

8. The Surface Plane

In dit hoofdstuk staat het proces beschreven naar het ontwerp van de website. Tijdens deze ‘The Surface Plane’ vallen alle voorgaande onderzoeken en besluiten samen. Het ontwerp van de website is niet per element van de website stuk voor stuk ontworpen, maar meer in samenhang met elkaar. Om er toch een logisch verhaal erover kwijt te kunnen staan de onderliggende paragrafen daarom ook niet chronologisch opgesteld. Waar dit mogelijk is dit wel getracht zo te doen.

In §8.1 “Stylesheet ontwerpen” wordt het proces beschreven naar het vaststellen van afspraken over de huisstijl van Global Edutainment B.V. §8.2 “In-browser ontwerpen” vertelt over de verantwoording om het ontwerp van de pagina’s ‘live’ in een browser uit te voeren in plaats van de eerst te ontwikkelen in bijvoorbeeld Photoshop. De hierop volgende §8.3 “Statische en dynamische elementen ontwerpen” beschrijft de verdeling in aanpak van de statische, terugkerende en dynamische, veranderbare elementen.

In §8.4 “Header element ontwerpen” wordt het proces beschreven tot het komen van het ontwerp van het eerste statische element van de website, de header. Het proces naar het ontwerp van het hoofdmenu, wat zich in deze header bevindt, wordt beschreven in §8.5 “Hoofdmenu ontwerpen”. §8.6 “Functieblok ontwerpen” vertelt het proces naar het komen tot het zogenoemde statische functieblok. Het proces wat heeft geleid tot het laatste statische element de footer wordt omschreven in §8.7 “Footer element ontwerpen”. Het overzicht van alle statische elementen is te zien in §8.8 “Statische elementen overzicht”.

De processen naar de pagina’s van de website, waarvan de statische elementen altijd een deel van uit maken, staat beschreven vanaf §8.9 “Content van de Homepagina ontwerpen”. Deze paragraaf begint met het proces naar het komen van het ontwerp van de homepagina. Het proces wat heeft geleiden tot het ontwerp van trainingspagina staat omschreven in §8.10 “Content van de Trainingspagina ontwerpen”. De daarop volgende §8.11 “Content van de ‘Over Global Edutainment’-pagina ontwerpen” beslaat het proces tot het verwerken van de eerder genoemde trainingspagina naar de ‘Global Edutainment’-pagina. §8.12 “Content van de Categoriepagina ontwerpen” beschrijft hierop vervolgens hoe de eerder ontwikkelde technieken zijn gebruikt om een overzichtelijke categoriepagina te ontwikkelen. In §8.13 “Content van de ‘SmartReading’-pagina ontwerpen” beschrijft het proces tot het komen van de laatste ontworpen pagina tijdens de afstudeerperiode.

De twee opvolgende en afsluitende paragrafen van dit hoofdstuk beslaan een extra verantwoording van onder andere gebruiksvriendelijkheid en toegankelijkheid in §8.14 “Usability & Accessibility verantwoorden” en de techniek van een lastig en tijdrovend proces naar het ontwikkelen van de knoppen van de homepagina in §8.15 “Techniek achter de schaduw knoppen op de homepagina”.

8.1. Stylesheet ontwerpen

Eén van de redenen om de website van Global Edutainment B.V. te vernieuwen was de verandering die de afgelopen jaren had plaatsgevonden in de huisstijl. Deze huisstijl was door de bedrijfsmentor in de vernieuwde brochure en door mij in de eerder ontwikkelde promo-cd doorgevoerd. Er was echter geen stylesheet voor de huisstijl ontwikkeld. Ik besloot om een stylesheet te maken voor Global Edutainment B.V. alvorens te beginnen met het ontwerp van de website.

Normaliter wordt een huisstijl bedacht en doorgevoerd in alle grafische producten. In dit geval deed ik het andersom. Ik gebruikte de brochure en de promo-cd als leidraad om de huisstijl vast te leggen in een stylesheet. Alle eigenschappen van de huisstijl legde ik vast in deze stylesheet. Een deel van de stylesheet is hieronder te zien in figuur 8.1.

KLEUREN	FONT BROCHURE	FONT DIGITAAL	BORDER
 Rood sRGB 147 52 47 C 27,84 M 88,24 Y 82,75 K 25,88 #93342F	 Blauw sRGB 0 70 127 C 100 M 57 Y 0 K 38 #00467F	 Grijs sRGB 210 211 212 C 16,86 M 12,16 Y 12,55 K 0 #D2D3D4	
 Categorie: Effectiviteit sRGB 147 52 47 C 27,84 M 88,24 Y 82,75 K 25,88 #93342F	 Categorie: Communicatie sRGB 192 21 42 C 21,18 M 55,47 Y 100 K 5,88 #C0792A	 Categorie: Workshops sRGB 0 70 127 C 100 M 57 Y 0 K 38 #00467F	
 Turquoise sRGB 6 136 175 CMYK 83,53 34,51 19,22 0,39 #0688AF			
	Font Brochure Times New Roman Hoofdkop - 14 pt Bold ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 123456789!@#\$%^&*(){}[];'/:~+=€ De hoofdkop bevindt zich in de afgeronde boord en is wit RGB 0 0 0 CMYK 0 0 0 0. Kop - 12 pt Bold ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 123456789!@#\$%^&*(){}[];'/:~+=€ De hoofdkop en de subkoppen zijn in de kleur van de categorie, rood voor effectiviteit, geel voor communicatie en blauw voor workshops. De subkoppen zijn allen in het blauw, echter bij de categorie workshops is de subkop turquoise. Tekst - 12 pt Regular ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 123456789!@#\$%^&*(){}[];'/:~+=€ <i>Italic</i> ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 123456789!@#\$%^&*(){}[];'/:~+=€ Footer - 10 pt Regular ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 123456789!@#\$%^&*(){}[];'/:~+=€	Font Digitaal Verdana H1 - 16 pt Bold ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 123456789!@#\$%^&*(){}[];'/:~+=€ H2 + H3 - 14 pt Bold ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 123456789!@#\$%^&*(){}[];'/:~+=€ De h1 en h2 zijn in de kleur van de categorie, rood voor effectiviteit, geel voor communicatie en blauw voor workshops. De h3 zijn allen in het blauw, echter bij de categorie workshops is de h3 turquoise. Tekst - 12 pt Regular ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 123456789!@#\$%^&*(){}[];'/:~+=€ <i>Italic</i> ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 123456789!@#\$%^&*(){}[];'/:~+=€	Border De border van de hoofdkoppen bestaat uit 3 delen. Een rechthoek met ronde hoeken, een balk in dezelfde kleur en de hoofdkop zelf. De kleur van de border is gelijk aan de kleur van de categorie. De border wordt gemaakt door een rechthoek te plaatsten met Illustrator, met een stroke van 2 pt in het midden gecentreerd. En hier een "Filter > Stylize > Round Corners" van 2 mm aan toe te voegen. De balk is 8 mm hoog moet passen in de ronde border dit lukt als de afstand tussen de bovenkanten en de bovenkanten tussen de balk en de center van de border 0,034 mm is. De breedte van de balk moet dan 0,068 mm kleiner worden en in het midden gecentreerd zijn. De hoofdkop moet zich 0,14 mm onder het center v/d border zitten en 0,215 mm aan de zijken. De categorie staat aan de andere capitalized met 50% opacity.  Hoofdkop CATEGORIE

Figuur 8.1 Een deel van de stylesheet die de huisstijl van Global Edutainment B.V. bevat

De huisstijl van de website bestaat simpelweg uit:

- de logo's
 - Global Edutainment B.V.
 - SmartReading
 - SmartTyping
- de kleuren voor de categorieën
 - Effectiviteitstrainingen (Rood)
 - Communicatietrainingen (Geel)
 - Workshops (Blauw)
- Afgeronde borders voor plaatjes en pagina's van de brochure (in de kleuren van de categorieën) met daarin een gekleurde bovenkant met witte titel zoals te zien in het bovenstaande figuur 8.1 rechts onderin.

