tegenwoordig het standaard icoon is voor een menu. Ik kon mij voorstellen dat de persona's Gerard en Evelien het icoon misschien ook niet zouden herkennen.

Na wat deskresearch hierover vond ik de uitslagen van een recent onderzoek, naar de bekendheid van dit icoon. Uit het onderzoek kwam naar voren dat wanneer de drie streepjes vervangen worden door het woord “menu” de knop 20% meer wordt gebruikt (Foster, 2014). Op afbeelding 41 zijn de resultaten uit dit onderzoek te zien.

Results

240,000 unique mobile visitors were served the A/B test.

Variation	Unique Visitors	Unique Clicks
Hamburger	120543	1211
Menu	121152	1455

	Successes	Total	Success Rate		p-value	Improvement
Hamburger	1,211	120,543	0.95% – 1.1% (1%)		—	—
Menu	1,455	121,151	1.1% – 1.3% (1.2%)		< 0.0001	11% – 28% (20%)

The test was large enough to achieve statistical significance.

The MENU button was clicked by 20% more unique visitors than the HAMBURGER button.

Figuur 41: uitslagen A/B test hamburgermenuknop (Foster, 2014)

Vandaar de keuze om op de menuknop het woord menu te plaatsen i.p.v. het hamburgericoon.

Figuur 65: Één v.d. ontwerpkeuzes bij de navigatie

6.6.3. Bespreking mock-up's

Nadat de mock-up's klaar waren heb ik ze laten zien aan mijn stagebegeleider. Hierover kan ik kort maar krachtig zijn. Ze vond ze er mooi uitzien en was er heel enthousiast over. Ze had 1 puntje, ze vond dat de inlogbalk iets kleiner mocht omdat hij bijna even belangrijk leek als de bedrijfsheader.

Dit heb ik aangepast in de mock-up's.

6.7. Prototype ontwikkelen

Nadat ik het hele ontwerpproces had doorlopen en de ontwerpen af en goedgekeurd waren, kon ik gaan beginnen met het ontwikkelen van het prototype. Dit prototype heb ik gemaakt om mijn ontwerpen te kunnen laten testen door de gebruikers. Hiermee kon ik eventuele onduidelijkheden in mijn ontwerpen aan het licht brengen, die ik vervolgens nog zou kunnen aanpassen.

Het prototype heb ik gemaakt met behulp van HTML, CSS en JQuery. Deze programmeertalen heb ik geleerd tijdens de opleiding. Het prototype is te vinden in externe bijlage 6 op de cd. Het kan alleen geopend worden in Google Chrome, omdat ik deze browser gebruikte tijdens het programmeren. In andere browsers kunnen mogelijk elementen verspringen maar dat was voor dit prototype niet erg, aangezien het alleen gemaakt was om te testen op mijn laptop.

Om een indruk te geven van het prototype is op figuur 66 een screenshot van het prototype te zien.



Figuur 66: Screenshot van het prototype

6.7.1. Prototype controleren

Tijdens het opstellen van de functional requirements had ik met mijn stagebegeleider alle eisen die testbaar moesten zijn in het prototype, bestempeld als must have (zie paragraaf 6.2.1.). Na het maken van het prototype ben ik deze lijst langsgelopen en heb ik, wanneer ik iets vergeten was, dit nog gewijzigd aan het prototype. In het laatste hoofdstuk van het ontwerprapport heb ik beschreven op welke manier ik de must have's verwerkt had in het prototype. Ter verduidelijking heb ik hieronder een aantal must have's met de uitleg hoe ik deze verwerkt had, opgenomen in dit verslag.

Een aantal must have's van de functionele eisen voor de mobiele website en hoe ik daaraan heb voldaan (pagina 49, ontwerprapport)

De gebruiker wil naar specifieke informatie kunnen zoeken met behulp van een zoekveld.

Deze must have heb ik verwerkt door een zoekbalk toe te voegen binnen het hamburgermenu.

De gebruiker wil filmpjes kunnen bekijken.

Deze must have heb ik verwerkt door in het artikel zumba een filmpje toe te voegen, welke de gebruiker kan afspelen.

De gebruiker wil kunnen zoeken naar een activiteit.

Deze eis heb ik verwerkt door de activiteitenzoekfunctie toe te voegen aan het prototype. In de activiteitenzoekfunctie kan de gebruiker zoeken naar activiteiten op het gebied van fitness, dansen, bootcamp en zwemmen. De gebruiker kan ook invullen in welke postcode en plaats hij/zij op zoek is naar een activiteit en extra zoekopties instellen.

Figuur 67: Een aantal must have's van de functionele eisen voor de mobiele website en hoe ik daaraan heb voldaan

Bijna alle must have's, op twee na, had ik daadwerkelijk in het prototype verwerkt. De must have's die ik niet (geheel) had verwerkt heb ik ook beschreven in het ontwerprapport. Dit is hieronder te lezen.

Must have's van de functionele eisen voor de mobiele website, waaraan ik niet heb voldaan (pagina 50 & 51, ontwerprapport)

Het systeem moet de gebruiker een melding geven wanneer er tijdens het inloggen een veld foutief of niet is ingevuld.

Deze eis heb ik helaas niet kunnen verwerken in het prototype. Op het gebied van programmeren was ik helaas niet kundig genoeg om een code te schrijven, waarmee ik kon uitlezen of een invul veld wel of niet was ingevuld door de gebruiker.

Het systeem moet een melding geven wanneer de gebruiker een verplicht veld foutief of niet heeft ingevuld tijdens het boeken.

Deze eis heb ik helaas maar half kunnen verwerken in het prototype. Op het gebied van programmeren was ik helaas niet kundig genoeg om een code te schrijven, waarmee ik kon uitlezen of een veld wel of niet was ingevuld door de gebruiker.

Wel heb ik geprogrammeerd dat het systeem op boekingspagina "2. betalen" een foutmelding gaf wanneer de gebruiker vergeten was om een betaalmethode te selecteren.

Figuur 68: Must have's van de functionele eisen voor de mobiele website, waaraan ik niet heb voldaan

6.7.2. Prototype bespreken

Het prototype heb ik aan mijn stagebegeleider laten zien en ik heb haar een demonstratie gegeven van hoe hij werkt. Ik heb haar laten zien welke must have's wel zijn uitgewerkt en welke twee must have's helaas niet zijn uitgewerkt. Haar heb ik verteld dat het mij technisch niet lukte om de tekstvelden te laten uitlezen.

Verder was ze erg onder de indruk van het prototype. Ze was verbaasd in hoeverre het was uitgewerkt en vond het mooi om nu de eerdere ontwerpen werkend te zien.

7. Fase 3: Voorbereidingsfase

Na het volbrengen van de ontwerpfase kon ik beginnen aan de voorbereidingsfase. In de voorbereidingsfase wordt het uiteindelijke projectresultaat gemaakt (Grit, 2011). Volgens mijn plan van aanpak zou ik in deze fase mijn usability test opzetten, waarna ik deze test in de realisatiefase zou gaan uitvoeren, de testgegevens zou verwerken en het adviesrapport zou schrijven. Dit liep echter een beetje anders.

Vanwege de verlenging van mijn afstudeerperiode en het feit dat mijn afstudeerbegeleider ontslag had genomen bij Holland Fit, ben ik afgeweken van mijn vooraf opgestelde planning. Dit had ik besproken met mijn stagebegeleider nadat zij bekend had gemaakt dat zij weg zou gaan binnen Holland Fit.

Op dat moment waren al mijn ontwerpen en het prototype al af, maar was deze nog niet getest. Zij wilde wel graag “een soort van eindresultaat” kunnen beoordelen, ook voor school in het beoordelingsformulier. Vandaar dat wij besloten dat ik alvast een tussentijds adviesrapport zou schrijven op basis van mijn ontwerpen en prototype op dat moment. Zij zou dit adviesrapport als eindresultaat beoordelen in het beoordelingsformulier.

Nadat zij weg zou zijn, zou ik alsnog het prototype testen en wanneer bleek dat sommige adviezen moesten worden aangepast, zou ik hierop terugkomen in het testrapport.

7. 1. Tussentijds adviesrapport

Mijn stagebegeleider had aangegeven dat zij een kort maar krachtig rapport wil lezen, hier heb ik mijn best op gedaan tijdens het schrijven van het rapport. Alle adviezen heb ik zo kort mogelijk geformuleerd.

7.1.1. Tussentijds adviesrapport schrijven

Omdat dit adviesrapport ook te lezen moest zijn zonder voorkennis van mijn afstudeeropdracht, heb ik in de inleiding nog eens de doelstelling van mijn opdracht beschreven. Deze doelstelling was:

“Onderzoeken op welke manier fitpas.nl verbeterd kan worden, zodat Holland Fit de veranderingen na mijn afstudeerperiode kan doorvoeren om de gebruikers van de website beter van dienst te kunnen zijn.”

Vervolgens heb ik ook nog een hoofdstuk geweid aan mijn vooronderzoek. Hier heb ik de hoofdvraag van het onderzoek in opgenomen en de conclusie. Ook vertelde ik hierin, dat ik mij tijdens het vervolg van het project gefocust had op de navigatie en structuur van de website, om vervolgens ontwerpen te maken van het platform op smartphoneformaat.

Na het hoofdstuk over mijn vooronderzoek heb ik alle aanbevelingen beschreven. Samengevat waren dit de volgende aanbevelingen:

- Gebruik persona's
- Wijzig de categorie "Energie & werk"
- Vermijd het downloaden van pdf's
 - Maak hiervoor aparte contentpagina's aan
 - Plaats alle artikelen in een overzicht
 - Geef gerelateerde content weer
 - Maak gebruik van een "controlled tagging list"
- Maak de website mobielvriendelijk (hierbij heb ik de volgende mock-up's besproken)
 - De navigatie
 - De homepagina
 - De content
 - De activiteitenzoekfunctie
 - De zoekresultaten
 - Het boekstelsysteem
- Overige aanbevelingen die ik niet had uitgewerkt, namelijk:
 - Voeg een algemene zoekfunctie toe
 - Verbeter de activiteiten zoekfunctie
 - Verbeter de vormgeving van het boekstelsysteem

Als voorbeeld heb ik twee gegeven adviezen toegevoegd in dit rapport, welke staan weergegeven op de volgende pagina's. Het gehele "tussentijds adviesrapport" is te vinden in externe bijlage 5.

Advies: wijzig de categorie "Energie & werk" (pagina 11, Tussentijds adviesrapport)

Om te controleren of de content op fitpas.nl op een goede manier gestructureerd is, heb ik een card-sorting-test uitgevoerd. Alle subcategorieën en onderwerpen van fitpas.nl heb ik hiervoor op een kaart geschreven. Testpersonen moesten de kaarten in eerste instantie verdelen over de bestaande hoofdcategorieën. Kaarten die ze niet in wisten te delen mochten ze apart leggen. Vervolgens hadden ze ook de mogelijkheid om categorienamen aan te passen en een categorie toe te voegen, wanneer ze hier behoefte aan hadden.

In de test was te zien dat de kaarten, die op fitpas.nl vallen onder de categorieën "beweging & sport" of "voeding & gewicht", daar ook vrijwel allemaal door de testpersonen zijn geplaatst. Deze categorieën kunnen blijven zoals ze zijn. De testpersonen hadden echter veel gewijzigd in de categorie "energie & werk".

Te zien is dat ze de categorie opsplitsen in twee hoofdcategorieën.

In de meeste gevallen is de ene categorie meer gericht op werk en privé balans en de andere categorie meer gericht op energie en mentale gezondheid. Vandaar dat ik aanbeveel om de categorie "energie & werk" op te splitsen, zoals weergegeven op de figuur hier-naast.

Werk & privé	Energie & mentaal
Fit op het werk	Energie & slaap
Werkdruk	Mentale gezondheid
Energie & slaap	
Balans werk-privé	
Talentontwikkeling	

Onder de nieuwe subcategorie mentale gezondheid kunnen onderwerpen als mindfulness, mediteren en piekeren worden ondergebracht. Een aantal testpersonen bracht hier ook de kaart fun onder. Zij interpreterden dit als plezier maken en ontspannen om mentaal gelukkig en gezond te blijven. Naast het splitsen van de categorie "energie & werk", raad ik aan het woord "fun" te verwijderen uit de subcategorie "verzorging & fun". Veel testpersonen konden dit woord niet thuisbrengen en wisten niet wat ze erbij moesten verwachten.

Figuur 69: Advies: wijzig de categorie "Energie & werk" (pagina 11, Tussentijds adviesrapport)

Advies: Maak de website mobiel vriendelijk; aanbevelingen m.b.t. de navigatie (pagina 15, Tussentijds adviesrapport)**Gebruik een variant op het “hamburgermenu”**

Wanneer het platform op een smartphone weergegeven wordt, kunnen de hoofdcategorieknoppen niet meer allemaal naast elkaar weergegeven worden. Hier is gewoonweg geen ruimte voor. Vandaar dat wordt aanbevolen om de navigatie op klein formaat beeldschermen onder te brengen in een zogenaamd “hamburgermenu”.

Veel apps en websites maken tegenwoordig al gebruik van het hamburger-menu. Met het menu wordt een knop met drie streepjes bovenaan de pagina bedoeld, waarmee je het menu kunt laten uitklappen. Het wordt een hamburgermenu genoemd omdat de drie streepjes op drie lagen van een hamburger lijken. Het menu wordt steeds bekender en veel gebruikt. Desondanks is uit onderzoek gebleken dat het nog niet bij iedereen bekend is. Wanneer in plaats van de drie streepjes het woord “menu” op de knop staat, wordt de knop 20% meer gebruikt (Foster, 2014). Vandaar dat wordt aanbevolen het principe van het hamburger-menu toe te passen maar met de knop “menu”. Zeker voor het segment in de doelgroep met weinig internetervaring, zal dit zorgen voor een duidelijke navigatie.

Let er op dat de gebruikers het menu ook weer in kunnen klappen, zelfs als hij/zij nergens naartoe navigeert. Plaats hiervoor een kruisje bovenaan het menu, op dezelfde hoogte als de knop, waarmee het menu geopend is.

