

Project: SPOT

Naam:	Marten Kuipers
Project:	SPOT
Klant:	Lone Rooftop
Eindgebruiker:	ABN AMRO Medewerkers
School:	NHL
Studie:	CMD
Begeleiders:	Michel van Galen Peter Wassenaar
Stagebedrijf:	Clockwork, Amsterdam
Begeleiders:	Cyrille (UX Lead) Thomas & Anniek (Visual & UX) Steve (Creative Director)
Datum:	30 juni 2016



Voorwoord

Na vier jaar Communication & Multimedia Design te hebben gestudeerd, is het dan zover. Jaren waarin ik als persoon gegroeid ben, diverse toffe projecten mocht doen en een groot netwerk van creatieven heb opgebouwd. Van het werken voor 3FM Serious Request tot het ontwerpen van een spel voor SC Heerenveen. Van het maken van een magazine voor designers tot de complete vormgeving en sfeer voor het jubileum van het technisch onderwijs in Leeuwarden. Ik heb veel nieuwe mensen leren kennen, waar ik ook weer ontzettend veel van heb geleerd.

Zowel binnen als buiten school, heb ik mezelf continu ontwikkeld en ben ik keer op keer uit mijn comfort zone gestapt. In de afgelopen vier jaar zijn er zelfs twee van mijn dromen uitgekomen;

1. *Werken bij een Digital Agency voor grote klanten in Amsterdam.*
2. *Een succes maken van ons bedrijf; Mark & Marten.*

Ik ben CMD daar ontzettend dankbaar voor.

Nog steeds is er veel te leren, maar ik kom stapje voor stapje dichterbij de buurt van mijn grote droom; Art Director binnen een groot digital agency in Nederland of daarbuiten. Voor mij betekent dat werken met de beste mensen voor de grootste klanten. Na een interessante stage bij Strangelove als UX Designer, wilde ik me bij Clockwork verder gaan ontwikkelen in UX en UI.

Een project waarin vele facetten van UX en UI aan bod kwamen, was de app voor Lone Rooftop en ABN AMRO.

Omdat ik van variatie houd, heb ik ervoor gekozen om twee dagen in de week voor Clockwork te werken. De overige drie dagen ben ik bezig geweest met mijn afstudeerproject. De afgelopen maanden heb ik mijn kennis op het gebied van UX verder vergroot. Ik heb ervoor gezorgd dat ik nu weet wat ik wel en niet wil. Daarnaast heb ik vele nieuwe methoden en werkwijzen toe kunnen passen.

Omdat ik niet alles in mijn eentje gedaan heb, wil ik een aantal mensen bedanken. Allereerst alle medewerkers en Facility Managers van ABN AMRO, Achmea en Nationale Nederlanden die ik heb mogen interviewen en waarbij ik mijn prototype meermaals mocht laten testen. Daarnaast wil ik Lone Rooftop, in het bijzonder Jeroen, bedanken voor alle feedback, advies en het betrekken van mij in hun bedrijf.

Verder natuurlijk Clockwork, waarbij ik Cyrille, Gabriël, Emile, Thomas, Anniek en in het bijzonder Steve wil bedanken voor alle tips, adviezen en de kans om dit toffe project te mogen doen. Ook mijn begeleiders vanuit CMD, Michel en Peter, wil ik bedanken voor het geduld, de tijd, de moeite en de waardevolle feedback.

Als laatste wil ik mijn familie en vrienden bedanken voor de steun. In het bijzonder: Marijke & mem, bedankt!

Samenvatting

ABN AMRO heeft, net als vele andere grote corporate bedrijven, te maken met twee problemen die met elkaar in verbinding staan. Zo heeft de afdeling Facility Management weinig tot geen inzicht in de bezetting van hun gebouw. Dit inzicht is echter van groot belang voor de facilitaire dienstverlening. Daarnaast is er in de loop der tijd, mede dankzij het invoeren van het flexwerken, een inefficiëntie ontstaan in de verdeling van medewerkers over het gebouw. Zo is het op bepaalde verdiepingen ontzettend druk en op andere verdiepingen rustig.

Met dit laatste punt komen we bij het tweede probleem. Medewerkers die flexwerken bij ABN AMRO, vinden het lastig een werkplek te vinden. Dit heeft onder andere te maken met het feit dat ook zij geen inzicht hebben in de bezetting van het gebouw. Op dit moment steken ze veel tijd in het zoeken van een geschikte werkplek of collega. Dit zorgt voor de nodige frustraties behoeften. Dit alles blijkt uit interviews met ABN AMRO Facility Management, ABN AMRO medewerkers, medewerkers bij andere bedrijven en Lone Rooftop.

Lone Rooftop is een technologie bedrijf dat deze beide problemen kan oplossen. Zij hebben namelijk PIE ontwikkeld, een platform dat de bezetting binnen gebouwen in kaart brengt op basis van onder andere WiFi sensoren. Zie het als een soort van Google Analytics voor gebouwen.

Een halfjaar geleden hebben ze een pilot gedraaid bij ABN AMRO. Er hingen op de eerste verdieping een aantal schermen, met daarop de plattegrond en de bezetting in procenten. Hierdoor kon je als medewerker zien waar het rustig en druk was. De meestgenoemde reactie was toen: "Kan dit ook in een app?".

Onderzoek

Volgens ABN AMRO Facility Management moet er een oplossing komen die ervoor zorgt dat medewerkers zich beter verspreiden over het gebouw. Uit interviews met ABN AMRO Facility Management, ABN AMRO medewerkers en Lone Rooftop bleek dat eerst de experience van het vinden van een werkplek moest worden verbeterd, om het uiteindelijke doel van Facility Management te kunnen bereiken.

Om het beste resultaat te bereiken is er veel aandacht besteed aan de medewerkers. Dit in de vorm van interviews, inleving, persona's, dagschema's en User Journey's. Op basis van deze inzichten is, na het schetsen en ontwerpen van een prototype, tijdens diverse iteratieronden veel feedback verzameld, gefilterd en doorgevoerd.

Bevindingen

Wat duidelijk werd tijdens het onderzoek was dat er nog meer problemen speelden op het gebied van flexwerken. Deze passen echter niet allemaal in de app. Zo zorgden bijvoorbeeld het reserveren van vergaderruimtes en het vinden van collega's voor frustraties. Omdat er veel nieuwe reserveringssystemen en app's in de maak zijn, bij onder andere ABN AMRO, is hier verder geen aandacht aan besteed. Echter bleek het vinden van collega's wel nauw in contact te staan met het vinden van een werkplek. Uit interviews is namelijk gebleken dat wanneer medewerkers een werkplek zoeken, dit vaak samen met collega's gebeurt. Daarnaast bleek dat de faciliteiten en locatie van de plek een grote invloed hebben op de keuze. Het kunnen aangeven van voorkeuren is dan ook een hoge prioriteit. Zo heeft de ene medewerker een externe monitor en de andere een whitepaper nodig om een brainstormsessie te organiseren voor zijn of haar collega's.

Oplossing

Op basis van het onderzoek en de bevindingen is er een app ontworpen die voor een prettige experience zorgt bij het vinden van de perfecte werkplek voor de medewerker. Met de app kunnen de ABN AMRO medewerkers gemakkelijk zien waar het rustig of druk is, of dat zo blijft op basis van historische en real-time data, een plek aanbevolen krijgen op basis van historische data en locatie, handmatig kiezen op basis van interesses en locatie, je collega's vinden om daarmee een plek te kiezen en meldingen ontvangen over

plekken die je worden aangeraden op basis van real-time data en koppeling met agenda.

Toekomst

In de nabije toekomst zal men zich moeten richten op gebruikerstesten met een werkend en geprogrammeerd prototype. Dit kan tot inzicht leiden waar de huidige prototypes niet toe in staat zijn. Dit heeft te maken met het feit dat je met een visueel prototype niet te weten kunt komen of medewerkers daadwerkelijk de app gaan gebruiken op de verwachte momenten. Ook kun je met een dergelijk prototype bepalen of alle ideeën technisch/budgeteel haalbaar zijn. Daarnaast kan er in de toekomst worden geëxperimenteerd met koppelingen met andere app's en systemen, om zo voor een nog betere experience voor de gebruiker te zorgen.

Binnen nu en vijf jaar kunnen, volgens Facility Management, PIE en de app volledig geïmplementeerd zijn binnen alle ABN AMRO vestigingen. Dit heeft te maken met het op grote schaal doorvoeren van een verandering in het huidige flexwerken, het uit de comfort zone trekken van medewerkers en het doorvoeren van werkzaamheden op facilitair gebied. Daarnaast is het mijn, maar ook Lone Rooftop's, doel om PIE en de app ook bij andere bedrijven te presenteren en implementeren.

Hoofdvraag

Hoe kan er, in de vorm van een app, voor een optimale experience bij ABN AMRO medewerkers worden gezorgd als het gaat om het vinden van een geschikte flexwerkplek?

Door ABN AMRO medewerkers gemakkelijk hun ideale flexwerkplek te laten samenstellen voor zichzelf en/of hun collega's, stel je ze op hun gemak en verhoog je de productiviteit. Daarnaast vinden ze het waardevol om te kunnen zien waar het rustig is en blijft, om vervolgens de juiste beslissing te kunnen maken wat betreft locatie om te werken. Dit zorgt voor een hogere productiviteit en tijdsbesparing.

Deelvraag 1

Hoe wordt er bij ABN AMRO en andere bedrijven gedacht over flexwerken en hoe wordt dit toegepast?

Antwoord

Voor veel mensen was de overgang naar 'Het Nieuwe Werken' en dus ook het flexwerken, een grote verandering. Mensen zijn tenslotte gewoontedieren en vinden het lastig om uit hun comfortzone te komen. Het thuiswerken, switchen tussen gebouwen of afdelingen en het zich houden aan de 'Clean Desk Policy', zijn dan ook zaken die tijd nodig hebben. Bij de één wat meer dan bij de ander.

Deze nieuwe vorm van werken bracht frustraties en behoeften, vanuit zowel Facility Managers als medewerkers, met zich mee. Echter leerden ze er mee leven, omdat ze niet wisten of hier een oplossing voor bedacht kon worden. Tot nu.

Deelvraag 2

Hoe gedragen medewerkers zich op de werkvloer tijdens het flexwerken?

Antwoord

Er is op dit moment veel onduidelijkheid en onwetendheid bij de medewerkers. Ze steken veel tijd in het zoeken van flexwerkplekken of collega's. Hierdoor bezet men plekken waar ze eigenlijk niet mogen of willen zitten.

Deelvraag 3

Welke aspecten zijn voor medewerkers van belang bij het zoeken van een flexwerkplek?

Antwoord

Het aangeven van voorkeuren bij het zoeken naar een flexwerkplek, de locaties van directe collega's kunnen zien en de verwachte drukte bekijken, zijn zeer belangrijk voor een medewerker.

Introductie

Afstuderen bij Clockwork. Na een toffe stage gehad te hebben bij Strangelove, was ik toe aan een nieuwe uitdaging. Clockwork. Een groot digital agency in onder andere Amsterdam dat zich voornamelijk bezighoudt met het ontwerpen en bouwen van app's en websites, het opzetten van campagnes en met branding voor grote klanten.

Februari 2016. Omdat mijn afstudeerstage bestond uit een combinatie van werken aan Clockwork projecten en mijn afstudeerproject, nam ik in mijn tweede week deel aan een Designsprint voor Lone Rooftop. Een Designsprint is een week waarin je samen met de klant en in een multidisciplinair team werkt. Van onderzoek en concept tot het testen van de gebruiksvriendelijkheid aan de hand van een prototype. Dit is de ultieme manier om in korte tijd snel tot inzichten te komen over je product, klant en eindgebruiker.

Lone Rooftop is een technologisch bedrijf dat zich bezig houdt met het in kaart brengen van de bezetting van een gebouw. Dit doen ze via hun eigen platform. Dit platform noemen ze PIE (Position Intelligence Engine). Hoe PIE precies werkt en meer over Lone Rooftop is terug te vinden in Hoofdstuk 2.

Met PIE kan bijvoorbeeld een medewerker zien hoeveel en waar mensen zich in hun gebouw bevinden. Dit kan uiteindelijk leiden tot kostenbesparing, tijdsbesparing en waardevolle data voor bijvoorbeeld Facility Managers, maar ook tot het allerbelangrijkste; een betere werkomgeving voor de medewerker.

Één van de belangrijkste concrete voordelen van de implementatie van PIE binnen een gebouw, is dat er niet meer onnodig tijd hoeft worden gestoken in het zoeken naar een werkplek. Dit is namelijk een groot intern probleem bij veel grote bedrijven en hier zal ik in hoofdstuk 1 en 2 dieper op ingaan.

Lone Rooftop draaide destijds een pilot bij één van hun potentiële klanten; ABN AMRO. ABN AMRO heeft namelijk te maken met een aantal problemen waarbij PIE de oplossing kan bieden (zie Hoofdstuk 1). Deze pilot gaf, in de vorm van een aantal tv-schermen, de bezetting op de desbetreffende verdieping weer. Vele positieve reacties volgden en al gauw werd de vraag gesteld: "Kan ik dit ook op mijn telefoon bekijken?". (1)

(1) Bijlage

1. Designsprint. Pilot feedback
(p. 97).

Designsprint:
Beelden hiervan zijn te vinden op:

<https://goo.gl/ygm4KG>

Tijdens de sprint (2) werd er aan een app gewerkt die je hielp bij het vinden van een beschikbare werkplek, vergaderruimte of collega. Aan het einde van de week testten we het prototype en wederom volgden er positieve reacties en waardevolle feedback van onder andere ABN AMRO medewerkers.

Omdat Clockwork er eerst niet mee verder zou gaan en ik inmiddels erg enthousiast was geraakt van onder andere Lone Rooftop en de app, werd er voorgesteld om mij dit als afstudeerproject te geven. Innovativiteit, UX (User Experience design), UI (User Interface design), alles zat erin. Ik, als startende UX Designer, hoefde er dus ook niet lang over na te denken.

(2) Bijlage

1. Designsprint. Feedback op prototype (p. 98).

De inhoud

1. Inleiding	9	3. Define	32	5. Prototype & Test	60
1.1.1 Probleemstelling	10	3.1 Inleiding	33	5.1 Inleiding	61
1.1.2 Conclusie	11	3.2 The Journey	34	5.2 Usability Test 1	62
1.1.3 Onderzoeksvragen	11	3.2.1 Dagschema	34	5.3 Usability Test 2	67
1.1.4 Doelstellingen	11	3.2.2 Touchpoints	36	5.4 Usability Test 3	72
1.1.5 Aanpak	12	3.2.3 Wensen vanuit de eindgebruiker	37	5.5 Conclusie	75
1.1.6 Stakeholders	12	3.2.4 Functionaliteit	38	5.6 Final screens	77
1.1.7 Structuur document	13	3.2.5 User Journey's	39		
2. Discover	15	3.3 Conclusie	43	6. Next Steps	88
2.1 Inleiding	16			7. Conclusie	90
2.2 Understand the Business	17	4. Design	44	8. Bronnen	92
2.2.1 Internet of Things	17	4.1 Inleiding	45	9. Bijlagen	95
2.2.2 Smart Cities	17	4.2 Ideeën generatie	46		
2.2.3 Smart Buildings	18	4.2.1 Soortgelijke apps	46		
2.2.4 Lone Rooftop & PIE	18	4.2.2 Ideeën	47		
2.2.5 Wally	18	4.3 Ontwerp	49		
2.3 Understand the User	19	4.3.1 Inspiratie	49		
2.3.1 ABN AMRO	19	4.3.2 Ontwerp	50		
2.3.2 Het Nieuwe Werken	19	4.3.3 Wireflows	51		
2.3.3 Flexwerken	20				
2.3.4 Vergelijkbare bedrijven	21				
2.3.5 Interviews	22				
2.3.6 Doelgroep bepalen	23				
2.3.7 Inleven in de eindgebruiker	26				
2.3.8 Persona's	27				

1. Inleiding

1.1 De inleiding

Elke medewerker bij een corporate bedrijf heeft er tegenwoordig mee te maken. 'Het Nieuwe Werken'. Een nieuwe vorm van werken waar menig Facility Manager dol enthousiast van wordt. 'Het Nieuwe Werken', ook wel flexwerken genoemd, is een nieuwe manier om de motivatie en creativiteit bij medewerkers te versterken, dat leidde uiteindelijk tot een hogere productiviteit. Hoe dit precies zit, waarom hier een app aan te pas moet komen en wie hier allemaal invloed op hebben, wordt in dit onderdeel uitvoerig beschreven.

1.1.1 Probleemstelling

Op dit moment weet niemand binnen een gebouw hoeveel en waar er mensen zich bevinden, dit bleek uit diverse interviews met Facility Managers, medewerkers binnen ABN AMRO en binnen soortgelijke bedrijven. (3) Dit is dan ook één van de redenen geweest dat Lone Rooftop is opgericht. Zij kwamen er, tijdens een veldonderzoek, achter dat er veel winst te behalen viel op het gebied van data verzamelen binnen gebouwen. Tot nu toe werd daar eigenlijk niets mee gedaan. (4)

ABN AMRO is één van de bedrijven die kampt met dit probleem. De bezetting is op dit moment inefficiënt, waardoor er onnodig kosten worden gemaakt aan; bijvoorbeeld de schoonmaakploeg.

Als bepaalde afdelingen namelijk nauwelijks in gebruik zijn, hoeven er ook minder schoonmakers ingezet te worden. Afdelingen die wel drukbezocht zijn, hebben juist meer schoonmakers nodig. Dit is één van de vele voorbeelden waar Lone Rooftop de helpende hand zou kunnen bieden.

Daarnaast is er nog een groter probleem. Flexwerkers binnen grote bedrijven besteden teveel tijd aan het zoeken van beschikbare flexwerk- en vergaderplekken of collega's. Dit blijkt uit interviews met medewerkers binnen bedrijven als ABN AMRO, Nationale Nederlanden en Achmea. (5)

Omdat ze vaak in grote panden werken met een enorm aantal directe en indirecte collega's, is het vaak even zoeken. Dit kan leiden tot frustraties. PIE zou ook hierbij een uitkomst kunnen bieden.

Wat als je met PIE zou kunnen zien waar het druk en rustig is? Wat als je met PIE zou kunnen zien waar je collega's zich bevinden? Wat als je met PIE een beschikbare werkplek kunt vinden die ook nog eens aan je wensen voldoet? Wat als je kunt zien welke vergaderruimtes worden gereserveerd maar vervolgens niet worden gebruikt? Dit zijn een aantal toepassingen waarin ABN AMRO Facility Management en medewerkers interesse hebben.

(3) Bijlage

2. Discover. Interviews (p. 104-109).

(4) Bijlage

2. Discover. Interviews, audio (p. 106).

(5) Bijlage

2. Discover. Interviews, medewerkers (p. 105-109).

Designsprint:

Beelden hiervan zijn te vinden op:

<https://goo.gl/ygm4KG>

(3) Bijlage

2. Discover. Interviews (p. 104-109).

(4) Bijlage

2. Discover. Interviews, audio (p. 106).

(5) Bijlage

2. Discover. Interviews, medewerkers (p. 105-109).

(6) Bijlage

2. Discover. Interviews, medewerkers NN & Achmea (p. 107-108).

1.1.2 Conclusie

Uit onderzoek (3) blijkt dat er onnodig veel tijd wordt gestoken in het vinden van beschikbare flexwerkplekken of collega's. Daar moet, volgens medewerkers en Facility Managers, een oplossing voor komen. Met alle nieuwe data, die dit met zich meebrengt, kan Facility Management vervolgens stappen ondernemen. Dit om op deze manier onder andere de medewerkers beter te verdelen over het gebouw en deze efficiënter in te richten.

1.1.3 Onderzoeksvragen

Hoofdvraag

Hoe kan er, in de vorm van een app, voor een optimale experience bij ABN AMRO medewerkers worden gezorgd als het gaat om het vinden van een geschikte flexwerkplek?

Deelvragen

- Hoe wordt er bij ABN AMRO en andere bedrijven gedacht over flexwerken en hoe wordt dit toegepast?
- Hoe gedragen medewerkers zich op de werkvloer tijdens het flexwerken?
- Welke aspecten zijn voor medewerkers van belang bij het zoeken van een flexwerkplek?

1.1.4 Doelstellingen

Doelstelling op korte termijn (o.b.v. overleg met ABN AMRO Facility Management & Lone Rooftop)

Het doel op korte termijn is; het voor medewerkers gemakkelijker maken om een geschikte werkplek te vinden. De focus ligt tijdens het onderzoek op ABN AMRO medewerkers, maar het concept is zeker schaalbaar. Het genoemde probleem speelt namelijk niet alleen bij ABN AMRO een rol. Dit bleek uit het onderzoek van Lone Rooftop en uit interviews met Achmea en Nationale Nederlanden. (4) (6) De app zal dan ook zo moeten worden ontworpen dat het zich als een soort kameleon gemakkelijk kan aanpassen aan de content en visuele stijl van een bedrijf.

Doelstelling op lange termijn (o.b.v. overleg met ABN AMRO Facility Management & Lone Rooftop)

Het doel op lange termijn is ervoor zorgen dat de app het flexwerken aantrekkelijker gaat maken. Uit interviews (5) blijkt dat dit nu niet het geval is. Medewerkers nemen op dit moment niet de moeite om elders in het gebouw op zoek te gaan naar een werkplek, wanneer ze ook op hun vertrouwde plek konden blijven zitten. Of die vertrouwde plek ook de ideale plek is, is nog maar de vraag.

1.1.5 Aanpak

Omdat de doelgroep extra aandacht verdiende voordat er zou worden geïtereerd, is het project gestart volgens de Waterval-methode. Uiteindelijk werd dit gecombineerd met Design Thinking elementen om via iteratieronden een app te ontwerpen, die naadloos aansluit op de behoeften van de doelgroep. Daarnaast zijn er een aantal methoden uit de Designsprint gebruikt die ook toendertijd tot positieve resultaten leidden.

Naast het aandacht besteden aan de doelgroep, is er ook veel aandacht besteed aan de business waarin Lone Rooftop zich bevindt. Zo zijn bijvoorbeeld de werking en mogelijkheden van PIE essentieel voor de app. Daarnaast is het goed om te onderzoeken wat er binnen ABN AMRO al wordt gedaan op het gebied van flexwerken, welke tools er worden gehanteerd, wat er mogelijk is en wat zij verwachten.

1.1.6 Stakeholders

Wie hebben uiteindelijk allemaal invloed op het product en wat is hun relatie tot elkaar? Met alle betrokkenen is er een gesprek geweest over hun rol in het project. (3) Dankzij de Stakeholder Analyse, die in het boek *Branded Interactions* (1) wordt uitgelegd, ben ik de waarde van het opzetten van deze stakeholders gaan inzien. Door stakeholders te gaan formuleren, weet je voor wie je het doet en met wie je rekening moet houden. Met deze stakeholders moet dan ook veel worden gecommuniceerd.

ABN AMRO Medewerkers

De ABN AMRO medewerkers zullen deelnemen aan interviews en verschillende testen van het prototype. Zij zijn de mensen die hun verwachtingen, behoeften en frustraties vertellen, waarop met het eindproduct kan worden ingespeeld. De resultaten zijn terug te zien in de bijlage. (7)

Lone Rooftop

Een andere stakeholder is Lone Rooftop. Het technologie bedrijf dat ervoor zorgt dat het eindproduct uiteindelijk wordt ontwikkeld en uitgerold. Hierdoor is het van groot belang om te weten wat er technisch mogelijk en haalbaar is.

Daarnaast wordt dit eindproduct onder hun naam uitgebracht, waardoor het belangrijk is om de huidige propositie van Lone Rooftop in stand te houden. In dit project is er vooral veel contact met Jeroen Coumans (Chief Product Officer) en Marcel Lamers (CEO & Co-founder). Lone Rooftop heeft voornamelijk contact met Facility Management.

ABN AMRO Facility Management

Daarnaast is het Facility Management van ABN AMRO één om mee rekening te houden. Zij zijn ook degene die met Lone Rooftop veel contact heeft. Facility Management moet namelijk rekening houden met onder andere de privacy van medewerkers en de kosten die deze app met zich meebrengt.

(3) Bijlage

2. Discover. Interviews (p. 104-109).

(6) Bijlage

2. Discover. Interviews, medewerkers NN & Achmea (p. 107-108).

(7) Bijlage

2. Discover. Interviews, medewerkers ABN AMRO (p. 105-109).

(1) Bron

Spies, M. (2015). Discover, Stakeholder Analysis. In M. Spies, *Branded Interactions* (1e Druk, p. 54-55). New York: Thames & Hudson.

Tijdens dit project is het verstandig om rekening te houden met de behoeften en eisen van deze mensen. Er is vooral contact met Diedrik Broekman (Senior Business Consultant).

(8)

Flexwerkers bij soortgelijke bedrijven

Naast de gesprekken met ABN AMRO medewerkers, is het ook waardevol om in kaart te hebben hoe er bij soortgelijke corporate bedrijven wordt geflexwerkt. (6) Hebben zij ook belang bij een dergelijke app? Hebben ze juist andere frustraties of behoeften? Door ook hun behoeften en frustraties mee te nemen in de testfasen, zal het de app voor ABN AMRO gaan verrijken. Tegelijkertijd verhoogt het de kans dat de app door soortgelijke bedrijven aantrekkelijk wordt bevonden.

1.1.7 Structuur document

Het project is gebaseerd op basis van de Waterval-methode, gecombineerd met Design Thinking principes. Zo is er veel tijd gestoken in het bepalen, kennen en begrijpen van de doelgroep. Dit is zo aangepakt vanwege de bevindingen tijdens de designsprint. Daaruit bleek dat de medewerkers meer aandacht verdienden, omdat de gemaakte aannames onjuist bleken te zijn. Bovendien werd het me, tijdens interviews, (7) duidelijk dat ABN AMRO medewerkers nogal verschillen van elkaar. Elk heeft zijn of haar eigen behoeften en frustraties waardoor ieder op hun eigen manier de app zouden gebruiken.

Met dit in het achterhoofd, is er veel onderzoek gedaan naar deze medewerkers. Op basis van de bevindingen zijn de eerste schetsen gemaakt, zonder ook maar een aanname te hoeven doen. Tijdens de testrondes zijn er nog een aantal aannames in verwerkt, om ze op deze manier te valideren. Diverse iteratieronden hebben de app uiteindelijk gevormd.