Daarnaast heeft de brochure een stijlelement voor Global Edutainment B.V. opgenomen op de voorkant van deze brochure. Dit stijlelement is ook doorgevoerd in de promo-cd. Het stijlelement bestaat uit een blauwe lucht met wolken met daarvoor een wegwijzer met de kernproducten en categorieën van de trainingen op de bordjes. De voorkant van de brochure is te zien in figuur 8.2.



Figuur 8.2 Voorkant van de brochure van Global Edutainment B.V.

Voor de huisstijl ontbrak enkel nog een lettertype voor de website. Ik besloot kort en bondig onderzoek te doen naar het best leesbare lettertype op een computer beeldscherm. Vanuit meerder onderzoeken van Amerikaanse Universiteiten kwam ik op de keuze tussen Verdana en Arial. Waarin Verdana als kleiner lettertype en Arial als groter lettertype beter en prettiger te lezen bleek. Echter waren er ook onderzoeken die beweerden dat dit niet het geval was. Uiteindelijk hebben de opdrachtgever, de bedrijfmentor en ik een keuze moeten maken tussen deze lettertypes en we kozen voor Verdana. Deze keuze onderbouwden we doordat Verdana iets bredere letters bevat als Arial, wat het voor ons gevoel lekkerder las maakte.

Bij het onderzoek naar copywriting voor internet welke ik had onderzocht bij de blogs van www.schrijvenvoorinternet.nl en www.useit.com kwamen twee belangrijke punten naar boven waar rekening mee moest worden gehouden in de opmaak van de tekst. De blog van Aartjan van Erkel (www.schrijvenvoorinternet.nl) wees op de verschillende manieren van lezen die de bezoeker hanteert, afhankelijk zijn van de grootte van het gebruikte lettertype. Met een groot lettertype zal de tekst door de gebruiker worden gescand. En een klein lettertype zorgt er juist weer voor dat teksten gedetailleerder worden gelezen. De blog van Jacob Nielsen (www.useit.com) wees op een groot gemaakte fout op het gebied van gebruiksvriendelijkheid met betrekking tot tekst. Kleine lettertypes, bevroren lettergroottes (niet zelf aanpasbaar) en kleuren van lettertypes met laag contrast met hun achtergrond werden als de grootste fout op het gebied van gebruiksvriendelijkheid ervaren. In onderstaand figuur 8.3 staat wat er in de blog zelf wordt vermeld.

Top 10 Mistake #1 – Legibility Problems

Bad fonts won the vote by a landslide, getting almost twice as many votes as the #2 mistake. About two-thirds of the voters complained about small font sizes or frozen font sizes; about one-third complained about low contrast between text and background.

Figuur 8.3 De nummer 1 gemaakte fout op het gebied van gebruiksvriendelijkheid - www.useit.com

8.2.In-browser ontwerpen

Met de regels van de huisstijl vastgelegd in de stylesheet was het tijd om deze huisstijl door te voeren in het ontwerp van de website. De huisstijl had duidelijke regels over het gebruik van kleuren voor de categorieën, het gebruik van afgeronde borders en het gebruik van de stijlelementen als logo's, blauwe lucht en de wegwijzer.

De manier van aanpakken van het ontwerpen was een lastige keuze. Er kon eerst een ontwerp worden gemaakt in Photoshop en daarna door worden gevoerd in de HTML+CSS van de website. Of er kon worden gekozen om de wireframes die al in-browser bestonden op te vullen met het ontwerp van de website. Vanwege persoonlijke redenen was het handig om het vervolg van het afstudeerproject deels thuis te werken. Mede door deze reden koos ik voor de laatste optie om het ontwerp in-browser uit te voeren. Hierdoor kon via internet de opdrachtgever en bedrijfsmentor steeds 'live' volgen wat er aan het ontwerp werd gedaan. Tevens vonden de opdrachtgever en de bedrijfsmentor het prettig om het ontwerp in een internet browser te zien om net als bij de wireframes een beter beeld te kunnen krijgen van het uiteindelijke resultaat. Er werd wel besloten om minimaal één maal per week een afspraak te maken op het kantoor om zo ook van persoon tot persoon het ontwerp te bespreken en te beoordelen.

Op mijn eigen website www.abbazabacto.nl maakte ik een 'verstoppe' directory aan waarin ik het ontwerp zou ontwikkelen. De directory was niet daadwerkelijk verstoppt, maar er werd gekozen voor een ingewikkelde URL om zoekmachines en eventuele bezoekers niet per ongeluk op de pagina terecht te komen. De website is tevens niet aangemeld bij de zoekmachines en kan hierdoor ook niet worden gevonden.

Ik besloot om eerst het ontwerp in mijn ogen uit te werken en dit laten beoordelen door de opdrachtgever en de bedrijfsmentor. Lastige eisen en wensen die tijdens de beoordeling aan het ontwerp zouden worden gesteld zou ik eerst als een test in Photoshop uitwerken om dit eerst te testen. De gemakkelijke verbetervoorstellen zou ik wel direct 'live' op het in-browser ontwerp aanpassen.

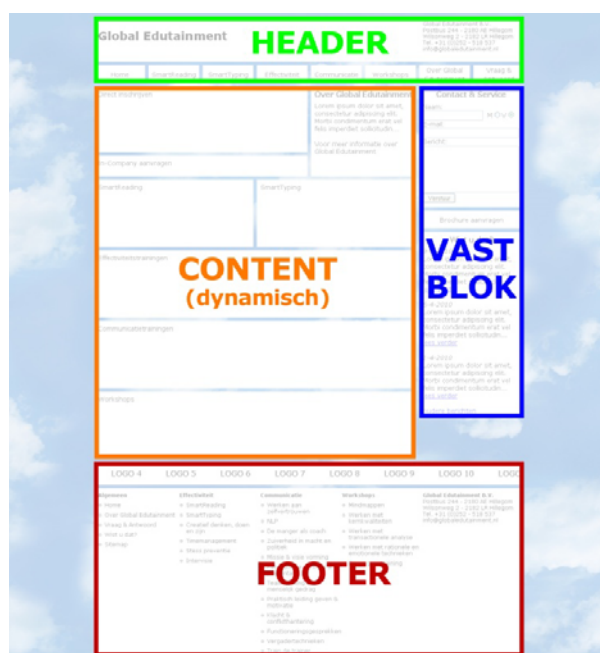
8.3. Statische en dynamische elementen ontwerpen

Vanaf deze paragraaf worden de processen van alle elementen van de website besproken. Het is helaas niet mogelijk om dit op chronologische volgorde als kloppend verhaal over te brengen. Het ontwerp van de website is namelijk meerdere malen op verschillende momenten aangepast in het totale proces naar het uiteindelijke ontwerp van de website. De elementen worden in de komende paragrafen stuk voor stuk behandeld. De processen gaande over één bepaald element zijn wel voor zover mogelijk chronologisch opgesteld.

Bij het bepalen van de architectuur van de informatie werd vastgesteld dat elke pagina van de website uit enkele statische elementen moest bestaan:

- Header element
 - Logo Global Edutainment B.V.
 - Illustratie of plaatje in de huisstijl van Global Edutainment B.V.
 - Contactgegevens van Global Edutainment B.V.
 - Hoofdmenu
- Functieblok
 - “Contact & Service”-blok
 - “Wist u dat?”-blok
 - Mogelijkheid tot extra menuknoppen
- Footer element
 - Referentiebalk
 - Overzichtsmenu van de website
 - Contactgegevens van Global Edutainment B.V.

Het overige deel van elke pagina van de website zal wisselend en dus dynamisch zijn. Waarmee wordt bedoeld dat deze voor elke pagina van de website vrij in te vullen is. Zie figuur 8.4 hieronder voor een illustratie van het statische en dynamische deel. Het dynamische deel wordt vanaf nu de content genoemd.