Werk met een menu in meerdere lagen

Geef wanneer het menu openklapt de hoofdcategorieën weer. Gebruikers zien dan direct wat fitpas.nl precies biedt. Toon nog niet direct de subcategorieën. Het menu wordt dan heel lang en onoverzichtelijk. Vandaar dat wordt aangeraden om met een meer-lagen menu te werken.

Geef met behulp van een plusteken aan dat er nog meer informatie onder de hoofdcategorie zit en dat de gebruiker hierop kan klikken. Laat wanneer een gebruiker op een hoofdcategorie klikt, de subcategorieën uitklappen. Let er op dat de subcategorieën bij een tweede keer klikken weer inklappen. Gebeurt dit niet dan kunnen gebruikers minder makkelijk naar een andere hoofdcategorie navigeren omdat het menu dan steeds langer wordt. Laat het plusteken in een minteken veranderen, om dit aan te geven aan de gebruiker.

Laat de menuknop altijd in beeld

Om navigeren extra gemakkelijk te maken, raad ik aan de menuknop altijd in beeld te laten staan. Wanneer de gebruiker naar boven scrolt, verdwijnt dus wel de bovenbalk en de bedrijfsheader uit beeld maar blijft de menuknop hangen. Zo kunnen gebruikers ook op lange pagina's, op elk moment bij het menu.

De ontwerpen

De ontwerpen van de navigatie worden weergegeven in figuur 5 en 6. In figuur 5 staat het menu zoals hij wordt weergegeven nadat het geopend is. Het menu past in zijn geheel op het schermformaat van een smartphone. In figuur 6 staat het menu weergegeven na het openen van een hoofdcategorie, om bij de onderliggende subcategorieën te komen.

Figuur 70: Advies: Maak de website mobiel vriendelijk; aanbevelingen m.b.t. de navigatie

Bij de aanbevelingen voegde ik natuurlijk ook de ontwerpen toe aan het Tussentijds adviesrapport. Bij bovenstaande aanbevelingen over de navigatie, had ik de ontwerpen op figuur 64 toegevoegd, te vinden op pagina 69.

7.1.2. Tussentijds adviesrapport bespreken

Nadat het adviesrapport af was heb ik het aan mijn stagebegeleider laten lezen. Ze vond het een duidelijk rapport. Het gaf haar idee een goed beeld van wat er veranderd kan worden aan fitpas.nl. De onderwerpen pdf's vermijden met behulp van een nieuwe structuur en het smartphonevriendelijk maken van het platform, vond ze goed uitgewerkt. In haar ogen heb ik daarmee het doel van de opdracht gehaald.

7.1.3. Tussentijds advies presenteren

Voor het afscheid van mijn stagebegeleider en een aantal andere stagiaires werd er binnen Holland Fit een gezellige middag georganiseerd. Tijdens deze middag presenteerden alle stagiaires aan het bedrijf, waar zij mee bezig waren of wat zij hadden gedaan.

Tijdens deze middag heb ook ik een presentatie gegeven, waarin ik heb verteld over mijn vooronderzoek, mijn ontwerpen, prototype en mijn aanbevelingen heb gedemonstreerd. De presentatie werd heel goed ontvangen. De meeste medewerkers wisten wel waar ik mee bezig was (o.a. door de medewerkersinterviews tijdens mijn onderzoek), maar hadden nog niets gezien of gehoord van mijn ontwerpen en aanbevelingen.

De medewerkers waren allemaal enthousiast en onder de indruk van het prototype. Een aantal vond het ook leuk om elementen (verbeterd) terug te zien, die zij als verbeterpunt genoemd hadden tijdens het interview met mij. Dit gaf mij natuurlijk een heel goed gevoel en extra motivatie om het prototype te testen en verder te werken om de opdracht goed af te ronden.

7.2. Usabilitytest opzetten

Nadat mijn stagebegeleider Holland Fit had verlaten, ben ik verder gegaan met mijn project en heb ik de usabilitytest opgezet. Hiervoor heb ik een testplan opgesteld waarmee ik de ontwerpen op smartphoneformaat van fitpas.nl wilde testen. Met de test wilde ik erachter komen of mijn ontwerpen voldeden aan de vooraf opgestelde functionele eisen (beschreven in paragraaf 6.2.1.) en of de doelgroep de mobiele website met gemak kan gebruiken, wanneer Holland Fit mijn ontwerpen daadwerkelijk zou gaan gebruiken.

7.2.1. Onderzoeksvraag formuleren

Allereerst heb ik de onderzoeksvraag voor mijn test geformuleerd. De onderzoeksvraag luidde:

"In hoeverre is het prototype gemakkelijk te gebruiken voor gebruikers en voldoet het aan de vooraf opgestelde functionele eisen?"

In de onderzoeksvraag heb ik de functionele eisen opgenomen. Tijdens de strategy plane had ik namelijk functional specifications opgesteld. Deze had ik gesplitst in functionele en niet functionele eisen. De functionele eisen beschreven de daadwerkelijke eigenschappen van het systeem (Swart, 2010) en konden dus door de gebruikers getest worden.

Het antwoord op de onderzoeksvraag zou aangeven of de ontwerpen, die dienden als basis voor het prototype, nog moesten worden aangepast. Daar waar het prototype gemakkelijk te gebruiken was voor gebruikers, hoefde niks te worden aangepast. Waar bleek dat bepaalde handelingen of acties niet gemakkelijk waren, niet begrepen werden door de testpersonen of de functionele eisen niet waren gehaald, zou ik het ontwerp nog moeten verbeteren en mijn (tussentijds) advies moeten aanpassen.

7.2.2. Onderzoeksvraag operationaliseren

De geformuleerde onderzoeksvraag was te breed om in één keer te kunnen beantwoorden. Vandaar dat ik de vraag had geoperationaliseerd. Operationaliseren wil zeggen: het omzetten van iets abstracts in meetbare kenmerken (Slot Webcommerce BV, 2014). De onderzoeksvraag had ik hiervoor opgesplitst in deelvragen, deze deelvragen zette ik vervolgens om in meetvragen. Om het antwoord op deze meetvragen te kunnen verkrijgen stelde ik testtaken op, die de testpersonen moesten uitvoeren.

Deelvragen formuleren

In onderstaande tabel, staan de deelvragen weergegeven met daarbij vermeld welke functionele eisen bij de desbetreffende deelvraag horen. Wanneer meerdere functionele eisen over hetzelfde onderwerp gingen, heb ik ze samengevoegd in één deelvraag. Deze tabel heb ik ook in het testplan opgenomen.

Deelvraag	Bijbehorende functionele eisen
1. In hoeverre kunnen gebruikers inloggen op fitpas.nl, zelfswanneer zij hun wachtwoord of gebruikersnaam zijn vergeten?	<ul style="list-style-type: none"> De gebruiker moet kunnen inloggen met behulp van zijn fitpasnummer of e-mailadres en wachtwoord. De gebruiker wil zijn wachtwoord en/of fitpasnummer kunnen opvragen. De gebruiker wil de mogelijkheid hebben om ingelogd te blijven wanneer hij/zij de website verlaat.
2. In hoeverre kunnen testpersonen zonder problemen navigeren door het prototype?	<ul style="list-style-type: none"> De gebruiker wil door de website kunnen navigeren met behulp van een menu. De mobiele website moet te gebruiken zijn met alleen het touchscreen. Overige knoppen op de telefoon hoeven dus niet gebruikt te worden.
3. In hoeverre kunnen de testpersonen met gemak een activiteit zoeken?	<ul style="list-style-type: none"> De gebruiker wil kunnen zoeken naar een activiteit. De gebruiker wil tijdens het zoeken naar een activiteit, op elk moment zijn zoekopdracht kunnen wijzigen.
4. In hoeverre kunnen de testpersonen met gemak een boeking plaatsen?	<ul style="list-style-type: none"> De gebruiker wil de informatie en voorwaarden van de activiteit kunnen lezen. De gebruiker wil een activiteit kunnen boeken. Het systeem moet de gebruiker een melding geven wanneer er tijdens het inloggen een veld foutief of niet is ingevuld. Het systeem moet een melding geven wanneer de gebruiker een verplicht veld foutief of niet heeft ingevuld tijdens het boeken. De gebruiker wil tijdens het boeken op elk moment kunnen beslissen om de boeking te annuleren. De gebruiker moet tijdens het boeken op elk moment een stap terug in het proces kunnen zetten.
5. In hoeverre kunnen de testpersonen voor hen relevante informatie verkrijgen?	<ul style="list-style-type: none"> De gebruiker wil naar specifieke informatie kunnen zoeken met behulp van een zoekveld. De gebruiker wil filmpjes kunnen bekijken.
6. In hoeverre kunnen de testpersonen met gemak uitloggen?	<ul style="list-style-type: none"> De gebruiker wil kunnen uitloggen.

Figuur 71: Deelvragen met bijbehorende functionele eisen

Er was één functionele eis waarover ik geen deelvraag had gemaakt omdat deze eis niet specifiek testbaar was. Het gaat om de volgende eis:

- De gebruiker wil informatie over het verbeteren van zijn vitaliteit kunnen lezen, zonder iets te hoeven downloaden.

Aan deze eis is had ik al voldaan doordat gebruikers geen pdf's hoeven te downloaden om informatie in het prototype te kunnen lezen.

Opstellen van meetvragen en testtaken

Vervolgens had ik naar aanleiding van de deelvragen, meetvragen geformuleerd en testtaken opgesteld die de testpersonen moesten uitvoeren. Door het uitvoeren van de testtaken, zouden de antwoorden op de deelvragen worden verkregen en daardoor uiteindelijk ook het antwoord op de onderzoeksvraag. In de tabel op de volgende pagina worden de meetvragen en testtaken weergegeven. Ook deze tabel komt uit het testplan.

Deelvraag	Meetvraag	Testtaak
1. In hoeverre kunnen gebruikers inloggen op fitpas.nl, zelfs wanneer zij hun wachtwoord of gebruikersnaam zijn vergeten?	1. Zien de gebruikers waar ze hun inloggegevens op kunnen vragen? 2. Kunnen gebruikers zonder problemen inloggen door het invullen van hun inloggegevens? 3. Begrijpen gebruikers hoe de "blijf ingelogd" functie werkt?	Vraag de inloggegevens op, log in op fitpas.nl en zorg ervoor dat je voortaan standaard ingelogd blijft.
2. In hoeverre kunnen testpersonen zonder problemen navigeren door het prototype?	4. Weten de gebruikers wat de menuknop is? 5. Begrijpen de gebruikers dat het menu kan worden uitgeklaapt? 6. Kunnen de gebruikers navigeren met behulp van het menu? 7. Lopen de gebruikers nergens vast doordat ze niet verder of terug kunnen navigeren?	Navigeer met behulp van het menu naar de pagina met recepten. N.V.T. als de gebruikers nergens vastlopen, is deze meetvraag voldoende
2. In hoeverre kunnen de testpersonen met gemak een activiteit zoeken?	8. Kunnen de testpersonen de zoekfunctie gemakkelijk vinden? 9. Begrijpen de testpersonen wat ze moeten invullen in de zoekfunctie om een specifiek resultaat te verkrijgen? 10. Zijn de testpersonen in staat hun zoekopdracht aan te passen?	Zoek een zumba-abonnement in Den Haag, bij een dansschool waar ze beschikken over kluisjes. Pas de zoekopdracht aan, vink ook aan dat ze moeten beschikken over gratis parkeren.
3. In hoeverre kunnen de testpersonen met gemak een boeking plaatsen?	11. Zijn de testpersonen in staat om door het boekstelsel te navigeren? 12. Zijn de testpersonen in staat het boekingsbewijs te openen?	Boek het "Zumba abonnement" van Diana Meyer Dance & Showbizz.
4. In hoeverre kunnen de testpersonen specifieke informatie vinden en lezen?	13. Begrijpen testpersonen hoe ze informatie kunnen filteren? 14. Begrijpen testpersonen hoe ze informatie kunnen sorteren? 15. Kunnen de testpersonen de algemene zoekfunctie vinden? 16. Weten de testpersonen hoe ze de algemene zoekfunctie moeten gebruiken?	Zorg ervoor dat op de pagina "recepten" alleen vegetarische recepten worden weergegeven. Zorg ervoor dat de artikelen op de pagina "in beweging" weergegeven worden, met de meest gelezen artikelen bovenaan. Geef aan waar de algemene zoekfunctie staat, waarmee je kan zoeken naar informatie op de website.
5. In hoeverre kunnen de testpersonen voor hen relevante informatie verkrijgen?	17. Weten de testpersonen waar zij de algemene zoekfunctie kunnen vinden? 18. Kunnen de testpersonen de informatie op de artikelpagina's gemakkelijk lezen en bekijken?	Geef aan waar de zoekfunctie zich bevindt Lees het artikel over zumba en bekijk het filmpje op de pagina.
6. In hoeverre kunnen de testpersonen met gemak uitloggen?	19. Kunnen de testpersonen uitloggen uit het systeem?	Log uit van de website

7.2.3. Testformulier opstellen

Met behulp van de testtaken had ik vervolgens het testformulier opgesteld, welke de testpersonen moesten doorlopen tijdens de test. De testtaken had ik hiervoor op een logische volgorde gezet. Daarnaast voegde ik een inleiding toe. In de inleiding stond waar de test voor diende en een korte uitleg over fitpas.nl. Vervolgens lichtte ik in het kort toe hoe de test werkte. De inleiding had ik gemaakt zodat de testpersoon precies wist waar de test over ging, waarom die werd afgenomen en hoe de test ongeveer zou verlopen. Op deze manier wist de testpersoon precies waar hij of zij aan toe was.

Na de inleiding kregen de testpersonen twee voorafgaande vragen. Door deze vragen te stellen kon ik de segmentatie van leeftijd toepassen en wist ik welke testpersonen al wel en welke geen voorkennis hadden van fitpas.nl

De test heb ik gemaakt met behulp van Google forms. Hiermee kon ik namelijk de test in stukjes knippen. Gebruikers konden zicht dan telkens op één taak focussen en niet vast vooruit lezen. Dit was belangrijk omdat sommige testtaken een gevolg waren van elkaar. Bij sommige taken was het zo dat wanneer de testpersoon de vervolgtask al gelezen had voordat hij de taak ervoor had uitgevoerd, dit invloed zou hebben op de voorafgaande taak.