Hoofdstuk 1: Inleiding

Eerst wordt de context beschreven, van hoofd- en deelvragen tot aan de korte- en langetermijndoelstellingen.

Hoofdstuk 2: Discover

In dit hoofdstuk wordt er via 'Understand your business' en 'Understand the user' ingegaan op het onderzoek. Van Interviews tot Persona's en van 'A day in the life of..' tot restricties.

Hoofdstuk 3: Define

In dit hoofdstuk zal via User Journeys en ideeëngeneratie, op basis van de Hoofdstuk 1, een duidelijk concept worden geformuleerd. Alle ideeën, die zijn bedacht, komen hier subtiel of uitgebreid aan bod.

Hoofdstuk 4: Design

Dit zal het hoofdstuk zijn waarin de ideeën worden gefilterd en de ontwerpen voor wireframes worden gemaakt. Ook de UI en Visual Design komen hierbij om de hoek kijken.

(6) Bijlage

2. Discover. Interviews, medewerkers NN & Achmea (p. 107-108).

(7) Bijlage

2. Discover. Interviews, medewerkers ABN AMRO (p. 105-109).

(8) Bijlage

2. Discover. Interviews, Facility Managers (p. 106, 108).

Hoofdstuk 5: Prototype & Test

In dit hoofdstuk zal er aandacht worden besteed aan een prototype, gebaseerd op de inzichten en conclusies uit Hoofdstuk 2, 3 en 4. Door diverse iteratieronden met elk een eigen focus zal de app continu worden verbeterd.

Hoofdstuk 6: Next Steps

In de 'Next Steps' zal er een blik worden geworpen in de toekomst. De toekomst van de app. Gaan de medewerkers de app daadwerkelijk gebruiken in de verwachte situaties? Waarmee is de app eventueel te koppelen? Welke uitbreidingen zijn er mogelijk? Allemaal zaken die aan bod zullen komen in dit hoofdstuk.

Hoofdstuk 7: Conclusie

In de conclusie zal de balans worden opgemaakt. Bij alle onderdelen van het traject wordt nog eens langs gegaan en de hoofdvraag zal worden beantwoord.

Hoofdstuk 8: Bronnen

De genoemde bronnen op de pagina's zijn hier terug te vinden in de vorm van een lijst.

Hoofdstuk 9: Bijlagen

De bijlagen waarna verwezen wordt op de pagina's, zijn hier terug te vinden op basis van dezelfde structuur als de rest van het document.

2. Discover

2.1 Inleiding

Omdat de business waarin Lone Rooftop zich bevindt, de werking van PIE, flexwerken en het leven van een gemiddelde ABN AMRO medewerker volstrekt onbekend terrein zijn, is er veel tijd gestoken in "Understand the Business" en "Understand the User".

Tijdens de Designsprint werd het namelijk ook duidelijk dat de aannames, die werden gemaakt, niet altijd bleken te kloppen. Daarnaast was er niet genoeg kennis vergaard over het systeem van Lone Rooftop, de doelstellingen van de diverse stakeholders en verdienden de behoeften en frustraties van de doelgroep meer aandacht. Het was tenslotte een Designsprint, waarin je in hoog tempo van de ene naar de andere fase gaat. Hierdoor kun je niet overal evenveel aandacht aan kunt besteden. Dit afstudeerproject is echter de uitgewezen kans om meer aandacht te kunnen geven aan de genoemde onderdelen.

Understand the business

Via onderzoek naar Internet of Things (IoT), PIE en Stakeholders wordt er door "Understand the Business" gelopen. Door events te bezoeken met betrekking tot IoT en Lone Rooftop, video's te bekijken m.b.t Smart Cities en interviews te houden met de stakeholders is er tot een aantal inzichten gekomen. Deze worden in de conclusie behandeld.

Understand the user

Via onderzoek naar ABN AMRO, flexwerken, doelgroep bepaling en persona's wordt er door "Understand the User" gelopen. Door een aantal handelingen als: interviews met ABN AMRO medewerkers, ABN AMRO Facility Managers, medewerkers bij andere bedrijven en artikelen over flexwerken, is er tot een aantal inzichten gekomen over de doelgroep. Daarnaast is er, om de frustraties en behoeften beter te begrijpen, een aantal dagen als een flexwerker bij ABN AMRO gewerkt. Vervolgens is, aan de hand van deze inzichten en een aantal methoden, de doelgroep bepaald.

Events & Meetings:

Beelden hiervan zijn te vinden op:

<https://goo.gl/a9wl8W>

2.2 Understand the business

Allereerst zijn er een aantal events bezocht met betrekking tot Internet of Things, Smart Cities en Smart Buildings om de business van Lone Rooftop beter te begrijpen. Daarnaast is het van belang om te weten wie er in Lone Rooftop's platform geïnteresseerd zijn en waarom, hoe dat platform precies werkt en wat ze op dit moment aan het doen zijn. Op al deze zaken zal in dit onderdeel dieper worden ingegaan.

2.2.1 Internet of Things (IoT)

De laatste jaren hoor je steeds meer over Internet of Things. Maar wat is het nou eigenlijk? Letterlijk vertaald is het: 'Het internet der dingen'. Onder deze dingen wordt verstaan: objecten, machines en gebouwen. Al deze dingen hebben een identiteit, zijn verbonden met het internet, beschikken over één of meer zintuigen en zijn te controleren door een apparaat of mens, aldus *John Barrett* tijdens *TEDx*. (2) Deze dingen werken samen met andere apparaten en sensoren, waardoor er een grote hoeveelheid data wordt verzameld. Het gaat om zichtbare en onzichtbare data, volgens *Mediawijsheid*. (3)

Hoewel er al erg veel gebeurd op het gebied van het 'slimmer maken van dingen' en er ontzettend veel geld in wordt geïnvesteerd door onder andere de overheid, zijn er ook mensen die er sceptisch over zijn.

"Ik kan het prima zelf, een apparaat hoeft dit voor mij niet te vervangen" en "Ik heb er helemaal geen zin in als iedereen alles over mij te weten komt", zijn dan ook veelgehoorde reacties van mensen bij events als *TEDx*. Toch dachten we een aantal jaar geleden ook zo over de mobiele telefoon en kunnen we er nu geen dag meer zonder, aldus iemand uit het publiek bij een event in *Pakhuis de Zwijger*. (4)

2.2.2 Smart Cities

Als je het over IoT hebt, dan heb je 't ook over Smart Cities. Steden die straks bol komen te staan de van de technologie, waarin de combinatie wordt gelegd tussen Smart Data (data die wordt verzameld door het IoT), Smart Technology (denk aan PIE) en smartphones. Samen gaan deze ervoor zorgen dat we straks in zelf-rijdende auto's zitten, die optimaal communiceren met onder andere stoplichten, parkeerplekken en natuurlijk ander verkeer. Dit is echter één van de dingen die er toe gaat leiden dat we straks een 'smart' leven zullen leiden, volgens *Saskia Beer* van *ZO!City*. (5)

(2) Bron

TEDxCIT. (2012, 5 oktober).
Dr. John Barrett: "The Internet of Things". Geraadpleegd van <https://goo.gl/4TUEoM>

(3) Bron

Mediawijsheid. *Mediawijsheid: "Internet of Things"*.
Geraadpleegd van <https://goo.gl/GzCB2I>

(4) Bron

Pakhuis de Zwijger. (2016, 29 februari). *Gebiedsontwikkeling: De keuze voor een Smart City*.
Geraadpleegd van <https://goo.gl/sebGIU>

(5) Bron

Pakhuis de Zwijger. *Saskia Beer, ZO!City*. (2016, 29 februari).
Gebiedsontwikkeling: De keuze voor een Smart City.
Geraadpleegd van <https://goo.gl/sebGIU>

Events & Meetings:
Beelden hiervan zijn te vinden op:

<https://goo.gl/a9wl8W>

(5) Bron

Pakhuis de Zwijger. Saskia Beer, ZO!City. (2016, 29 februari). *Gebiedsontwikkeling: De keuze voor een Smart City*. Geraadpleegd van <https://goo.gl/sebGIU>

(6) Bron

Facility Apps. (2016, 17 maart). *Lone Rooftop en Facility Apps: Smart Services in Intelligent Buildings*.

(7) Bron

Lone Rooftop. Geraadpleegd van <https://www.lonerooftop.com/>.

(9) Bijlage

1. Designsprint. Foto Wally (p. 99).

Ook in bijvoorbeeld een kantorenpark gaat IoT een grote rol spelen. Omdat de gebouwen, parkeerplekken, auto's, objecten in en buiten de gebouwen, mensen en andere dingen straks allemaal verbonden zijn met elkaar, is het nog maar een kleine stap om daar meteorologische en andere relevante data aan te koppelen. Denk bijvoorbeeld aan het feit dat lantaarnpalen straks alleen licht gaan geven als er daadwerkelijk verkeer langskomt of dat stoplichten niet langer op rood staan als het niet nodig is. Dit bleek allemaal uit de livestream van *"De keuze voor een Smart City"* in *Pakhuis de Zwijger*. **(5)**

2.2.3 Smart Buildings

Niet alleen buiten, maar ook binnen de gebouwen, wordt er gebruik gemaakt van IoT. Gebouwen die over WiFi beschikken, beschikken over Access Points. Deze punten zorgen voor het WiFi op je device. Lone Rooftop kwam erachter dat deze Access Points kunnen vertellen hoeveel mensen eraan verbonden zijn en waar zij zich bevinden. Zie ook *"Lone Rooftop & PIE"*.

Op het gebied van facility management is er dan ook een grote slag te halen. Zo wordt er bijvoorbeeld gesteld dat over vijf jaar de data, die met bijvoorbeeld deze Access Points wordt opgehaald, alle benodigde service activiteiten volledig inzichtelijk maken. Iets wat niet ondenkbaar is als je kijkt hoever we nu al zijn. Dit alles bleek uit de sprekers op het event van *Facility Apps*. **(6)**

2.2.4 Lone Rooftop & PIE

Lone Rooftop is een startup die zich bezig houdt met Smart Buildings. Het is hun missie om de efficiëntie, duurzaamheid en gastvrijheid binnen gebouwen te verbeteren.

Facility Managers van onder andere universiteiten en grote corporate bedrijven komen maar al te graag met ze in contact. Lone Rooftop heeft namelijk het platform; Position Intelligence Engine (PIE) ontwikkeld. Dit maakt het inzichtelijk hoeveel mensen er zich in een gebouw bevinden, waar deze mensen precies zijn, welke persoon op welke plek is en welke ruimtes er beschikbaar of bezet zijn. PIE tracked, op basis van WiFi en andere sensoren, alle devices die zich in een gebouw bevinden. Om te voorkomen dat een laptop en telefoon als twee mensen worden gezien, heeft Lone Rooftop daarop een berekening losgelaten. Hierdoor krijgen ze in kaart om hoeveel daadwerkelijke personen het gaat. Dit alles kwam voort uit gesprekken met Lone Rooftop, bezochte events en hun website. **(6) (7)**

2.2.5 Wally

Zoals in de introductie genoemd, is er begin 2016 een pilot gedraaid binnen ABN AMRO. In het 'Innovation Centre' van ABN AMRO aan de Gustav Mahlerlaan waren tv-schermen geplaatst, die de bezetting van de desbetreffende verdieping lieten zien. Bij deze pilot werd er gebruik gemaakt van Wally **(9)**, één van de app's die op PIE is gebouwd. Wally laat d.m.v. percentages op een plattegrond zien, hoe druk of rustig het is. Wally is bedoeld voor de 'wall', maar medewerkers vroegen zich af of dit systeem ook in de vorm van een app beschikbaar komt. Hierdoor hebben ze altijd en overal toegang tot deze inzichten.

2.3 Understand the user

Naast over de business en Lone Rooftop info te vergaren, is er ook veel tijd gestoken in het beter begrijpen van de klant, vergelijkbare bedrijven, de doelgroep en hun werkwijze. Het is van belang om je in het leven van de ABN AMRO medewerker te kunnen verplaatsen en vanuit hem of haar kunt denken. Alleen op deze manier kan er optimaal worden ingespeeld op de behoeften van deze mensen. Ook kan er nu zelf met relevante toevoegingen gekomen worden, zodat de experience wordt verbeterd. In dit onderdeel wordt dit alles uitvoerig besproken.

2.3.1 ABN AMRO

Om een goed beeld te krijgen van het bedrijf en het probleem dat er bij onder andere ABN AMRO speelt, zijn er allereerst een aantal opnames (4) teruggeluisterd van interviews tussen Lone Rooftop en Facility Managers. Hieruit kwam duidelijk naar voren dat Facility Managers weinig data tot hun beschikking hebben om hun facilitaire doelen te bereiken. De Facility Managers zijn de mensen die binnen ABN AMRO, de mensen hoger in de boom moeten overtuigen van de kracht van Lone Rooftop's platform.

Een aantal doelen van Facility Management is ervoor te zorgen dat medewerkers optimaal kunnen werken, het in kaart brengen van wanneer bijvoorbeeld meubilair aan vervanging toe is en het oplossen van facilitaire klachten. Toen Lone Rooftop ABN AMRO benaderde, waren ze dan ook meteen enthousiast.

Wanneer Facility Managers namelijk weten waar de drukte zich in hun gebouw bevindt en waar juist niemand komt, helpt dit ze om daarop in te spelen met de schoonmaak, maar ook met de verdeling van restaurants, coffeecorners, printers en toiletten over het gebouw. Juist om de drukte te verspreiden, kunnen ze deze middelen ook tactisch gaan inzetten. Al deze data kan leiden tot een compleet andere indeling van het gebouw en daardoor tot een betere werkomgeving voor de medewerkers, bleek uit de audio opnames en de interviews. (4) (8)

2.3.2 Het Nieuwe Werken

Daarnaast merkt Facility Management (8) dat medewerkers lastig een werkplek voor zichzelf of hun team kunnen vinden. Dit komt mede door 'Het Nieuwe Werken', dat een aantal jaren geleden is ingevoerd, waardoor veel mensen thuis werken en/of geen vaste werkplek meer hebben. Hierdoor moet er vaak worden geswitched tussen gebouwen.

(4) Bijlage

2. Discover. Interviews, audio (p. 106).

(8) Bijlage

2. Discover. Interviews, Facility Managers (p. 106, 108).

Deelvraag 1:

Hoe wordt er bij ABN AMRO en andere bedrijven gedacht over flexwerken en hoe wordt dit toegepast?

Antwoord:

Voor veel mensen was de overgang naar 'Het Nieuwe Werken' en dus ook het flexwerken, een grote verandering. Mensen zijn tenslotte gewoontedieren en vinden het lastig om uit hun comfortzone te komen. Het thuiswerken, switchen tussen gebouwen of afdelingen en het zich houden aan de 'Clean Desk Policy', zijn dan ook zaken die tijd nodig hebben. Bij de één wat meer dan bij de ander.

Deze nieuwe vorm van werken bracht frustraties en behoeften, vanuit zowel Facility Managers als medewerkers, met zich mee. Echter leerden ze er mee leven, omdat ze niet wisten of hier een oplossing voor bedacht kon worden. Tot nu.

(8) Bijlage

2. Discover. Interviews, Facility Managers (p. 106, 108).

(8) Bron

Bade, T. (2008, 1 november).

Trouw: Dierengedrag op kantoor door flexibele werkplek opinie.

Geraadpleegd van <http://goo.gl/sVXCIC>

(9) Bron

Pennock, W. F. (2013, 27 augustus).

Omgevingspsycholoog: Hoe zorg je dat medewerkers zich verspreiden over

flexwerkplekken? Geraadpleegd van <http://goo.gl/txgKgc>

De meeste medewerkers kunnen namelijk zelf kiezen in welk gebouw ze gaan werken. Natuurlijk is dit wel afhankelijk van de locaties van hun collega's en hun agenda.

Uit onderzoek (8) blijkt dat de verhouding: acht werkplekken op tien mensen, is. Dit werkt alleen wanneer de andere twee personen thuiswerken. Dit is echter niet altijd het geval.

Bovendien nemen werknemers die niet onder het 'Nieuwe Werken' vallen, soms ook de flexwerkplekken in van deze 'nieuwe' werkers. Daarnaast komen er bezoekers langs die eigenlijk alleen maar op de flexwerkplekken mogen zitten. Vooral op dinsdag en donderdag is het druk en steken de medewerkers (onnodig) tijd in het zoeken naar een werkplek. Onnodig, want er is vaak genoeg plek elders in het gebouw.

2.3.3 Flexwerken

Niet alleen ABN AMRO, maar ook vele andere bedrijven voerden in de afgelopen jaren het flexwerken in. Dit met alle gevolgen van dien. Uit onderzoek (8) blijkt dat mensen gewoontedieren zijn en het liefst elke dag op dezelfde plek werken. De plek waar hun stoel en scherm op de juiste hoogte staan, de fotolijstjes van de kinderen op het bureau en alle collega's in de buurt. Het wordt bijna dierengedrag, mensen komen niet of nauwelijks buiten hun territorium. Dit territorium is dan ook niet toegankelijk voor anderen.

Een ander voorbeeld is het handdoekje leggen. Iedereen kent het wel. Je verblijft tijdens je vakantie in een hotel met een zwembad en elke dag zijn alle ligstoeltjes al vroeg in de ochtend bezet. Bezet door een handdoek om te laten zien dat de plek is 'geclaimd'. Vaak zijn de eigenaren van die handdoeken niet eens in de buurt.

Dit gebeurt ook met flexwerkplekken. Mensen houden zich niet altijd aan de *Clean Desk Policy* en laten dus hun spullen liggen als ze even gaan lunchen, waardoor de plek niet kan worden gebruikt door plekzoekenden. Dit gebeurt voornamelijk bij mensen die moeite hebben met het "Nieuwe Werken". Deze mensen willen het liefst de gehele dag op dezelfde plek zitten en nemen niet de moeite om te gaan zoeken naar een andere plek. Hierbij bevinden ze alleen maar nadelen, zoals het kwijtraken van collega's, het zoeken naar een plek zonder resultaat, het zitten op plekken waar ze niet al hun gewenste faciliteiten tot de beschikking hebben, etc.

Niet iedereen is dus even blij met deze nieuwe vorm van werken. "Deze weerstand wordt veroorzaakt door een gebrek aan keuzevrijheid en richt zich tegen de verandering door vast te houden aan het gewoontegedrag", aldus Wout van onderzoeks- en adviesbureau Pennock & Postema. (9) In zijn artikel is goed te zien dat dezelfde problemen speelden bij Rabobank toen zij overgingen op Het Nieuwe Werken. Mensen werden uit hun comfort zone getrokken.

Toch is dit wel degelijk de juiste vorm. Mensen werken over het algemeen productiever, zijn meer gemotiveerd en het zorgt voor een betere verdeling van bezetting in het gebouw. Zo blijkt uit interviews met Facility Managers en uit het artikel van Pennock & Postema. (8) (9)

We zijn inmiddels een aantal jaren verder en het flexwerken wordt op steeds grotere schaal ingevoerd. Ook binnen ABN AMRO. Medewerkers beginnen er langzamerhand aan te wennen en Facility Management ziet positieve resultaten. Toch is er nog steeds een groot deel van ABN AMRO niet flex, kan de verdeling van mensen in het gebouw nog beter en hebben mensen moeite het vinden van een beschikbare plek. Dit zijn voornamelijk gevolgen van Het Nieuwe Werken. De app zou hier de oplossing voor kunnen bieden. Hier wordt later in dit document dieper op ingegaan.

YELLO

Één van de initiatieven om het flexwerken positiever te belichten is YELLO (10). Een door een architect bedachte flexafdeling binnen ABN AMRO met speciaal meubilair etc. Deze is opgedeeld in drie zones; Hot, Medium en Cold.

Hot = Gezellig, geschikt om met je collega's even koffie te drinken of een belletje te plegen.

Medium = Normaal, overleggen met een collega.

Cold = Stil, hier kun je geconcentreerd werken of lezen.

Het is een concept, waarbij de productiviteit van de medewerker centraal staat. En het werkt! Mensen zijn erg enthousiast over dit concept, blijkt uit de interviews. Niemand zit de gehele dag continu in één en dezelfde zone waardoor ze dus nu wel moeten flexwerken. ABN AMRO heeft als doel om dit concept op grote schaal uit te rollen binnen alle vestigingen. (5)

2.3.4 Vergelijkbare bedrijven

Zoals eerder genoemd zijn er meer grote corporate bedrijven die het flexwerken hebben ingevoerd. Zo ook Nationale Nederlanden en Achmea. Tijdens interviews (6) met medewerkers van beide bedrijven werd al gauw duidelijk dat ook hier de frustraties en behoeften van de flexwerkers vrijwel gelijk zijn aan die van de ABN AMRO medewerkers.

Ook bij die bedrijven is het druk, wordt er veel tijd gestoken in het zoeken van een werkplek of collega en is het lastig te bepalen wat wel en wat geen flexwerkplekken zijn. Daarnaast is er een duidelijke overeenkomst in de manier van werken. Veel vrijheid, thuiswerken en op kantoor, alleen werken en in teams, etc.

De geïnterviewden hebben niet veel moeite met de invoering van het flexwerken. Zij hoeven zelf niet fulltime flex te werken, maar kennen veel collega's die nog steeds worstelen met deze nieuwe vorm van werken.

(5) Bijlage

2. Discover. Interviews, medewerkers (p. 105-109).

(6) Bijlage

2. Discover. Interviews, medewerkers NN & Achmea (p. 107-108).

(8) Bijlage

2. Discover. Interviews, Facility Managers (p. 106, 108).

(9) Bron

Pennock, W. F. (2013, 27 augustus). *Omgevingspsycholoog: Hoe zorg je dat medewerkers zich verspreiden over flexwerkplekken?* Geraadpleegd van <http://goo.gl/txgKgc>

(10) Bron

Hospitality Group. *Hospitality Group: Ontwikkeling werkplekconcept ABN AMRO Hoofdkantoren*. Geraadpleegd van <http://goo.gl/Mit8L1>.

2.3.5 Interviews

Om persona's te kunnen opzetten is er eerst gesproken met de (mogelijke) doelgroep en mensen bij andere bedrijven om zo alle behoeften en frustraties, die op het gebied van flexwerken zich afspelen, in kaart te brengen.

Met de meesten van hen is er een één-op-één interview gehouden zodat ze niet hun mening lieten afhangen van de mening van een collega. Hierdoor kon er uiteindelijk meer tijd worden gestoken in het verzamelen van relevante informatie met betrekking tot het eindproduct.

Samenvatting

Na diverse Facility Managers en medewerkers bij andere bedrijven te hebben gesproken, is er het meeste contact geweest met de ABN AMRO medewerkers. Tijdens de Designsprint is er al contact geweest met onder andere mensen van de receptie, het restaurant en met externe medewerkers. Hieruit bleek dat zij niet onder de doelgroep vallen aangezien zij niet flexwerken of maar op één afdeling in het gebouw mogen komen. Hierdoor hebben zij weinig frustraties.

Of de ABN AMRO medewerkers deze frustraties wel hadden werd al snel duidelijk. Uit diverse interviews (5) via videocalls, telefoon en voornamelijk op kantoor, bleek dat het flexwerken bij ABN AMRO de nodige problemen met zich meebracht.

Omdat er meer mensen dan werkplekken zijn, heeft iedereen het idee dat het erg vol is. Daardoor is het lastig om een geschikte werkplek te vinden.

Op dinsdag en donderdag is het erg druk en altijd lang zoeken naar een plek. Zo zijn er mensen die de verdiepingen bij langs gaan, maar ook mensen die het bij een ander gebouw proberen of soms zelfs terug naar huis gaan. Zonde. Niemand weet of er bijvoorbeeld op de 18de verdieping wel plek is. Omdat de liften erg lang duren en het erg druk is op de verdiepingen, gaat niet iedereen de moeite nemen, met het risico dat er niet eens plek beschikbaar hoeft te zijn.

Daarnaast stelden de meeste medewerkers een aantal duidelijke eisen aan een werkplek. Collega's moesten bijvoorbeeld in de buurt zitten of er moest bijvoorbeeld een stopcontact aanwezig zijn. Allemaal zaken die het nog lastiger maken om snel een geschikte plek te vinden. Ondanks het feit dat er veel tijd verloren ging en sommigen soms gefrustreerd raakten, hebben de meesten er wel mee leren leven. Als je ergens wilt zitten met collega's en je hebt een stopcontact nodig, is het altijd even zoeken. Het is net als je tijdens de spits door Amsterdam moet rijden. Ook dit is een onprettige ervaring waar je niet onderuit komt. PIE kan hier de oplossing bieden en dat beseffen de medewerkers dan ook maar al te goed. Iedereen, die geïnterviewd is, reageerde ontzettend enthousiast en zou de app wekelijks tot dagelijks gaan gebruiken. Niet allemaal met dezelfde intenties, maar daar wordt bij de personas dieper op ingegaan.

Hoewel ook ABN AMRO Facility Managers enorme baat zullen hebben bij deze app, omdat het ze veel inzichten geeft over de bezetting van het gebouw, zijn zij niet de focusgroep. Zij hebben namelijk vooral belang bij de data die het ze gaat opleveren. Uit het onderzoek bleek ook dat zij niet de app zullen gaan gebruiken. (8)

Althans, niet onder de naam Facility Manager maar wel als medewerker. Als medewerker hebben ze weer dezelfde behoeften en frustraties als de andere medewerkers, waardoor het niet nodig is om extra aandacht aan deze groep te besteden.

Conclusie

Uit de interviews kan worden geconcludeerd, dat flexwerkers het over het algemeen lastig vinden om een werkplek te vinden. Ze weten bijvoorbeeld niet waar ze wel en niet mogen zitten (vooral als ze in een onbekend pand zijn). Men weet niet waar er eventuele beschikbare plekken zijn en waar het rustig of druk is. Daarnaast zoeken ze die plek vaak in combinatie met hun collega('s). Ook dat is lastig aangezien je eerst contact moet opnemen met die collega's en vervolgens nog op zoek moet gaan naar een plek. Een plek die ook nog eens aan ieders wensen voldoet. Kortom; Dit alles kost veel tijd en zorgt voor de nodige frustraties. Dit probleem speelt zowel bij medewerkers binnen ABN AMRO als bij andere bedrijven.