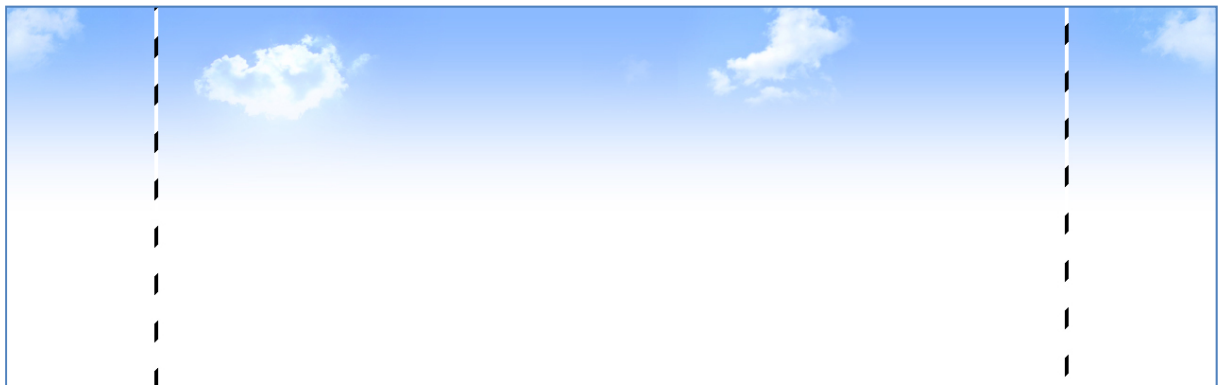
Figuur 8.4 Statische blokken op de website en de dynamische content

8.4.Header element ontwerpen

De start van het proces van de website werd begonnen met het ontwerpen van de header van de website. Achteraf bleek dit ook direct het ontwerp voor de achtergrond van de website te worden.

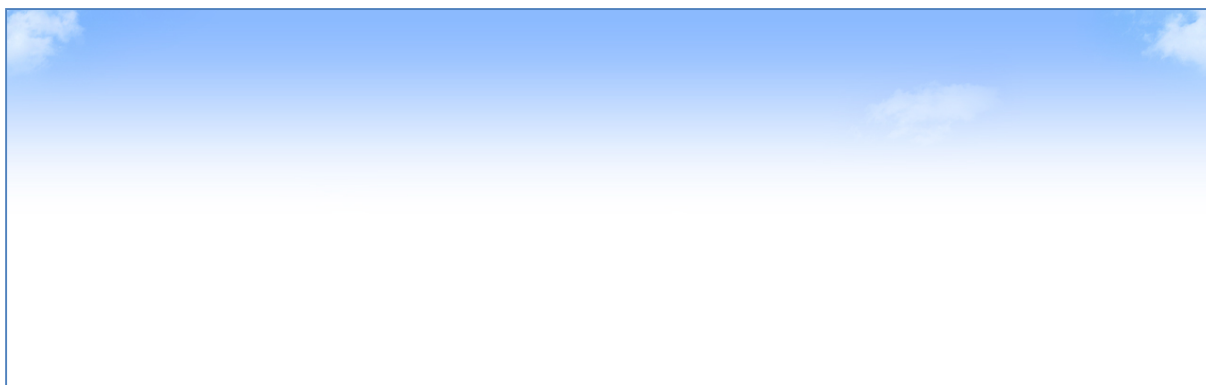
Vanuit de benchmark kwamen over het ontwerp van een header en de achtergrond enkele bestpracticus voort. Een header moet niet een te groot deel van de pagina innemen. Een rustige achtergrond met liefst een witte kleur maakt de website gemakkelijk leesbaar. En doormiddel van kleurgebruik krijgt de website meer gevoel. Echter maakt te veel gebruik van kleur een website al snel erg druk.

Zoals te zien in voorgaand figuur 7.1 en figuur 7.2 was voor de achtergrond van de wireframes gebruik gemaakt van een achtergrond met wolken net als op de voorkant van de brochure van Global Edutainment B.V. Dit stijlelement wilden wij terug brengen in de website. Echter was bij de wireframes al te zien dat de donkere lucht de website een erg drukke uitstraling gaf. Ik besloot om de stoute schoenen aan te trekken en een nieuwe heldere lucht met wolken te maken te ontwikkelen. Dit resulteerde in een grote blijdschap bij de opdrachtgever en bedrijfsmentor, die zonder enig commentaar deze nieuw 'lucht' in hun huisstijl wilden implementeren. Om de website een nog rustigere uitstraling te geven besloot ik om de lucht met wolken enkel in het header element te plaatsen en de rest van de achtergrond van de website wit te laten. Om de header mooi over te laten lopen in de witte achtergrond werd er een verloop naar de witte achtergrond kleur in het plaatje van de header aangebracht. In figuur 8.5 hieronder zie je de achtergrond van de header.



Figuur 8.5 De achtergrond van de header met een lichtblauwe lucht met wolken en een verloop naar de witte achtergrond. De stippellijn vertegenwoordigt de 960 pixels breedte van de website.

Uit het onderzoek tijdens het bepalen van de eisen van de website werd er gekeken naar welke schermresoluties de bezoekers van de website gebruiken. Dit bleek erg te variëren. Wel werd afgesproken dat de maximale breedte 960 pixels moest zijn om de website voor elke bezoeker zonder horizontale scrollbar te laten zien in volledige browser modus. In het bovenstaande figuur 8.5 is met een stippellijn deze breedte aangegeven. Bezoekers die een grotere schermresolutie hebben als het bovenstaande plaatje zullen de achtergrond horizontaal herhaalt zien. Om deze groep bezoekers toch een ander gevoel bij de header als de horizontale herhaalde achtergrond te geven werd er door mij nog een achtergrond gecreëerd. Deze achtergrond bevatte niet de zelfde middelste wolken in het plaatje als bij de header. Wel werden de wolken aan de zijkant die het effect geven dat de lucht eindeloos doorloopt door mij toegevoegd. Zie dit tweede achtergrondplaatje in figuur 8.6 op de volgende pagina.



Figuur 8.6 De achtergrond van de gehele website, zodat de bezoekers met een grote schermresolutie meer afwisseling in de lucht ervaart.

De achtergronden van de header en de website werden zo over elkaar ‘geplakt’ in de HTML+CSS, dat de hoogte van het bovenstaande plaatje niet direct betekent dat de header ook zo hoog moest worden.

Voor de header was tevens een logo nodig van Global Edutainment B.V. en een optie tot een logo van SmartReading of SmartTyping. Er werd gekozen om met een PNG plaatje deze logo’s in de header te verwerken. Het grootste voordeel om dit te doen is dat de achtergrond voor de header er maar één keer hoeft te worden geladen bij het bezoeken van de website. De logo’s werden doormiddel van een PNG met transparante achtergrond over de header heen geplakt. Het los implementeren van de logo’s had als mede het voordeel dat de plaatsing van de logo’s achteraf via CSS konden worden gedaan en niet een geheel nieuwe plaatje voor de header moest worden ontwikkeld met bijvoorbeeld Photoshop.

Uit het onderzoek naar copywriting voor internet die was gedaan aan de hand van de blog van www.schrijvenvoorinternet.nl kwam naar voren dat een zogenaamde “tagline” ten goede komt van een website. Mits deze op een juiste manier wordt gebruikt. Een tagline wordt op de blog zelfs omschreven als “het belangrijkste stukje tekst op je website”. Een tagline is een kort zinnetje dat het liefst per pagina van je website aangeeft wat de bezoeker op de pagina kan doen. Er werd voor het ontwerp van de website geen rekening gehouden met een juiste tekst, maar wel met de plaatsing en de vormgeving hiervan. Er werd gekozen om deze in de blauwe kleur uit de huisstijl te zetten. Deze keuze werd simpelweg gemaakt aangezien de andere kleuren van de huisstijl niet mooi overkwamen in de header.