In onderstaande tabel beschrijf ik de opbouw van het testformulier. De tabel loopt door tot op de volgende pagina. In de tabel is ook te lezen welke meetvragen worden getest met welke taak. Sommige meetvragen komen bij meerdere testtaken terug. Het uitgewerkte en werkende testformulier is online vinden via de volgende link: <http://goo.gl/forms/s3BVkwR1ag>

Testtaken en toelichtende informatie zoals verwerkt in het testformulier, weergegeven per testpagina	Bijbehorende meetvraag(en)
<p>Inleiding: Fitpas.nl is een online platform waarop allerlei informatie te vinden is, over het thema vitaliteit en gezondheid. Grote organisaties kunnen zich hierbij aansluiten. Al hun medewerkers krijgen dan een eigen profiel op het platform. Fitpas.nl is ervoor om gebruikers te stimuleren gezonder te gaan leven.</p> <p>Op dit moment wordt fitpas.nl alleen goed weergegeven op een desktop computer of een laptop met groot scherm. Op een smartphone is de website erg ongebruiksvriendelijk. Vandaar dat ik als afstudeeropdracht een mobiele versie van de website heb ontworpen. Met behulp het prototype wat u links ziet staan en deze test wil ik controleren of u begrijpt hoe de mobiele website werkt. Het prototype is enkel bedoeld om te testen, vandaar dat het niet helemaal is uitgewerkt. Vandaar dat niet alle functies werken.</p> <p>Wanneer de test start worden er als eerste een aantal vragen gesteld. Vervolgens krijgt u een taak te zien. Aan u de vraag deze taak uit te voeren op het prototype. Na het uitvoeren van de taak vervolgt u de test naar een volgende taak. In totaal zijn er vier taken, de test zal ongeveer 10 minuten duren.</p> <p>Alvast hartelijk bedankt voor uw medewerking. Wanneer u er klaar voor bent, kunt u beginnen</p>	N.V.T.
<p>Voorafgaande vragen: Wat is uw leeftijd? Was u al bekend met fitpas.nl? Ja/Nee</p>	N.V.T.

Wat is uw leeftijd? Was u al bekend met fitpas.nl? Ja/Nee	N.V.T.
Taak 1: U wilt inloggen op fitpas.nl maar bent uw wachtwoord vergeten. Vraag de inloggegevens op, log in op fitpas.nl en zorg ervoor dat u voortaan standaard ingelogd blijft.	1, 2 & 3
Taak 2: U wilt vanavond vegetarisch koken maar heeft geen inspiratie voor een recept. Navigeer met behulp van het menu naar de pagina met recepten. Zorg ervoor dat er alleen vegetarische recepten worden weergegeven	4, 5, 6 & 13
Vervolg taak 2: Open het recept peultjes met geitenkaas. Kun je aangeven welke recepten vergelijkbaar zijn met dit recept? (MEERKEUZEVRAAG)	18
Taak 3: Navigeer naar de pagina in beweging, zorg ervoor dat de artikelen op de pagina weergegeven worden, met het meest gelezen artikel bovenaan. Welk artikel is het meest gelezen? (INVULVELD)	4, 5, 6 & 14
Vervolg Taak 3: Lees het artikel over zumba en bekijk het filmpje op de pagina.	18
Taak 4: Op fitpas.nl kun je activiteiten of sportabonnementen boeken met korting. U heeft na het lezen van het artikel over zumba interesse gekregen in deze danssport. U besluit om op fitpas.nl te kijken of u met korting een zumbales kunt boeken. U heeft twee eisen: 1. U wilt dansen in Den Haag 2. Er moeten kluisjes aanwezig zijn in de desbetreffende dansschool Voer de zoekopdracht uit en bekijk de zoekresultaten.	8 & 9
Vervolg taak 4: Pas de zoekopdracht aan, vink ook aan dat ze moeten beschikken over gratis parkeren en open dan weer de resultaten.	10
Vervolg taak 4: U besluit dat u het "Zumba abonnement" van Diana Meyer Dance & Showbizz Academy wil boeken. Boek dit abonnement, doorloop het hele boekproces, open het boekingsbewijs en keer dan terug naar de homepagina.	11, 12 & 13
Taak 5: U wilt na het boeken nog meer artikelen lezen over zumba. U wilt zoeken op dit woord met behulp van de zoekfunctie om snel een overzicht te krijgen van alle artikelen die over dat onderwerp gaan. Geef aan waar deze zoekbalk, waarmee je kan zoeken naar informatie op de website, staat. (INVULVELD)	17
Laatste taak: De laatste taak is uitloggen van de website. Hartelijk bedankt voor het uitvoeren van de test, hierdoor kan ik de ontwerpen verder verbeteren en uiteindelijk afstuderen van de Haagse Hogeschool. Met vriendelijke groet, Bonita van Veldhoven	19

8. Fase 4: Realisatiefase

In de realisatiefase wordt het gewenste projectresultaat opgeleverd (Grit, 2011). Voordat ik dit kon doen moest ik nog controleren of het resultaat wel daadwerkelijk goed aansloot op de doelgroep en of ik aan de functionele eisen had voldaan. Vandaar dat ik de usabilitytest in deze fase heb uitgevoerd en de resultaten nog in de ontwerpen heb doorgevoerd en in het testrapport heb opgenomen.

8.1. Usability test

8.1.1. Testpersonen selecteren

Deze test wilde ik, zoals beschreven in het testplan, zowel uitvoeren op personen die fitpas.nl al kennen, als op personen die fitpas.nl nog niet kennen. Dit moest omdat wanneer een gebruiker de desktopwebsite al kent, hij / zij de website op smartphoneformaat net zo gemakkelijk of nog gemakkelijker moet kunnen gebruiken. In een aantal gevallen ben ik namelijk afgeweken van de desktopwebsite in mijn ontwerpen voor de website of smartphoneformaat. Van de zoekfunctie heb ik bijvoorbeeld een aparte pagina gemaakt i.p.v. hem op de homepage te plaatsen zoals op desktopformaat. Op de homepage heb ik alleen een knop naar de functie toe geplaatst. Ervaren gebruikers mochten door dit soort verschillen niet in de war raken.

De test wilde ik ook uitvoeren op testpersonen die fitpas.nl nog niet kennen. Dit is belangrijk omdat nieuwe gebruikers de website ook voor het eerst via hun smartphone kunnen bezoeken, zonder dat zij ooit de desktopversie hebben gezien. Ook voor deze nieuwe gebruikers moet direct duidelijk zijn hoe de website (op smartphoneformaat) werkt.

Een vereiste voor de testpersonen was dat zij in het bezit waren van een smartphone met toegang tot het internet. Mensen die dit niet hebben, weten immers nog niet hoe ze met een smartphone om kunnen gaan. Deze mensen zullen fitpas.nl toch nooit via een smartphone bezoeken.

Omdat er uit de doelgroepanalyse bleek dat er tussen jonge en oudere mensen veel verschil zit qua internet vaardigheid, is het belangrijk dat het prototype zowel op jonge als op oudere mensen wordt getest. Tevens bleek uit het doelgroeponderzoek dat op het gebied van internetvaardigheid ook verschil zit tussen hoger en lager opgeleiden. Vandaar dat ik zowel op leeftijd als opleidingsniveau heb gesegmenteerd.

In totaal wilde ik de test uitvoeren op 18 testpersonen. Dit deed ik omdat wanneer ik deze personen zou verdelen op onderstaande wijze, ieder segment uit de doelgroep aan bod zou komen, zowel bij de mensen die fitpas.nl wel kenden en mensen die fitpas.nl nog niet kenden.

Persoon 1	Persoon 2	Persoon 3	Persoon 4	Persoon 5	Persoon 6	Persoon 7	Persoon 8	Persoon 9
Laag opgeleid	Middelbaar Opgeleid	Hoog opgeleid	Laag opgeleid	Middelbaar Opgeleid	Hoog opgeleid	Laag opgeleid	Middelbaar Opgeleid	Hoog opgeleid
Tussen 18 - 35 jaar			Tussen 36 - 55 jaar			Tussen 55 - 67 jaar		

Figuur 72: verdeling testpersonen die fitpas.nl al kennen

Persoon 10	Persoon 11	Persoon 12	Persoon 13	Persoon 14	Persoon 15	Persoon 16	Persoon 17	Persoon 18
Laag opgeleid	Middelbaar Opgeleid	Hoog opgeleid	Laag opgeleid	Middelbaar Opgeleid	Hoog opgeleid	Laag opgeleid	Middelbaar Opgeleid	Hoog opgeleid
Tussen 18 - 35 jaar			Tussen 36 - 55 jaar			Tussen 55 - 67 jaar		

Figuur 73: verdeling testpersonen die fitpas.nl niet kennen

8.1.2. Test uitvoeren

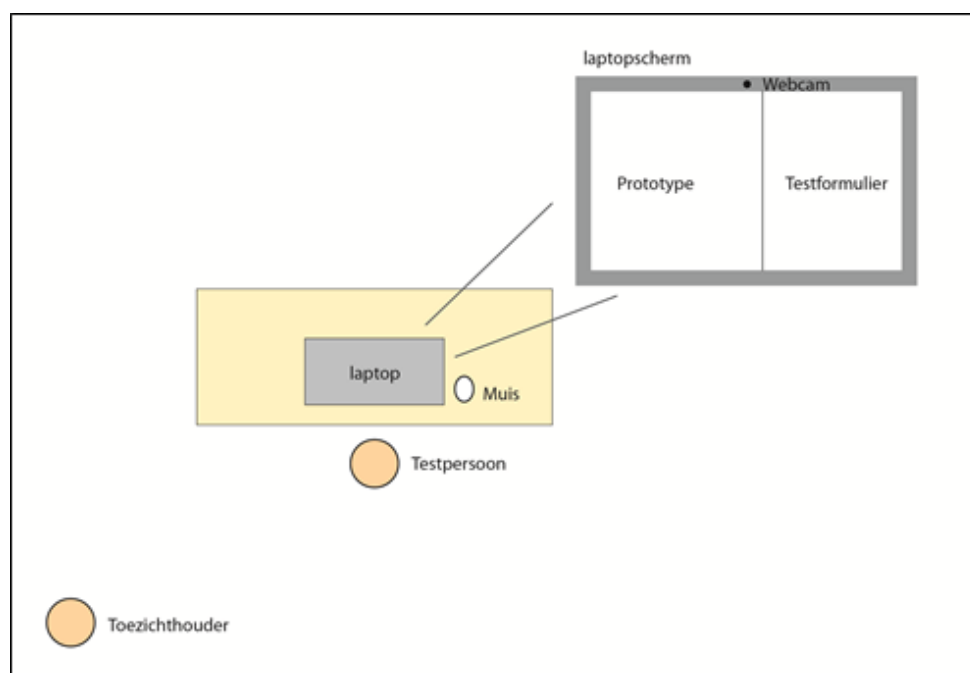
In het testplan had ik ook de testopstelling beschreven. Ik heb de test afgenomen vanaf mijn laptop, waarop het prototype en het testformulier beide geopend waren. Tijdens het testen heb ik het scherm opgenomen met behulp van het opname programma Camtasia. Doordat het prototype en het testformulier beide op het scherm stonden, kon ik later de test heel precies terugkijken. Op het testformulier kon ik dan namelijk zien met welke testtaak ze bezig waren en welke acties zij uitvoerden om die betreffende testtaak te volbrengen.

Terwijl de test werd uitgevoerd wilde ik met de webcam van de laptop, ook de testpersoon zelf filmen. Hierdoor kon ik later tijdens het analyseren bekijken welke uitdrukkingen de testpersonen hadden, tijdens het uitvoeren van een bepaalde taak. Wanneer ik zou zien dat testpersonen bedenkelijk keken of twijfelden, zou ik wellicht kunnen concluderen dat er nog iets verbeterd moest worden aan het ontwerp.

Tijdens het testen moest er een muis aanwezig zijn, omdat sommige testpersonen misschien niet goed konden omgaan met het touchpad van mijn laptop. Dit zou de testresultaten dan ten onrechte kunnen beïnvloeden.

Tijdens het afnemen van de testen heb ik afstand gehouden van de testpersoon. Op deze manier kon de testpersoon ongestoord de test uitvoeren. Het was niet de bedoeling dat ik de testpersoon zou helpen of zou meekijken. Echter wanneer het zou gebeuren dat er technisch echt iets mis ging, was ik voor de zekerheid wel in de buurt.

Op figuur 74 is de opstelling te zien, welke ik ook had opgenomen in het testplan.



Figuur 74.: de testopstelling

De tests had ik precies zo uitgevoerd als beschreven in het testplan. Voor het uitvoeren van de tests heb ik mogelijke testpersonen per e-mail benaderd. Op de volgende pagina heb ik als voorbeeld één van de mailtjes weergegeven, waarmee ik een testpersoon benaderd heb.

Benaderingsmail naar één van de testpersonen

Beste Marije,

Van mijn moeder (Josephine van Veldhoven) hoorde ik dat u bij de Haagse Hogeschool werkt en een account hebt op fitpas.nl. Voor deze website heb ik mijn afstudeeropdracht uitgevoerd. Ik heb een mobiele versie van de website ontworpen, zodat fitpas.nl in de toekomst ook op een smartphone goed weergegeven wordt.

Om de gebruiksvriendelijkheid van mijn ontwerpen te controleren en te kunnen verbeteren, wil ik deze graag laten testen. Hiervoor ben ik nu op zoek naar testpersonen die fitpas.nl al kennen en personen die deze juist nog niet kennen. Zou u mij hiermee willen helpen?

De test zou ik graag willen uitvoeren tussen 15 en 24 juli. Zelf woon ik net als u in Voorburg dus dit kan bij mij thuis maar ik kan ook bij u langskomen of op de Haagse Hogeschool. De test zal maximaal 20 minuten duren.

Graag hoor ik of u mee zou willen werken en wanneer u hiervoor gelegenheid heeft, waar en wanneer het u dan uitkomt.