Omdat tijdens de Designsprint ook met vele mensen binnen ABN AMRO is gesproken, was het na een aantal interviews al duidelijk dat er genoeg mensen zijn gesproken. Dezelfde

frustraties en behoeften kwamen boven tafel, waardoor er al snel een paar duidelijke conclusies konden worden getrokken. Bovendien kwamen de verhalen overeen met de interviews bij Achmea en Nationale Nederlanden, en dus ook die van Lone Rooftop zelf.

2.3.6 Doelgroep bepalen

Vanuit de stakeholders en de conclusies uit de inzichten over de mogelijke gebruikers, is het tijd om deze mensen te gaan specificeren. Het doel is om uiteindelijk persona's te kunnen opstellen.

Ondanks de sterke overeenkomst, dat alle geïnterviewden bij een corporate bedrijf werkzaam zijn en te maken hebben met flexwerken of flexwerkers, zijn er toch nog een aantal grote verschillen naar voren gekomen. Zo zijn er medewerkers die het lastig vinden om te flexwerken maar ook medewerkers die het liefst elke dag op een andere plek willen zitten. Dit zijn wel de uitschieters. De meeste medewerkers zijn content met het feit dat ze hun bureau leeg moeten houden en af en toe thuis of in andere gebouwen moeten werken. Daarnaast heb je de mensen die eisen stellen aan een werkplek. Hiermee bedoelen ze bijvoorbeeld een verstelbare stoel, directe collega's in de buurt of dat de koffieautomaat niet te ver weg moet zijn.

Al deze behoeften en frustraties spelen een rol bij het bepalen van de doelgroep. De genoemde verschillen tussen de medewerkers hebben allemaal met het karakter van de persoon te maken.

Om deze verschillende typen karakters te kunnen opdelen, visualiseren en de vertaalslag te maken naar hoe er met de app op ingespeeld kan worden, is er een eigen variatie op de methode van Sinus Milieus gemaakt. **(11)** Deze methode geeft normaal gesproken de karaktereigenschappen van de medewerkers helder weer en laat de tegenpolen zien tussen de karakter-eigenschappen.

Omdat uit bijvoorbeeld de interviews met medewerkers bleek dat er weinig verschil zat tussen de diverse leeftijdsgroepen en sectoren, is dit model enigszins aangepast naar andere termen die meer relevant voor het project zijn. Wat bijvoorbeeld erg opviel was het verschil in type persoon als het gaat om uit zijn of haar comfort zone stappen. De één heeft het daar veel moeilijker mee dan de ander. Dit kan leiden tot het niet willen of durven ergens anders te gaan werken. Deze mensen zouden het waardevol vinden om te kunnen zien waar het rustig of druk is in de buurt van hun huidige plek. **(5)**

Daarnaast is de ene medewerker veel kritischer dan de ander, waardoor het voor hem of haar veel lastiger is om een werkplek te vinden. Ze hebben namelijk duidelijke voorkeuren op het gebied van faciliteiten, locatie van de plek of locatie van collega's.

Omdat dit voor deze mensen lastiger is, lokt het een aantal van hen ook minder aan om op dit moment de moeite te nemen een andere plek te gaan zoeken.

Om dit alles samen te vatten en te visualiseren, is er gekozen voor de volgende tegenpolen;

- Traditioneel (flexwerken lastig, comfort zone)

- Avonturier (flexwerken geweldig, uit de comfort zone)

- Kritisch (kritisch wat betreft voorkeuren werkplek)

- Easygoing (weinig tot geen eisen wat betreft werkplek)

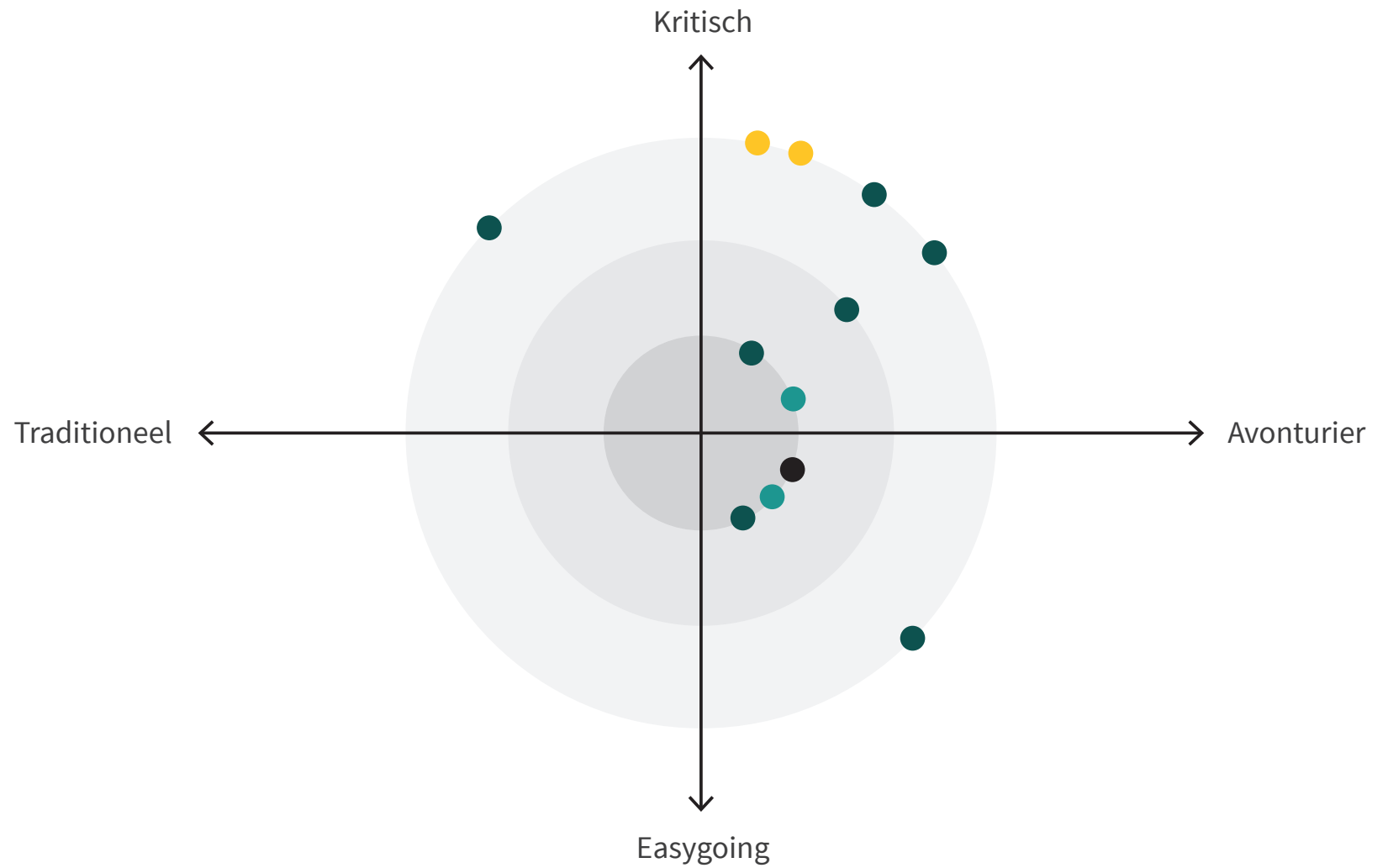
Door met tegenpolen te gaan werken, kunnen de geïnterviewden gemakkelijk in het diagram worden geplaatst. Dit vanwege het feit dat ook tijdens de interviews duidelijk werd, dat er binnen de doelgroep een aantal tegenpolen zijn. Door dit simpele diagram uit te lezen krijg je een duidelijk beeld van de type medewerkers. Hier kan de app op inspelen. Dit diagram is op de volgende pagina weergegeven.

(5) Bijlage

2. Discover. Interviews, medewerkers (p. 105-109).

(11) Bron

Spies, M. (2015). Discover, Sinus Milieus. In M. Spies, *Branded Interactions* (1e Druk, p. 76-77). New York: Thames & Hudson.



- Groen**
ABN AMRO Medewerkers
- Geel**
ABN AMRO Facility
Management
- Zwart**
Externe medewerker
- Lichtgroen**
Medewerkers andere bedrijven

Deelvraag 2:

Hoe gedragen medewerkers zich op de werkvloer tijdens het flexwerken?

Antwoord:

Er is op dit moment veel onduidelijkheid en onwetendheid bij de medewerkers. Ze steken veel tijd in het zoeken van flexwerkplekken of collega's. Hierdoor bezet men plekken waar ze eigenlijk niet mogen of willen zitten.

2.3.7 Inleven in de eindgebruiker

Omdat er interviews zijn beluisterd en gehouden met medewerkers en Facility Managers binnen ABN AMRO over hun behoeften en frustraties, maar ook over de werkplekken, bepaalde afdelingen, faciliteiten en andere zaken, was het verstandig om de proef eens op de som nemen. Klopt het wat ze beweren? Gelden de frustraties ook voor mij als bezoeker? Hoe zien de werkplekken eruit?

Een dag leven als je eindgebruiker, om op die manier meer affiniteit te krijgen met de mensen waarvoor je bezig bent en een beeld te krijgen bij alle termen en verhalen die tijdens interviews boven tafel kwamen. Geen gek idee, als je het boek 'Branded Interactions' (12) leest. Omdat elk pand en elke dag anders is, ben ik in meerdere panden diverse dagen rond gaan lopen en werken. Niet zozeer een 'day in the life', maar toch heb ik dit als inspiratiebron gebruikt. Het geeft een goed beeld weer van iemand zijn of haar dag.

Een aantal dingen die opvielen waren;

- dat het volstrekt onduidelijk is waar je als bezoeker wel en niet mag gaan zitten
- dat het erg druk is en je dus veel tijd moet steken in het vinden van een werkplek
- dat sommige mensen met z'n tweeën een vijf-persoonsplek in beslag nemen, waardoor je er niet meer bij gaat zitten
- dat mensen te zitten overleggen op werkplekken en andersom
- dat de wayfinding niet optimaal is, waardoor je als bezoeker niet gemakkelijk kunt navigeren
- dat er ontzettend veel verdiepingen zijn en je geen idee hebt waar er eventuele vrije plekken of waar je collega's zijn

Het klopte dus volledig wat de geïnterviewden beweerden en het is fijn om een beeld te hebben van de werkvloer, faciliteiten, werkplekken, plattegrond, etc. waarover gepraat werd.

(12) Bron

Spies, M., (2015). Discover, A day in the life. In M. Spies, *Branded Interactions* (1e Druk, p. 86-87). New York: Thames & Hudson.

2.3.8 Persona's

Als je de resultaten van de interviews en de doelgroep-bepaling zou moeten samenvatten komt het op het volgende neer. De meeste ABN AMRO medewerkers zijn sociaal ingesteld en vrij kritisch als het gaat om het kunnen aangeven van voorkeuren voor een werkplek of bepaalde functionaliteit die ze in de app terug zouden willen zien. Daarnaast zijn het avonturiers. Hiermee wordt bedoeld dat ze het totaal niet erg vinden om te flexwerken, mits ze dus daarbij het één en ander kunnen kiezen.

Je zou ze kunnen indelen in vier verschillende groepen (Persona's);

- Medewerkers die het fijn vinden om te flexwerken, mits ze daarbij kunnen zien of en waar er beschikbare werkplekken zijn.
- Medewerkers die een werkplek kiezen op basis van onder andere de locatie van hun collega's.
- Medewerkers die het lastig vinden om te flexwerken, aangezien ze speciale voorkeuren hebben wat betreft faciliteiten van of bij de werkplek.
- Medewerkers die op basis van de huidige of verwachte drukte een keuze maken voor een vestiging, verdieping of afdeling om te gaan werken.

(13) Bron

Martin, B & Hanington, B. (2012). Personas. In B. Martin, & Hanington, B., *Universal Methods of Design* (1e Druk, p. 132-133). Beverly: Rockport.

(14) Bron

Spies, M. (2015). Discover, Personas. In M. Spies, *Branded Interactions* (1e Druk, p. 79-81). New York: Thames & Hudson.

Door fictieve namen te gebruiken kun je ze beter omschrijven als een persona, bleek uit gesprekken met experts binnen Clockwork. Wanneer je wel de echte namen zou gaan gebruiken denk je de hele tijd aan de persoon zelf. Je vormt dan op basis daarvan de persona. Persona's zijn de perfecte representatie van de verschillende typen medewerkers van ABN AMRO. Ze zijn beschreven aan de hand van interesses, karakters, doelen, frustraties en er is uitgelegd waarom hij of zij behoefte zou hebben aan de app. Bij het opzetten van deze persona's zijn er experts en boeken als *Universal Methods of Design* en *Branded Interactions* gebruikt als inspiratiebron. **(13) (14)**

Wat fijn is aan het maken van persona's is dat je je gemakkelijker kunt inleven in je eindgebruiker, zodat je het vanuit hun perspectief begint te zien. Ook weet je door persona's beter, waaraan je eindproduct allemaal moet voldoen. Daarnaast is het een goede basis voor de User Journey's, waaraan in het volgende hoofdstuk aandacht wordt besteed.

Bij de volgende vier persona's is de focus gelegd op hun karakter volgens het diagram op pag. 25.



Wouter

Een 35-jarige man die woonachtig is in Haarlem. Elke dag reist hij op en neer naar Amsterdam. Hij werkt namelijk op de Gustav Mahlerlaan. Vanwege afspraken en vergaderingen moet hij echter regelmatig switchen tussen de verschillende ABN AMRO gebouwen. Hij gaat dan met de ABN AMRO pendelbus, een busje voor medewerkers, dat van gebouw naar gebouw rijdt.

Karakter:

Avonturier
Sociaal
Enthousiast
Kritisch
Behulpzaam
Technisch

Het is verder iemand die op de hoogte is van de technologische ontwikkelingen en op social media zeer actief is met zijn iPhone 6S.

Wouter is een typisch voorbeeld van een avonturier. Iemand die het liefst op elke plek in het gebouw gezeten wil hebben. Iemand die erop uit trekt en dus graag zelf op onderzoek uit gaat. Hij heeft er dan ook geen moeite mee om de afdelingen en verdiepingen bij langs te gaan voor het zoeken van een plek. Andere gebouwen is een lastiger verhaal, aangezien hij daar de weg minder goed kent. Ook weet hij niet waar hij wel en niet mag zitten als 'externe' medewerker.

Uit het onderzoek bleek dat Wouter één van de belangrijkste personas is. Het merendeel van de medewerkers heeft ongeveer hetzelfde gemiddelde dagritme als hij.

Frustraties:

- Niet kunnen weten waar hij wel en niet mag zitten
- Niet kunnen weten waar er wel en geen plek is



Rianne

Een 30-jarige vrouw die woonachtig is in Amsterdam. Ze fietst elke dag op en neer naar haar werk. Ze is zowel werkzaam bij ABN AMRO De Entree als bij ABN AMRO Gustav Mahlerlaan.

Ze werkt voornamelijk in teamverband en is dan ook altijd op zoek naar haar collega's. Omdat ze vaak moet switchen tussen de Gustav Mahlerlaan en De Entree is het van belang dat ze weet of haar teamleden zich daar bevinden.

Karakter:

Avonturier
Teamplayer
Sociaal
Innovatief

Rianne is iemand die graag sport, een fanatiek persoon op haar werk en daarbuiten. Ze heeft de nieuwste Samsung en is regelmatig op LinkedIn en Instagram te vinden.

Omdat ze zo gehecht is aan haar collega's en ze die dus ook altijd nodig heeft, is het voor haar altijd even zoeken. Dit heeft te maken met het feit dat ze eerst contact moet opnemen met haar collega's en dan pas een plek kan zoeken om te gaan zitten. Hierdoor verliest ze tijd. Iets dat in haar drukke leven bij ABN AMRO niet altijd goed uitkomt. Omdat Rianne iemand is die ook zelf nadenkt over oplossingen voor problemen, valt zij zeker onder de doelgroep.

Omdat ze vaak met collega's ergens moet gaan zitten om te overleggen, werken of vergaderen, vertegenwoordigd ze net als Wouter een grote groep binnen ABN AMRO.

Frustraties:

- Niet kunnen vinden van collega's
- Niet kunnen weten in welk gebouw ze het beste zou kunnen werken



Mirjam

Een 45-jarige vrouw die woonachtig is in Alkmaar. Ze werkt standaard bij de Gustav Mahlerlaan.

Ze werkt elke dag met haar team op dezelfde afdeling. Toch is zij wel degelijk een flexwerker maar is het iemand die dat maar moeilijk kan accepteren. Hierdoor gaat ze dus altijd weer op dezelfde afdeling zitten werken. Het liefst ook op dezelfde plek.

Karakter:

Traditioneel

Bescheiden

A-Technisch

Comfort zone

Mirjam vindt het lastig om van werkplek te switchen, aangezien ze haar scherm en stoel elke keer weer opnieuw moet instellen. Ze is dus kritisch en vindt het lastig om met veranderingen om te gaan. Ook tijdens het zoeken naar een andere plek is ze dus niet zomaar tevreden. De plek moet bijna identiek zijn aan de plek waar ze het vaakst zit. Daarnaast vindt ze het, net als Rianne, prettig om haar collega's in de buurt te hebben. Al is het alleen maar om een collega haar scherm en stoel even op de juiste hoogte te laten zetten. Daarnaast is ze vrij bescheiden, waardoor ze ook niet durft te vragen waar ze in het gebouw mag zitten als flexwerker. Al deze nadelen bij het switchen van werkplekken zorgen ervoor dat Mirjam het liefst elke dag op dezelfde plek wil gaan zitten.

Het hebben van voorkeuren voor een werkplek en het niet weten waar je wel en niet mag zitten. Dit is niet typisch Mirjam, maar kenmerkt een groot deel van de ABN AMRO medewerkers.

Frustraties:

- Niet kunnen weten of er ook elders in het gebouw een nog betere plek is, afgestemd op haar voorkeuren



Stefan

Een 35-jarige man die woonachtig is in Delft. Omdat hij niet altijd met zijn collega's hoeft te werken, heeft hij de gebouwen voor het uitkiezen. Vanuit Delft is elke gebouw ongeveer even ver reizen, dus dat maakt voor hem niet uit.

Omdat hij een avonturier is, vindt hij het niet erg om te zoeken naar een plek. Ook heeft hij, naast een stopcontact om zijn laptop op te laden, weinig eisen wat betreft faciliteiten voor een plek.

Karakter:

Avonturier

Zeer technisch

Kritisch

Realistisch

Waar hij echter wel belang bij heeft, is het nuttig besteden van zijn tijd. Op dit moment staat hij vaak lang te wachten bij de liften, in het restaurant of bij de receptie. Zonde volgens hem. Hij wil weten waar het druk en rustig is, zodat hij daar zijn handelen op kan aanpassen.

Daarnaast wil hij weten hoe druk het is in een gebouw, op een verdieping, in het restaurant, op zijn afdeling of zelfs op de plek waar hij op dat moment zit. Op deze manier kan hij daarop zijn keuze voor een werkplek baseren, zodat hij niet na een kwartier al wordt weggestuurd, vanwege bijvoorbeeld een event.

Uit onderzoek bleek dat Stefan geen grote groep binnen ABN AMRO vertegenwoordigd, maar wel interessant is om mee te nemen in het proces. Hij is namelijk een persoon die de app op een manier zal gaan gebruiken waar hij in eerste instantie niet voor bedoeld is. Het is niet van belang om heel veel aandacht aan Stefan te geven in het project, maar wel belangrijk om hem bij de testfases weer te betrekken.

Frustraties:

- Niet wetende waar het druk en waar het rustig is

3. Define

3.1 Inleiding

Na uitgebreid onderzoek te hebben gedaan naar de business en de user, is het nu tijd om te gaan kijken waar en wanneer de app van toegevoegde waarde kan zijn in het leven van de persona's. Om er eerst achter te komen hoe de gemiddelde dag van de persona's er ongeveer uit ziet, zijn er dagschema's van de huidige situatie en User Journey's van de toekomstige situatie van de medewerkers gemaakt.

De User Journey's worden opgesteld nadat de wensen van de persona's in kaart zijn gebracht. Vervolgens worden ze in de vorm van User Goals opgesteld en worden ze doorvertaald naar functionaliteit voor in de app.

In hoofdstuk 4 zal er dieper op de functionaliteit worden ingegaan.

3.2 The Journey

3.2.1 Dagschema

Om de persona's beter te leren 'kennen', voordat de User Journey's kunnen worden gemaakt, is er een schema van zijn of haar dag gemaakt. In het boek *Branded Interactions* wordt een soortgelijk schema gehanteerd bij de 'A day in the life of..'. (12) Omdat het bij ABN AMRO niet is toegestaan, mee te lopen met een medewerker, is er op basis van interviews een schema opgezet.

Omdat het tijdsschema dat in *Branded Interactions* wordt gehanteerd zeer gedetailleerd is, is er voor gekozen om het bestaande model aan te passen van dagdelen naar werkuren.

Daarnaast wordt er in het boek (12) slechts één persona besproken. Het is echter ook interessant om te zien hoe de gemiddelde werkdag per persona van elkaar verschilt.

In onderstaand schema is duidelijk te zien dat bijvoorbeeld Stefan later luncht, omdat hij de drukte wil vermijden. Ook wordt duidelijk dat hij regelmatig overlegt met zijn collega's. Mirjam zit echter de gehele dag op dezelfde plek te werken, met haar vaste collega's. Wouter is gelijk na de dagstart (vergadering met het team aan het begin van de dag) alweer in overleg met zijn team. Rianne heeft het druk met het switchen tussen gebouwen.

	8:00 - 9:00	9:00 - 10:00	10:00 - 11:00	11:00 - 12:00	12:00 - 13:00	13:00 - 14:00	14:00 - 15:00	15:00 - 16:00	16:00 - 17:00	17:00 - 18:00
	Dagstart	Overleg met team	Aan het werk op de Gustav Mahlerlaan		Lunch		Overleg met collega's	Meeting op de Foppingadreef		Aan het werk op de Foppingadreef
	Aan het werk op de Gustav Mahlerlaan		Aan het werk op de De Entree		Lunch	Overleg met team	Aan het werk op de De Entree		Aan het werk op de Gustav Mahlerlaan	
	Naar werk	Gehele ochtend aan het werk op haar eigen afdeling				Lunch		Gehele middag aan het werk op haar eigen afdeling		Naar huis
	Dagstart	Aan het werk op de Gustav Mahlerlaan		Overleg met collega's	Overleg met collega's	Lunch	Overleg met collega's		Aan het werk op de Gustav Mahlerlaan	

(12) Bron

Spies, M., (2015). Discover, A day in the life. In M. Spies, *Branded Interactions* (1e Druk, p. 86-87). New York: Thames & Hudson.

	8:00 - 9:00	9:00 - 10:00	10:00 - 11:00	11:00 - 12:00	12:00 - 13:00	13:00 - 14:00	14:00 - 15:00	15:00 - 16:00	16:00 - 17:00	17:00 - 18:00
Waar?	Gustav Mahlerlaan	Gustav Mahlerlaan	Gustav Mahlerlaan	Gustav Mahlerlaan	Gustav Mahlerlaan	Gustav Mahlerlaan	Foppinga@dreef	Foppinga@dreef	Foppinga@dreef	Foppinga@dreef
Wat?	Dagstart	Overleg	Werken op laptop	Werken op laptop	Lunch	Werken op laptop	Overleg	Meeting	Meeting	Werken op laptop
Met wie?	Team	Collega's	Collega	Collega	Collega's	Niemand	Collega	Externen	Externen	Niemand
Voordelen	Collega's weten al waar ze elkaar kunnen vinden en dagstart is altijd op dezelfde plek	Collega's zijn al bij elkaar		Collega is al bij hem	1 collega is al bij hem	-	Zijn collega heeft al een plek gevonden	Vergader ruimte is gereserveerd		-
Nadelen	Dagstart vaak dezelfde plek dus er zijn altijd mensen die een stuk moeten lopen.	Omdat iedereen na de dagstart een plekje zoekt is het lastig zoeken	Na het overleg is het zoeken naar een werkplek.	Hij gaat bijna lunchen en heeft geen idee hoe druk het is in het restaurant	Hij weet niet waar de rest van zijn collega's zitten in het restaurant	Hij moet opnieuw zoeken naar een plek omdat hij zijn oude plek weer is kwijtgeraakt	Hij heeft geen idee waar zijn collega is en kent de weg niet goed.	Hij heeft geen idee waar hij moet zijn want hij komt hier niet zo vaak.	-	Hij moet opnieuw zoeken naar een plek en weet niet waar de flexplekken zich bevinden

Om een nog beter beeld te geven van de dag van een persona, wordt de belangrijkste persona uitgelicht. Dat is namelijk Wouter. Wouter overlegt veel met zijn collega's, heeft regelmatig afspraken en switcht tussen de gebouwen. De ideale 'Early adopter' dus. Maar wat doet hij nou precies? En met wie en waar doet hij dat? Vragen waarop in bovenstaand schema antwoord wordt gegeven.

Wat opvalt aan het schema, is dat Wouter met veel beperkingen te maken heeft tijdens een gemiddelde werkdag. Dit zijn dan ook direct de touchpoints, de punten waarop hij de app nodig heeft. Daarnaast is goed te zien dat hij regelmatig op zoek is naar een plek en daardoor veel tijd verliest. Ook verandert hij van locatie, waardoor het nog lastiger is om een geschikte plek te vinden. Dit wordt mede veroorzaakt door het feit dat hij er niet bekend is.

Tijdens de lunch is het weer even zoeken naar de rest van zijn collega's. Hij zal ze daarvoor moeten bellen. Kortom; Tijd noch kosten worden bespaard waardoor Wouter minder werk kan verzetten en misschien wel later thuis is dan gepland.

3.2.2 Touchpoints

Zoals net al is aangegeven zijn er uit het schema van Wouter een aantal duidelijke touchpoints af te lezen. Het moment op de dag waarop hij de app nodig heeft. Net als bij Wouter zijn dat vaak de frustraties van de dag. Daarnaast zijn er nog een aantal andere touchpoints die minder gemakkelijk zijn af te lezen, maar waarbij de app zeker van toegevoegde waarde kan zijn. De belangrijkste daarvan zijn nog eens op een rijtje gezet. Daarbij wordt aangegeven hoe de app er op zou kunnen inspelen. De oplossingen voor de touchpoints zijn onder andere gebaseerd op de voorgaande schema's en de interviews met de ABN AMRO medewerkers.