Naast het hoofdmenu wat ook onderdeel uitmaakt van de header moesten de contactgegevens van Global Edutainment B.V. worden vermeld. Het proces tot het komen tot het hoofdmenu van de website wordt besproken in de volgende paragraaf.

De manier van weergeven van de contactgegevens werden tegelijkertijd met deze manier in de footer bedacht. Over de symbolen die te zien zijn bij de contactgegevens in de onderstaande figuren worden verderop bij het proces naar het ontwerpen van het footer element (§8.7 “Footer element ontwerpen”) nader toegelicht. De keuze om slechts de adresgegevens, telefoon en e-mailadres te vermelden kwam voort uit de eis dat de header niet te veel ruimte mocht innemen. Tevens zijn dit de enige contactgegevens, die volgens ons, een bezoeker direct nodig zal kunnen hebben. Er werd gekozen om alle contactgegevens in het footer element weer te geven. In

onderstaande figuur 8.7 en figuur 8.8 is de header met het logo('s), de tagline en de contactgegevens van Global Edutainment B.V te zien.



Figuur 8.7 Ontwerp van de header met het logo van Global Edutainment B.V., de tagline en de contactgegevens.



Figuur 8.8 Ontwerp van de header inclusief het logo van SmartReading.

Tijdens het opstellen van de eisen van de website werd er besloten dat de oudste internet browser waarbij de website van Global Edutainment B.V. naar behoren zou moeten werken Internet Explorer 6 was. Internet Explorer 6 staat in de programmeer wereld bekend als een lastige internet browser. Voor vele onderdelen van de website moest codes worden herschreven speciaal voor deze browser. Voor de header was dit ook het geval. PNG plaatjes met een transparante achtergrond werken in Internet Explorer 6 niet direct naar behoren. Zonder een zogenoemde 'hack' geeft deze browser geen transparante achtergrond weer, maar een grijs vlak. Met deze 'hack' zet je met behulp van CSS een filter over het plaatje om de achtergrond weer transparant te maken. Voor Internet Explorer 6 moest voor de 3 logo's van Global Edutainment B.V., SmartReading en SmartTyping een extra CSS worden geschreven. Dit gelde ook voor de symbolen met een transparante achtergrond.

8.5. Hoofdmenu ontwerpen

Voor de uiteindelijke header moest het hoofdmenu nog worden ontworpen. Het ontwerp van het menu is tegelijkertijd met delen van het ontwerp van de (dynamische) content gemaakt. Over deze laatste alvast een voorproefje. Deze content bestaat uit een vlak of meerdere vlakken die zijn opgebouwd met de afgeronde borders met opvulling voor de titel die in het wit wordt weergegeven. De kleur van deze borders en de opvulling is de kleur behorende bij de desbetreffende categorie. Figuur 8.9 geeft een deel van een willekeurige pagina van de brochure van Global Edutainment B.V. weer, waarbij deze stijl wordt gebruikt.



Figuur 8.9 Deel van de pagina uit de brochure van Global Edutainment B.V. waar de stijl van de dynamische content vandaan is gehaald.

Tevens moesten de knoppen van het hoofdmenu lijken op knoppen die gebruik waren in de promo-cd van Global Edutainment B.V. die ik voorgaand aan het afstudeerproject heb vervaardigd. Voorbeeld van deze knop gebruikt in de promo-cd bevindt zich in onderstaande figuur 8.10. De knop in normale status bestaat uit een afgeronde border. Deze border heeft dezelfde kleur als de tekst van de knop. De knop bij overgang van de muis zorgt voor een door ons getiteld 'invert'-effect. De tekst wordt wit en de knop wordt gevuld met de kleur van de rand en de tekst in normale status.



Figuur 8.10 Screenshot van de promo-cd met links de knop "Bereken uw kostenbesparing" in normale status en rechts als er met de muis overheen wordt gegaan.

Met deze aannames op het gebied van de globale uitstraling die de knoppen van het menu moesten hebben. En de bepaling van de inhoud van het menu tijdens het bepalen van de architectuur van de informatie, ging ik aan de slag met het ontwerp van het hoofdmenu. Tijdens het maken van het menu kwamen we er achter dat er te veel knoppen waren bedacht om deze mooi over de breedte van de website te laten lopen. Er werd besloten om het hoofdmenu even breed te maken als het vlak met de (dynamische) content. Dit om een zo mooi mogelijke uitlijning te krijgen. Tevens werd er besloten om de knoppen "Over Global Edutainment" en

“Vraag & Antwoord” te verplaatsen naar het extra menu bij het ‘Contact & Service’- en het ‘Wist u dat?’-blok in het functieblok.

Het hoofdmenu bestond vanaf dit moment enkel nog uit 6 knoppen:

- Home
- SmartReading
- SmartTyping
- Communicatie
- Effectiviteit
- Workshops

Voor de onderliggende trainingen van de categorieën communicatie, effectiviteit en workshops werd bepaald om een dropdown menu te plaatsen met deze onderliggende trainingen bij overgang van de muis van de desbetreffende knoppen. De pagina waarop de bezoeker zich op dat moment bevindt zou hetzelfde ‘invert’-effect moeten krijgen als bij de overgang van de muis bij een knop. Dit om de bezoeker een zo duidelijk mogelijk beeld te geven van waar deze zich bevindt. In het onderstaande figuur 8.11 zie je het hoofdmenu van de website. De home knop heeft het ‘invert’-effect om te laten zien dat de bezoeker zich op die pagina begeeft. In figuur 8.12 zie je hoe het dropdown menu bij de overgang van de muis over de knop “Communicatie” eruit ziet. Voor de andere categorieën geldt dat de kleur oranje bij het dropdown gedeelte in de kleur van die categorie komt.



Figuur 8.11 Hoofdmenu van de website in normale status. De website bevindt zich op dit moment op de homepage. Rechts onderin zie je de 'Add This'-buttons



Figuur 8.12 Hoofdmenu met dropdown bij overgang van de muis bij de knop "Communicatie"

Tijdens het bepalen van de benodigde functies gedurende 'The Scope Plane' werd er bepaald dat elke pagina door de bezoeker moest kunnen worden gedeeld over het sociale netwerk. Zoals Twitter, Hyves, Facebook, en dergelijke. Tevens moest elke pagina van een "Tell-a-Friend" functie worden voorzien. Ook moesten meer mensen de website onder de favorieten zetten.

Al deze punten waren op te lossen door één simpele gratis tool, namelijk de 'Add This'-buttons. In bovenstaande figuur 8.11 zie je rechts onderin deze 'Add This'- buttons. Via de website www.addthis.com kan een rij buttons worden samengesteld, die na plaatsing op de pagina's website een mogelijkheid geeft om deze pagina's te delen over het sociale netwerk. Tevens kan de website ook printvriendelijk worden afgedrukt, worden doorgestuurd naar een vriend en worden toegevoegd aan de favorieten.

De samenstelling van deze knoppen bepaalde wij gezamenlijk aan de hand van wat wij nodig achtten. Er moest een knop komen om de pagina aan de favorieten toe te voegen, te printen, door te sturen naar een vriend en op Twitter, Facebook of Hyves te plaatsen. Naast deze knoppen krijgt de bezoeker ook nog eens de mogelijkheid om de pagina's van de website te verspreiden via 286 verschillende digitale kanalen door middel van een te verschijnen blok. Dit blok is terug te zien in onderstaand figuur 8.13.



Figuur 8.13 Via de extra 'Add This'-button kan naast de standaard functies de pagina's van de website ook nog eens op 286 manieren worden verspreid op het internet.