Met vriendelijke groet,

Bonita

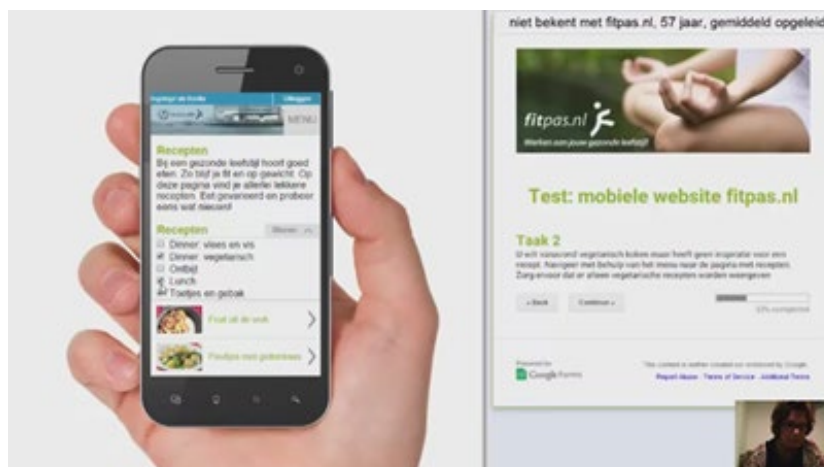
Figuur 75.: Benaderingsmail naar één van de testpersonen

Uiteindelijk is het gelukt om 17 testpersonen te vinden die wilden meewerken. Hiervoor heb ik o.a. mensen benaderd die in de gebruikerspeiling van Holland Fit hadden aangegeven, het niet erg te vinden nogmaals benaderd te worden. Voor de testpersonen die fitpas.nl nog niet kenden, heb ik in mijn eigen omgeving en kennissenkring rondgekeken, welke mensen in de doelgroep van fitpas.nl pasten. Ook hen heb ik benaderd met de vraag of ze mee wilden werken.

Helaas is het niet gelukt om een afspraak te maken met iemand die fitpas.nl al eens heeft gebruikt, ouder is dan 55 en laag is opgeleid. In totaal heb ik dus 17 i.p.v. de vooraf vastgestelde 18 testen afgenomen. Testpersoon 7 mist daarom in de resultaten.

8.1.3. Testgegevens verwerken

In het programma Excel heb ik een tabel gemaakt met alle testpersonen en taken. Vervolgens heb ik één voor één alle testopnames bekeken en in de tabel aangegeven welke taken de testpersonen goed, welke gedeeltelijk en welke ze niet goed hadden gemaakt. Hieronder staat ter illustratie een screenshot van één van de testopnames, op figuur 76 is de tabel met alle uitslagen te bekijken.



Figuur 76: screenshot opname testpersoon 17, bezig met taak 2

Testpersoon 8 wil ik graag even uitlichten. Deze testpersoon was niet in staat om de test naar minimale behoren uit te voeren. Ze heeft dan ook geen van de taken goed uit kunnen voeren. Aan het einde van de test gaf zij al aan dat ze het lastig vond om tussen de twee schermen (het prototype en de testtaken) te switchen en dat zij wel een smartphone had maar zij deze eigenlijk alleen gebruikt om mee te bellen en berichtjes te sturen en nooit om op internet te gaan. Tijdens het bekijken van haar opname kon ik niet vaststellen met welke testtaak zij bezig was. Het leek erop dat zij gewoon maar wat door het prototype rond aan het klikken was en vrijwel niet eens naar de testtaken keek. Hierdoor blijkt zij achteraf ongeschikt als testpersoon en heb ik haar niet verder meegerekend. De opname van haar test heb ik wel bijgevoegd op de CD in bijlage 6.

	Bekent met fitpas.nl	leeftijd	Leeftijds-segment	opleidings-niveau	Taak 1	Taak 2	Vervolg taak 2	Taak 3	Vervolg taak 3	Taak 4	Vervolg taak 4	Vervolg taak 4 (2)	Taak 5	Laatste taak
Testpersoon 1	ja	20	Jong	laag	✓	✗	✗	✓	✓	✓	○	✓	✓	✓
Testpersoon 2	ja	28	Jong	Gemiddeld	✓	✓	✓	✓	✓	✓	○	✓	✓	✓
Testpersoon 3	ja	25	Jong	hoog	✓	✓	✓	✓	✓	✓	○	✓	✓	✓
Testpersoon 4	ja	48	Gemiddeld	Laag	✓	○	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Testpersoon 5	ja	43	Gemiddeld	gemiddeld	✓	✓	✓	✓	✓	✓	○	✓	○	✓
Testpersoon 6	ja	37	Gemiddeld	Hoog	✓	✓	✓	✓	✓	✓	○	✓	✓	✓
Testpersoon 7	ja		Oud	Laag										
Testpersoon 8	ja		Oud	gemiddeld	○	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
Testpersoon 9	ja	60	Oud	Hoog	✓	✓	✓	✓	✓	✓	○	✓	✗	✓
Testpersoon 10	nee	21	Jong	Laag	○	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓
Testpersoon 11	nee	23	Jong	gemiddeld	✓	○	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Testpersoon 12	nee	25	Jong	Hoog	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Testpersoon 13	nee	51	Gemiddeld	Laag	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓
Testpersoon 14	nee	49	Gemiddeld	Gemiddeld	✗	✗	✓	✓	✓	✓	○	✓	✓	✓
Testpersoon 15	nee	50	Gemiddeld	Hoog	○	✓	✓	✓	✓	✓	○	✓	✓	✓
Testpersoon 16	nee	59	Oud	Laag	○	✗	✗	✗	✓	✓	✓	✗	✗	✓
Testpersoon 17	nee	57	Oud	gemiddeld	○	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗
Testpersoon 18	nee	56	Oud	Hoog	✓	✓	○	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

Figuur 77: tabel met alle testresultaten

Bevindingen per testtaak

Nadat ik een overzicht van alle taken bij elkaar had gemaakt, heb ik mijn bevindingen per testtaak opgeschreven. Hierbij bekeek ik ook of de meetvragen die bij de testtaken hoorde met een voldoende waren afgesloten. Wanneer dit niet zo was, bekeek ik het probleem en gaf ik aan wat hiervoor veranderd moest worden aan het ontwerp. Hieronder heb ik als voorbeeld de beschrijving van één van de testtaken weergegeven.

Bevindingen bij "vervolg taak 4" (pagina 23, Testplan/-rapport)

Deze testtaak luidde als volgt:

"U besluit dat u het "Zumba abonnement" van Diana Meyer Dance & Showbizz Academy wilt boeken. Boek dit abonnement, doorloop het hele boekproces, open het boekingsbewijs en keer dan terug naar de homepage."

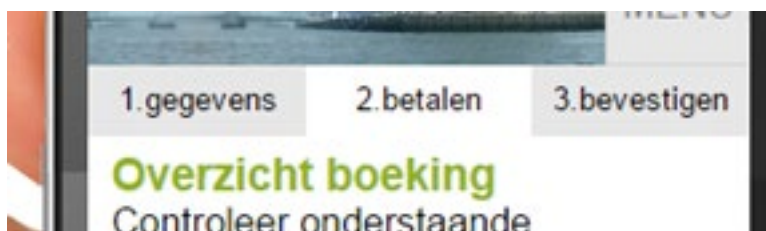
Met behulp van de testtaak wilde ik antwoord geven op onderstaande meetvragen.

11. Zijn de testpersonen in staat om door het boekstelsysteem te navigeren?
12. Zijn de testpersonen in staat het boekingsbewijs te openen?

Op testpersoon 16 na, konden alle testpersonen zonder problemen het boekingsproces doorlopen. Testpersoon 16 heeft de boeking niet afgerond, de reden daarvoor is niet duidelijk maar ik denk dat ze geen ervaring heeft met iets boeken via het internet en gewoon niet begreep wat ze aan het doen was.

Ondanks dat het verder alle testpersonen lukte om te navigeren, zag ik dat een aantal personen proberen naar de volgende of vorige boekpagina te gaan, door bovenaan op de verschillende stappen in het boekproces te klikken. Hiermee bedoel ik de stappen op figuur 9. Dit zijn geen knoppen maar uit de test blijkt dus dat de testpersonen ze wel voor knoppen aanzien.

In het adviesrapport wil ik daarom opnemen dat ze als navigatieknoppen moeten werken. Wanneer de gebruiker zich op de eerste pagina (1. gegevens) bevindt, moet hij/zij naar de volgende pagina kunnen navigeren door op 2. betalen te klikken. Wanneer een gebruiker zich juist op pagina 2. betalen bevindt, moet de knop 1. gegevens als "vorige" knop werken. Dit zal ik opnemen in het adviesrapport.



Figuur 9: boekproces stappen

Antwoorden op de meetvragen

11. Zijn de testpersonen in staat om door het boekstelsysteem te navigeren?

Ja, testpersonen kunnen zonder problemen door het boekstelsysteem navigeren maar het kan gemakkelijker worden gemaakt door de processtappen ook als navigatieknoppen te laten werken. Wanneer ik dit in het adviesrapport heb opgenomen, is deze meetvraag voldoende afgesloten.

12. Zijn de testpersonen in staat het boekingsbewijs te openen?

Ja, de testpersonen zijn in staat het boekingsbewijs te openen. Deze meetvraag is hiermee voldoende afgerond.

Figuur 78.: Bevindingen bij "vervolg taak 4" (pagina 23, Testplan/-rapport)

Zoals ook in het voorbeeld te zien is konden niet alle meetvragen gelijk als voldoende worden beschouwd. Er kwamen 4 meetvragen naar voren waarin verbeteringen konden worden doorgevoerd. Hieronder bespreek ik de meetvragen die nog niet helemaal goed waren gegaan.

Meetvraag 8: Kunnen de testpersonen de zoekfunctie gemakkelijk vinden?

Ja, alle testpersonen kunnen de zoekfunctie vinden maar dit kan nog gemakkelijker worden gemaakt door ook een verwijzing naar de functie te plaatsen op de pagina "in beweging".

Meetvraag 10: Zijn de testpersonen in staat hun zoekopdracht aan te passen?

Ja, testpersonen zijn in staat om hun zoekopdracht aan te passen. Zodra zij echter al een resultaat geopend hebben, lukt het ze niet meer om terug naar de resultaten te keren en hem aan te passen. Dan moeten ze de zoekopdracht opnieuw uitvoeren en kost dit meer moeite. Vandaar dat er ook bovenaan de eerste boekprocepagina een optie moet komen, om terug te keren naar de zoekresultaten. Wanneer ik dit doorvoer is de meetvraag met een voldoende afgesloten.

Meetvraag 11: Zijn de testpersonen in staat om door het boekstelsysteem te navigeren?

Ja, testpersonen kunnen zonder problemen door het boekstelsysteem navigeren, maar het kan gemakkelijker worden gemaakt door de processtappen ook als navigatieknoppen te laten werken. Wanneer ik dit in het adviesrapport heb opgenomen, is deze meetvraag voldoende afgesloten.

Meetvraag 14: Begrijpen testpersonen hoe ze informatie kunnen filteren?

Niet alle testpersonen hebben de recepten gefilterd. Wellicht hebben zij de knop over het hoofd gezien of begrijpen ze niet hoe de functie werkt.

Deelvragen beantwoorden

Met behulp van de antwoorden op de meetvragen, kon ik ook antwoord geven op de deelvragen. Hier kwamen de verbeterpunten die tijdens het beantwoorden van de meetvragen naar voren waren gekomen, weer in terug. Als voorbeeld hieronder het antwoord op deelvraag 5.

Antwoord op deelvraag 5 (pagina 27, Testplan/-rapport)

Deelvraag 5: in hoeverre kunnen de testpersonen voor hen relevante informatie verkrijgen?

De bijbehorende functionele eisen waren:

- De gebruiker wil naar specifieke informatie kunnen zoeken met behulp van een zoekveld.
- De gebruiker wil filmpjes kunnen bekijken.

Alle testpersonen kunnen zonder moeite artikelen lezen en ook filmpjes afspelen. Ze kunnen dus in principe alle informatie tot zich nemen die fitpas.nl biedt. De meeste testpersonen begrijpen ook waar de zoekfunctie staat om naar specifieke informatie te zoeken.

In de ontwerpen en het prototype had ik een functie toegevoegd waarmee de gebruikers artikelen en recepten kunnen filteren en sorteren, zodat ze nog gericht naar specifieke informatie kunnen zoeken. Niet alle testpersonen hadden de recepten gefilterd. Echter wel bijna alle testpersonen konden de artikelen sorteren. De filter- en de sorteerknop zien er beide echter exact hetzelfde uit en staan op dezelfde plaats. Het kan dus niet aan de knop zelf liggen. Twee testpersonen hadden de recepten wel gefilterd maar niet op de juiste manier. Om de kans te verkleinen dat gebruikers ook niet begrijpen hoe het filteren werkt, zal ik boven de filteropties de volgende zin plaatsen:

“zorg dat wat je wilt zien, aangevinkt staat. Vink uit wat je niet wilt zien”

Dit moet aangepast worden in het ontwerp en het adviesrapport.

Al met al zijn de testpersonen dus al in staat om voor hen relevante informatie te verkrijgen en kan deze meetvraag als voldoende worden beschouwd. Door deze extra zin toe te voegen, kan het ontwerp echter nog net iets worden verbeterd.

Figuur 79.: Antwoord op deelvraag 5

Testconclusie

Als laatste schreef ik de testconclusie. Hierin gaf ik antwoord op de hoofdvraag en noemde ik nogmaals alle verbeterpunten.

Conclusie (pagina 29, Testplan/-rapport)

De hoofdvraag van deze test luidde:

“In hoeverre is het prototype gemakkelijk te gebruiken voor gebruikers en voldoet het aan de vooraf opgestelde functionele eisen?”

Na het testen en vervolgens beantwoorden van de meet- en deelvragen kan geconcludeerd worden dat het prototype gemakkelijk te gebruiken is door gebruikers. Er zijn geen grote problemen gevonden en het prototype voldoet aan bijna alle functionele eisen

Echter zijn er 3 eisen waar het prototype nog niet optimaal aan voldoet, dit zijn de volgende:

- Kunnen de testpersonen de zoekfunctie gemakkelijk vinden?
- De gebruiker wil tijdens het zoeken naar een activiteit, op elk moment zijn zoekopdracht kunnen wijzigen.
- De gebruiker moet tijdens het boeken op elk moment een stap terug in het proces kunnen zetten.