Touchpoint: "De dagstart is vaak op dezelfde plek. Er zijn dus altijd mensen die een stuk moeten lopen."

Oplossing: Locatie van de dagstart laten afhangen van de locaties van de mensen.

Touchpoint: "Het is lastig een werkplek te vinden wanneer iedereen dit op hetzelfde moment doet."

Oplossing: Niet langer zoeken. De app moet een plek aanbieden op basis van Wouter's locatie. Daarnaast Wouter kunnen aangeven wat hij nodig heeft bij die plek.

Touchpoint: "Hij gaat bijna lunchen en heeft geen idee hoe druk het is in het restaurant."

Oplossing: Kunnen zien op een plattegrond hoe druk het is op de door Wouter te bepalen locatie en wat de verwachtingen zijn.

Touchpoint: "Hij heeft geen idee waar zijn collega is en kent de weg niet goed."

Oplossing: De locatie van zijn collega kunnen zien en ervoor kunnen kiezen om de route naar hem toe weer te geven.

Touchpoint: "Hij weet niet waar de flexplekken zich bevinden."

Oplossing: Alleen maar flexplekken aangeboden kunnen krijgen via de app of op een plattegrond weergeven wat wel en wat geen flex is.

De touchpoints van Wouter zijn niet alleen voor hemzelf van belang. Zo heeft Rianne ook te maken met het zoeken naar collega's en weet Mirjam niet waar de flexplekken zich bevinden.

3.2.3 Wensen vanuit de gebruiker

Om de touchpoints uit te diepen, zijn ze in dit onderdeel vertaald naar User Goals. Deze User Goals omschrijven helder welke verwachtingen en wensen de medewerkers hebben. Een aantal User Goals zijn ook gebaseerd op de resultaten uit de interviews.

Als medewerker ben ik op zoek naar een werkplek

Als medewerker wil ik aanbevolen plekken te zien krijgen

Als medewerker wil ik mijn voorkeuren kunnen aangeven

- Als medewerker wil ik kunnen aangeven welke faciliteiten ik nodig heb.
- Als medewerker wil ik kunnen aangeven in welk gebouw, op welke verdieping of afdeling ik een plek zoek.
- Als medewerker wil ik kunnen aangeven voor hoeveel personen ik een plek zoek.

Als medewerker wil ik alle beschikbare plekken te zien krijgen op basis van mijn voorkeuren

- Als medewerker wil ik kunnen zien hoe de plek er uit ziet.
- Als medewerker wil ik kunnen zien over welke faciliteiten deze plek beschikt.
- Als medewerker wil ik kunnen zien om wat voor soort plek het gaat.

Als medewerker wil ik kunnen zien waar een plek zich bevindt

- Als medewerker wil ik een plattegrond te zien krijgen.
- Als medewerker wil ik kunnen zien hoever de werkplek bij mij vandaan is.

Als medewerker wil ik meer informatie over een plek zien

- Als medewerker wil ik kunnen zien hoe de plek er uit ziet.
- Als medewerker wil ik meer informatie kunnen lezen over de plek zelf.
- Als medewerker wil ik kunnen zien over welke faciliteiten deze plek beschikt.
- Als medewerker wil ik kunnen zien om wat voor soort plek het gaat.

Als medewerker wil ik weten hoe druk het is

- Als medewerker wil ik een plattegrond kunnen zien met daarop de bezetting of beschikbaarheid.

Als medewerker wil ik weten hoe druk het wordt

- Als medewerker wil ik een verwachting zien voor de komende uren wat betreft drukte.

Als medewerker wil ik weten waar mijn collega's zich bevinden

- Als medewerker wil ik op een plattegrond kunnen zien waar mijn collega's zich bevinden.
- Als medewerker wil ik mijn gehele team kunnen vinden.

Als medewerker wil ik de instellingen kunnen aanpassen

- Als medewerker wil ik de privacysettings kunnen veranderen.
- Als medewerker wil ik kunnen uitloggen.

Deelvraag 3:

Welke aspecten zijn voor medewerkers van belang bij het zoeken van een flexwerkplek?

Antwoord:

Het aangeven van voorkeuren bij het zoeken naar een flexwerkplek, de locaties van directe collega's kunnen zien en de verwachte drukte bekijken, zijn zeer belangrijk voor een medewerker.

3.2.4 Functionaliteit

Om op de User Goals voort te borduren en de vertaalslag te maken naar functionaliteit voor in de app, zijn alle functionaiteiten, die tot nu toe naar voren zijn gekomen uit de interviews, dagschema's en User Goals, geprioriteerd door de doelgroep zelf. Zo is er een Trello-bord gemaakt, waarin ze zelf de functionaliteiten konden prioriteren. Ze kregen een persoonlijke link met daarbij een uitleg toegestuurd over hoe te prioriteren. Zo waren er de thema's: "Ontzettend belangrijk", "Handig", "Niet perse nodig" en "NIET Implementeren", waaronder ze de diverse functionaliteiten konden plaatsen.

Dit was ook de ideale gelegenheid om er wat aannames tussen te gooien die op deze manier gelijk werden gevalideerd. Omdat het slechts een kleine groep mensen betrafte, die de functionaiteit gingen prioriteren, is de rest uiteindelijk via de Usability Tests gevalideerd. Zie hoofdstuk 5. Dit een simpele en handige manier om wat extra inzichten te krijgen. De beelden zijn te vinden in de bijlage. **(10)**

Hieronder volgen de resultaten, geordend op prioriteit.

"Je moet je collega's of team kunnen vinden."

11 Punten

"Er moet een plattegrond geïmplementeerd worden."

11 Punten

"Je moet ook voor andere verdiepingen, afdelingen en gebouwen kunnen zien waar het rustig en waar het druk is."

10 Punten

"Je moet kunnen zien wat wel en wat geen flexplek is."

10 Punten

"Je moet kunnen zien waar het rustig en waar het druk is."

10 Punten

"Er moet een koppeling met je agenda komen, zodat op basis daarvan plekken aangeboden kunnen worden of notificaties kunnen worden gestuurd."

8 Punten

"Je moet je voorkeuren kunnen aangeven voor een werkplek. Wat heb je nodig, etc."

7 Punten

"Je moet kunnen zien welke faciliteiten zich in de buurt van een plek bevinden."

7 Punten

"Je moet (ver) van te voren, (misschien thuis al) kunnen zien in welk gebouw, op welke afdeling, etc. het rustig of druk is."

5 Punten

"Je moet ook kunnen aangeven dat je voor meerdere personen een plek zoekt."

5 Punten

(10) Bijlage

2. Discover. Foto's functionaliteiten prioriteren (p. 111-112).

"Je moet kunnen zien hoe je op de aangeboden plek kunt komen."

5 Punten

"Je moet je eigen locatie in het pand kunnen zien, zodat je weet hoever plekken van je af zijn."

4 Punten

"Je moet kunnen zien hoe de plek eruit ziet."

3 Punten

"Je moet een notificatie krijgen als je ideale werkplek beschikbaar is gekomen."

3 Punten

"Je moet klachten kunnen indienen met betrekking tot je werkplek."

2 Punten

"Je moet d.m.v. een soort TomTom functie kunnen zien waar je langs moet om bij je aangeboden plek te komen."

1 Punt

Je moet een soort digitale hulp krijgen die je helpt een flexwerker te worden.

1 Punt

Conclusie

Je collega's vinden, weten waar het druk of rustig is, een plattegrond, je voorkeuren kunnen aangeven tijdens een plek.. etc.

Allemaal functies die volgens velen terug moeten komen in de app. Toch zijn er ook een aantal functies bij die zeer weinig prioriteit krijgen. Functies die toch echt zijn gebaseerd op wat deze mensen eerder hebben gezegd, in andere woorden. Opvallend maar geen reden om ze nu al af te schieten. Ze zijn dus toch verwerkt in het prototype. Daarnaast is er misschien onduidelijkheid ontstaan over de manier van verwoorden. Na deze methode is het echter duidelijker geworden over wat ze nou echt belangrijk vinden. In de app en tijdens de testronden kan daar dan ook meer aandacht aan kan worden besteed.

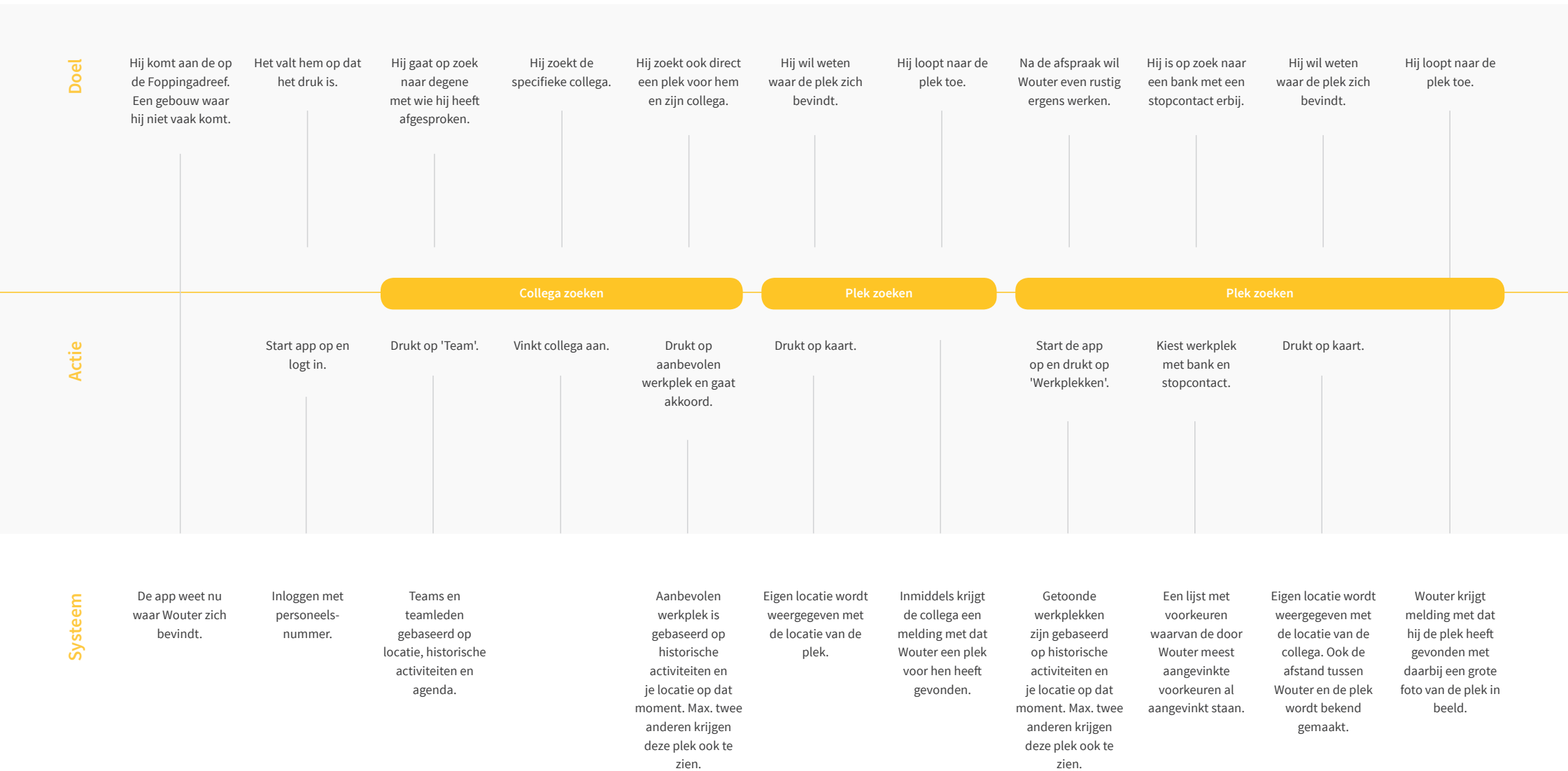
3.2.5 User Journey's

Inmiddels is in kaart gebracht wat de doelgroep van de app verwacht en wat er absoluut niet in mag ontbreken. Om te laten zien hoe de app, met al zijn functies, straks daadwerkelijk van toegevoegde waarde kan zijn, zijn er per persona User Journey's opgesteld. In deze Journey's is goed te zien hoe zijn of haar dag verloopt en op welke momenten hij of zij de app gebruikt. Omdat het systeem erachter ontzettend belangrijk is, is globaal aangegeven hoe dit systeem werkt voor, tijdens of na de verschillende acties van de gebruiker. Dit systeem ziet de gebruiker niet direct, maar hij of zij merkt het wel degelijk. Dit alles is mede gebaseerd op de input van UX'er Emile (Clockwork) en het boek Branded Interactions. **(15)**

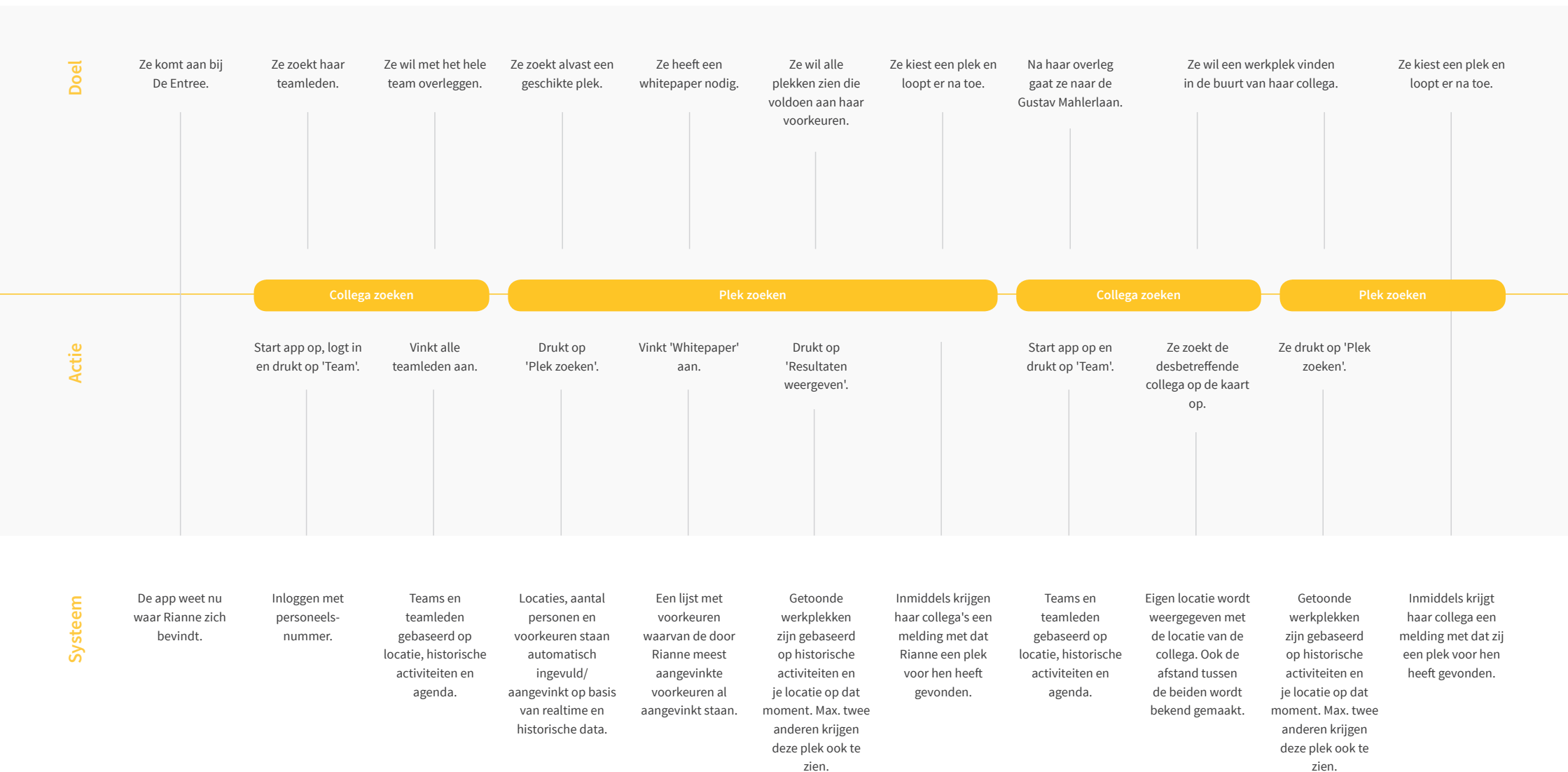
(15) Bron

Spies, M., (2015). Discover, User Scenario. In M. Spies, *Branded Interactions* (1e Druk, p. 84-85). New York: Thames & Hudson.

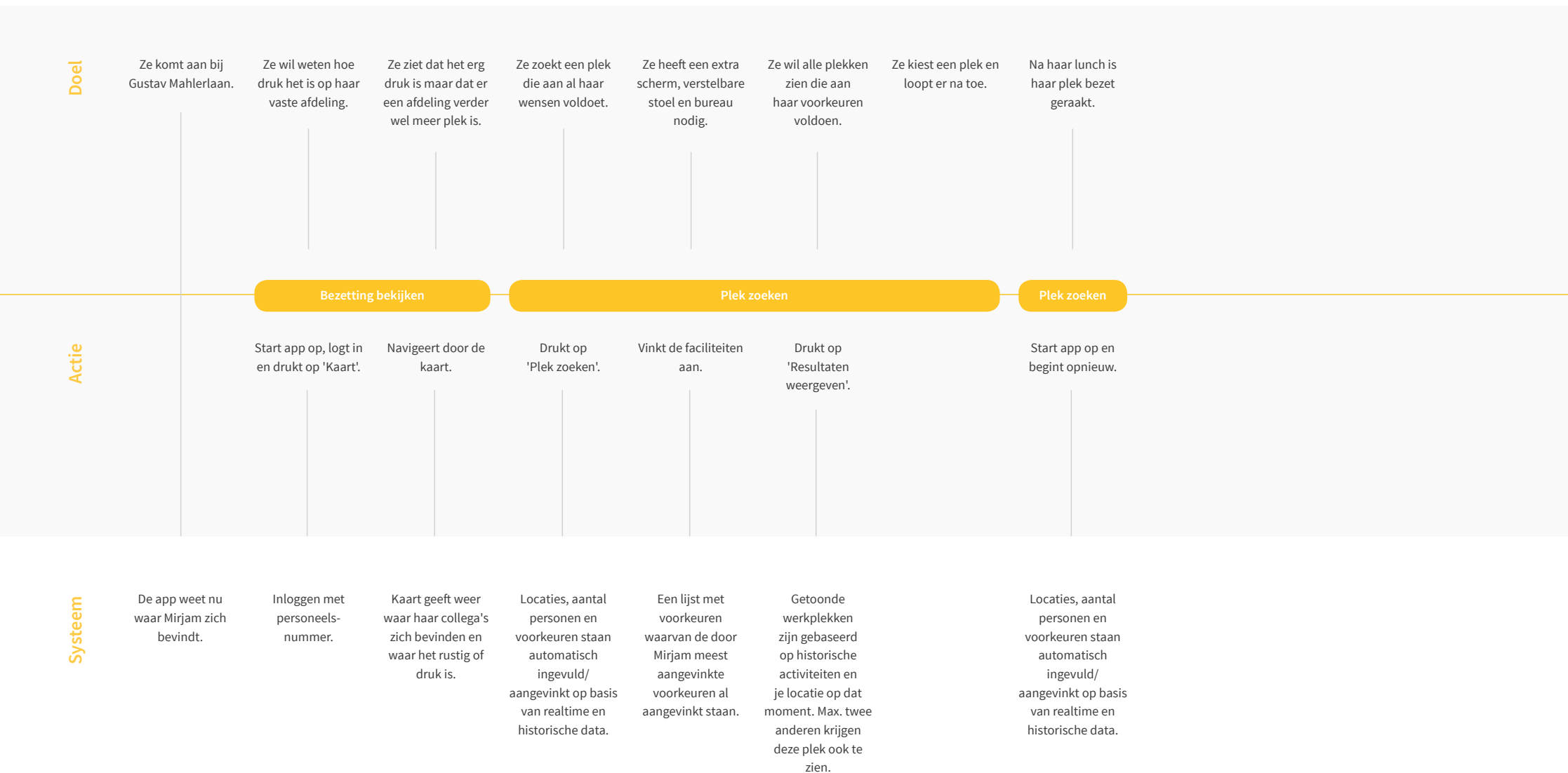
User Journey - Wouter



User Journey - Rianne



User Journey - Mirjam



3.3 Conclusie

Tijdens deze fase zijn de verwachtingen, wensen en eisen van de doelgroep uitgesproken in diverse vormen. Terwijl in "Understand the User" al het één en ander verteld werd, is het in dit hoofdstuk nog eens allemaal verduidelijkt in de vorm van onder andere dagschema's, User Goals, prioritering van functionaliteit en User Journey's.

Om in kaart te krijgen waar de app aan moet voldoen en hoe de app moet werken, zijn er projectrestricties geschreven. Het boek *Branded Interactions* (16) deelt deze restricties op in drie categorieën: beperkingen, functionele eisen en overige eisen. Dit is een handige methode om geen enkele restrictie over te slaan. Alle restricties zijn gevormd aan de hand van interviews met ABN AMRO Facility Managers en Lone Rooftop. (3) De functionele restricties zijn daarnaast gebaseerd op de systeeminformatie in de User Journey's.

Beperkingen:

- App moet in lijn zijn met technische mogelijkheden PIE.
- App komt in de ABN AMRO Appstore.
- Privacy wetgeving ABN AMRO.
- Oplevering prototype: 01-07-2016.
- Maximale duur implementatie: 5 jaar.

Functionele restricties:

- Inlogsysteem.
- De app moet weten waar je bent en waar anderen zijn.
- De app moet je voorkeuren kunnen onthouden.
- De app moet op basis van locatie, realtime en historische data resultaten kunnen geven.
- De app moet gekoppeld worden aan andere app's.

Overige restricties:

- Engelstalig.
- De app moet laten zien dat het niet zo druk is als iedereen denkt.
- Data, informatie, gegevens, etc. moeten kloppen.
- Het ontwerp moet gemakkelijk aan te passen zijn aan het bedrijf waar het geïmplementeerd zal gaan worden.
- De app moet je snel inzichten kunnen geven.
- De app moet voor elke medewerker te begrijpen zijn.
- De app moet onmisbaar worden.
- Propositie Lone Rooftop in stand houden.
- Propositie ABN AMRO in stand houden.

(16) Bron

Spies, M. (2015). Discover, The Project Requirements Document. In M. Spies, *Branded Interactions* (1e Druk, p. 88-89). New York: Thames & Hudson.

(3) Bijlage

2. Discover. Interviews (p. 104-109).

4. Design

4.1 Inleiding

Op basis van de inzichten en resultaten uit Discover en Define, zullen er in dit hoofdstuk ideeën worden gegenereerd en gevisualiseerd met betrekking tot de app. Voordat de ideeën ontwikkeld worden, zal er naar vergelijkbare apps worden gekeken. Dit om achter eventuele kansen en bedreigingen te komen.

Na de ideeën generatie zal er worden gefilterd en zullen de beste worden vertaald in schetsmatige wireframes. Deze wireframes zullen later in dit hoofdstuk worden uitgewerkt en gedigitaliseerd. Vervolgens worden deze digitale wireframes weer aan de gebruikers getest maar dat komt pas in hoofdstuk 5 aan bod.

4.2 Ideeën generatie

4.2.1 Soortgelijke apps

Tijdens dit project is er ook gesproken met soortgelijke bedrijven en initiatieven. Deze waren lastig te vinden, aangezien Lone Rooftop's systeem uniek is. Ze zijn de enige op het moment. Toch zijn er een paar app's die wel een aantal overeenkomsten hebben, maar via een ander systeem werken.

Zo is er gesproken met twee jongens die zich bezighielden met een app die het mogelijk maakte je mede-studenten gemakkelijk op school te kunnen vinden. Interessant is het om te horen waarom ze ermee zijn gestopt. Ze kregen de studenten maar niet aan boord. Wanneer maar weinig studenten de app downloaden, zal het nooit een succes gaan worden. Ditzelfde geldt voor de app waarmee ik bezig ben. Echter komt deze in de ABN AMRO Appstore. Dit zorgt ervoor dat de medewerkers niet hoeven te zoeken naar de app. Daarnaast heeft de app van deze jongens te maken met een privacy probleem. Veel studenten wilden niet dat anderen wisten waar zij waren. Ze hadden daar iets op bedacht. Je kon namelijk alleen zien waar die persoon ongeveer was, dus bijvoorbeeld in de kantine of in de centrale hal. Uit interviews (3) bleek dat mijn doelgroep daar minder moeite mee heeft. Wanneer namelijk de ene medewerker niet gevonden wil worden, betekent dat automatisch ook dat hij of zij zelf geen medewerker kan vinden.

Een andere app is PLECK (17). Een initiatief van een paar studenten die erachter kwamen dat het lastig is voor studenten om een vrije plek te vinden in het schoolgebouw. Redelijk gelijk aan mijn app maar het systeem was weer net even wat anders. Hierdoor hebben ook zij het niet kunnen vol houden en zijn gestopt. Het is verstandig om nog eens met deze mensen te spreken over hun concept en precieze reden van stoppen.

Daarnaast is er nog de app waarmee ABN AMRO op dit moment zelf bezig is. Inmiddels zijn er een aantal gesprekken geweest met de initiatiefnemers van deze app. Er is een kans aanwezig dat er in de toekomst misschien het één en ander samen kan komen. Zij zijn namelijk bezig met een app, waarmee je je collega's binnen ABN AMRO kunt vinden. Iets dat ook geïmplementeerd gaat worden in deze app, aangezien het vinden van werkplekken gepaard gaat met het vinden van collega's. (3) Ook zij tracken de locatie van medewerkers, maar hun systeem zit ook weer net wat anders in elkaar. Bovendien is het ontwerp, naar mijn mening, nog niet optimaal. Daarnaast zijn zeer weinig mensen op de hoogte van deze app.

(17) Bron

Gijs. *Mijn naam is Gijs: PLECK*.
Geraadpleegd van <http://goo.gl/BDwyVf>.