In het onderstaande figuur 8.14 zie je hoe je de pagina's van de website kan versturen naar een vriend. Het blok met "E-mail een vriend" verschijnt na het drukken op het e-mail icoon over de website heen. En verstuurd naast een zelf in te voeren bericht de link van de desbetreffende pagina van de website. Met de toevoeging van het hoofdmenu en de 'Add This'-buttons was de gehele header naar wens van de opdrachtgever en de bedrijfsmentor.



Figuur 8.14 Via de 'Add This'-button kan je de pagina's van de website een e-mail sturen naar een vriend.

8.6.Functieblok ontwerpen

Het statische element, dat eerder functieblok is genoemd, moest bestaan uit het 'Contact & Service'- en het 'Wist u dat?'-blok. Verder moest er ruimte komen om extra menuknoppen te plaatsen, zoals de knoppen "Over Global Edutainment" en "Vraag & Antwoord" die niet mee waren genomen in het eerder besproken hoofdmenu.

Het 'Contact & Service'-blok moest zoals besloten in tijdens 'The Scope Plane' bestaan uit mogelijkheden om contact op te nemen met Global Edutainment B.V. Het idee van een 'Contact & Service'-blok kwam voort uit een bevonden bestpracticus tijdens de benchmark. De mogelijkheden destijds voor het 'Contact & Service'-blok opgesteld, werden door de opdrachtgever, de bedrijfsmentor en mij verkort tot drie zogenoemde functies, namelijk:

- 'Stuur een bericht'-functie
- 'Bel mij terug'-functie
- 'Aanmelden voor nieuwsbrief'-functie

De functie 'Ik wil een afspraak maken' werd ondervangen door de 'Stuur een bericht'-functie en de 'Bel mij terug'-functie. Bij het in te vullen formulier werd rekening gehouden met een opmerking- of berichtveld, waarbij de bezoeker zelf kan aangeven of deze een afspraak wil maken. Aangezien was besloten om in de header en de footer contactgegevens van Global Edutainment B.V. te plaatsen, werd het overbodig geacht om in het 'Contact & Service'-blok nogmaals deze gegevens te vermelden.

Er werd besloten dat het 'Contact & Service'-blok zou bestaan uit een vast stramien met een wisselende inhoud. Dit naar aanleiding van welke contactfunctie de bezoeker wenste te gebruiken. Om de gebruiker te laten wisselen tussen de verschillende functies werden voor elk van deze functies een knop ontwikkeld.

In onderstaand figuur 8.15 zie je het plaatje wat is gebruikt voor de knoppen zelf. De bovenste rij staat voor de actieve status van een functie. De middeste rij voor de normale status functies. En de onderste rij voor de knoppen bij overgang van de muis. Ik heb er voor gekozen om de plaatjes van al deze stadia in één plaatje te plaatsten en met behulp van CSS 'uit te snijden'.

Deze techniek, ook wel "CSS sprite" genoemd, zorgt ervoor dat bij overgang van de muis niet desbetreffende plaatje moet worden geladen, maar dat enkel de uitsnijding verandert. Hierdoor loopt de website een stuk soepeler en ervaren de bezoekers enkele aan het begin een laadtijd. Voor elke knop op de website is waar mogelijk deze 'CSS sprite'-techniek toegepast.



Figuur 8.15 "CSS sprite" van de knoppen in het 'Contact & Service'-blok

Naast de knoppen in het 'Contact & Service'-blok moest het blok zelf ook een opmaak krijgen. Zoals genoemd in voorgaande paragraaf over het ontwerp van het hoofdmenu stond de gebruikte stijl vanuit de brochure centraal voor dit ontwerp. (Zie figuur 8.9 voor een voorbeeld hiervan.) Het enige probleem van de afspraak over deze blokken en de huidige huisstijl dat er geen duidelijke kleur was voor de elementen die niet bij een categorie behoorden. De enige kleur die hiernaast werd gebruikt was de lichtgrijze kleur uit het logo van Global Edutainment B.V. Bij het gebruik van deze kleur voor de blokken vonden de opdrachtgever, de gebruiksmentor en ik dat het blok niet paste tussen de overige elementen van de website.

Na het proberen van meerdere kleuren werd een donkerdere kleur grijs gekozen. Een donkere kleur grijs aan de bovenkant van de afgeronde border met dezelfde grijze opvulling met de titel witte titel erin. De overige randen van het blok kregen wel deze lichte kleur. Om het design wat nieuwer te laten ogen werd er door mij een kleurverloop aan het blok toe gevoegd. Net zoals was gedaan bij de header om deze in de achtergrond te laten verlopen. Door de keuze van een kleurverloop werd het blok nog meer bij de stijl van de website getrokken.

Naast de opmaak moest de inhoud van de blokken worden verzorgd. Tijdens 'The Structure Plane' was alle benodigde informatie betreffende benaming en soorten invulvelden voor de contactformulieren reeds vastgesteld. Deze konden hierdoor vrij gemakkelijk in het 'Contact & Service'-blok worden geplaatst. Er werd gekozen voor een blauwe tekstkleur om het blok nog meer bij de stijl van de website en de bovengenoemde knoppen te betrekken. De uiteindelijk versie van het 'Contact & Service'-blok is in onderstaande figuur 8.16 te zien. Om een consistentie in het stramien van de website te houden werd er gekozen voor een minimale hoogte van het 'Contact & Service'-blok.

The image displays three variations of a 'Contact & Service' form, each with a distinct header and set of input fields. All forms share a common header with the title 'Contact & Service' and three icons: a question mark, a telephone, and an envelope with an '@' symbol.

- Stel uw vraag:** This form includes a 'Uw naam:' field with a gender selection (M, V, and an empty circle), a 'Uw e-mail:' field, and a 'Uw bericht:' text area. The submit button is 'Verstuur mijn vraag'.
- Bel mij:** This form includes a 'Uw naam:' field with a gender selection, a 'Uw telefoonnummer:' field, a 'Voorkeur:' dropdown menu (set to 'ochtend'), and an 'Opmerking (optioneel):' text field. The submit button is 'Verstuur mijn aanvraag'.
- Aanmelden nieuwsbrief:** This form includes a 'Uw voornaam:' field with a gender selection, a 'Uw achternaam:' field, a 'Uw e-mail:' field, and a 'Uw telefoonnummer (optioneel):' field. The submit button is 'Meld mij aan'.

Figuur 8.16 'Contact & Service'-blok in met de 3 verschillende functies: "Stel uw vraag", "Bel mij" en "Aanmelden nieuwsbrief".

8.7.Footer element ontwerpen

Het laatste statische element van de website wat moest worden ontworpen is de footer. Dit footer element moest zoals eerder genoemd bestaan uit een referentiebalk, overzichtsmenu van de gehele website en contactgegevens van Global Edutainment B.V. Het idee om een footer element met deze onderdelen in de website te implementeren kwam voort uit meerdere bestpracticus vanuit de gedane benchmark.

Uit de benchmark kwam tevens dat het gebruik van iconen, symbolen of pictogrammen zorgt voor overzichtelijkheid in de website. Bij goed gebruik op meerdere pagina's zou hierdoor ook een duidelijke consistentie bestaan. Voor de contactgegevens in de footer besloten wij gebruik te maken van symbolen voor de verschillende soorten contactgegevens. Dit om de bezoeker direct een duidelijk overzichtelijk beeld te geven van deze gegevens.

Tijdens de opleiding Communicatie & Multimedia Design ben ik eerder in aanraking gekomen met het ontwikkelen van symbolen. Het ontwikkelen van de symbolen voor de contactgegevens begon met het verzamelen van alle benodigde contactgegevens. De opdrachtgever en de bedrijfsmentor kozen de onderstaande contactgegevens.