Om aan deze eisen te voldoen moeten er 2 dingen worden aangepast.

1. Alle testpersonen kunnen de zoekfunctie vinden maar dit kan nog gemakkelijker worden gemaakt door ook een verwijzing naar de functie te plaatsen op de pagina “in beweging”. Op de desktopversie van fitpas.nl staat de zoekfunctie hier namelijk ook. In de test is te zien dat sommige testpersonen eerst op deze pagina zochten, voordat zij de zoekfunctie via het menu vonden. Dit moet aangepast worden in de ontwerpen.
2. Zodra gebruikers een zoekresultaat hebben aangeklikt, kunnen zij niet meer terug naar de resultaten (de “terug” knop onderaan de pagina zien zij namelijk over het hoofd). Deze eis kan pas met een voldoende worden afgesloten, wanneer er bovenaan de eerste boekpagina, een terugknop wordt geplaatst.
3. In het adviesrapport moet worden opgenomen dat de processtappen bovenaan de boekpagina’s, ook als navigatieknoppen kunnen worden gebruikt. Gebruikers kunnen op deze wijze, echt op elk moment een stap terug (of vooruit) zetten in het boekproces. Hierdoor is het niet meer nodig dat zij hiervoor naar beneden moeten scrollen.

Daarnaast kan de filterfunctie verbeterd worden. Om de kans te verkleinen dat gebruikers niet begrijpen hoe het filteren werkt, zal ik boven de filteropties de zin “Zorg dat wat je wilt zien, aangevinkt staat. Vink uit wat je niet wilt zien” toevoegen.

Wanneer bovenstaande wijzigingen doorgevoerd zijn, zijn de ontwerpen met optimaal gemak te gebruiken voor de doelgroep.

Figuur 80.: Testconclusie

8.2. Verbeterpunten doorvoeren

Uit de test waren dus 4 verbeterpunten naar voren gekomen.

1. Op de pagina "in beweging" moet een verwijzing naar de activiteiten zoekfunctie komen.
2. Bovenaan de eerste boekpagina moet een terugknop naar de zoekresultaten worden geplaatst.
3. In het adviesrapport moet worden opgenomen dat de processtappen bovenaan de boekpagina's, ook als navigatieknoppen kunnen worden gebruikt. Gebruikers moeten hiermee elk moment een stap terug (of vooruit) kunnen zetten in het boekproces.
4. In de filterfunctie moet de zin "zorg dat wat je wilt zien, aangevinkt staat. Vink uit wat je niet wilt zien" toegevoegd worden.

Al deze verbeterpunten heb ik aangepast in de ontwerpen en het adviesrapport. Hieronder zal ik deze per punt behandelen.

Punt 1: op de pagina "in beweging" moet een verwijzing naar de activiteiten zoekfunctie komen.

Hiervoor heb ik het ontwerp van de pagina "in beweging" aangepast. Op figuur 82 zie je hoe het eerst was en op figuur 83 is het aangepaste ontwerp te zien, met de verwijzing naar de activiteiten zoekfunctie. In het adviesrapport heb ik het volgende opgenomen:

Aanbeveling voor de pagina "in beweging" (pagina 18, Adviesrapport)

Ik wil aanbevelen om alle categorie pagina's op dezelfde (bovenstaande) manier in te delen, om te zorgen dat de website consistent blijft. Echter heb ik hierop één uitzondering. Plaats op de pagina "in beweging" wel een verwijzing naar de activiteiten zoekfunctie. Op desktopformaat staat deze zoekfunctie ook op deze pagina. Ervaren gebruikers raken in de war als de functie op smartphoneformaat daar opeens niet meer staat.

Figuur 81.: Testconclusie



Figuur 82: oude ontwerp v.d. pagina "in beweging"



Figuur 83: ontwerp na aanpassing van de pagina "in beweging"

Punt 2: Bovenaan de eerste boekpagina moet een terugknop naar de zoekresultaten worden geplaatst.

Punt 3: In het adviesrapport moet worden opgenomen dat de processtappen bovenaan de boekpagina's, ook als navigatieknoppen kunnen worden gebruikt. Gebruikers moeten hiermee elk moment een stap terug (of vooruit) zetten in het boekproces.

Punt 2 en 3 gaan beide over het boekstelsel en behandel ik daarom tegelijk.

Voor punt 1 heb ik het ontwerp aangepast. Het nieuwe ontwerp met de terug knop zie je op figuur 85 Bij de ontwerpen van het boekstelsel heb ik de volgende uitleg geplaatst:

Aanbevelingen voor het boekstelsel (pagina 23, Adviesrapport)

Ook op een smartphone is het belangrijk dat het boeken van een activiteit gemakkelijk gaat en het stelsel overzichtelijk is. Laat daarom bovenaan de pagina zien in welke stap van het boekproces de gebruiker zich bevindt. Stel ook in dat de gebruiker op deze "tabbladen" bovenaan, kan klikken om te navigeren. Dus wanneer de gebruiker op de pagina 1. gegevens staat en klikt op 2. betalen, dat hij naar die pagina gaat. Uiteraard moet het stelsel wel een foutmelding geven wanneer de gebruiker nog niet al zijn gegevens heeft ingevuld. Hetzelfde geldt natuurlijk andersom, de gebruiker moet ook een stap terug kunnen zetten in het proces, door op het voorgaande tabblad te klikken.

Geef de gebruiker ook met behulp van de knoppen onderaan, op elk moment de mogelijkheid om een stap terug te gaan in het boekproces of de boeking te annuleren. Om de boeking te annuleren kunnen ze in principe op elk moment de menuknop gebruiken. Echter is het duidelijker (zeker voor minder ervaren en onzekere internetgebruikers) om daadwerkelijk een knop "annuleren" te plaatsen.

Uit de test met het prototype bleek dat de testpersonen op de eerste boekpagina, de "terug" knop onderaan de pagina over het hoofd zagen. Plaats daarom ook aan de bovenkant van de eerste boekpagina een terugknop, die terug verwijst naar de zoekresultaten. Zie figuur 18.

Figuur 84.: Aanbevelingen voor het boekstelsel

The screenshot shows the '1. gegevens' (1. details) step of a booking process. At the top, there's a progress bar with three steps: '1. gegevens', '2. betalen', and '3. bevestigen'. Below the progress bar, there's a 'Terug' button. The main content area is titled 'Gegevens instelling' (Details setting) and contains the following information: 'Instelling: Diana meyer Dance & Showbizz Academy', 'Adres: Westduinweg 214-216', 'Postcode: 2583 AJ Den Haag', 'Telefoon: 070-7370598', and 'E-mail:'. Below this, there's a section titled 'Dans Abonnement' (Dance Subscription) with the text 'Zumba abonnement voor 3 maanden' (Zumba subscription for 3 months), 'Termijn: maanden' (Term: months), and 'Kosten: € 55,00'. Below the subscription section, there's a 'Selecteer datum' (Select date) section with the text 'Selecteer hieronder op welke datum je wil starten. Je kunt deze activiteit boeken van 1-1-2015 tot 31-12-2015'. Below the date selection, there's a calendar grid for May 2015. At the bottom, there's a section titled 'Jouw gegevens' (Your details) with the text 'Controleer onderstaande gegevens en vul deze aan' (Check the following details and fill them in). Below this, there are input fields for 'Bonita', 'van', 'Veldhoven', '(Postcode)', '(Plaats)', '(Telefoonnummer)', and 'B.vanveldhoven@hollandfit.nl'. At the very bottom, there are three buttons: '< Terug', 'Annuleren', and 'Betalen'.

Figuur 85: ontwerp eerste boekpagina na aanpassing

Punt 4: In de filterfunctie moet de zin “Zorg dat wat je wilt zien, aangevinkt staat. Vink uit wat je niet wilt zien” toegevoegd worden.

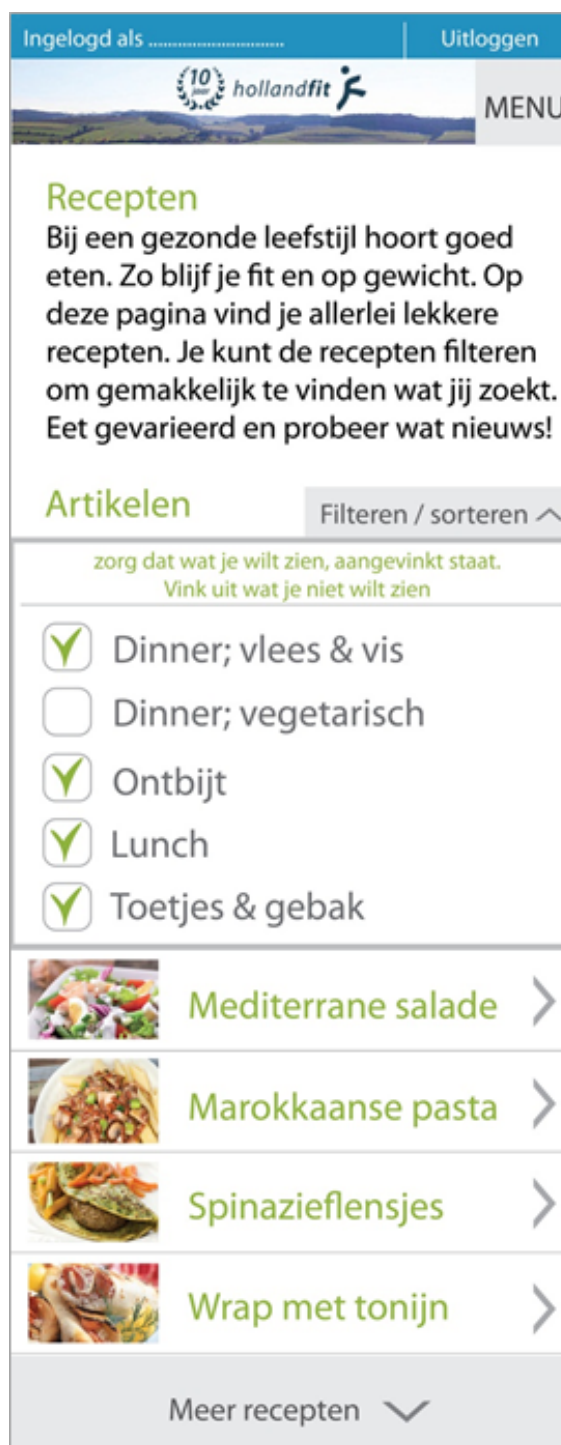
Van de uitgeklapte filterfunctie had ik in het tussentijds adviesrapport nog geen ontwerp opgenomen. In het uiteindelijke adviesrapport heb ik het onderstaande ontwerp opgenomen (figuur 87). Hierin is duidelijk te zien dat er nog extra informatie wordt weergegeven in de zoekfunctie. Daarbij had ik de volgende aanbevelingen.

Aanbevelingen voor filteren (pagina 19, Adviesrapport)

Geef de gebruiker net als op desktopformaat, ook nu de mogelijkheid om artikelen te filteren of sorteren wanneer dit nodig is. Weergeef niet direct alle opties, hiervoor is te weinig plaats op een klein scherm. Laat de opties uitschuiven wanneer er wordt geklikt op de knop rechtsboven de artikelen, zoals in figuur 10 en 11.

Uit de test met het prototype bleek dat niet alle testpersonen begrepen hoe zij de filterfunctie moesten gebruiken. Weergeef daarom boven de filters de zin “Zorg dat wat je wilt zien, aangevinkt staat. Vink uit wat je niet wilt zien”. Zie figuur 11.

Figuur 86: Aanbevelingen voor filteren



Figuur 87: ontwerp voor filteren

8.3. Adviesrapport overdragen

Zoals beschreven in paragraaf 7.1. had ik voor het testen, mijn advies al gepresenteerd en een tussentijds adviesrapport opgeleverd. Na het testen heb ik zoals besproken in de vorige paragraaf, nog een aantal wijzigingen in het adviesrapport doorgevoerd.

Nadat het adviesrapport af was ben ik hiervoor aan tafel gaan zitten met de opdrachtgever. Met hem heb ik de testresultaten besproken en laten zien welke wijzigingen ik daardoor had doorgevoerd in het adviesrapport. Vervolgens heb ik uitgelegd waarom deze wijzigingen het ontwerp verbeterden.

Vervolgens heb ik het adviesrapport overhandigd samen met de externe bijlagen (onderzoeksrapport, card-sortinganalyse, ontwerprapport, testplan/-rapport, CD me clickable testdemo & prototype).

Aan de opdrachtgever heb ik gevraagd of hij een stukje wilde schrijven over het eindresultaat, wat hij ervan vond en of het aan zijn verwachtingen voldeed.



Figuur 88: Adviesrapport met bijlagen, zoals ik ze inleverde aan de opdrachtgever

‘Proces: Bonita heeft een mooie eindspint gemaakt. Er was tijdens de rit niet altijd ruimte om binnen de organisatie om met volle aandacht te sparren over het onderzoek. De dagelijkse jobs en geplande doorontwikkeling vraagt veel aandacht. Doordat Bonita gestructureerd doorpakte liggen er nu wel een aantal heldere trajecten’

‘Bruikbaarheid: Het adviesrapport is concreet en bruikbaar. Het geeft richting aan het ontwikkeltraject richting 2016 met onze webpartner. Een deel was al bekend, vooral de input voor de mobiele versie is zeer bruikbaar en goed gevisualiseerd’

(geschreven door: Jeroen van Zwieten)

Zoals te lezen was de opdrachtgever tevreden en willen ze het adviesrapport gaan gebruiken in 2016, als ze verder gaan met het ontwikkelen van fitpas.nl. Persoonlijk ben ik blij met het resultaat en hoop ik volgend jaar te zien dat mijn adviezen worden doorgevoerd.

9. Procesevaluatie

In dit hoofdstuk evalueer ik het proces dat ik heb doorlopen, tijdens het uitvoeren van de afstudeeropdracht. Wanneer ik terugkijk op mijn proces in de afgelopen periode, ben ik over het algemeen positief, al heb ik het wel als zwaar ervaren. Van te voren had ik mijn afstudeerplan opgesteld. Deze was goedgekeurd door de opleiding en door de opdrachtgever. Hierin stond aangegeven wat ik zou gaan doen en een globale planning. Uiteindelijk bleken sommige dingen toch anders te lopen dan verwacht en zou ik sommige dingen een volgende keer anders doen.