(3) Bijlage

2. Discover: Interviews (p. 104-109).

Er zijn ook vele app's, zowel binnen als buiten ABN AMRO, waarmee je meetingrooms kunt boeken. Dit gebeurt omdat het vinden van een beschikbare meetingroom ook een probleem is in de wereld van corporate bedrijven. Medewerkers reserveren namelijk maar raak, maar gebruiken de meetingroom vervolgens niet altijd.

In dit document is al eerder aangegeven dat dit niet een probleem is waar dit project zich op richt. Dit heeft te maken met dat het vinden van een werkplek een groter en maatschappelijker probleem is. Daarnaast is het een probleem dat op te lossen valt met het systeem van PIE.

Het reserveren van meetingrooms en het achterhalen van personen die meetingrooms reserveren maar niet gebruiken, is een probleem dat men intern bij ABN AMRO al probeert op te lossen. Tijdens events waar de afgelopen periode een bezoek aan gebracht is, bleek dit ook een hot item te zijn. In de toekomst zou het zo maar eens kunnen zijn dat mijn app zo'n functie erin krijgt maar daarover meer in 'Next Steps'.

4.2.2 Ideeën

Naast alle functies en koppelingen die uit het onderzoek naar voren gekomen zijn, is er tijdens de Designsprint en de interviews ook gebrainstormd over interessante functies, koppelingen en toekomstvisies met de diverse stakeholders. Hier kwamen hele verschillende ideeën uit.

Alleen de ideeën die na validatie overeind bleven en geïmplementeerd zouden kunnen worden in het prototype, zijn hieronder genoemd. De genoemde voor- en nadelen zijn gebaseerd op de reacties van de stakeholders. Sommige ervan zijn niet haalbaar binnen het afstudeerproject, maar zeker het overwegen waard in de toekomst. Alle ideeën die niet functioneel, haalbaar of van toegevoegde waarde waren volgens de stakeholders, zijn te vinden in de bijlage. **(11)**

Direct:

Verwachting

Een soort verwachting voor vandaag en de komende dagen van de bezetting.

Voordeel: Je kunt van te voren al zien wanneer je een afspraak het beste kunt gaan plannen, op welke dag je waar het beste kunt gaan zitten, etc.

Nadeel: Het is gebaseerd op een gemiddelde en historische data. Het kan zijn dat het niet altijd nauwkeurig genoeg is, terwijl 'nauwkeurigheid' wel één van de restricties is.

Toekomst:

Koppeling met de vergaderruimtes apps

Nu kun je alleen flexwerkplekken vinden, met deze koppeling kun je straks alle soorten plekken vinden.

Voordeel: Alle beschikbare plekken in handbereik, direct een meetingroom boeken in de buurt van de plek waar je wilt gaan zitten, etc.

Nadeel: Die app's werken op andere systemen. Er kan onduidelijkheid ontstaan over wat wel en wat niet te reserveren valt. De app krijgt teveel functies, wat ten koste gaat van het overzicht houden en dus de usability.

Desktop app

De app op je laptop of computer.

Voordeel: Omdat je telefoon misschien leeg is of even uitstaat tijdens een meeting, je toch de mogelijkheid hebt om een werkplek te vinden.

Nadeel: Hoe kan de app nou weten waar je bent als je bij beide bent ingelogd en kun je via de desktop app ook collega's vinden?

Deze drie functies zullen terugkomen in het prototype of 'Next Steps'.

Inspiratie:

Beelden hiervan zijn te vinden op:

<https://goo.gl/gvSHru>

4.3 Ontwerp

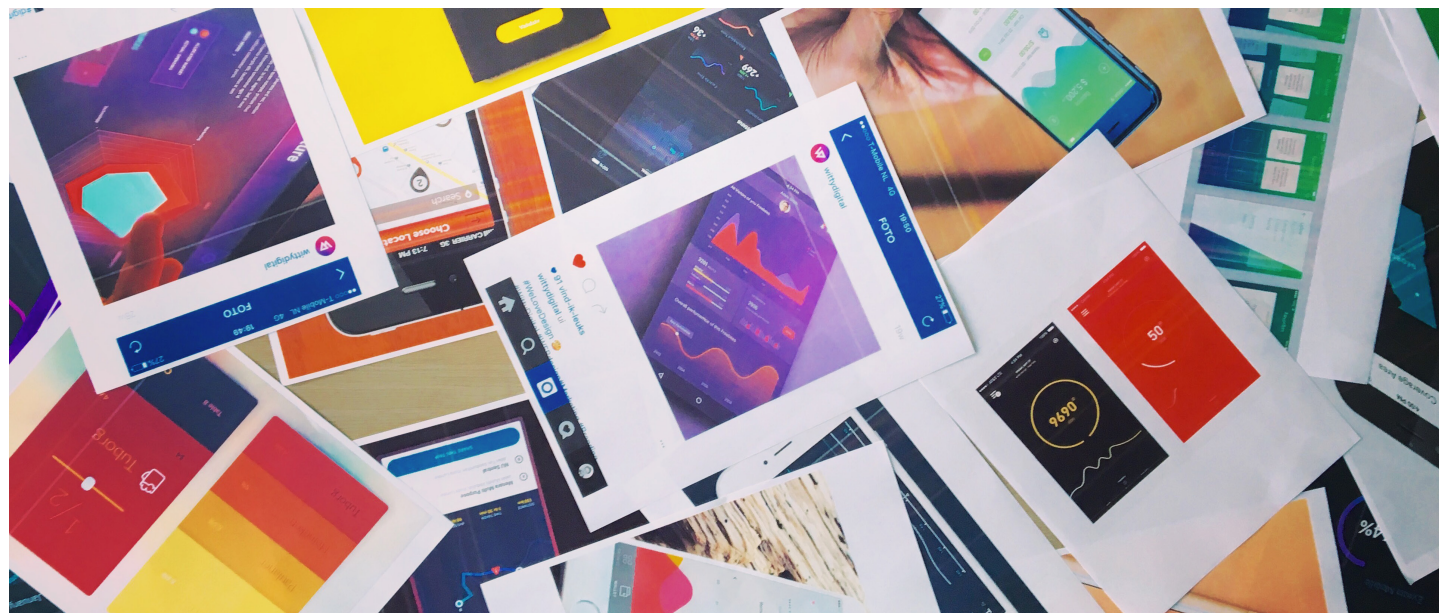
4.3.1 Inspiratie

Omdat er tijdens de Designsprint voortdurend werd gebrainstormd over onder andere visuele elementen, is daar toendertijd ook feedback op gegeven. Al deze ideeën zijn gebundeld en opgehangen aan de muur. Elke keer wanneer er langs deze muur werd gelopen, zorgde dit voor veel inspiratie.

Hieronder is te zien dat er met name inspiratie is gezocht voor het visualiseren van data. Data-visualisatie is namelijk een belangrijk onderdeel van de app.

Wanneer de medewerkers dit niet in één keer begrijpen, is de app niet goed. Zo simpel is het. Zo bleek tijdens bijvoorbeeld de testfase in de Designsprint dat de meeste medewerkers niet begrepen waarvoor de getoonde grafiek diende. Hij trok teveel aandacht op de verkeerde plek en was te onduidelijk weergegeven. Dit bleek uit de reacties van de medewerkers. **(2)** Bekijk ook de rest van de reacties in de bijlage van dit document.

Je zou de ideeënmuur kunnen zien als een soort samenvatting van alle ideeën die zijn ontstaan tijdens het project.



(2) Bijlage

1. Designsprint. Feedback op prototype (p. 98).

Branding PIE:

Beelden hiervan zijn te vinden op:

<https://goo.gl/RVAIMA>

(18) Bron

Knapp, J. (2016). Sketch. In J. Knapp, *Sprint* (1e Druk, p. 103). Londen: Transworld Publishers.

(19) Bron

Google. PDF. Prototype. In Google, *DesignSprint-NewFormFactors* (p. 21).

(20) Bron

Direkova, N. PDF. Diverge Methods. In Direkova, N., *DesignSprint Methods*.

(12) Bijlage

1. Designsprint, Schetsen (p. 100-102).

(13) Bijlage

4. Design, Schetsen (p. 117-119).

4.3.2 Ontwerp

Op basis van de schetsen (12) en feedback tijdens de Designsprint, het onderzoek, de functionaliteit, de User Journey's en de inspiratie zijn er een aantal schetsen gemaakt voor de wireframes. (13) Om snel en efficiënt te kunnen schetsen, zijn er een paar methoden uit de Designsprint gehanteerd: Crazy Eight, Top Two en Wireflow. Bij elk van deze methoden wordt er binnen korte tijd zoveel mogelijk geschetst, om op die manier zoveel mogelijk resultaten te krijgen waarop geschoten kan worden. Na elke schetsronde wordt er gestemd om zo direct te gaan filteren. Meer informatie over deze schetsfase is te vinden in de bijlage. Het boek *Sprint* (18) heeft bij dit alles ondersteuning kunnen bieden. Daarnaast is er nog gekeken naar een aantal documenten (19 & 20) over Designsprints. (Dit was voordat het boek bestelbaar was).

Voordat er verder wordt gegaan op de wireframes, is er ook een visuele stijl gecreëerd voor de app. Ook heeft het beestje inmiddels een naam gekregen.

Naam

Een naam die de lading dekt maar ook Engels moet zijn en moet passen binnen de lijn van de andere namen van de Lone Rooftop app's. Een plek wordt ook wel een 'spot' genoemd en wat je met de app doet is het 'spotten' van werkplekken en collega's. De naam van de app is SPOT geworden. Inmiddels zijn er al veel positieve reacties ontvangen en ook in de copy is er veel mogelijk met deze naam. Dit laatste is te zien in het design van het laatste prototype.

Visuele stijl

Look & Feel

Tijdens een sideproject is er gewerkt aan de branding van PIE en Lone Rooftop. Hier ga ik nu niet veel dieper op in, maar het traject is te bekijken via: <https://goo.gl/RVAIMA>.

Uiteindelijk is er een combinatie gemaakt tussen deze visuele stijl voor PIE en de huisstijl van ABN AMRO. Hoe deze stijl tot stand is gekomen en waarom de combinatie is gemaakt, wordt nader toegelicht in het volgende hoofdstuk. Daar wordt dieper ingegaan op de iteratierondes.

Tone of voice

Omdat de doelgroep over het algemeen serieus en vlot is, is er gekozen om het ontwerp serieus en rustig te houden en de copy vrij vlot. De copy is gebaseerd op de 'tone of voice' van de interviews. Toen sprak men bijvoorbeeld met 'je' aan. Dit is dus ook doorgevoerd in de copy van de app. Daarnaast is ervoor gekozen om de gehele app in het Engels te zetten, zodat alle medewerkers de app kunnen gebruiken. Tijdens de diverse iteraties werd er weinig tot geen feedback gegeven op de copy. Zoals verwacht vonden medewerkers de copy minder belangrijk dan bijvoorbeeld de functionaliteit of het ontwerp.

De naam, look & feel en de tone of voice zijn pas in het laatste prototype zichtbaar.

4.3.3 Wireflows

Op basis van de schets- en ontwerpfase zijn de eerste digitale wireframes uitgewerkt. Deze wireframes zijn direct op HiFi niveau ontworpen, dat wil zeggen dat ze al vrij realistisch zijn en enkele designelementen bevatten. Ook is er ook even kort aandacht besteed aan het visualiseren van data en iconen. De reden dat deze eerste digitale wireframes al direct HiFi uitgewerkt zijn, heeft te maken met de testfase tijdens de Designsprint. Toen bleek dat de ABN AMRO medewerkers over het algemeen weinig begrepen van het LoFi prototype dat toen werd getest. Dit had te maken met dat men alles op elkaar vond lijken en de 'call to actions' niet genoeg de aandacht trokken. Omdat de toenmalige app over veel functies en schermen bevatte, die nog op elkaar leken ook, was het belangrijk dit verschil aan te duiden op visueel vlak. Toen we namelijk het HiFi prototype testten, waren de reacties (2) wel direct positief.

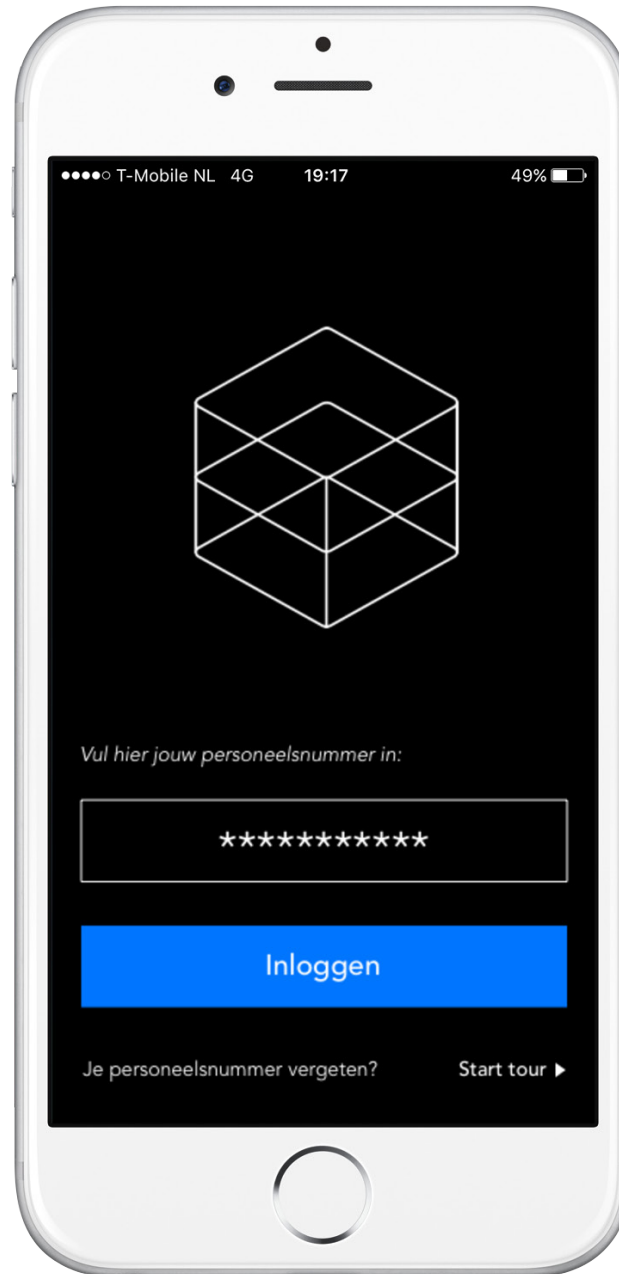
Het is dus een doelgroep die een realistisch ontwerp nodig heeft, voordat ze zich kunnen inleven hoe het is om de app te gebruiken. Dit vertaalt zich dan ook direct door in relevante waardevolle feedback.

Eerst moest duidelijk worden of de app, wat betreft functionaliteit, aan de verwachtingen voldoet van de medewerkers. Er is daarom weinig aandacht geschonken aan het visuele design. Buttons en andere zaken die even extra aandacht moesten krijgen zijn in het blauw aangegeven. Voor de rest is alles in grijswaarden ontworpen, om de doelgroep zo weinig mogelijk af te leiden.

Op basis van de User Journey's van Wouter, Rianne en Mirjam zijn er wireflows opgezet. Uit elke User Journey is er een activiteit genomen die kenmerkend is voor deze persoon. Op basis van die activiteiten zijn de wireflows tot stand gekomen. Een wireflow is een combinatie van wireframes gerelateerd aan een activiteit of doel. Op deze manier krijg je een realistisch beeld van hoe deze app voor verschillende typen gebruikers de problemen kan gaan oplossen.

(2) Bijlage

1. Designsprint. Feedback op prototype (p. 98).

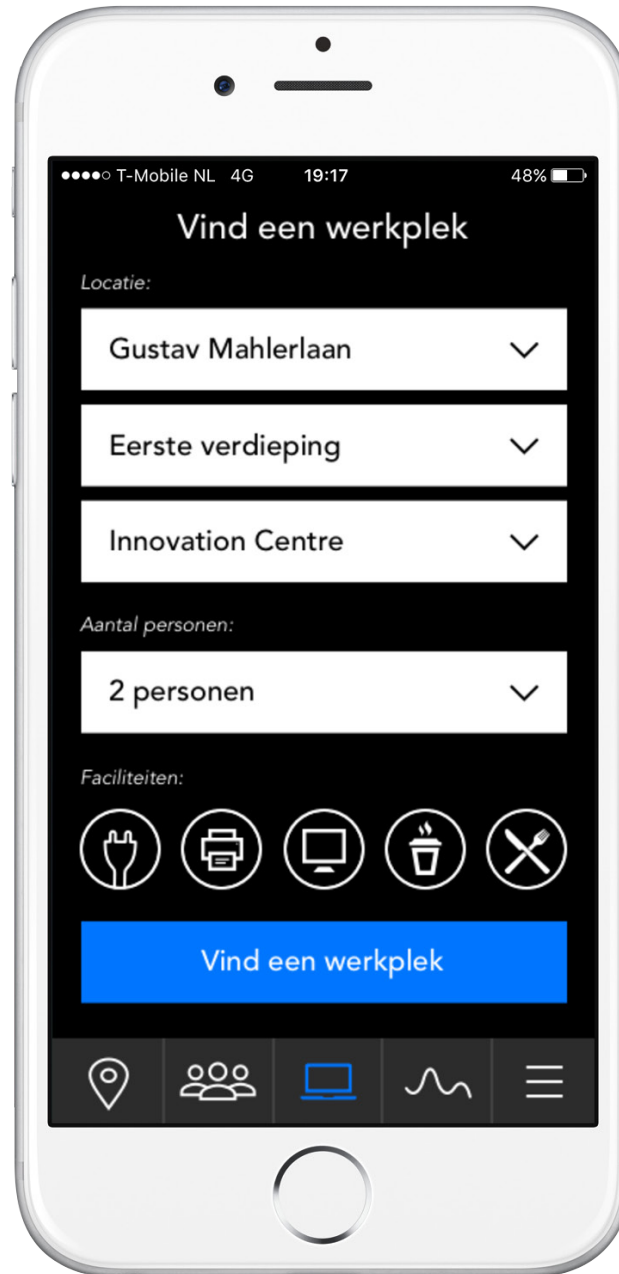


Voordat de wireflows per User Journey worden weergegeven, wordt hier een toelichting gegeven bij de belangrijkste schermen. Hierdoor zijn de wireflows direct duidelijk. Al deze wireframes zijn gebaseerd op het onderzoek en de feedback van de wireframes van tijdens de Designsprint.

Inloggen

Hier zie je het beginscherm. Hier log je in met je personeelsnummer. Dit aangezien iedere ABN AMRO medewerker over een personeelsnummer beschikt. Een Facebook of e-mail login zou dus minder goed werken omdat dat per persoon verschilt. Bovendien heb je nu direct door dat je je binnen de ABN AMRO omgeving bevindt, waardoor je niet bang hoeft te zijn dat Facebook weet waar je bent, etc. Het schept vertrouwen.

Rechts onderin is het mogelijk om een tour te volgen. Voordat mensen ergens inloggen, willen ze vaak even zien wat de app precies voor je kan betekenen. Dit blijkt ook uit interviews. Niet iedereen geeft namelijk zomaar toegang tot zijn of haar persoonlijke gegevens.



Vind een werkplek

Hier kan de medewerker zijn of haar werkplek kiezen op basis van locatie, aantal personen en voorkeuren voor faciliteiten. Na het inloggen krijgt hij of zij meteen dit scherm te zien.

Alles is al voor de medewerker ingevuld want de app weet wat zijn of haar locatie is. Ook weet de app met hoeveel personen hij of zij normaal gesproken zit en kent zijn of haar voorkeuren op basis van historische keuzes. Het aangeven van de voorkeuren voor een plek is onder andere handig voor Mirjam.

Onderaan bevindt zich de navigatie. Omdat de schermen weinig van elkaar verschillen wat betreft prioriteit, is er gekozen om elk element van de app evenveel aandacht te geven. Dit heeft ook te maken met het feit dat de gemiddelde medewerker regelmatig van scherm zal gaan switchen om bijvoorbeeld op basis van bezetting en verwachte bezetting een plek te kiezen voor hem en zijn collega's. Dit is bijvoorbeeld erg handig voor Rianne of Wouter.

v.l.n.r.: Plattegrond met bezetting - Vind een collega - Vind een werkplek - Verwachte drukte - Instellingen.

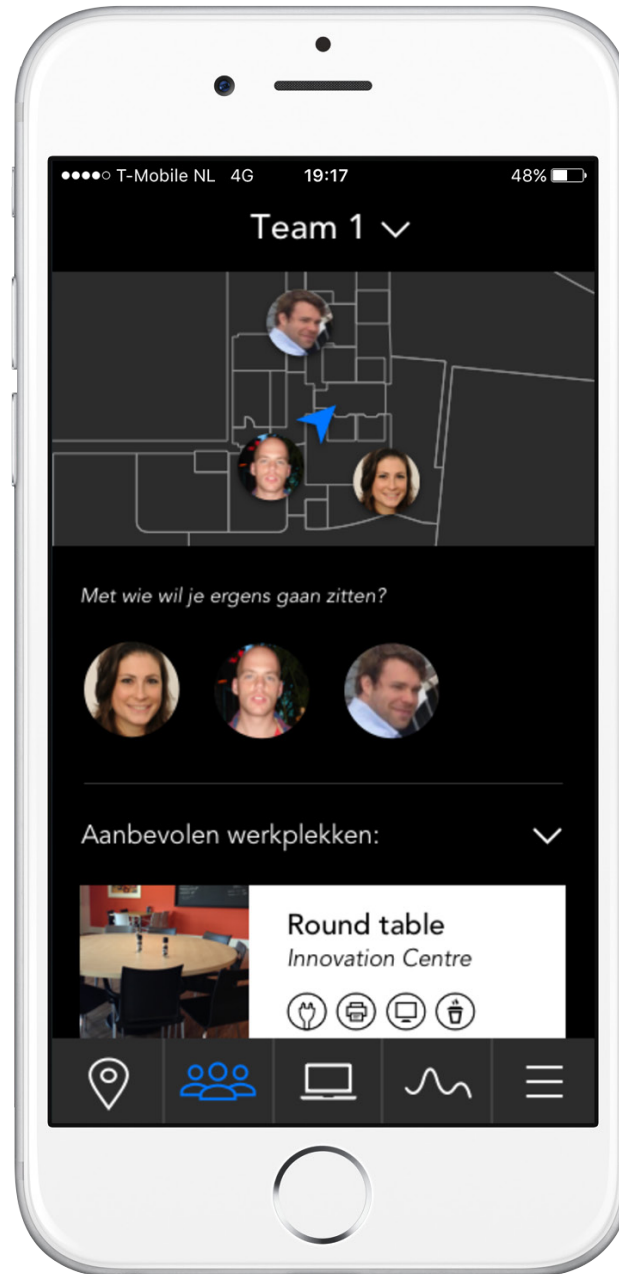


Plattegrond met bezetting

Hier is de bezetting te zien. Door middel van in- en uitzoomen kan de medewerker gemakkelijk zien of het druk of rustig is op zijn afdeling, verdieping of in zijn gebouw. Als je ver genoeg uitzoomt, kun je ook van gebouw wisselen.

Lone Rooftop maakt in al hun systemen gebruik van procenten om aan te geven hoe druk het is. Omdat de reacties hierop positief zijn wordt dit systeem ook hier gehanteerd. De procenten geven aan hoeveel van de desbetreffende afdeling nog beschikbaar is.

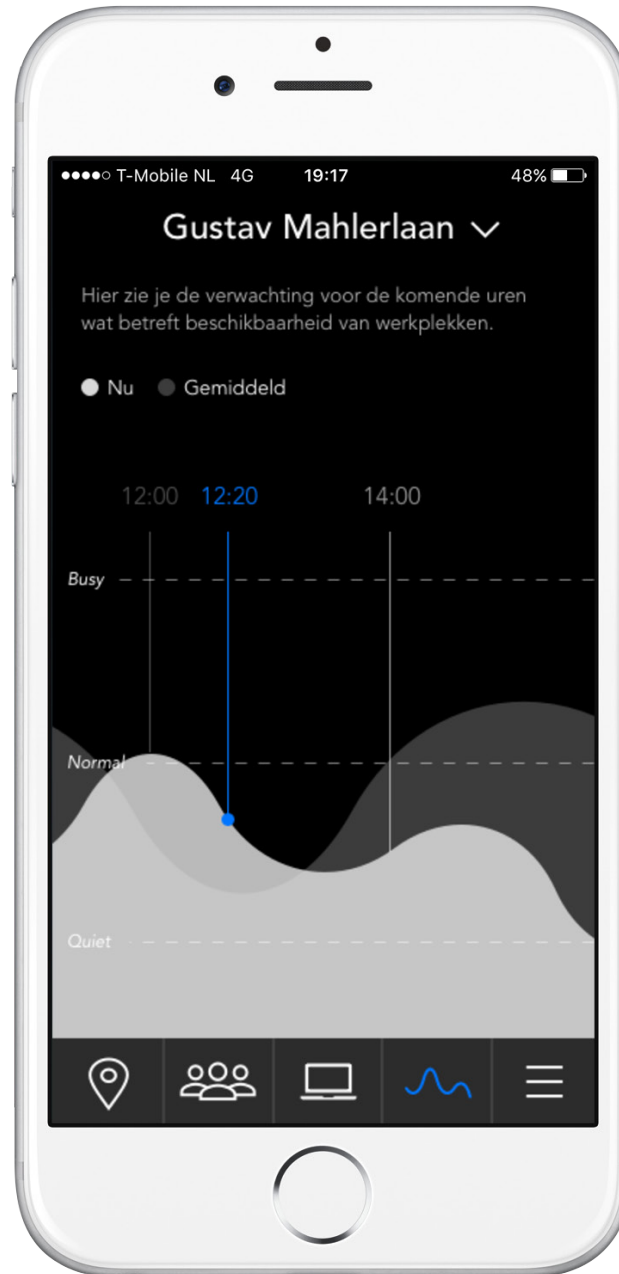
Ook kun je op de plattegrond direct je eigen locatie zien, zodat je weet waar je naar toe moet lopen.



Vind een collega

In dit scherm kan de medewerker zien waar zijn of haar collega's zich op dat moment bevinden en hoever ze van hem of haar verwijderd zijn.