- Postadres
- Werkadres
- Telefoon
- Fax
- Email
- Routebeschrijving

Om de symbolen te bedenken gebruikte ik de techniek mindmappen. Dit deed ik voor elk contactgegeven. Welke associaties ik had bij deze contactgegevens zette ik in de vorm van een spinnenweb op een groot vel. Vanuit deze associaties kwamen meerdere ideeën voor symbolen naar voren. Uiteindelijk besloot ik voor de symbolen die in onderstaand figuur 8.19 te zien zijn. Zoals eerder omschreven bij het proces tot het ontwerpen van het header element werden de symbolen en opmaak van de contactgegevens (adres, telefoon en e-mailadres) ook voor deze header gebruikt.



Figuur 8.19 Symbolen bij de contactgegevens

Er werd besloten dat de referentiebalk los van de rest van de footer zou komen te staan zodat deze een duidelijke plek voor zichzelf op kon eisen. De opdrachtgever had mede op dat moment aangegeven dat trainingen soms ook anoniem moesten worden weergegeven. Bepaalde bedrijven zullen liever niet het volgen van sommige trainingen in het openbaar willen verkondigen. Een training als “Zuiverheid in macht en politiek” of “Integer zaken doen” kan voor sommige organisaties wellicht imago schade toe dienen. Er werd gekozen om de referentiebalk te laten bestaan uit meerdere logo’s van bedrijven in een blok met een de donker grijs gekleurde, afgeronde border net als het voorgaand besproken ‘Contact & Service’-blok. Met een wisselende tekst afhankelijk van de situatie:

- De volgende bedrijven hebben gekozen voor Global Edutainment B.V.
- De volgende bedrijven volgden de training ... (bijvoorbeeld SmartReading Advanced)

Voor de rest van de footer: de contactgegevens en het overzicht van de website, werd besloten om deze ook een afgeronde border te geven. Voor de opmaak kwam de bedrijfmentor met het idee om de wegwijzer die als stijlelement op de voorkant van de brochure en de promo-cd van Global Edutainment B.V. werd gebruikt ook in de footer te gebruiken. De wegwijzer was wel eerder tussen neus en lippen door genoemd, maar door de aparte afmetingen en vormen was deze nog nergens geplaatst. Aan dit idee voegde ik het gebruik van een soortgelijke, blauwe wolken achtergrond met kleurverloop als bij de header toe. Deze achtergrond stijl werd ook toegevoegd aan de referentiebalk. In figuur 8.20 hieronder zie je hoe de uiteindelijke footer is geworden na het toevoegen van het overzicht van de website en alle trainingen.

De volgende bedrijven kozen voor Global Edutainment B.V.

ABN-AMRO corus ASR FORTIS kpn

Algemeen

- Home
- Over Global Edutainment
- Vraag & Antwoord
- Wist u dat?
- Sitemap

Workshops

- Mindmappen
- Werken met kernkwaliteiten
- Werken met transactionele analyse
- Werken met rationele en emotionele technieken
- Enneagramtraining

Effectiviteit

- SmartReading
- SmartTyping
- Creatief denken, doen en zijn
- Timemanagement
- Stress preventie
- Intervisie

Communicatie

- Werken aan zelfvertrouwen
- NLP
- De manager als coach
- Zuiverheid in macht en politiek
- Missie & visie vorming
- Persoonlijke vorming & presentatie
- Teamvorming & menselijk gedrag
- Praktisch leiding geven & motivatie
- Klacht & conflictantering
- Functioneringsgesprekken
- Vergadertechnieken
- Train de trainer

Global Edutainment B.V.

🏠 Wilsonweg 2 - 2182 LR Hillegom
 📧 Postbus 244 - 2180 AE Hillegom
 ☎ 0252 - 518 537
 📠 0252 - 529 739
 @ info@globaledutainment.nl
 🗺 routebeschrijving

Wegwijzer:

- EFFECTIVITEITS TRAININGEN
- COMMUNICATIE TRAININGEN
- WORKSHOPS
- INTEGRITEITS TRAININGEN
- SMARTREADING
- SMARTTYPING
- MOTIVATIE TRAININGEN
- TEAMVORMING TRAININGEN

Figuur 8.20 Het footer element met de referentiebalk, het overzicht van de website en alle trainingen, de contactgegevens met symbolen en de wegwijzer.

8.8. Statistische elementen overzicht

De bovengenoemde statistische elementen vormen gezamenlijk het vaste stramien en opmaak van de website. Hieronder zie je waar elke pagina van de website aan moet voldoen. Mits er in voorgaande paragrafen genoemde, meerdere opties zijn voor bepaalde statistische elementen of onderdelen hiervan.



Figuur 8.21 Statistische deel van alle pagina's van de website. Mits er meerdere opties zijn voor bepaalde statistische elementen of onderdelen hiervan.

8.9.Content van de Homepagina te ontwerpen

Na het maken van het statische deel van de pagina's van de website was het tijd voor het proces naar de uiteindelijke pagina's website toe. De content (het dynamische deel van de pagina's van de website) moest worden ontworpen. Zoals eerder genoemd is het niet mogelijk om dit in een chronologisch verhaal te logisch over te brengen. Het proces wat leidt tot de content van de verschillende pagina's wordt echter getracht zo veel mogelijk per pagina op chronologische volgorde te benaderen.

8.9.1. Soorten content van de homepagina bepalen

Over de content van de homepagina was tijdens 'The Structure Plane' al een beslissing genomen qua inhoudelijke punten. Het idee was voorgaand om de homepagina enkel uit grote knoppen te laten bestaan. Deze knoppen konden bestaan uit enkel een paar woorden of bestaande uit een foto of illustratie met een korte beschrijving. Deze knoppen waren:

- Direct Inschrijven knop
- In-Company aanvragen knop
- SmartReading knop
- SmartTyping knop
- Effectiviteit knop
- Communicatie knop
- Workshops knop
- Over Global Edutainment B.V. knop

Voordat er aan de daadwerkelijke indeling en ontwerp van de content van de homepagina zou worden begonnen werd eerst bekeken of de opdrachtgever, de bedrijfsmentor en ik het nog wel met deze keuze eens waren. Er bleek na wat gediscussieer onderling dat niet iedereen het hier nog mee eens was. Na veel getouwtrek en proberen kwam de uiteindelijke indeling van de website uit op het volgende:

- [SmartReading knop + SmartTyping knop](#)
Bestaande uit een garantielijst met pluspunten en een foto inclusief het logo van SmartReading of SmartTyping.
- [Communicatie knop + Effectiviteit knop + Workshops knop](#)
Bestaande uit een rijtje met alle trainingen van de desbetreffende categorie en een korte, bondige tekst over deze categorie zelf.
- [Open Inschrijving blok](#)
Bestaande uit de eerst volgende open inschrijvingen met een mogelijkheid tot direct inschrijven of te gaan naar het overzicht van alle te volgen Open Inschrijving trainingen.
- [In-Company blok](#)
Bestaande uit een korte, bondige tekst over de In-Company mogelijkheden die Global Edutainment B.V. biedt en een garantielijst met pluspunten van het aanvragen van een In-Company.
- [Over Global Edutainment blok](#)
Bestaande een garantielijst met pluspunten van en een stuk tekst over Global Edutainment B.V.

8.9.2. Grote knoppen van de homepagina ontwerpen

Deze nieuwe indeling van de content van de homepagina kwam mede door het eerder besproken extra menu in het functieblok. Waar nu 'oneindig' veel extra knoppen konden worden geplaatst. Tevens sloot de bovengenoemde content beter aan op de eisen en wensen van Global Edutainment B.V. en de bezoekers van de website.

Voor deze content werd de stijl van de brochure gebruikt (figuur 8.9), opgebouwd met de afgeronde borders en kleuren van de categorieën. Er werd besloten dat deze blokken een elk eigen stijl verdienden op de homepagina. Deze stijl kon worden behaald doormiddel van een plaatje, illustratie of door het gebruik van symbolen.

SmartReading + SmartTyping knoppen

De knoppen SmartReading en SmartTyping op de homepagina moesten zoals eerder beschreven bestaan uit een garantielijst met pluspunten, een foto en het logo van SmartReading of SmartTyping.