9.1. Plan van Aanpak

Dit was de eerste activiteit van de afstudeeropdracht. Doordat het afstudeerplan al af was, vond ik het niet heel moeilijk om het plan van aanpak te schrijven. Uit het afstudeerplan kon ik veel dingen overnemen.

Echter vond ik het wel erg lastig om een projectmanagement methode te kiezen. Zoals beschreven in hoofdstuk 3.2.1. Koos ik eerst voor de watervalmethode. Dit was in mijn ogen een duidelijke methode met een duidelijke fasering voor het projectmanagement. Toen ik dit in mijn plan van aanpak had verwerkt, werd ik er echter op gewezen dat de watervalmethode geen complete projectmanagementmethode is. Er wordt bijvoorbeeld niet gekeken naar randvoorwaarden, kwaliteitsbewaking en een risicoanalyse. Vandaar dat ik alsnog ben teruggevallen op de methode van Roel Grit. Dit leverde vertraging op tijdens het begin van het project en verwarring. Mijn plan van aanpak heb ik daarna nog helemaal moeten aanpassen en uitbreiden.

Een volgende keer zal ik ervoor zorgen dat de projectmethode helemaal vaststaat, voordat ik begin aan het project. Hierdoor zal de kans op vertraging direct aan het begin van het project een stuk kleiner zijn. Ook zal ik na het maken van deze fout vervolgens goed controleren of de methode die ik wil gebruiken daadwerkelijk een projectmethode is.

9.2. Definitiefase

In de definitiefase heb ik het vooronderzoek uitgevoerd. Voorafgaand aan mijn onderzoek had ik precies in mijn hoofd wat ik wilde onderzoeken. Dit had ik echter niet met behulp van deelvragen als onderzoeksopzet in mijn rapport opgenomen. Bij mijn eerste TTA werd ik hierop gewezen. Toen ik vervolgens zelf terugkeek in mijn rapport zag ik inderdaad dat er daardoor structuur miste en het onderzoek erg onsamenhangend leek, terwijl ik natuurlijk wel van te voren had nagedacht wat ik wilde onderzoeken. Dit vond ik enorm dom van mezelf aangezien het mij op school wel is aangeleerd om een onderzoek op deze manier vast te leggen.

Na mijn TTA heb ik dit aangepast. Ik heb de onderzoeksopzet toegevoegd en mijn conclusies beter verwoord, als antwoord op de deelvragen. Mijn onderzoeksrapport werd er direct een stuk duidelijker en meer gestructureerd door. Dit zal ik voortaan dus niet meer vergeten.

De onderzoeksfase ging op bovenstaand punt na, goed van start met het expert review en de verzameling van klachten. De doelgroepsanalyse vond ik lastiger. Terwijl ik ermee bezig was twijfelde ik af en toe over mijn aanpak. Met behulp van mindmappen heb ik vastgelegd wat ik precies wilde weten. Dit vond ik een fijne methode. Een volgend onderzoek zal ik hier zeker weer gebruik van maken. Het doen van deskresearch heb ik ook op een gestructureerde manier aangepakt, met behulp van methodes die ik geleerd had bij de minor deskresearch van IDM (beschreven in hoofdstuk 4.3.2.). Deskresearch zal ik volgende keer ook weer op deze manier uitvoeren.

Lang heb ik getwijfeld over het afnemen van interviews of enquêtes. Voornamelijk omdat dit, naar mijn idee, vanuit CMD-perspectief eigenlijk als standaard wordt beschouwd. Bij vrijwel ieder doelgroeponderzoek van

de schoolprojecten, heb ik dit ook gedaan. Achteraf denk ik dat ik, voor dit project, uiteindelijk de juiste beslissing heb gemaakt. Toch zal ik een volgende keer proberen om keuzes niet te lang uit te stellen. Omdat ik de knoop niet durfde door te hakken heb ik hier vertraging opgelopen.

Het laatste puntje over het proces tijdens de definitiefase gaat over de benchmark. De benchmark heb ik ook tijdens deze fase gemaakt. Echter bleek dit achteraf niet handig. Nadat ik de benchmark af had, verschoof namelijk de opdracht naar ontwerpen op mobiel formaat. Hier had ik tijdens de benchmark niet op gefocust. Een volgende keer zal ik beter nadenken wanneer ik de benchmark inplan.

9.3. Ontwerpfase

Het begin van de ontwerpfase liep wat rommelig. Om persoonlijke redenen zat ik niet lekker in mijn vel, was ik ongeconcentreerd en was ik een week afwezig geweest. Daarnaast had ik ook al vertraging opgelopen tijdens de definitiefase en was ik daardoor in tijdnood gekomen.

Omdat ik dit heel graag in wilde halen en ongeconcentreerd was, sloeg ik stappen over van de methode van Jesse James Garrett die ik gebruikte. Hier ben ik tijdens mijn TTA op geweest. Nadat mijn afstudeerperiode verlengd was, viel er een rust over mij heen en had ik de tijd om dit op te lossen. Op dat moment heb ik stappen teruggezet in het proces en ben ik eigenlijk opnieuw van begin af aan begonnen met het doorlopen van de 5 planes van Jesse James Garrett. Dit keer sloeg ik geen stappen over en kon ik alle keuzes die ik maakte tijdens dit proces, netjes verantwoorden in het ontwerprapport.

Tijdens de ontwerpfase heb ik, in tegenstelling tot tijdens de onderzoeksfase, de doelgroep persoonlijk bij mijn project betrokken door de wireframes op desktopformaat tussendoor te testen. Dit vond ik erg fijn werken. Zo wist ik zeker dat wat ik deed, daadwerkelijk aansloot.

9.4. Voorbereidingsfase

De voorbereidingsfase verliep iets anders dan verwacht. Door het vertrek van mijn stagebegeleider binnen Holland Fit heb ik tijdens deze fase een "tussentijds adviesrapport geschreven". Dit leverde echter geen problemen op. Mijn planning heb ik hierop aangepast en vervolgens ben ik weer verder gegaan met wat ik in deze fase had ingepland, namelijk het opzetten van de usabilitytest.

Dit verliep erg goed. Van het begin af aan heb ik het opzetten van de usabilitytest gestructureerd aangepakt.

9.5. Realisatiefase

Over de realisatiefase heb ik langer gedaan dan gepland. Dit kwam voornamelijk omdat ik tijdens het begin van de ontwerpfase, zoals ik in paragraaf 9.3. heb uitgelegd, niet gefocust was. Hierdoor was ik het risico, wat ik had beschreven in het plan van aanpak, even vergeten. De risicobeschrijving was als volgt.

Risicobeschrijving (pagina 9, Plan van aanpak)

Geen gebruikers die als testpersoon willen optreden

Mijn ontwerpen wil ik testen m.b.v. een prototype. Het kan moeilijk zijn om voldoende gewillige testpersonen te vinden, die de gehele doelgroep vertegenwoordigen. Vandaar dat ik vroeg wil beginnen met testpersonen zoeken. Het lijkt mij het best al ik al begin met zoeken tijdens het ontwerpproces.

Figuur 89: Risicobeschrijving

Tijdens de ontwerpfase was ik dus nog niet begonnen met het zoeken van testpersonen. Een volgende keer zal ik er echt op letten dat ik de risico's in de gaten houd tijdens het uitvoeren van een project, zodat dit niet meer voor zal komen.

Verder verliep de realisatiefase goed. Het uitvoeren van de tests vond ik leuk om te doen maar ook wel spannend. Ik hoopte natuurlijk dat iedereen de test goed zou kunnen maken.

Het analyseren van de testresultaten vond ik op zichzelf niet moeilijk. Op de opnames was duidelijk te zien wat mensen deden en wanneer ze iets niet goed deden. Moeilijker vond ik het om mijn bevindingen op dusdanige manier op papier te zetten, dat ook mensen die de opnames niet gezien zouden hebben, zouden begrijpen wat ik bedoelde. Door de testtaken één voor één te bespreken ben ik hier uiteindelijk wel in geslaagd.

Door de wijzigingen vervolgens nog door te voeren, heb ik de realisatiefase naar mijn idee met succes afgerond.

9.6. Procesevaluatie algemeen

Binnen de opleiding CMD worden alle projecten, op één blok na, in projectgroepen uitgevoerd. Dit vond ik altijd erg prettig werken. Je kunt met elkaar nadenken over oplossingen, elkaars werk beoordelen en iedereen een eigen functie geven waar hij/zij zichzelf volledig op kan focussen. Nu moest ik alles zelf doen. Ondanks dat ik wist dat ik het kon, was dit best lastig af en toe. Soms miste ik een groepsgenoot waarmee ik even de stand van zaken kon overleggen.

Natuurlijk kon ik wel overleggen met mijn stagebegeleider. Echter keek zij toch op een meer zakelijke manier naar de opdracht, die niet altijd overeen kwam met de eisen van de opleiding. Sommige dingen die voor het afstuderen heel belangrijk waren, zoals het opstellen van een gedegen onderzoeksrapport en het beargumenteren van mijn ontwerpbeslissingen in een ontwerprapport, vond het bedrijf minder belangrijk. Het bedrijf had liever gezien dat ik minder tijd stopte in het schrijven van rapporten en direct door zou gaan naar de ontwerpfase. Ze hadden ook graag gezien dat ik meer meewerkte in het bedrijf. Dit heb ik een beetje gedaan maar de meeste tijd is toch gegaan naar mijn afstudeeropdracht. Ik vond het moeilijk om tussen de eisen van school en het bedrijf een goede balans te vinden.

10. Productevaluatie

In dit hoofdstuk evalueer ik de producten die ik tijdens het uitvoeren van mijn afstudeeropdracht heb gemaakt. Sommige producten heb ik later in de afstudeerperiode, wanneer ze eigenlijk al af waren, toch nog her en der aangepast of stukjes herschreven. Soms zorgde dit ervoor dat ik aan mijzelf ging twijfelen. Achteraf kijk ik echter toch met een goed gevoel naar mijn tussenproducten, juist doordat ik soms nog wat gewijzigd heb. Hierdoor sloten de documenten toch beter op elkaar aan.

10.1. Plan van aanpak (externe bijlage 1)

Het plan van aanpak heeft ervoor gezorgd dat ik precies wist wat ik moest gaan doen tijdens dit project. Daarmee had het zijn doel bereikt.

10.2. Onderzoeksrapport (externe bijlage 2)

Over het onderzoeksrapport ben ik uiteindelijk erg tevreden maar ik moet toegeven dat het aan het tijdens mijn eerste TTA nog zwak overkwam. Op dat moment had ik niet duidelijk beschreven wat het uiteindelijke doel was van het onderzoek. De onderzoeksvraag en de deelvragen had ik niet in het rapport opgenomen. Hierdoor leek het onderzoek onsamenhangend en ondoordacht.

Uiteindelijk heb ik dit veranderd. Mijn onderzoeksrapport begint nu met een onderzoeksopzet waarin de hoofdvraag en de deelvragen staan. Het onderzoek (dat was ook al voor mijn TTA) had ik gesplitst in 4 verschillende onderzoeken. Per onderzoek staat nu aangegeven op welke deelvragen het betreffende onderzoek antwoord geeft en in de conclusie van dat onderzoek staan de antwoorden op de deelvragen. Het rapport sluit ik nu af met de onderzoeksconclusie. Deze conclusie geeft antwoord op de hoofdvraag en komt voort uit alle antwoorden van de deelvragen. Deze conclusie had ik voor het TTA alleen los op een blaadje gezet om te bespreken met mijn stagebegeleider maar nu ook deze in het onderzoeksrapport is opgenomen is het echt één geheel geworden, waar ik erg blij mee ben.

10.3. Card-sortinganalyse (externe bijlage 4)

De card-sortinganalyse vind ik moeilijk om te evalueren. De card-sortingtest zelf (zoals beschreven in 6.3.2.) vond ik duidelijk en gestructureerd opgezet, door de verdeling in drie rondes. De analyse vond ik lastig omdat ik hier tijdens mijn opleiding nooit les in heb gehad.

Uiteindelijk vind ik dat ik de resultaten overzichtelijk in beeld heb gebracht door er staafdiagrammen van te maken (ook beschreven in hoofdstuk 6.3.2.). Hierin kon ik goed zien welke categorieën de probleempunten waren, om vervolgens te kijken hoe die probleempunten eruit gehaald konden worden en een advies op te stellen. De test en de manier waarop ik naar het nieuwe advies heb gewerkt is duidelijk beschreven en ook mensen die de manier van testen nog niet kennen, zullen het begrijpen wanneer ze de gehele card-sortinganalyse lezen.

10.4 Ontwerprapport (externe bijlage 3)

Over het ontwerprapport ben ik uiteindelijk ook tevreden. Na het eerste TTA heb ik de methode van Jesse James Garrett op de juiste manier doorlopen. Daardoor heeft het ontwerprapport een duidelijke structuur gekregen. De hoofdstukken had ik namelijk ingedeeld volgens de stappen uit deze methode.

Nu ik het rapport achteraf terugkijk zie ik wel iets wat ik een volgende keer misschien anders zou doen. De ontwerpbeslissingen staan nu per fase beschreven. Dus bij het schetsen van de wireframes staan een aantal beslissingen beschreven, bij het digitaal uitwerken van de wireframes en bij het maken van de mock-up's. Een volgende keer zal ik misschien een overzicht maken van alle ontwerpbeslissingen per ontwerp bij elkaar. Dan is het naar mijn idee nog overzichtelijker.

10.5. Prototype (op externe bijlage 6. de cd)

Over mijn prototype ben ik erg tevreden. Alle functies die ik wilde testen, werkten en waren goed te testen. Daarnaast vind ik hem er mooi uitzien, o.a. door de foto van een smartphone in een hand die eromheen staat. Hierdoor is het echt duidelijk dat het om een prototype voor smartphones gaat.