De medewerker kan teams en teamleden wijzigen in de app. Hij kan direct de teamleden kiezen waarmee hij ergens wil gaan zitten. Op basis van historische voorkeuren en samenstellingen zijn er automatisch al een aantal aanbevolen plekken weergegeven. Deze aanbevolen plekken zijn altijd gebaseerd op de locatie en vaakgekozen voorkeuren van de medewerkers met wie hij of zij wil gaan zitten. Wat ook handig is dat de plek die de medewerkers aanbevolen krijgen, een plek is die voor iedereen evenver lopen is. In de normale situatie wil het nog wel gebeuren dat de medewerkers allemaal een stuk moeten lopen, terwijl er achteraf gewoon een plek in de buurt van hen beschikbaar was.



Verwachte drukte

Voor de medewerker is het fijn om te kunnen zien wat de verwachte bezetting is. Dit speelt een belangrijke rol bij het kiezen van een werkplek, afdeling, verdieping of gebouw.

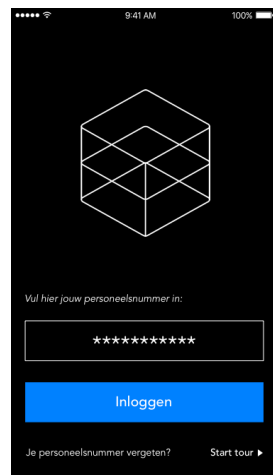
De verwachte bezetting is gebaseerd op historische data. Dus wanneer het de afgelopen week ook rustig was, dan zal het deze week waarschijnlijk ook rustig zijn. Je kunt het vergelijken met de weersvoorspelling. Naast de temperatuur van dat moment, kun je de verwachte temperatuur voor de rest van de dag bekijken. Dit is allemaal gebaseerd op historische data. Omdat de app in het begin nog weinig historische data zal hebben en het risico loopt niet nauwkeurig te zijn wat betreft de voorspellingen, zal het ook deels worden gebaseerd op alle cijfers en statistieken van de Facility Management.

Het is de bedoeling dat de medewerker straks horizontaal kan scrollen door de tijdlijn van de dag. Met 'Nu' wordt overigens die specifieke datum bedoeld. En met 'Gemiddeld' wordt die specifieke dag bedoeld. Beide zijn dus voorspellingen, maar gegrond op verschillende factoren. Voorbeeld: Als er op die datum een speciaal evenement is, waardoor de meeste medewerkers niet op kantoor zijn, is het dus rustiger dan gemiddeld gezien op die dag.

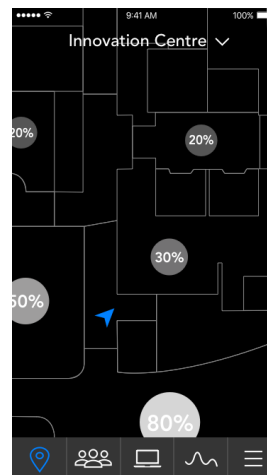
Wireflow: Wouter

Wouter is met veel dingen bezig op een dag, maar er is één specifiek moment uitgehaald. Het moment dat Wouter een meeting heeft op een andere locatie en na de meeting op zoek is naar een plek om even rustig te werken. Op deze locatie komt hij zelden en hij kan dus nog niet goed inschatten waar in het gebouw en wanneer het op die dag het rustig is. Wouter start de app op om te bekijken waar het op dat moment rustig is.

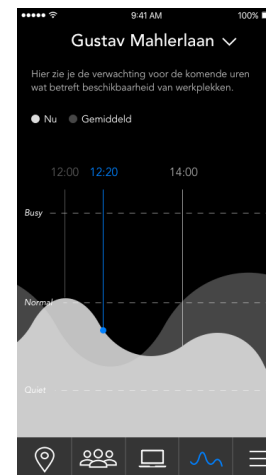
Daarna kijkt hij direct even of dit zo blijft. Hij wil er namelijk minimaal 1,5 uur rustig kunnen werken. Op basis van de realtime bezetting en de verwachte bezetting kiest hij een werkplek uit de mogelijkheden die hem worden aanbevolen. Vervolgens loopt hij er naar toe.



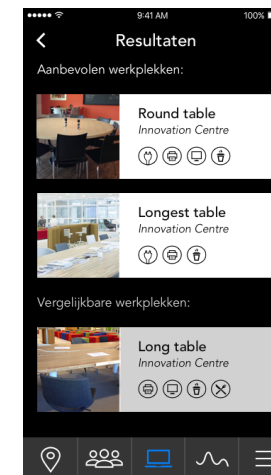
1. Inloggen



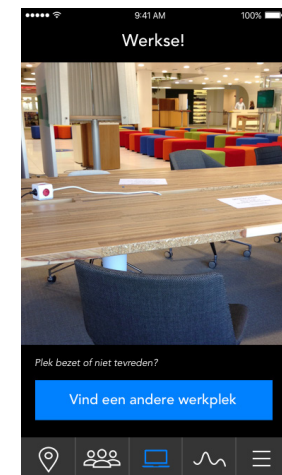
2. Bezetting



3. Verwachting



4. Plek kiezen

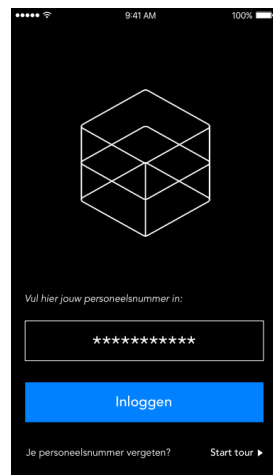


5. Werkse

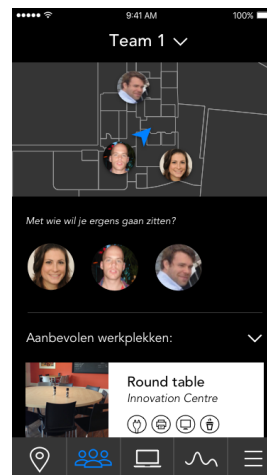
Wireflow: Rianne

Rianne moet vaak switchen tussen gebouwen en verliest haar collega's daardoor wel eens uit het oog. Echter is ze wel afhankelijk van hen, omdat ze veel moet samenwerken. Nu is ze net aangekomen in het gebouw waar ze regelmatig komt. Echter zit de collega, waarmee ze zo een meeting heeft, niet op de plek waar ze hem had verwacht.

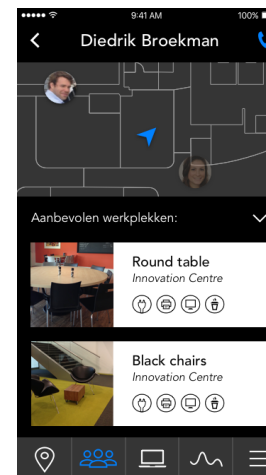
Ze pakt de app erbij en zoekt hem op. Hij blijkt inderdaad iets verderop te zitten. Rianne gaat naar zijn profiel en kiest direct een plek uit de lijst met aanbevolen mogelijkheden. Vervolgens krijgt de collega bericht dat zij een plek voor hen heeft gevonden. Nu weet de collega waar hij naar toe moet lopen voor zijn meeting met Rianne.



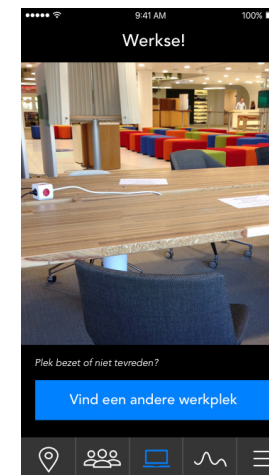
1. Inloggen



2. Vind een collega



3. Profiel collega



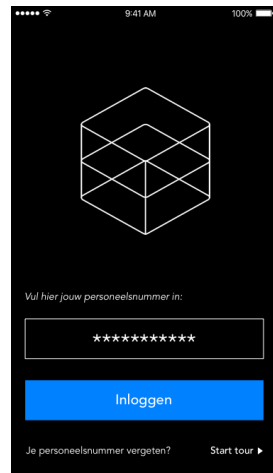
4. Werkse

Wireflow: Mirjam

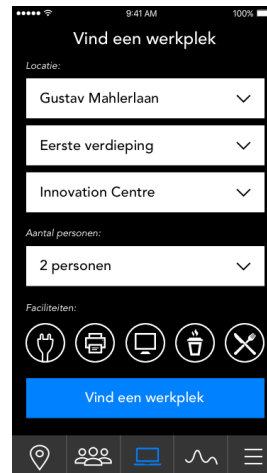
Mirjam is iemand die het liefst elke dag op dezelfde plek zit. Dit heeft te maken met verschillende factoren waaronder de faciliteiten van haar huidige werkplek een belangrijke is.

Als zij op een andere plek wil gaan zitten, wil ze graag haar voorkeuren aan kunnen geven zodat ze mogelijkheden te zien krijgt die vergelijkbaar zijn met haar vaste werkplek.

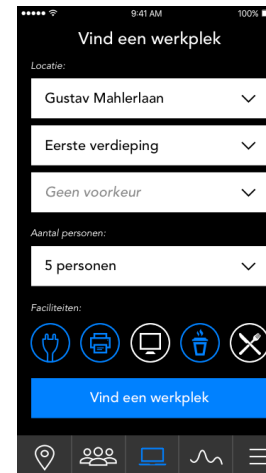
Als ze een plek heeft gekozen uit de aanbevolen werkplekken, bekijkt ze nog even de details. Hoever is het lopen vanaf haar huidige plek, wat voor soort plek is het, etc. Op die manier verandert ze wel van plek maar blijft ze toch nog een beetje binnen haar comfort zone.



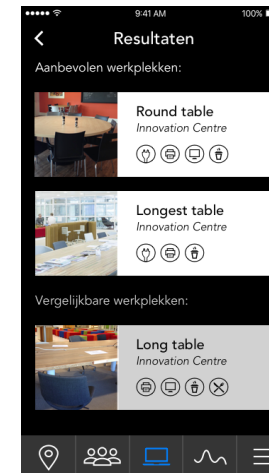
1. Inloggen



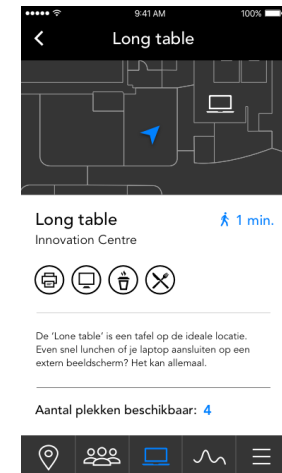
2. Vind een werkplek



3. Kies je voorkeuren



4. Resultaten



5. Details plek

5. Prototype & Test

5.1 Inleiding

Door interviews met Facility Management werd duidelijk dat de app gebruiksvriendelijk moet zijn. Uit interviews met medewerkers bleek dat zij een aantal duidelijke verwachtingen hebben. Gesprekken met Lone Rooftop maakten duidelijk wat er technisch mogelijk is en welke eventuele koppelingen er gemaakt kunnen worden. Tijdens de Designsprint is er ontzettend veel feedback gegeven op het toenmalige prototype. Het is noodzakelijk om al deze inzichten te testen. Naast het testen bij de doelgroep is er ook rekening gehouden met de wensen, behoeften en verwachtingen van medewerkers van andere bedrijven, ABN AMRO Facility Managers en Lone Rooftop. Ook hebben zij een paar testen ondergaan.

Alle resultaten zijn terug te vinden in de bijlage, maar in dit hoofdstuk zullen alle drie iteratieronden aan bod komen. (3) Elke iteratieronde had zijn eigen focus om zo het optimale resultaat te bereiken. Wanneer je namelijk niet test met een duidelijke focus, loop je het risico dat elke test dezelfde soort resultaten oplevert. Dit bleek uit gesprekken met experts. Zo had test 1 de focus: Functionaliteit, test 2: UX en test 3: UI en Visual Design. Deze volgorde is weer gebaseerd op de gebruikelijke werkwijze, zo ook in dit document. Echter loopt het wel eens door elkaar heen, maar is dit wel een prettige houvast, waarop je een aantal vragen of steekwoorden alvast kunt voorbereiden.

De prototypes zijn gemaakt in Invision. Het testen van functionaliteit, UX en Visual Design kan snel en eenvoudig met dit programma. Wanneer je meer op interactie en animatie gaat zitten, kan er beter Xcode worden gebruikt. De tijd liet dat niet toe en bovendien was deze manier van testen prima voor nu. Uiteindelijk zal er ook een werkbaar prototype moeten worden ontwikkeld door Lone Rooftop, maar daarover meer in *Next Steps*.

Omdat de mensen waarbij getest is, avonturiers zijn, zijn er geen kleine opdrachten gegeven tijdens het testen. Dit had te maken met het feit dat ze al vrij snel door alle schermen navigeerden, waardoor deze opdracht niet veel toevoegde. Dit gebeurde tijdens alle testen. Iedere testpersoon navigeerde door de schermen en gaf mij zijn of haar frustraties en opmerkingen aan. Deze feedback werd naar de volgende ronde meegenomen. Zodra ik merkte dat ze vastliepen of aan het twijfelen waren, stelde ik daar direct vragen over. Deze manier van testen was voor hen efficiënt en heeft mij veel inzichten en feedback opgeleverd. Voor elke test had ik een aantal steekwoorden opgeschreven met betrekking tot de focus die ik voor de desbetreffende testfase had gekozen. Deze bracht ik aan de orde wanneer ze nog niet ter sprake waren gekomen. Omdat de meeste medewerkers niet op hun mondje zijn gevallen en dus durven te zeggen wat ze vinden, kreeg ik meer dan voldoende feedback.

(3) Bijlage

2. Discover: Interviews (p. 104-109).

Prototype:

Het prototype van deze versie van de app is te vinden op:

<https://invis.io/BX78IVVS4>

5.2 Usability Test 1

Tijdens de eerste test van het prototype lag de focus op functionaliteit. Hoewel de functionaliteit al eerder op diverse manier is getest, was het noodzakelijk om dit nog eens in het ontwerp te plaatsen en opnieuw te testen. Dit heeft te maken met het feit dat je de functionaliteit in een ontwerp in combinatie ziet staan met de rest. Het kan zomaar zo zijn dat die functionaliteit dan ineens niet meer van toegevoegde waarde is, of dat hij moet worden aangepast.

Daarnaast heeft de uitwerking van een functionaliteit ook invloed. Dit is dan ook de reden waarom het ontwerp tijdens de tweede en derde test van het prototype soms drastisch veranderd is.

De eerste test is uitgevoerd bij ABN AMRO medewerkers van diverse locaties, ABN AMRO Facility Management, Lone Rooftop en medewerkers van andere bedrijven, om op deze manier tot zoveel mogelijk inzichten te komen. De resultaten zijn terug te vinden in de bijlage. **(3)**

De belangrijkste feedback ga ik per scherm bij langs. De algemene feedback en de belangrijkste feedback zijn te vinden in de conclusie. Voor uitgebreide feedback en een overzicht van alle schermen kan de bijlage geraadpleegd worden. **(14 & 15)**

(3) Bijlage

2. Discover. Interviews (p. 104-109).

(14) Bijlage

5. Prototype & Test. Feedback Usability Test 1 (p. 121-123).

(15) Bijlage

5. Prototype & Test. Overzicht alle screens (p. 124).

Prototype:

Het prototype van deze versie van de app is te vinden op:

<https://invis.io/BX78IVVS4>



Feedback - Vind een werkplek

De eerste reacties op dit scherm waren dat het een duidelijk scherm was. Daarnaast vonden ze het fijn dat ze direct een werkplek kunnen samenstellen.

De iconen van zowel de faciliteiten als de navigatiebalk onderin vonden ze over het algemeen erg onduidelijk. Neem bijvoorbeeld het middelste icoon van de faciliteiten, dat kan een extern beeldscherm zijn maar ook een tv-scherm. Het middelste icoon van de navigatiebalk laat een laptop zien terwijl een medewerker niet altijd hoeft te werken op zijn laptop. Die mensen voelden zich minder aangesproken door dat icoon.

Daarnaast wilden ze graag alle faciliteiten kunnen zien en deze, tijdens het scrollen door de lijst met beschikbare plekken, gemakkelijk aan kunnen passen.

Tot slot werd er gevraagd hoe ze zo snel mogelijk terecht konden komen bij de beschikbare werkplekken. Daarvoor moest in dit prototype wel een aantal schermen doorlopen worden. Iets dat niet past binnen de propositie van Lone Rooftop, zij willen intelligentie uitstralen met deze app.

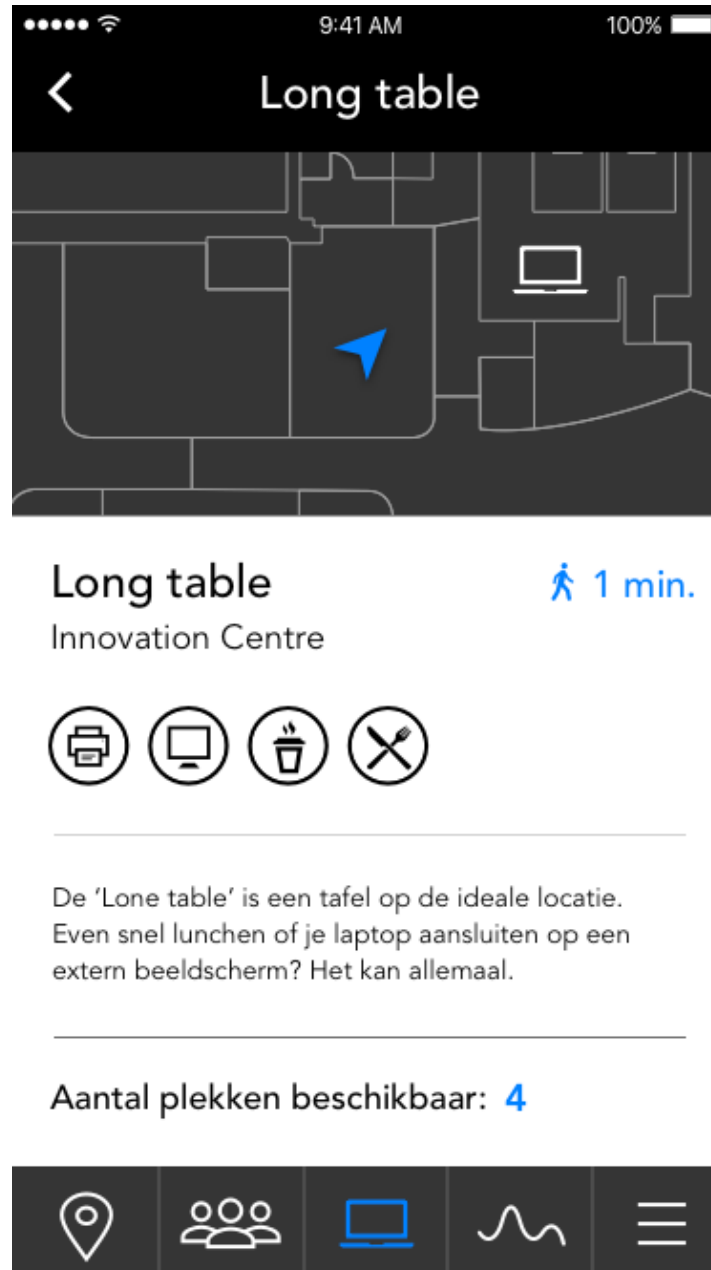
Conclusie:

- Iconen aanpassen
- Optie om gemakkelijk je faciliteiten weer te geven
- Direct beschikbare werkplekken zien

Prototype:

Het prototype van deze versie van de app is te vinden op:

<https://invis.io/BX78IVVS4>



Feedback - Details werkplek

De testpersonen vonden het handig om te kunnen zien om wat soort plek het gaat, waar die plek zich bevindt en hoever het ongeveer lopen is. Echter waren er wel een aantal goede feedback punten.

De plattegrond vonden ze over het algemeen te klein. Bovendien wisten ze niet of een afbeelding was of een plattegrond, waarbinnen je nog kon navigeren (Google Maps idee).

Ook wisten ze niet dat ze op het werkplek icoontje konden klikken. Ook hadden ze geen idee waar deze plek is, aangezien de plattegrond zonder duidelijke herkenningspunten, te gestileerd is weergegeven.

Dat je kon zien hoeveel plekken er beschikbaar zijn vonden ze fijn, maar ze hadden geen idee hoeveel van de hoeveel er vrij zijn.

Ook hier waren de iconen weer onduidelijk voor velen.

Conclusie:

- Plattegrond groter

- Herkenningspunten weergeven op plattegrond

- Duidelijker aangeven dat je kunt klikken op het werkplek icoon

- Aangeven hoeveel van de hoeveel plekken er beschikbaar zijn.

Prototype:

Het prototype van deze versie van de app is te vinden op:

<https://invis.io/BX78IVVS4>



Feedback - Bezetting

Deze plattegrond vonden ze onduidelijk. Zo was het niet duidelijk of de procenten de bezetting of de beschikbaarheid moesten aangeven. Daarnaast wisten ze niet of ze konden in- en uitzoomen, hoe ze moesten switchen tussen verdiepingen. Verder waren er weinig herkenningspunten te zien. Hierdoor wist de gemiddelde persoon nog steeds niet waar wat te vinden was en waar hij of zij zelf zich bevond.

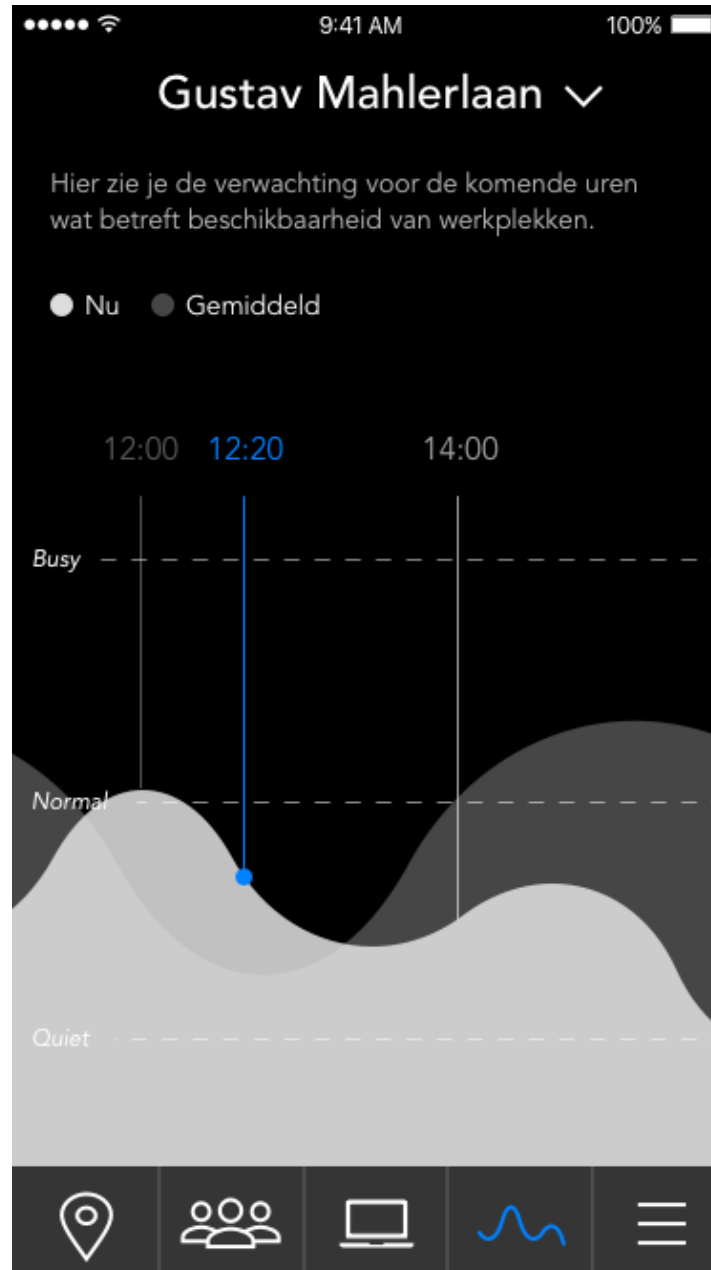
Conclusie:

- Duidelijker aangeven wat bezet en wat beschikbaar is
- Duidelijker maken dat je kunt in- en uitzoomen
- Optie toevoegen om te switchen tussen verdiepingen
- Herkenningspunten weergeven op plattegrond

Prototype:

Het prototype van deze versie van de app is te vinden op:

<https://invis.io/BX78IVVS4>



Feedback - Verwachting

Over dit scherm waren de meesten erg enthousiast. Toch zou iedereen deze functie op zijn eigen manier gaan gebruiken. Zo zal bijvoorbeeld een Stefan kijken of het rustig of druk blijft in het restaurant. Wouter zal kijken hoe druk het wordt in de verschillende gebouwen, om vervolgens te bepalen in welk gebouw hij die dag zal gaan werken.

De meesten vonden het echter niet duidelijk wat nou het verschil was tussen 'Nu' en 'Gemiddeld'. Daarnaast vertelden ze dat ze alleen willen weten wat de verwachte drukte wordt. Dat moet uit een grafiek met één lijn af te lezen zijn. Het wordt onnodig ingewikkeld als je twee soorten verwachtingen door elkaar heen laat lopen. Ook vonden ze de woorden 'Normal' en 'Quiet' in het niets vallen. Deze moeten meer opvallen.

Conclusie:

- Grafiek terugbrengen naar één lijn
- Duidelijker de termen 'Busy', 'Normal' en 'Quiet' aangeven

Prototype:

Het prototype van deze versie van de app is te vinden op:

<https://invis.io/E77FXW3NX>

5.3 Usability Test 2

Inmiddels is alle feedback verzameld, gefilterd op basis van technische, praktische en budgetele mogelijkheden en doorgevoerd in een tweede prototype van de app.

Hieronder zie je de grootste veranderingen die zijn toegepast:

- *Aangepaste iconen*
- *Plattegrond bij 'Vind je collega' duidelijker*
- *Herkenningspunten op plattegrond*
- *Duidelijker aangegeven wat bezet en wat beschikbaar is*
- *Direct aanbevolen plekken zien bij het starten van de app*
- *Gemakkelijk filteren in faciliteiten*

Voor de rest zijn er op visueel en technisch vlak nog een aantal dingen veranderd of toegevoegd om op deze manier zowel de veranderingen als compleet nieuwe elementen te testen. Omdat er drie testrondes zijn, is het belangrijk dat je snel en effectief itereerd, zodat je zo snel mogelijk aan nieuwe inzichten kunt komen. Het nieuwe ontwerp is gebaseerd op een combinatie van de huisstijl van ABN AMRO en de visuele stijl die ik had ontworpen voor Lone Rooftop.