Om een passend geheel te creëren met de website werd er veel tijd gestoken in het zoeken naar foto's op www.iStockPhoto.com. Voorgaand aan het zoeken naar deze foto's werd er terug gekeken naar 'The Strategy Plane'. Er is tijdens het begin van het proces vastgesteld welke emoties de bezoekers van de website zouden moeten ervaren. Twee emoties, plezier en vrijheid, werden destijds al gekozen voor ondersteuning van de lesmethode van SmartReading en SmartTyping. De foto's moesten beide of één van deze gevoelens met zich mee brengen. Aangezien de website al een gevoel van vrijheid gaf door het gebruik van de heldere lucht werd er gekozen om in de blokken van SmartReading en SmartTyping te kiezen voor een foto waarin deze lucht terug kwam. In de onderstaande figuren 8.22 en 8.23 zie het uiteindelijke ontwerp van de knoppen SmartReading en SmartTyping voor op de homepagina.



Figuur 8.22 Ontwerp SmartReading knop



Figuur 8.23 Ontwerp SmartTyping knop

Voor de foto's werd expliciet gekozen om geen foto's te gebruiken met mensen die direct in de camera kijken. Zoals eerder genoemd zijn deze magnetische foto's grote aandachtstrekkers voor het oog. Van groot belang waren de garantielijsten met pluspunten boven de foto. De foto was enkel om een bepaald gevoel of emotie aan het blok mee te geven. Voor het gebruik van foto's van de overige blokken werd ook deze eis gesteld.

Categorie knoppen

Tijdens het ontwerpen van de symbolen voor de contactgegevens van het footer element kwam het idee in mij op om de categorieën communicatie, effectiviteit en workshops te voorzien van een symbool om deze samen met de kleur behorende bij een categorie tot duidelijk stijl element te vormen. Dit idee werkte ik uit om te laten keuren door de opdrachtgever en bedrijfsmentor. In onderstaande figuur 8.24 is weergegeven hoe deze symbolen konden worden toegepast. De symbolen werden door de opdrachtgever en de bedrijfsmentor als grote toevoeging gezien. De keuze van het op deze manier gebruiken van de symbolen betekende dat in de brochure van Global Edutainment B.V. deze ook moeten worden doorgevoerd om een consistentie te creëren.



Figuur 8.24 Toepassing van symbolen voor de categorieën. De symbolen bestaan uit de eerste letter van de naam van de categorie.

Met deze nieuwe symbolen als toevoeging aan de stilelementen voor de categorieën besloot ik de rest van de blokken te ontwerpen. Zoals voorgaand beschreven moesten de knoppen voor de categorieën bestaan uit een rijtje met alle trainingen van de desbetreffende categorie en een korte, bondige tekst over de categorie zelf.

Ik besloot om bij deze knoppen net als bij de knop van SmartReading en SmartTyping een passende foto te zoeken. Tevens moest er ook weer worden gekeken welke emotie de foto moest bereiken. Ervaren werd als te behalen emotie bepaald. Er werd gezocht naar passende foto's voor de categorieën, waarbij je een gevoel van ervaren krijgt met betrekking tot het onderwerp van deze categorieën.

Er werd eerst gezocht naar foto's die net als bij de foto's in de knoppen van SmartReading en SmartTyping een lucht voorkwam, waardoor deze tevens een gevoel van vrijheid en plezier kreeg. Echter werd de gehele website hier erg druk van en creëerde het vele gebruik van lucht voor een gevoel van een reiswebsite. Er werd hierdoor voor een andere oplossing gekozen. Net als bij de blokken 'Contact & Service' en 'Wist u Dat?' werd er gekozen om een kleurverloop in de onderkant van het blok te gebruiken. Om aan de eerder genoemde symbolen (figuur 8.24) een snellere leercurve (herkenbaarheid door de bezoeker) mee te geven werd besloten om de foto's in combinatie met de kleurverloop en het symbool de illustratie van de knop te laten zijn.

Aan deze illustratie werd in een eenduidige stijl voor de drie blokken, een rijtje met alle trainingen van deze categorie en een korte, bondige tekst over de categorie zelf toegevoegd. In het figuur 8.25 op de volgende bladzijde is het uiteindelijke ontwerp van deze categorie knoppen te zien.



Figuur 8.25 Ontwerp van de knoppen van de categorieën

Knoppen bij overgang van de muis

De knoppen van SmartReading, SmartTyping en de categorieën leken qua uitstraling veel op de 'normale' blokken als de 'Contact & Service' en 'Wist u Dat?'. Er moest worden gekeken hoe deze knoppen konden worden voorzien van een duidelijke actie bij overgang van de muis, waarmee de knoppen duidelijk als knoppen worden ervaren. Hiervoor werd in Photoshop eerst enkele mogelijke oplossingen gemaakt om deze later in HTML+CSS om te zetten. Er werd geprobeerd het gewenste effect te behalen door kleuren in de knop te veranderen of de knop te laten bewegen.

Het uiteindelijke voorstel werd door de opdrachtgever en de bedrijfsmentor unaniem als beste bestempeld. De knop moest lichtelijk verschuiven en een schaduw rand krijgen in de tegenovergestelde richting om zo een zwevend effect te creëren. Achteraf werd tevens het idee bedacht om een subtiele tekst met "Klik voor..." op de knop te laten verschijnen bij overgang van de muis. Dit werd om twee redenen gekozen. De eerste is om het effect van een knop te vergroten. Het tweede is om voor mobiele telefoons zonder muis deze tekst standaard in de knop te laten zien, zodat deze toch als 'link' zal worden bestempeld. In onderstaand figuur 8.26 zie je de uiteindelijke knop van SmartReading in normale status en de knop bij overgang met van de muis.



Figuur 8.26 Links de uiteindelijke SmartReading knop, rechts deze knop bij overgang van de muis met de schaduwrand en de tekst "Klik voor.."

Van groot belang was dat een zoekmachine de teksten in de knoppen daadwerkelijk kon uitlezen. Om dit te bereiken werden de knoppen opgebouwd uit meerdere plaatjes en tekstblokken. Die doormiddel van de HTML+CSS als één link werden behandeld.

Een dusdanig effect creëren met Javascript of Flash is gemakkelijk te noemen. Echter was één van de eisen opgesteld tijdens 'The Scope Plane' dat bezoekers zonder Javascript en Flash deze website als 'normaal' moesten kunnen ervaren. Het effect van de knoppen werd door de opdrachtgever, de bedrijfmentor en mij gezien als het 'normaal' functioneren van de website.

Om de knoppen uiteindelijk functionerend te krijgen werden meerdere ingewikkelde technieken gebruikt. Voor de geïnteresseerde is het proces naar deze techniek beschreven in §8.15 "Techniek achter de schaduwknoppen". In deze paragraaf wordt iets dieper ingegaan op de HTML+CSS, waarvoor wellicht enige basiskennis op dit gebied is handig is.

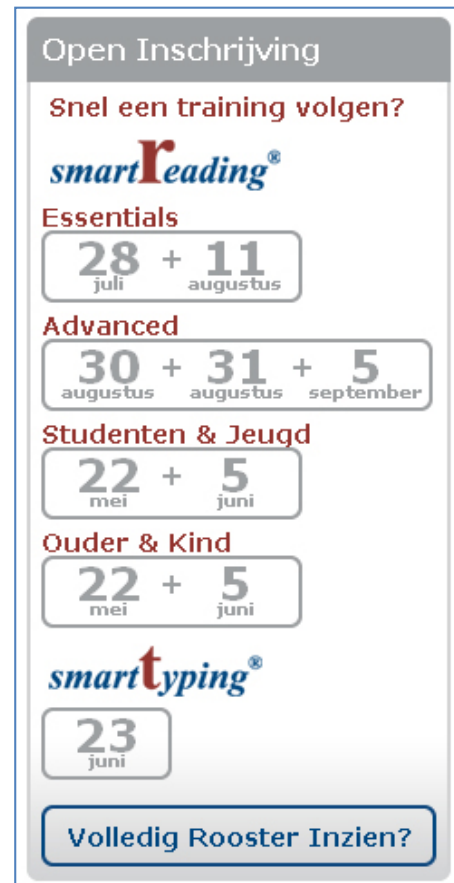
8.9.3. 'Open Inschrijving'-blok ontwerpen

Gezamenlijk met de opdrachtgever werd gekozen om de overige blokken: Open Inschrijving, In-Company en Over Global Edutainment, in dezelfde stijl als de eerder beschreven blokken 'Contact & Service' en 'Wist u dat?' te gieten. Het blok zou dus moeten bestaan uit een grijze afgeronde border en een kleurverloop op de achtergrond.