Als ik kritisch kijk naar het prototype, kan ik niet zeggen dat het van de hoogste kwaliteit is. Wanneer ik dit zeg heb ik het voornamelijk over de code. Eerlijk is eerlijk, ik ben geen programmeur. Volgens mij heb ik 10 regels code gebruikt voor functies die in 2 regels geschreven kunnen worden. Daarnaast staat er denk ik een heleboel dubbele code in, wat ook eigenlijk niet nodig hoort te zijn. Sommige functies heb ik niet op de juiste manier kunnen coderen. Bijvoorbeeld de menuknop. De bedoeling van de menuknop is dat die bovenaan naast de bedrijfsheader staat. Zie figuur 90. Wanneer de gebruiker scrolt moet de knop een klein beetje naar boven schuiven en in de hoek blijven hangen, zie figuur 91. Dit kreeg ik echter niet voor elkaar. Vandaar dat ik het creatief heb opgelost door twee menuknoppen te maken. Eén naast de bedrijfsheader en één statisch in de hoek onder de inlogknop. Deze komt pas tevoorschijn wanneer de gebruiker scrolt. Zo lijkt het dus alsof die blijft staan.



Figuur 90: menuknop naast de bedrijfsheader



Figuur 91: menuknop statisch in rechterbovenhoek

Dan blijft de vraag, vind ik het erg dat de codes niet optimaal zijn? Nee eigenlijk niet. Bij CMD gaat het er naar mijn idee vooral om dat ik goede en doordachte interaction design ontwerpen kan maken en testen. Dit testen kan met behulp van dit prototype zonder problemen. Dat je bij CMD leert programmeren vind ik heel goed, zodat je als interaction designer weet wat er mogelijk is en weet hoe websites en apps technisch in elkaar zitten. Echter voor mij (en voor deze afstudeeropdracht) is het maken van een werkbaar prototype genoeg en aangezien programmeren nooit mijn sterke punt is geweest, ben ik trots op dit prototype!

10.6. Testplan / -rapport (externe bijlage 7)

Het testplan en rapport heb ik uiteindelijk samengevoegd. Het gedeelte van het testplan is naar mijn idee helder en duidelijk. Dit komt doordat het een goede opbouw heeft waarin ik ben begonnen met een hoofdvraag en vanuit die hoofdvraag verder heb gewerkt naar deelvragen, meetvragen en testtaken. Vervolgens heb ik het testformulier, de eisen aan de testpersonen en de testopstelling gedetailleerd beschreven. Hiermee had ik alle dingen die belangrijk waren tijdens het testen vastgelegd. Door mij te houden aan dit testplan zijn de testen soepel verlopen, wat mij bevestigt dat het een goed en voldoende uitgewerkt plan was.

In het tweede deel van het testplan/-rapport analyseer ik de testresultaten en geef ik een conclusie. Het analyseren op zichzelf vond ik niet moeilijk, het op papier zetten wel. Uiteindelijk denk ik dat het een duidelijke analyse is geworden. Eerst staan alle testresultaten visueel weergegeven in een tabel. Hierdoor krijgen lezers van het rapport direct een algemeen overzicht. Door vervolgens per taak mijn bevindingen te bespreken en antwoord te geven op de meetvragen en deelvragen, is het voor lezers duidelijk hoe ik tot de uiteindelijke conclusie ben gekomen.

10.7. Adviesrapport (externe bijlage 8)

Omdat mijn stagebegeleider weg ging bij Holland Fit, terwijl ik de opdracht nog niet had afgerond, heb ik eerst een tussentijds adviesrapport geschreven. Mijn stagebegeleider wilde graag dat het rapport kort maar krachtig was. In mijn schrijftaal heb ik hierop gelet en het is gelukt om een kort en krachtig rapport neer te zetten.

Het adviesrapport vind ik ook verder een geslaagd product en een mooie afsluiting van mijn project. De afgesproken ontwerpen, van de aanbevolen nieuwe structuur en de mobiele ontwerpen zijn namelijk heel gedetailleerd uitgewerkt. Bij elk ontwerp staat beschreven hoe dit ontwerp werkt en wat belangrijk is om op te letten, wanneer Holland Fit de ontwerpen wil gaan gebruiken.

Naast het uitleggen hoe de ontwerpen zijn, geef ik wanneer dat handig is, ook advies over de implementatie van bepaalde elementen. Zo heb ik bijvoorbeeld een uitleg gegeven over de verschillende manieren waarop gerelateerde content ,in een CMS systeem, aan elkaar gekoppeld kan worden (wat belangrijk is aangezien ik aanbeveel om gerelateerde content te tonen). Hiermee toon ik aan dat ik niet alleen een advies geef op basis van wat goed is voor de gebruiker maar dat ik ook heb nagedacht over de uitvoering en de haalbaarheid. Juist dit soort adviezen maken het adviesrapport compleet. Holland Fit hoeft nu namelijk zelf geen onderzoek meer te doen naar het koppelen van gerelateerde content, ze kunnen direct aan de slag.

In mijn afstudeerplan stond als resultaat: een adviesrapport met concrete oplossingen voor het verbeteren van fitpas.nl. Ik denk dat ik daar op deze manier absoluut in ben geslaagd. Het doel van de opdracht heb ik hiermee bereikt!

11. competenties

Tijdens mijn afstudeerperiode heb ik gewerkt aan een aantal competenties. Deze competenties had ik voorafgaand aan de periode vastgelegd in het afstudeerplan met daarbij vermeld met behulp van welk(e) product(en) ik de desbetreffende competentie zou demonstreren. In dit hoofdstuk beschrijf ik hoe ik de competenties heb toegepast tijdens het uitvoeren van de opdracht.

11.1. Opstellen analyserapportage

Deze competentie zal de afstudeerder demonstreren met behulp van het onderzoeksrapport.

In de eerste fase, de definitie fase, stond het doen van onderzoek en analyseren centraal. In deze fase heb ik mijzelf kunnen oriënteren op de website fitpas.nl, waar mijn afstudeeropdracht om draaide. Met behulp van verschillende onderzoeken kon ik analyseren wat de verbeterpunten waren van fitpas.nl. Door het uitvoeren van een quickscan, expert review, het verzamelen van klachten en het maken van een benchmarkanalyse, kwamen veel verbeterpunten naar boven. Hier kon ik tijdens het vervolg van mijn stageopdracht mee verder werken.

Door het analyseren van de doelgroep, wist ik ook wie de website gebruiken en dus waarmee ik rekening moest houden tijdens het maken van nieuwe ontwerpen. Als extra hulpmiddel heb ik hiervoor ook persona's gemaakt aan de hand van het doelgroeponderzoek.

Alle onderzoeken heb ik samen opgenomen in het uiteindelijke onderzoeksrapport. In dit rapport geef ik eerst duidelijk de hoofdvraag en onderzoeksvragen aan. Vervolgens geef ik per onderzoek antwoord op de bijbehorende deelvragen en aan het einde van het rapport ook op de onderzoeksvraag. Al met al vind ik het onderzoeksrapport een duidelijke en uitgebreide analyserapportage.

11.2. Vormgeving ontwerpen

Deze competentie zal de afstudeerder demonstreren met het ontwerprapport en alle werkzaamheden die zij verricht om tot het uiteindelijke ontwerp te komen.

Met deze competentie ben ik bezig geweest in de ontwerpfase. In deze fase heb ik gebruik gemaakt van de methode van Jesse James Garrett, zoals beschreven in hoofdstuk 6, om het ontwerpproces goed te kunnen doorlopen en tot degelijke en gebruiksvriendelijke ontwerpen te kunnen komen.

In het onderzoeksrapport kwam naar voren dat de structuur van fitpas.nl niet optimaal is omdat specifieke informatie moeilijk vindbaar is en omdat gebruikers bestanden moesten downloaden voor zij informatie konden lezen. Vandaar dat ik hiervoor een oplossing heb bedacht en deze heb uitgewerkt in wireframes. Hierbij heb ik de gebruikers betrokken door de wireframes te testen met behulp van een testdemo, waarna ik vervolgens nog wijzigingen heb doorgevoerd.

Daarnaast kwam uit het onderzoek naar voren dat fitpas.nl niet geschikt is voor het gebruik op smartphones en dat dit een gemis is voor het platform. Vandaar dat ik in de ontwerpfase nieuwe ontwerpen heb gemaakt voor de website, op smartphoneformaat. Deze ontwerpen heb ik getest met behulp van een high-fidelity prototype. Uit de test kwam naar voren dat gebruikers overweg konden met deze vormgeving. Er kwamen echter ook nog verbeterpunten naar voren in de test. Naar aanleiding hiervan heb ik de vormgeving verder geoptimaliseerd en kan ik nu met zekerheid zeggen dat de ontwerpen door de doelgroep te gebruiken zijn.

11.3. Prototype uitwerken

Deze competentie zal de afstudeerder demonstreren door een testbaar prototype te maken.

Aan deze competentie heb ik gewerkt tijdens de ontwerpfase. In de loop van de ontwerpfase heb ik twee prototypes uitgewerkt. Het eerste prototype was de clickable testdemo, van de wireframes van de nieuwe structuur. Dit prototype was niet heel gedetailleerd maar precies genoeg uitgewerkt om te testen of gebruikers overweg konden met de nieuwe structuur.

Aan het einde van het ontwerpproces heb ik een high-fidelity prototype uitgewerkt van de ontwerpen voor fitpas.nl op smartphoneformaat. Een high-fidelity prototype is een high-tech model van een concept, waardoor deze bijna volledig tot volledig werkt. Het voordeel van een high-fidelity prototype is dat het er realistisch uit ziet en dat gebruikers daadwerkelijk kunnen interacteren met het product (Bos & van Haalen, 2013). Dit prototype was bedoeld om te kijken of de gebruikers daadwerkelijk goed overweg konden met de ontwerpen. Vandaar dat ik het gedetailleerd heb uitgewerkt en de meeste functies werkend heb gemaakt. Ook heb ik ervoor gezorgd dat het prototype al geheel de uitstraling van fitpas.nl had, door o.a. het gebruik van het kleurenschema van Holland Fit, artikelen die daadwerkelijk op de website staan en hetzelfde taalgebruik.

11.4. Usabilitytest opzetten en uitvoeren

Deze competentie zal de afstudeerder demonstreren met het testplan en het test / advies rapport. In het testplan zal te lezen zijn hoe zij de test opzet en in het test / advies rapport komt aan bod wat de resultaten zijn van de test en hoe ze deze heeft doorgevoerd.

Beide prototypes heb ik getest. Het eerste prototype, de clickable testdemo heb ik getest om te controleren, of de doelgroep de filterfuncties begreep. Hiervoor heb ik een testformulier opgesteld met mogelijke juiste antwoorden. De uitslagen van de test waren duidelijk en zorgden ervoor dat ik zeker wist dat de ontwerpen te gebruiken waren.

De tweede test was een stuk uitgebreider dan de test met de testdemo. Het prototype had ik veel gedetailleerder uitgewerkt, waardoor het eruit zag alsof het direct in gebruik kon worden genomen. De test heb ik gestructureerd opgezet. Ik begon met een hoofdvraag. Op basis van de functionele eisen heb ik vervolgens deel- en meetvragen opgesteld. Vanuit de meetvragen heb ik testtaken opgesteld.

In het testplan heb ik ook gedetailleerd beschreven hoe ik de test zou uitvoeren. Over de testopstelling en hoe ik de tests kon opnemen, had ik goed nagedacht, zodat ik alles net zo vaak kon terugkijken als nodig was. Doordat alles in het testplan gedetailleerd beschreven stond en ik me goed had voorbereid op de test, verliep de uitvoering zonder problemen. Hiermee heb ik naar mijn idee bewezen dat ik een gedegen usabilitytest kan opzetten en uitvoeren.

11.5. Adviseren

Deze vaardigheid zal de afstudeerder demonstreren met behulp van het test- / adviesrapport. Hierin geeft zij een advies op welke manier Holland Fit, fitpas.nl kan verbeteren.

Een advies is naar mijn idee pas een succes als je het zo weet te brengen, dat mensen (die er uiteindelijk mee aan de slag moeten) er enthousiast over worden en onder de indruk zijn. Ze moeten echt het idee krijgen dat het advies een enorme verbetering zou zijn en het advies accepteren.

Aan het begin van mijn afstudeerperiode heb ik met de meeste collega's van Holland Fit een interview gehouden. Hierdoor kregen zij direct het idee dat zij ook persoonlijke invloed hebben gehad in mijn opdracht en advies. Dit alleen heeft naar mijn idee al meegedragen aan de acceptatie van het advies. Tegen het einde van mijn afstudeerperiode heb ik een presentatie gegeven voor het hele bedrijf. Hierin heb ik nogmaals kort uitgelegd wat ik heb gedaan en heb ik mijn aanbevelingen met het bedrijf gedeeld. Ondanks dat ik op het moment van de presentatie nog niet helemaal klaar was met het adviesrapport, heeft ook dit naar mijn idee een grote rol gespeeld.

In mijn presentatie heb ik de wireframes voor de nieuwe desktopstructuur en mijn prototype gedemonstreerd. Tijdens de demonstratie heb ik de belangrijkste aanbevelingen uitgelegd en daarbij waarom ze zo belangrijk waren. Ik heb mijn best gedaan om te laten zien dat ik ontwerpkeuzes niet zomaar heb gemaakt, maar met een achterliggende gedachte. Daarnaast heb ik het zo enthousiast mogelijk proberen te brengen, om ervoor te zorgen dat het bedrijf ook enthousiast zou worden.

Voor mijn presentatie was ik onwijs zenuwachtig, want ik vond het best eng om voor het hele bedrijf te staan en het was heel belangrijk dat ze mijn adviezen positief in ontvangst zouden nemen. De presentatie werd uiteindelijk heel goed ontvangen en iedereen was onder de indruk van het prototype. Dit heeft ervoor gezorgd dat het (tussentijds) adviesrapport ook goed ontvangen werd. Direct na de presentatie zei de opdrachtgever tegen mij dat hij zeker met het advies aan de gang wilde gaan. Al met al denk ik dat ik deze competentie hiermee voldoende heb gedemonstreerd.