Voor een overzicht van alle schermen en de uitgebreide feedback kan de bijlage geraadpleegd worden. **(16 & 17)**

(16) Bijlage

5. Prototype & Test. Overzicht alle screens (p. 128).

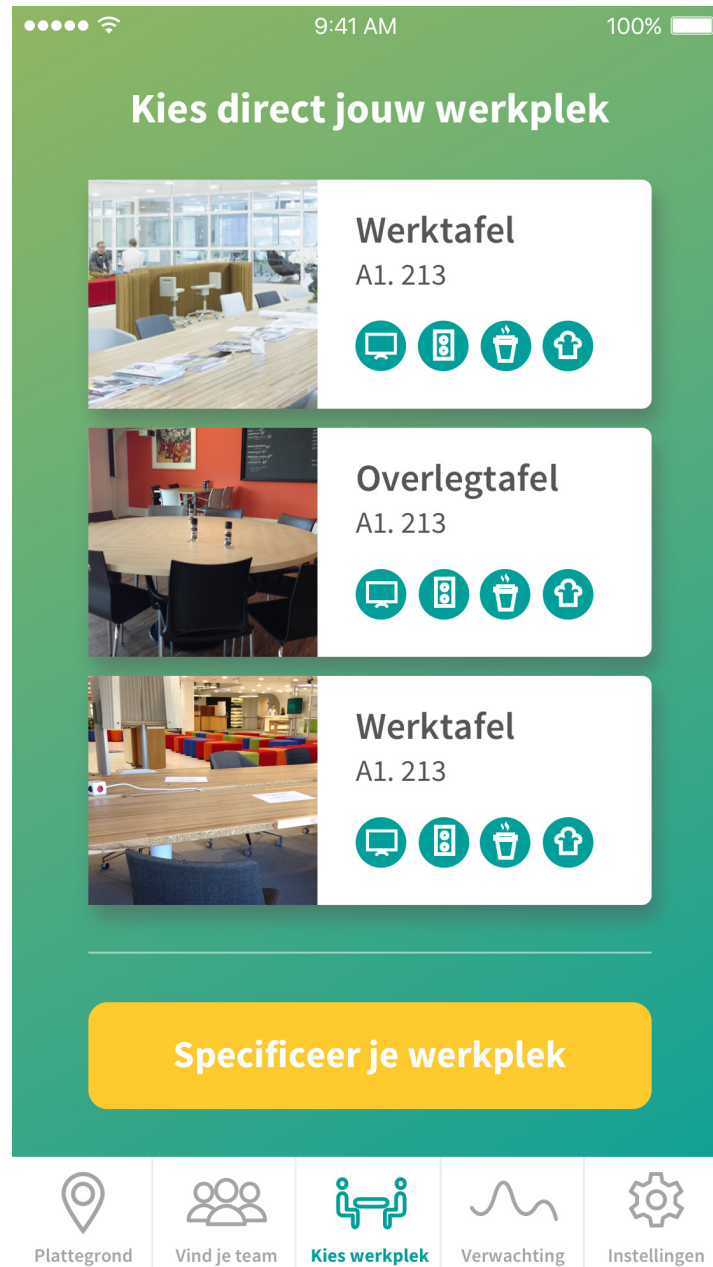
(17) Bijlage

5. Prototype & Test. Feedback Usability Test 2 (p. 126-127).

Prototype:

Het prototype van deze versie van de app is te vinden op:

<https://invis.io/E77FXW3NX>



Feedback - Kies werkplek

Medewerkers kunnen nu direct een plek kiezen voordat ze allemaal schermen hoeven te doorlopen. Iets dat zeer positief werd ontvangen. Echter waren er natuurlijk ook een aantal op- en aanmerkingen.

Zo zijn de iconen volgens velen nog steeds onduidelijk. Hier moet dus nog steeds aandacht aan worden besteed. Daarnaast vinden ze dit scherm teveel lijken op het 'Resultatenscherm'. Dit ziet er exact zo uit, los van de 'Specificeer je werkplek' knop. Ook de titel van die knop moet worden veranderd, iedere testpersoon had daar commentaar op. Niemand vond deze naamgeving de lading dekken.

Het werkplek icoon in de navigatiebalk was nu veel duidelijker volgens iedereen. Dit komt natuurlijk ook door de toevoeging van een woord onder het icoon, wat ook als zeer prettig werd ervaren.

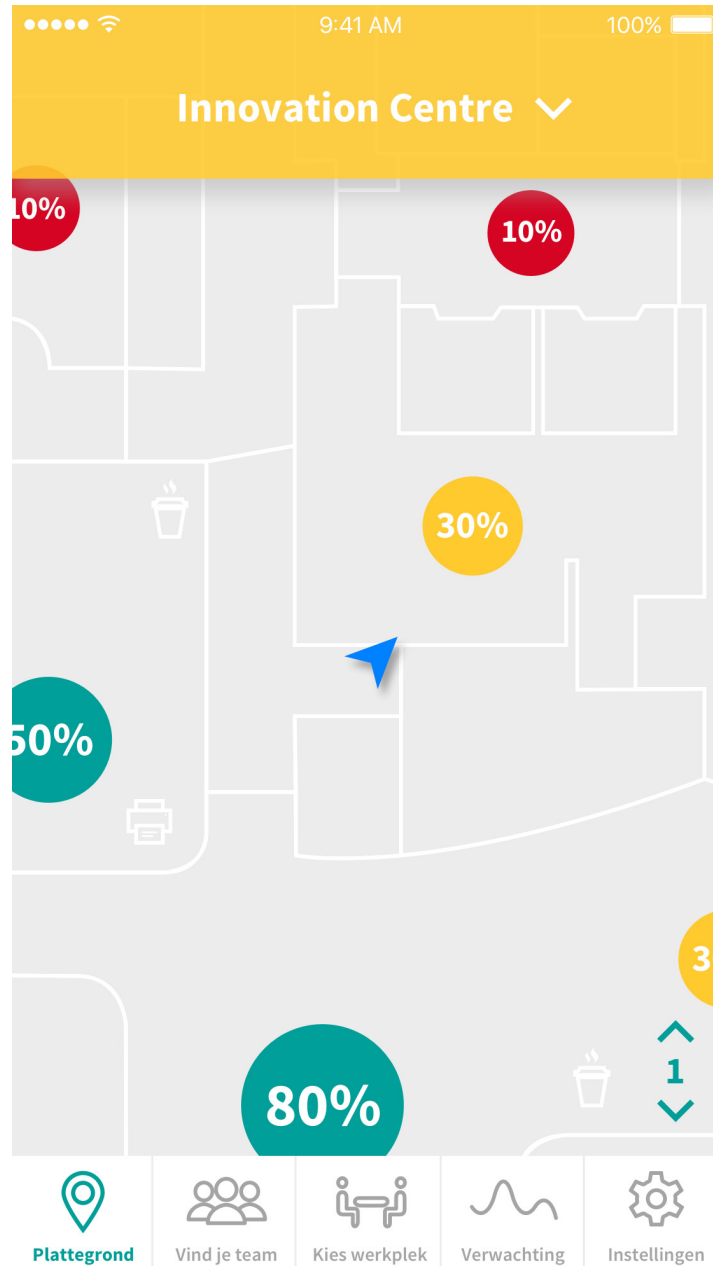
Conclusie:

- Iconen aanpassen
- 'Specificeer je werkplek' anders noemen

Prototype:

Het prototype van deze versie van de app is te vinden op:

<https://invis.io/E77FXW3NX>



Feedback - Plattegrond

Over dit scherm was iedereen zeer positief te spreken. Toch was volgens velen het onduidelijk wat die procenten inhielden. Was dat het aantal mensen of het aantal plekken? Bovendien vonden ze het niet logisch dat de rode cirkels klein waren en de groene groot.

Daarnaast vielen de iconen niet op, op de plattegrond, waardoor je alsnog geen herkenningspunten zag. Niemand viel het op dat hier iconen stonden, voordat ik het zelf vertelde.

In tegenstelling tot in de vorige versie kun je nu wel navigeren door de verdiepingen, alleen was dat volgens een aantal, nu niet duidelijk genoeg aangeven.

Tot slot zat er geen lijn in de headers die gebruikt werden in de diverse schermen. Dit werd als chaotisch ervaren.

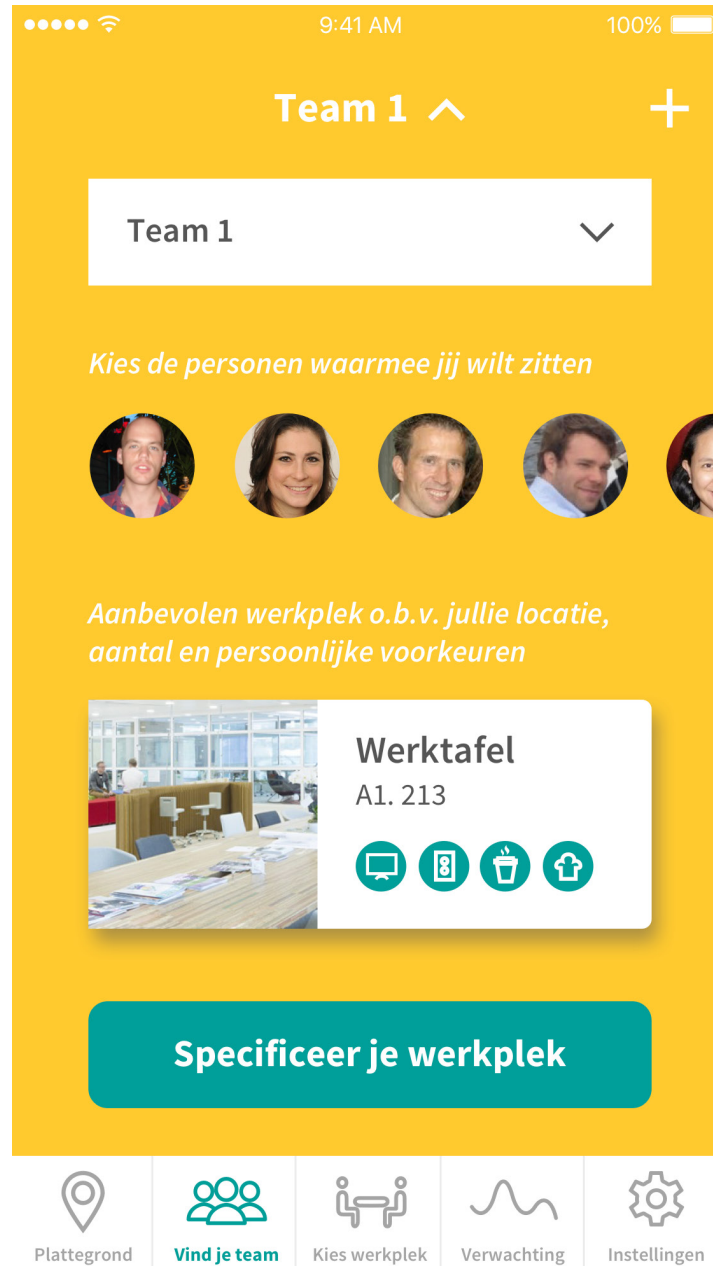
Conclusie:

- Duidelijker aangeven waar de procenten voor dienen
- Iconen meer laten opvallen
- Verdiepingswitch icoon aanpassen
- Headers in lijn met elkaar brengen

Prototype:

Het prototype van deze versie van de app is te vinden op:

<https://invis.io/E77FXW3NX>



Feedback - Vind je team

Wanneer de medewerker naar 'Vind je team' gaat, krijgt hij of zij een plattegrond te zien met daarop zijn of haar collega's. Als hij of zij bovenin het scherm op zijn of haar teamnaam klikt, krijgt hij of zij dit scherm te zien.

De feedback hierop was, dat het swipen door je collega's, als onprettig werd ervaren. Ze zagen ze liever allemaal direct in beeld. Daarnaast had niemand door dat dat plusje stond voor het toevoegen van een team.

Tijdens een gesprek met het team dat ook met een app bezig is waar je je collega's mee kunt vinden, bleek dat medewerkers het handig zouden vinden om te kunnen zien op welke verdiepingen (en in welk gebouw) hun collega's zich bevonden. Iets dat ik als feedback kreeg op dit scherm.

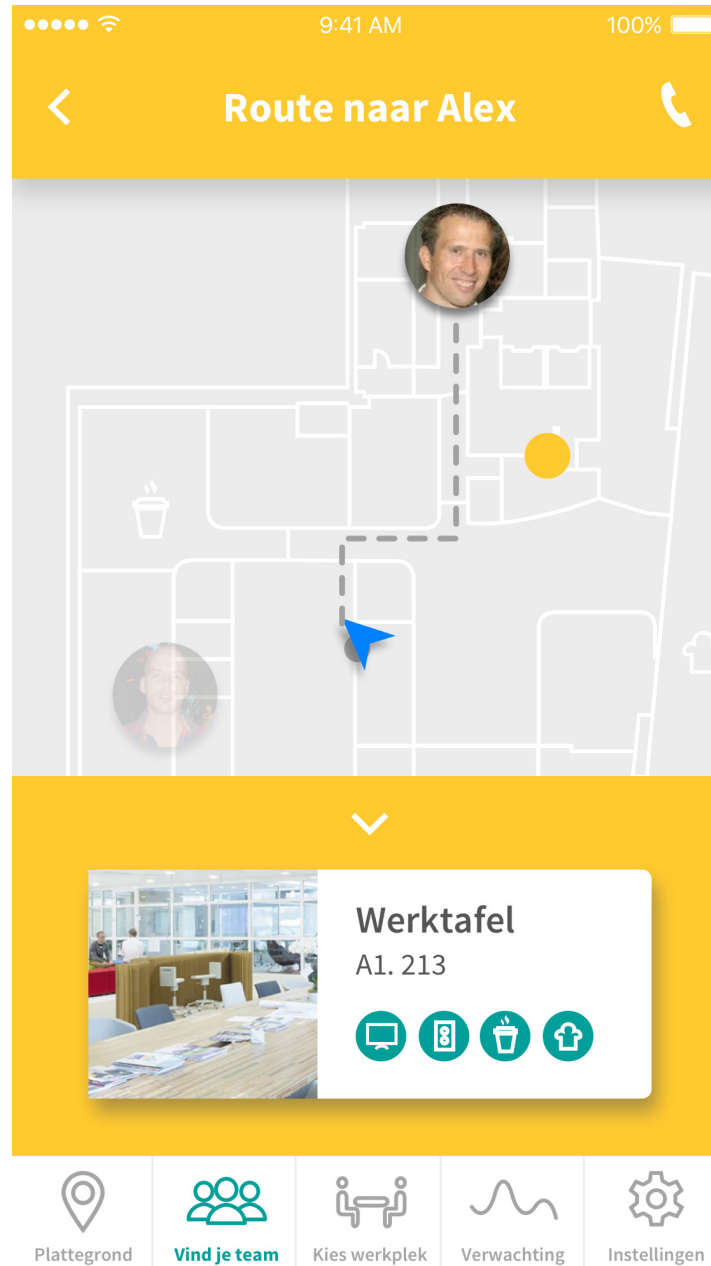
Conclusie:

- Alle collega's direct weergeven
- Andere optie om teamleden te kunnen toevoegen
- Toevoegen waar de collega's zich precies bevinden

Prototype:

Het prototype van deze versie van de app is te vinden op:

<https://invis.io/E77FXW3NX>



Feedback - Route naar Alex

Dit is een compleet nieuw scherm. Tijdens de vorige test bleek dat de wayfinding niet optimaal is binnen ABN AMRO. Daarom is de optie om je collega's te vinden aan de hand van een kaart + navigatie getest. Dit viel in goede aarde en mensen waren er zeer enthousiast over. Dezelfde optie is ook toegevoegd voor het vinden van een werkplek.

Daarnaast kan de medewerker tijdens het lopen naar Alex, een melding krijgen van een beschikbare plek tussen hem en Alex in. Dit op basis van locatie, historische voorkeuren, etc. Op deze manier kunnen Alex en de medewerker direct ergens gaan zitten. Als de medewerker deze accepteert, krijgt Alex direct een melding dat de medewerker een plek heeft gevonden. Als hij deze melding opent krijgt hij te zien waar jij en de plek zich bevinden met ook een route er naar toe erbij.

Ook hier moeten natuurlijk de iconen op de plattegrond duidelijker worden aangegeven. Daarnaast snapte niemand waar die letters en cijfers voor stonden.

Conclusie:

- Iconen verduidelijken op plattegrond
- Naam van werkplek verwijderen/aanpassen

Prototype:

Het prototype van deze versie van de app is te vinden op:

<https://invis.io/T67L1F03U>

5.4 Usability Test 3

Inmiddels is alle feedback verzameld, gefilterd op basis van technische, praktische en budgetele mogelijkheden en doorgevoerd in een derde prototype van de app. De app heeft nu ook inmiddels een naam; SPOT. Waarom SPOT? Dat is te lezen in het vorige hoofdstuk.

Hieronder zie je de grootste veranderingen die zijn toegepast:

- Iconen aangepast
- 'Specificeer je werkplek' anders genoemd
- Iconen meer laten opvallen op plattegrond
- Headers in lijn met elkaar brengen
- Alle collega's direct weergeven
- Toevoegen waar de collega's zich precies bevinden

Ook werd er tijdens de vorige test duidelijk dat mensen niet goed begrepen of deze app nou een initiatief is van ABN AMRO, Lone Rooftop of beide. Om die reden zijn er weer een aantal aanpassingen geweest in het ontwerp. Door met name Clockwork collega's werd aangegeven dat het ontwerp iets te tropisch en speels was. Niet passend bij ABN AMRO.

Daarnaast werd er voorgesteld om het instellingscherm uit te breiden met wat achtergrondinformatie. Het aan- en uitzetten van de koppelingen met bijvoorbeeld Connections en het toevoegen van een aantal nieuwe opties voor notificaties.

In tegenstelling tot de vorige prototypen is de versie tijdens deze derde iteratie ook getest door Clockwork collega's. Op deze manier werd ook feedback vergaard over de UX, UI en Visual Design. Dit zijn namelijk zaken waar ABN AMRO medewerkers niet zo snel over zullen beginnen, maar wel van grote waarde kunnen zijn voor de usability van de app.

Wat verder zal opvallen is dat er maar weinig feedback is gegeven. Dit is opzich niet gek want het was natuurlijk alweer de vijfde testronde, als je de Designsprint zou meerekenen. Wat dat betreft is het doel behaald. Deze app heeft nog een aantal iteraties nodig, maar dan in de vorm van een werkbaar prototype. Deze zullen de medewerkers een aantal weken lang op hun telefoon moeten hebben staan. Hierover meer bij Next Steps.

Voor een overzicht van alle schermen en de uitgebreide feedback kan de bijlage geraadpleegd worden. **(18 & 19)**

(18) Bijlage

5. Prototype & Test. Overzicht alle screens (p. 132).

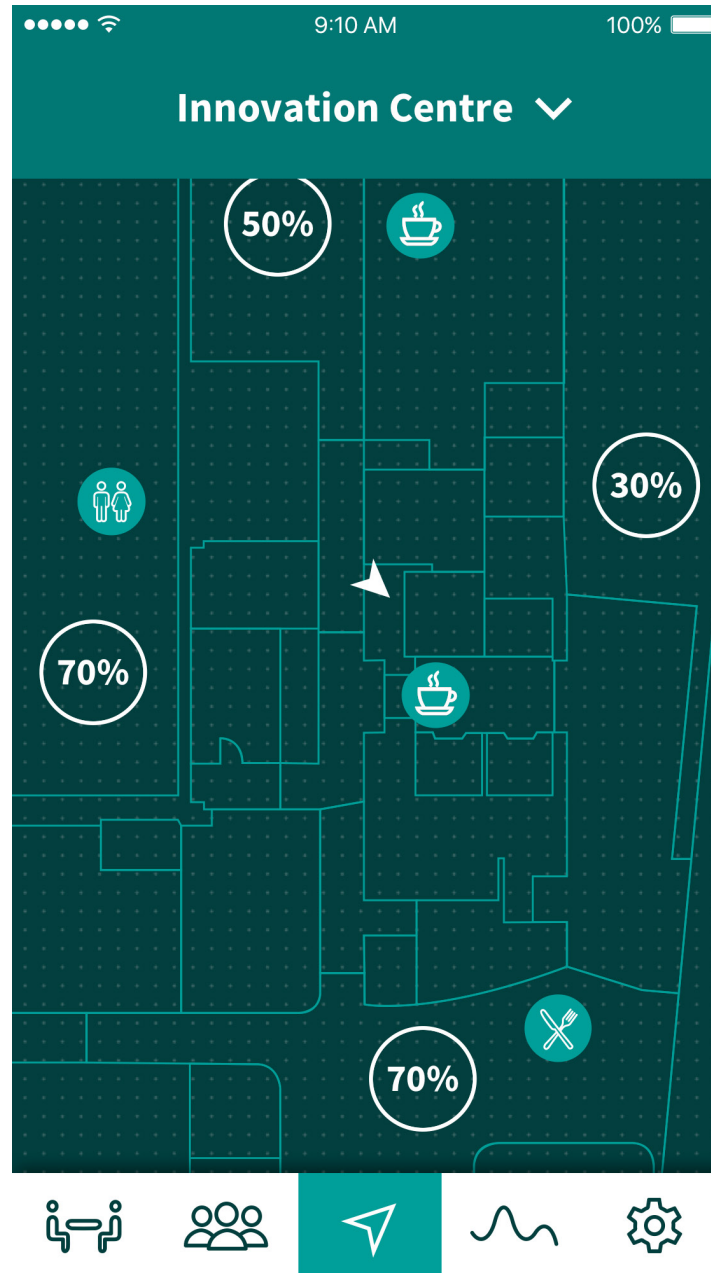
(19) Bijlage

5. Prototype & Test. Feedback Usability Test 3 (p. 130-131).

Prototype:

Het prototype van deze versie van de app is te vinden op:

<https://invis.io/T67L1F03U>



Feedback - Plattegrond

Op dit scherm werd de meeste feedback gegeven. Zo was het volgens velen nog altijd niet duidelijk of de procenten beschikbaarheid of bezetting aantonen. Daarnaast vielen de iconen niet genoeg op en mochten de headerkleuren op elke pagina gelijk zijn om de consistentie te bewaken.

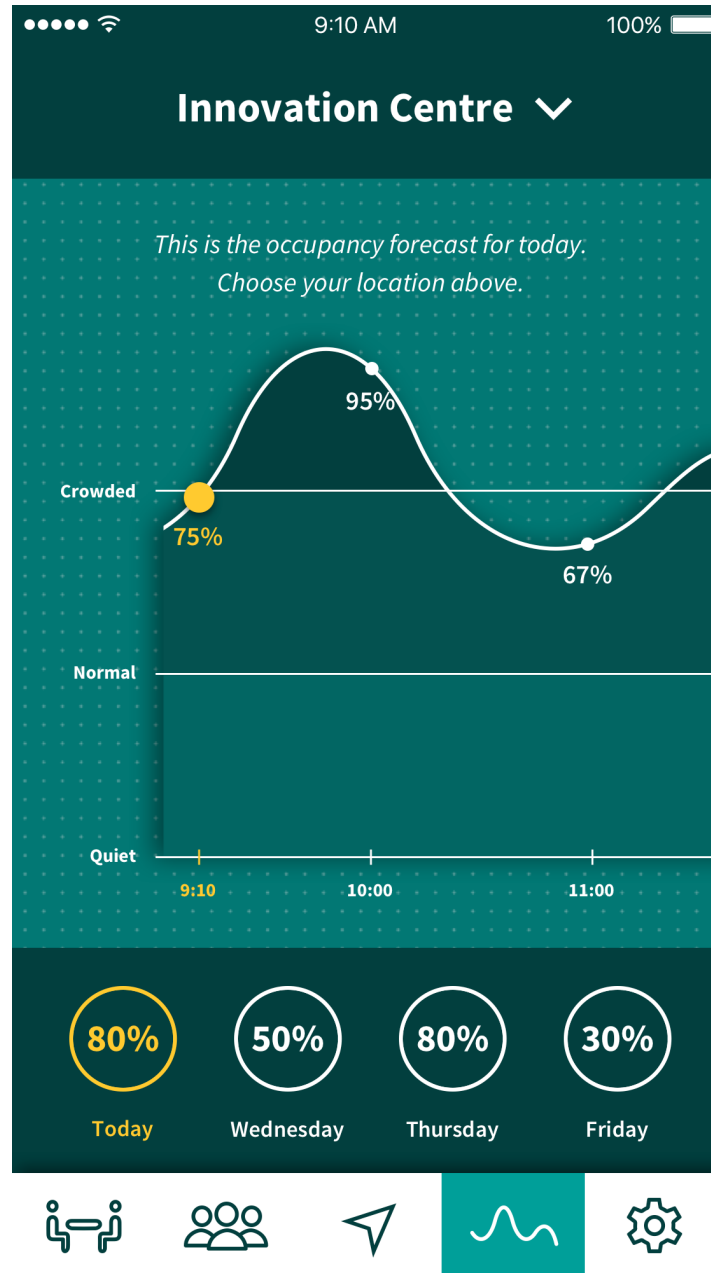
Conclusie:

- Headers overal gelijktrekken
- Duidelijker aangeven wat de beschikbaarheid en bezetting zijn
- Iconen verduidelijken

Prototype:

Het prototype van deze versie van de app is te vinden op:

<https://invis.io/T67L1F03U>



Feedback - Verwachting

Toen dit scherm onder ogen van de medewerkers en Clockwork collega's kwam, werd door iedereen 'getapt' op de dagen. Ze wilden graag de details zien van de verwachting op een dag. Ook viel het iemand op dat het niet meteen duidelijk is in welk onderdeel je je bevindt in de app. Dit mocht nog wel iets duidelijker.