Om het de bezoeker van de website, die komt om zich in te schrijven voor een training gemakkelijker te maken werd er gekozen om in het 'Open Inschrijving'-blok de data van de eerst volgende Open Inschrijvingen te plaatsen. Per training van de te volgen Open Inschrijvingen moest de datum van deze training als directe link dienen naar de inschrijfpagina. In het eerste ontwerp van het blok werd er gekozen voor het gebruik van hyperlinks om deze data weer te geven.

Voor het tweede ontwerp werd er gekozen om deze hyperlinks om te vormen in knoppen. De knoppen werden opgebouwd op de zelfde manier als de knoppen van het hoofdmenu en de knoppen in het extra menu in het functieblok. Om de knoppen niet een te overheersende aandacht te laten opeisen werd de normale status van de buttons in de donkere kleur grijs gedaan. Bij overgang van de muis werd er gekozen om de knoppen wel in de duidelijke kleur blauw te laten veranderen.

In figuur 8.27 hiernaast zie je het ontwerp van het blok 'Open Inschrijving'. Onderstaand figuur 8.28 geeft weer wat er met een knop bestaande uit data gebeurt bij overgang van de muis.



Figuur 8.27 Ontwerp van het blok 'Open Inschrijving'



Figuur 8.28 Links knop bestaand uit data, rechts de knop bij overgang van de muis

8.9.4. 'In-Company'-blok en 'Over Global Edutainment'-blok ontwerpen

Zoals hiervoor genoemd was er afgesproken om de blokken 'In-Company' en 'Over Global Edutainment B.V.' in dezelfde stijl te houden als het blok 'Open Inschrijving'.

'In-Company'-blok

De inhoud van het 'In-Company'-blok moest bestaan uit een korte, bondige tekst over de In-Company mogelijkheden die Global Edutainment B.V. biedt, een garantielijst met pluspunten van het aanvragen van een In-Company. Voor deze garantielijst werd net als in voorgaande gevallen gekozen om de garantiepunten te voorzien van vinkjes.

De groene kleur bij deze vinkjes werd gekozen door de aard van deze kleur. Groen wordt gezien als positief, goed of veilig. Denk maar aan het groen van een stoplicht dat staat voor "Het is veilig, je mag oversteken". Het sluit aan bij het zogenaamde mentale model

Er werd gekozen om in dit blok nogmaals het telefoonnummer te vermelden om de bezoekers die op dit moment overtuigd zijn van het aanvragen van een In-Company direct een mogelijkheid tot contact opnemen te verschaffen. In figuur 8.29 hiernaast is het uiteindelijke ontwerp van het 'In-Company'-blok te zien.

In-Company

Al onze trainingen zijn In Company te verzorgen. Ook in de avond of in het weekend.

- ✓ Lagere kosten per deelnemer
- ✓ Geen verloren reistijd
- ✓ Vertrouwde omgeving
- ✓ Interactie met collegae


Meer weten?
Wij informeren u graag over de mogelijkheden. Bel tijdens kantooruren
0252 - 518 537
of laat u terug bellen via Contact & Service.

Figuur 8.29 Ontwerp van het blok 'In-Company'

'Over Global Edutainment B.V.'-blok

De blok 'Over Global Edutainment B.V.' moest bestaan uit een garantielijst met pluspunten over het bedrijf en een stuk tekst over Global Edutainment B.V. zelf. Er werd besloten om bij dit blok het logo van Global Edutainment B.V. nogmaals te vertonen, gezamenlijk met de slogan van Global Edutainment B.V. Deze slogan die normaliter in het header element zal worden geplaatst was daar vervangen door de tagline. Het onderstaande figuur 8.30 toont het uiteindelijke ontwerp van het 'Over Global Edutainment B.V.'-blok.

Global Edutainment B.V.



Een investering in uw eigen vermogen

- ✓ Bij ons bent u als klant nog écht koning
- ✓ U krijgt invulling op uw leerwens
- ✓ Wij zeggen "nee" als we het niet kunnen
- ✓ Wij zijn trainers, géén docenten
- ✓ Bij u of ons, wat u wenst

Onze Missie
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Mauris suscipit mattis molestie.

Onze Visie
Proin orci augue, varius in ultrices et, aliquam egestas lacus. Etiam nec lacus at massa tincidunt cursus.

Figuur 8.30 Ontwerp van het blok 'Over Global Edutainment B.V.'

8.9.5. Actieknop ontwerpen

Global Edutainment B.V. probeert het hele jaar door met acties potentiële klanten voor bepaalde Open Inschrijvingen te verleiden. Bij het ontwikkelen van de homepage ging de actie “SmartReading Summer Course” van start. Hierdoor kwam de discussie op gang wat te doen met deze (veelal terugkerende) acties. Ik was van duidelijke mening dat deze acties ook in de homepage moesten worden verwerkt. De opdrachtgever en bedrijfsmentor wist ik hiervan te overtuigen. Mits de uiteindelijke knop maar niet ook zou bestaan uit het schaduw effect van de overige knoppen. Dit werd gevraagd om zo de home pagina wat speelser te maken.

De knop werd opgebouwd uit een plaatje die is te zien in onderstaand figuur 8.31. De keuze om deze knop te laten bestaan uit een plaatje en niet net als de overige knoppen uit leesbare tekst voor zoekmachines kwam doordat dit getracht werd voornamelijk visueel uit te beelden. Om zoekmachines toch te laten begrijpen waar de knop over ging werd er besloten om een tekst achter de knop te plaatsen die bij het kijken zonder opmaak naar de website kon worden uitgelezen (de manier waarop zoekmachines jou website uitlezen).



Figuur 8.31 Boven de actie knop “SmartReading Summer Course” in normale status, onder de actie knop bij overgang van de muis.

8.9.6. Homepage indelen

Met alle elementen van de homepage ontwikkeld was het tijd om deze in te delen in de uiteindelijke content van de homepage. Zoals eerder gezegd gebeurde bovenstaande processen niet op chronologische volgorde. Tijdens het ontwerpen van de blokken werd er al constant rekening gehouden met deze indeling.

De indeling van de blokken en knoppen op de homepage werd deels gedaan naar geacht belang. De knoppen SmartReading en SmartTyping werden doordat deze over de kernproducten gaan bovenaan gezet. Hieronder de actie knop aangezien dit op het moment van verschijnen van een actie wordt gezien als één van de hoofdpunten op de moment. De overige knoppen werden puur op smaak ingedeeld. Het was mooier om de blokken ‘Open Inschrijving’ en ‘In-Company’ niet naast het functieblok te zetten aangezien deze beide uit dezelfde opmaak bestaan. De volgorde voor de knoppen van de categorieën werden puur visueel ingedeeld. Het blok ‘Over Global Edutainment B.V.’ werd voor de homepage als minst van belang bevonden en werd hierdoor onderaan in de indeling gezet. Mede daardoor kon dit blok de gehele breedte van de pagina beslaan en zo minder verticale ruimte opeisen.

Op de volgende pagina in figuur 8.32 is de uiteindelijke indeling en opmaak van de homepage te zien.