12. Bibliografie

- android. (2015). *Metrics and grids*. Opgehaald van [developer.android.com: developer.android.com/design/style/metrics-grids.html](http://developer.android.com/design/style/metrics-grids.html)
- AskTOG. (2014). *First Principles of Interaction Design (Revised & Expanded)*. Opgehaald van [asktog.com: http://asktog.com/atc/principles-of-interaction-design/](http://asktog.com/atc/principles-of-interaction-design/)
- Bos, E., & van Haalen, R. (2013, januari). *Prototyping*. Opgehaald van HT-Toolbox: <https://httbox.wordpress.com/ontwikkeling/prototyping/>
- Camp, R. (1989). *Benchmarking: the search for industry best practices that lead to superior performance*. Milwaukee: Wisconsin: Quality press for the American society for quality control.
- Cooper, A. (2004). *Inmates Are Running the Asylum: Why high-tech products drive us crazy and how to restore the sanity*. Sams Publishing.
- de Swart, N. (2010). *Handboek requirements; Brug tussen business en ICT*. Amsterdam: Eburon business.
- Dekkers, M. (2011, december 21). *Quickscan van je website*. Opgehaald van [frankwatching: http://www.frankwatching.com/archive/2011/12/21/quick-scan-van-je-website-12-vragen-voor-2012/](http://www.frankwatching.com/archive/2011/12/21/quick-scan-van-je-website-12-vragen-voor-2012/)
- Foster, J. (2014, 05 25). *Hamburger vs Menu: The Final AB Test*. Opgehaald van [Exisweb.net: http://exisweb.net/menu-eats-hamburger](http://exisweb.net/menu-eats-hamburger)
- Fox, W., & van der Walddt, G. (2007). *A guide to project management*. Cape town, Zuid Afrika: Juta & Co. Ltd.
- Garret, J. J. (2010). *The elements of user experience*. Pearson Education.
- gertjanschop.com. (2014). *Benchmarking*. Opgehaald van [Managementmodellensite: http://www.gertjanschop.com/modellen/benchmarking.html](http://www.gertjanschop.com/modellen/benchmarking.html)
- Grit, R. (2011). *Projectmanagement*. Noordhoff Uitgevers B.V.
- Haagse Hogeschool. (2014, september). *Hoorcollege 1 CMD-6 interaction Design (de powerpoint sheets)*. Den Haag.
- Haughey, D. (2014, 06 18). *MoSCoW-Methode*. (Smeding Concepts) Opgeroepen op 10 2, 2014, van [Projectsmart.co: http://www.projectsmart.co.uk/moscow-method.php](http://www.projectsmart.co.uk/moscow-method.php)
- J, G.-P. (1996). *Cognitive engineering principles for enhancing human-computer performance*. International Journal of Human-Computer Interaction.
- Janssen, P. (2008). *Functioneel beheer volgens BiSL*. Amsterdam: Pearson Education Benelux bv.
- Nielsen, J. (1995). *10 Usability Heuristics for User Interface Design*. Opgehaald van [nngroup.com: http://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/](http://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/)
- Nielsen, J. (1995, januari 1). *How to conduct a heuristic evaluation*. Opgehaald van Nielsen Norman Group: <http://www.nngroup.com/articles/how-to-conduct-a-heuristic-evaluation/>

- NOS. (2015). *Taken en missie*. Opgehaald van NOS.nl: <http://over.nos.nl/organisatie/taken-visie>
- pc en internet. (2012, 05 23). *De watervalmethode*. Opgehaald van pc en internet: <http://pc-en-internet.infonu.nl/diversen/97898-de-watervalmethode.html>
- Prowareness. (2015). *Wat is de Scrum Methode?* Opgehaald van Prowareness; Agile Software Development sinds 2004!: <http://www.scrum.nl/site/Disclaimer-agile-scrum>
- Salden, W. (2013, 11 22). *Het optimaliseren van de interne zoekfunctie loont zich*. Opgehaald van Easy.nl: <http://www.easy.nl/2013/11/het-optimaliseren-van-de-interne-zoekfunctie-loont-zich/>
- Schuitevoerder, M. (2015). *Zo ontwerp je online toepassingen die mensen wél graag gebruiken* [stappenplan]. Opgehaald van frankwatching: <http://www.frankwatching.com/archive/2015/06/22/zo-ontwerp-je-online-toepassingen-die-mensen-wel-graag-gebruiken-stappenplan/#more-343737>
- Slot Webcommerce BV. (2014). *Operationaliseren*. Opgehaald van Woorden.org Nederlands woordenboek: <http://www.woorden.org/>
- Spall, B. v. (2014, 03 20). *VAN PERSONA NAAR CONTENTCREATIE*. Opgehaald van Digital content marketing: <http://www.digitalcontentmarketing.nl/van-persona-naar-contentcreatie/>
- van Deursen, A. J., & van Dijk, J. A. (2012). *Tendrapport internetgebruik 2012. Een nederlands en Europees perspectief*. Enschede: Universiteit Twente.
- van Eijkelenburg, S. (2010). *Ontwikkeling van User interfaces*. Amsterdam: Universiteit van Amsterdam.
- Webbl . (2014). *Card sorting*. Opgehaald van Webbl websiteontwikkeling bij reclamebureaus: <http://webbl.nl/website-ontwikkelen/realiseren/website-testen/usability-testen/card-sorting>
- Wemaginge internetbureau. (2013). *Voor- en nadelen verschillende versies*. Opgehaald van wemagine.nl: <http://www.wemagine.nl/diensten/verbetering/cardsorting/voor-en-nadelen-verschillende-versies>
- Zicht. (2015, 05 19). *optimaliseren van het hamburger menu*. Opgehaald van zicht.nl: <http://zicht.nl/optimaliseren-van-het-hamburger-menu>

Bijlage 1: Afstudeerplan

Informatie afstudeerder en gastbedrijf

Afstudeerblok: 2015-1.1 (start uiterlijk 9 februari 2015)
Startdatum uitvoering afstudeeropdracht: 9 februari 2015
Inleverdatum afstudeerdossier volgens jaarrooster: 5 juni 2015

Studentnummer: 11014261
Achternaam: van Veldhoven
Voorletters: B.
Roepnaam: Bonita
Adres: Waalhofflaan 19
Postcode: 2271TR
Woonplaats: Voorburg
Telefoonnummer: 070-3864999
Mobiel nummer: 06-23222780
Privé emailadres: bonita.vanveldhoven@gmail.com

Opleiding: Communication and Multimedia Design
Locatie: Den Haag
Variant: voltijd

Naam studieloopbaanbegeleider: Nienke Hers
Naam begeleidend examiner:
Naam tweede examiner:

Naam bedrijf: Holland Fit
Afdeling bedrijf:
Bezoekadres bedrijf: Struisenburgstraat
Postcode bezoekadres: 3063BR
Postbusnummer:
Postcode postbusnummer:
Plaats: Rotterdam
Telefoon bedrijf: 010-2807080
Telefax bedrijf:
Internetsite bedrijf: <http://www.hollandfit.nl/>

Achternaam opdrachtgever: van Zwieten
Voorletters opdrachtgever: J.
Titulatuur opdrachtgever: drs.
Functie opdrachtgever: eigenaar
Doorkiesnummer opdrachtgever:
Email opdrachtgever: j.vanzwieten@hollandfit.nl

Achternaam bedrijfsmentor: Eline
Voorletters bedrijfsmentor: E. S.
Titulatuur bedrijfsmentor: drs.
Functie bedrijfsmentor: projectmanager
Doorkiesnummer bedrijfsmentor:
Email bedrijfsmentor: j.vanzwieten@hollandfit.nl

Doorkiesnummer afstudeerder:
Functie afstudeerder (deeltijd/duaal):

Titel afstudeeropdracht: Onderzoek naar mogelijke verbeteringen aan de website fitpas.nl van Holland Fit.

Opdrachtomschrijving

1. Bedrijf

Holland Fit is een bedrijf dat motiverende diensten ontwikkelt waarin ze zich richten op de vitaliteit van de mens. Holland Fit helpt bedrijven met het bevorderen van de bevoegdheid en inzetbaarheid van de medewerkers. Holland Fit is opgericht in 2005 en bestaat uit ongeveer 20 vaste medewerkers. Het kantoor is gevestigd in Rotterdam. Veel (grote) bedrijven maken al gebruik van de diensten die worden aangeboden. Voorbeelden hiervan zijn: de Rabobank, de Haagse Hogeschool en Hero.

Eén van de diensten van Holland Fit is fitpas.nl. Grote organisaties kunnen deze pas aanvragen voor hun medewerkers. Met behulp van fitpas.nl probeert Holland Fit medewerkers te stimuleren om gezonder te leven. Medewerkers kiezen zelf waar en wanneer ze aan de slag gaan via fitpas.nl. Op fitpas.nl kunnen ze alles vinden over een gezondere levensstijl. Van voedingstips tot ontspanningsoefeningen en van sportactiviteiten tot omgaan met werkdruk. Fitpashouders kunnen op fitpas.nl ook testen hoe hun leefstijl ervoor staat en contact opnemen voor advies met gespecialiseerde coaches. Daarnaast worden via fitpas.nl voordelige abonnementen en (sport)lessen aangeboden, die Fitpashouders direct op de website kunnen boeken.

De afstudeerder valt onder de afdeling ontwikkeling, zij krijgt op deze afdeling een werkplek toegewezen vlakbij haar bedrijfsmentor, Eline Spek. Zij heeft in 2006 haar doctoraal bestuurskunde behaald en heeft al 10 jaar web-ervaring. Binnen Holland Fit begeleidt zij projecten op het gebied van online dienstverlening.

2. Probleemstelling

Holland Fit is constant bezig met het verbeteren van de dienstverlening. Uit de uitkomsten van de jaarlijkse gebruikerspeiling van fitpas.nl blijkt dat er nog een aantal functionaliteiten van de website verbeterd kunnen worden. Aangezien alle onderdelen en functionaliteiten van de website met elkaar samenhangen, kan dit niet zomaar worden gedaan. Er is extra onderzoek voor nodig en er moet zorgvuldig worden nagedacht over de verbeteringen, zodat alle functionaliteiten goed in en bij elkaar passen en elkaar versterken. Holland Fit komt op dit moment niet aan deze werkzaamheden toe maar vindt dit erg belangrijk voor de klantvriendelijkheid.

3. Doelstelling van de afstudeeropdracht

Onderzoeken op welke manier fitpas.nl verbeterd kan worden, zodat Holland Fit de veranderingen na mijn afstudeerperiode kan doorvoeren om de gebruikers van de website beter van dienst te kunnen zijn.

4. Resultaat

Een clickable demo en een adviesrapport met concrete oplossingen voor het verbeteren van fitpas.nl.

5. Uit te voeren werkzaamheden, inclusief een globale fasering, mijlpalen en bijbehorende activiteiten

Fases	Dagen per fase	Activiteiten	Dagen per activiteit
Definitiefase	11	Plan van aanpak schrijven	3
		Planning maken	2
		Aanwezige adviesrapporten doornemen	2
		Doelgroep analyseren	4
Ontwerpfase	43	Oriënteren op de website d.m.v. mijn expert review	3
		Klachten verzamelen	1
		Benchmark uitvoeren	4
		Onderzoek naar koppelingen	2
		Systeemeisen opstellen	2
		Card sorting test uitvoeren	2
		User scenario's opstellen	2
		Sitemap maken	1
		Moodboard maken	2
		Wireframes maken	2
		Mock-up's maken	3
		Ontwerprapport schrijven	4
		Prototype ontwikkelen	15
Vorbereidingsfase	5	Usability test opzetten	5
Realisatiefase	11	Usability test uitvoeren	3
		Testgegevens verwerken	3
		Adviesrapport schrijven	5
			Totaal: 70

6. Op te leveren (*tussen*)producten

Plan van aanpak

In het plan van aanpak zal de afstudeerder beschrijven hoe zij het project zal gaan uitvoeren. Hierin staat o.a. de *planning* van het project en met welke methodes zij zal gaan werken.

Onderzoeksrapport

Om uit te zoeken wat er verbeterd moet worden aan de website zal de afstudeerder verschillende onderzoeken en tests uitvoeren. In het onderzoeksrapport komen o.a. de resultaten van het *doelgroeponderzoek*, het *benchmarkonderzoek*, het *onderzoek naar klachten* en het *onderzoek naar koppelingen met website* aan bod. Daarnaast zullen hierin ook de uitslagen van de *expert review* en de *card sorting test* beschreven worden.

Ontwerprapport

Met behulp van alle informatie in het onderzoeksrapport kan de afstudeerder een verbeterd ontwerp maken van fitpas.nl. In het ontwerprapport zal zij omschrijven op welke manier zij tot haar verbeterde ontwerp voor fitpas.nl is gekomen. Het ontwerprapport bevat o.a. de *systeemeisen*, *user scenario's*, *sitemap*, *moodboard*, *wireframes* en *mock-up's*.

Prototype

De afstudeerder zal een clickable demo ontwikkelen en opleveren. Dit prototype zal de afstudeerder maken om haar ontwerpen en adviezen te kunnen testen

Testplan

In het testplan zal de afstudeerder beschrijven op welke manier zij het prototype gaat testen.

Test / adviesrapport

In het test / adviesrapport zal de afstudeerder de resultaten van de test beschrijven. Uit deze resultaten zal zij conclusies trekken en bekijken of haar nieuwe ontwerpen nog ergens verbeterd kunnen worden. Het test / adviesrapport zal concrete oplossingen bevatten waarmee Holland Fit fitpas.nl kan verbeteren.

7. Te demonstreren competenties en wijze waarop

Opstellen analyserapportage

Deze competentie zal de afstudeerder demonstreren met behulp van het onderzoeksrapport.

Vormgeving ontwerpen

Deze competentie zal de afstudeerder demonstreren met het ontwerprapport en alle werkzaamheden die zij verricht om tot het uiteindelijke ontwerp te komen.

Prototype uitwerken

Deze competentie zal de afstudeerder demonstreren door een testbaar prototype te maken.

Usabilitytest opzetten en uitvoeren

Deze competentie zal de afstudeerder demonstreren met het testplan en het test / advies rapport. In het testplan zal te lezen zijn hoe zij de test opzet en in het test / advies rapport komt aan bod wat de resultaten zijn van de test en hoe ze deze heeft doorgevoerd.

Adviseren

Deze vaardigheid zal de afstudeerder demonstreren met behulp van het test / adviesrapport. Hierin geeft de zij een advies op welke manier Holland Fit, fitpas.nl kan verbeteren.