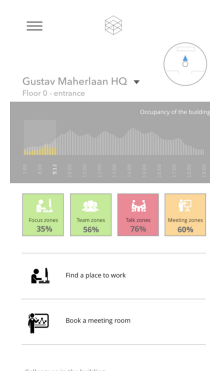
Conclusie:

- Optie toevoegen om details per dag weer te geven
- 'Bottombar' optimaliseren

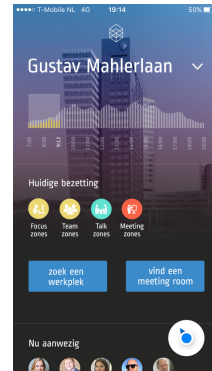
5.5 Conclusie

Inmiddels zitten de iteratieronden erop en is de feedback op de derde versie van het prototype doorgevoerd. De zaken waar de meeste aandacht aan is besteed, zijn het beginscherm, 'vind je collega', de plattegrond en de verwachting. Om de wijzigingen in deze schermen tijdens dit project zo goed mogelijk weer te geven, is er voor gekozen om de beide prototypes uit de Designsprint en de drie prototypes erna, bijelkaar te zetten. Op deze manier zijn de verschillen goed te zien. Waarom er zoveel is aangepast, toegevoegd en verwijderd, is te vinden in de bijlagen. (20)

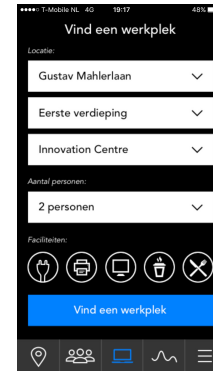
Door zoveel mogelijk mensen te spreken binnen ABN AMRO, buiten ABN AMRO en binnen Clockwork, krijg je zeer diverse inzichten. Inzichten waarop ik anders nooit was gekomen, inzichten die alleen die bepaalde groep kan geven en inzichten waarop het volledige design is gebaseerd.



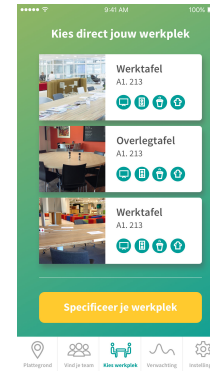
Designsprint LoFi



Designsprint HiFi



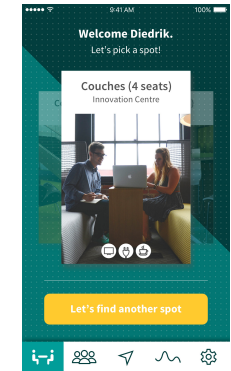
Ontwerp 1 HiFi



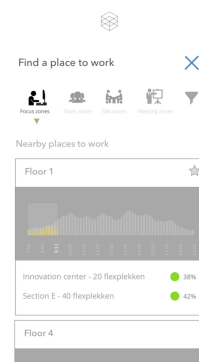
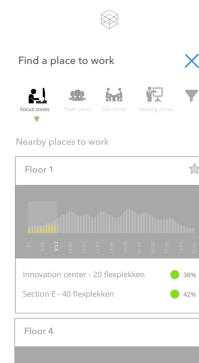
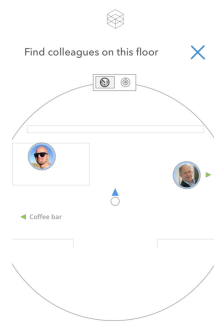
Ontwerp 2 HiFi



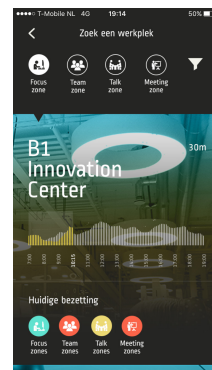
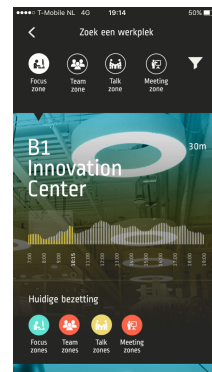
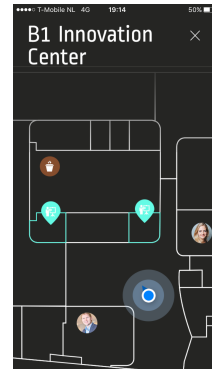
Ontwerp 3 HiFi



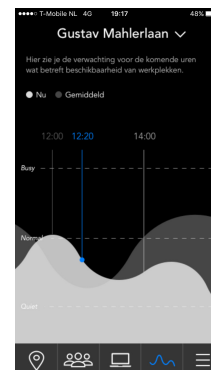
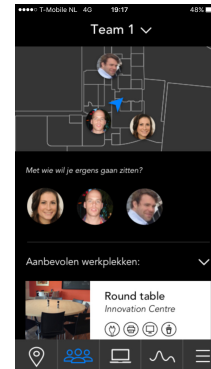
Ontwerp 4 HiFi



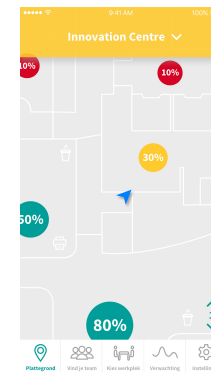
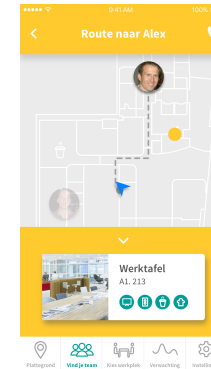
Designsprint LoFi



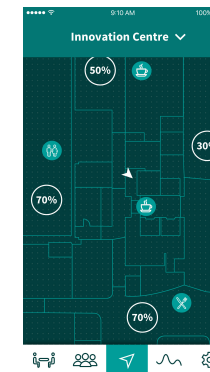
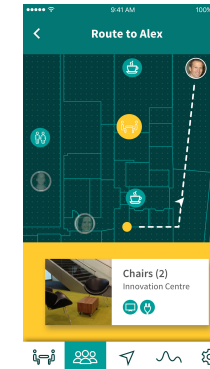
Designsprint HiFi



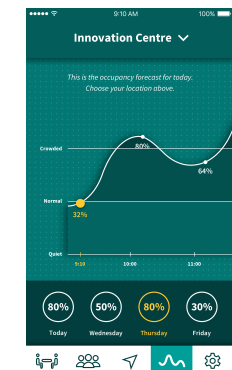
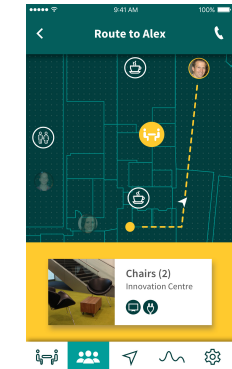
Ontwerp 1 HiFi



Ontwerp 2 HiFi



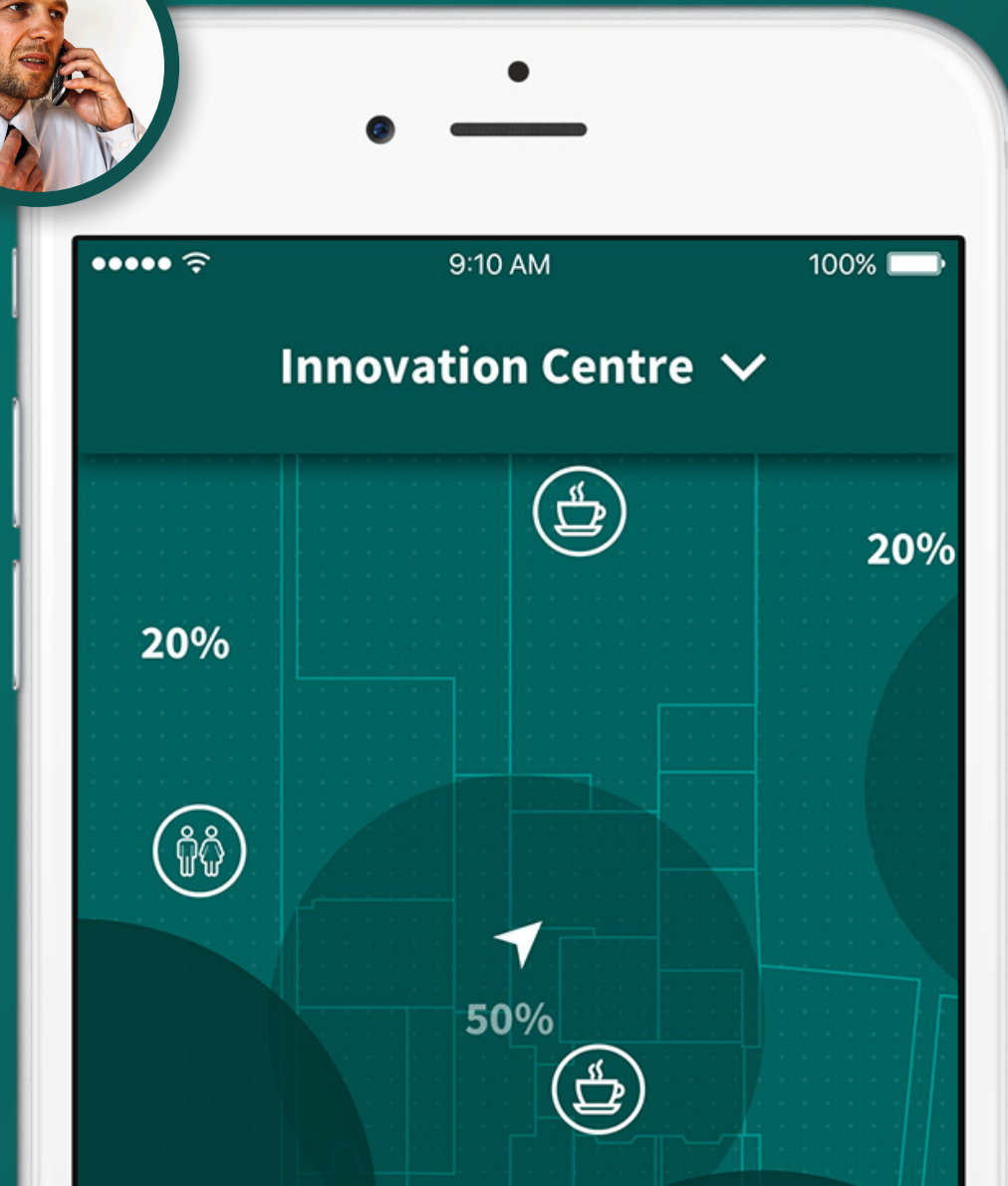
Ontwerp 3 HiFi



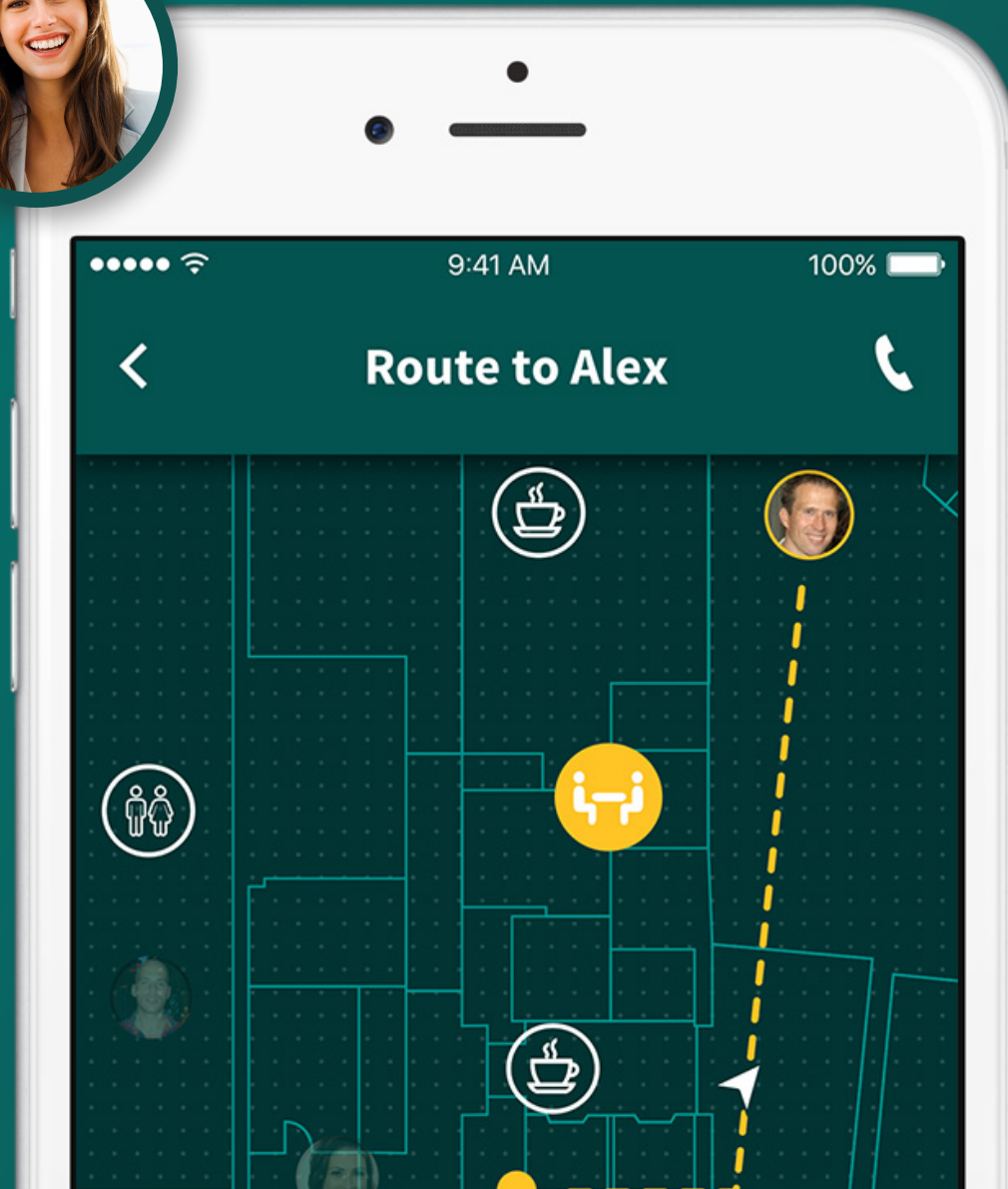
Ontwerp 4 HiFi

5.6 Final screens

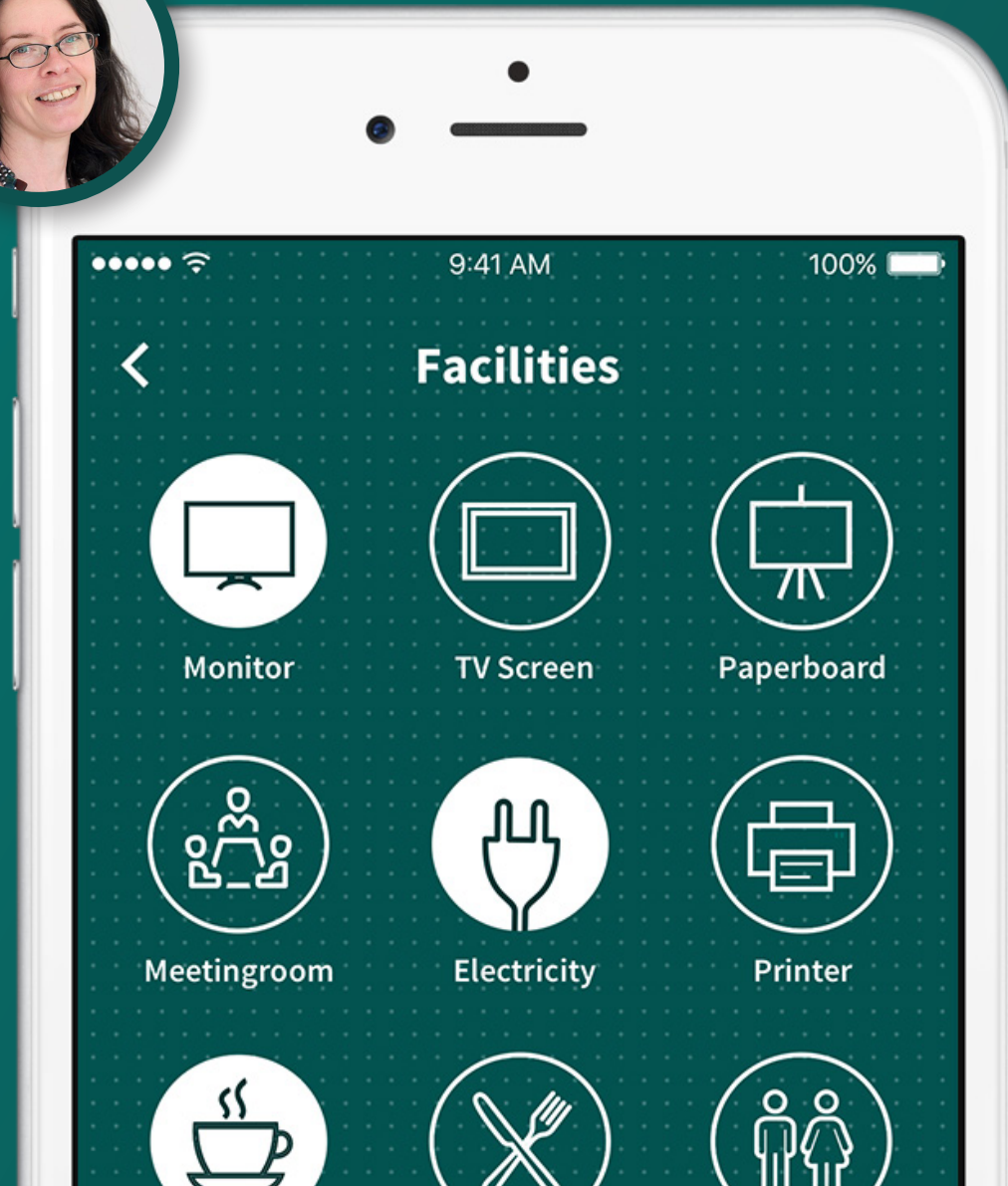
Wouter's favoriet



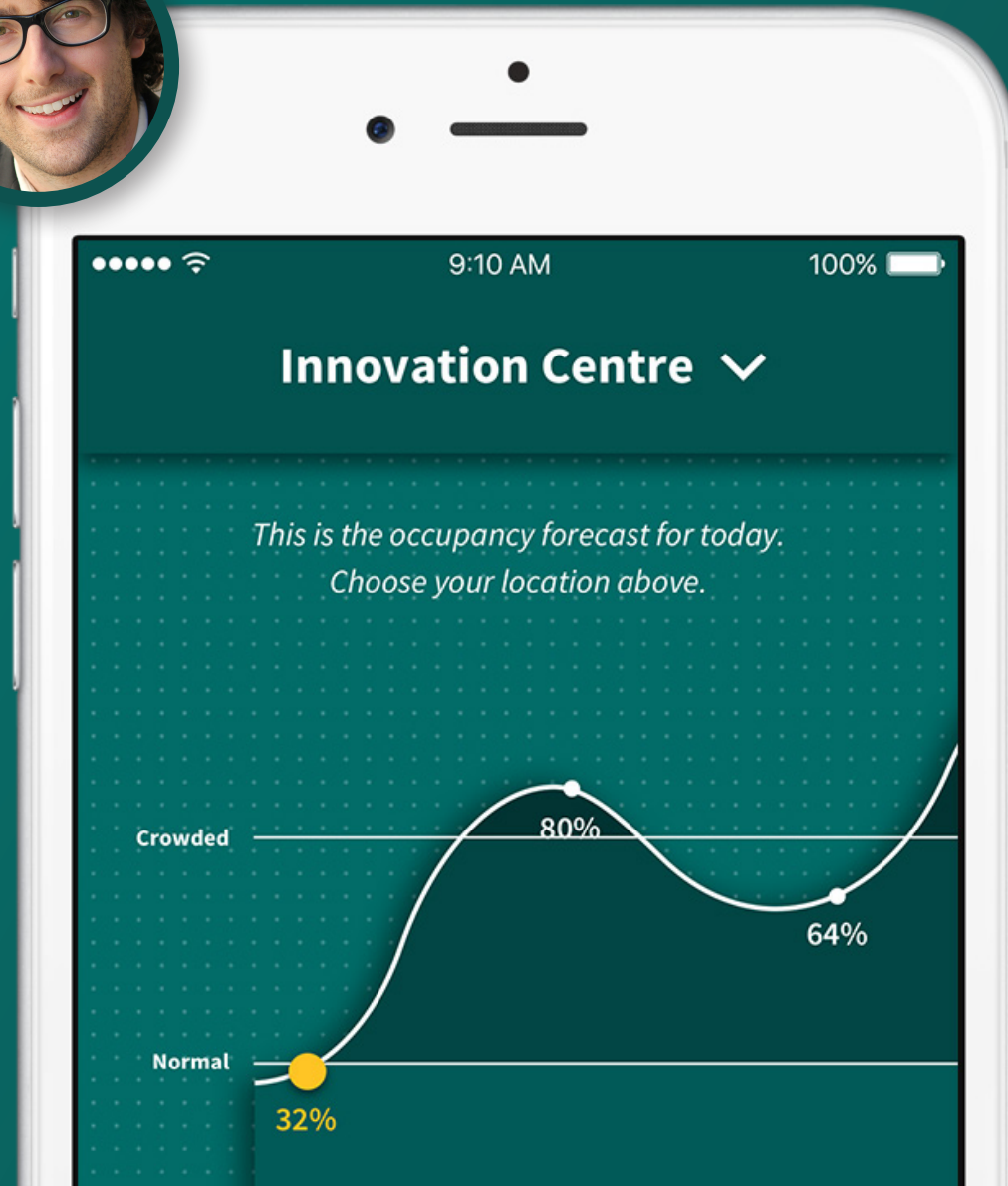
Rianne's favoriet

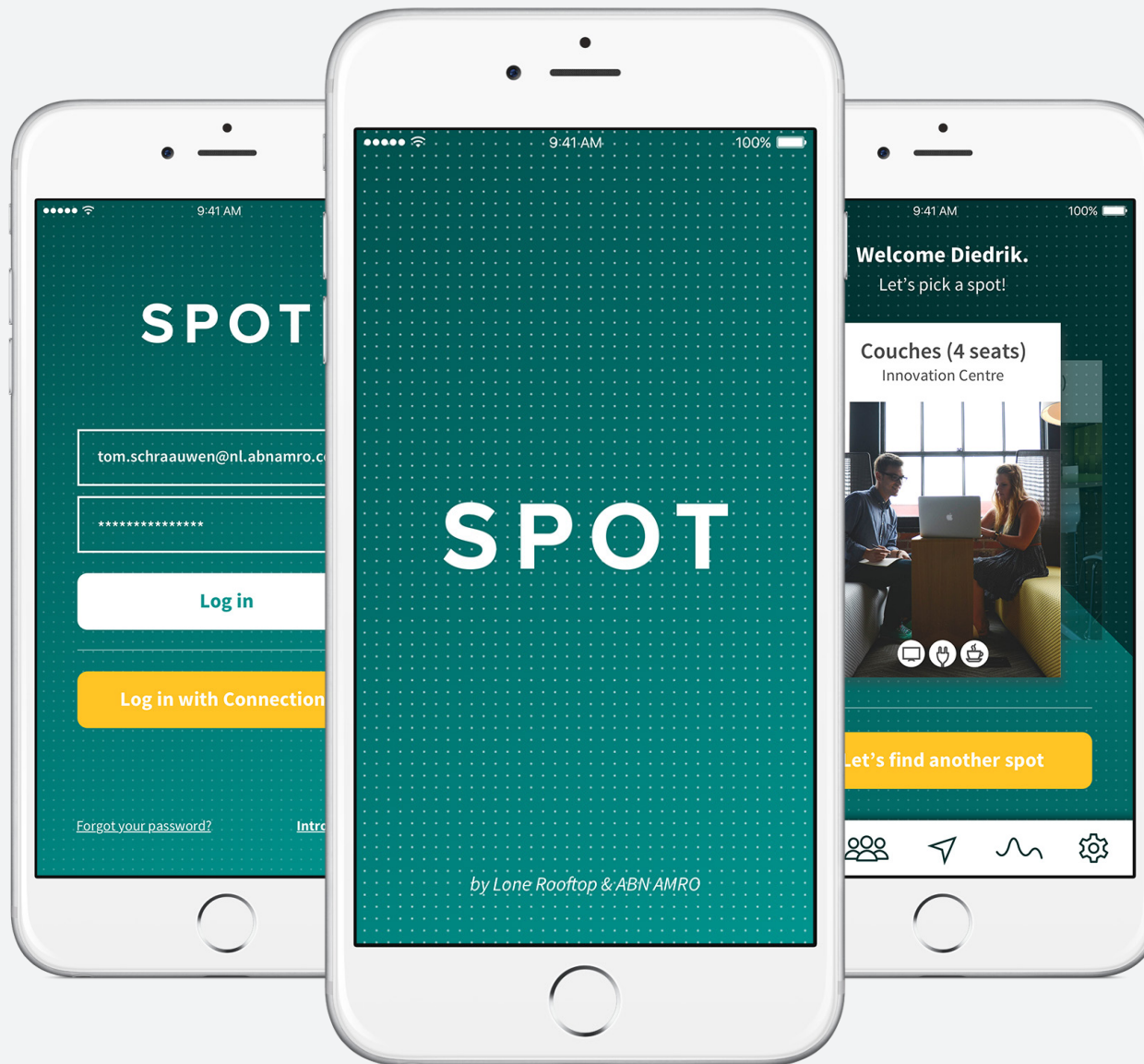


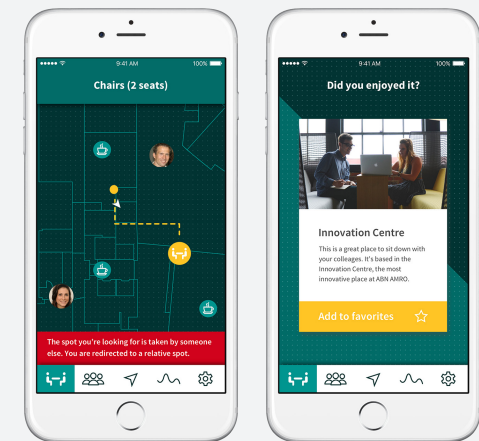
Mirjam's favoriet



Stefan's favoriet

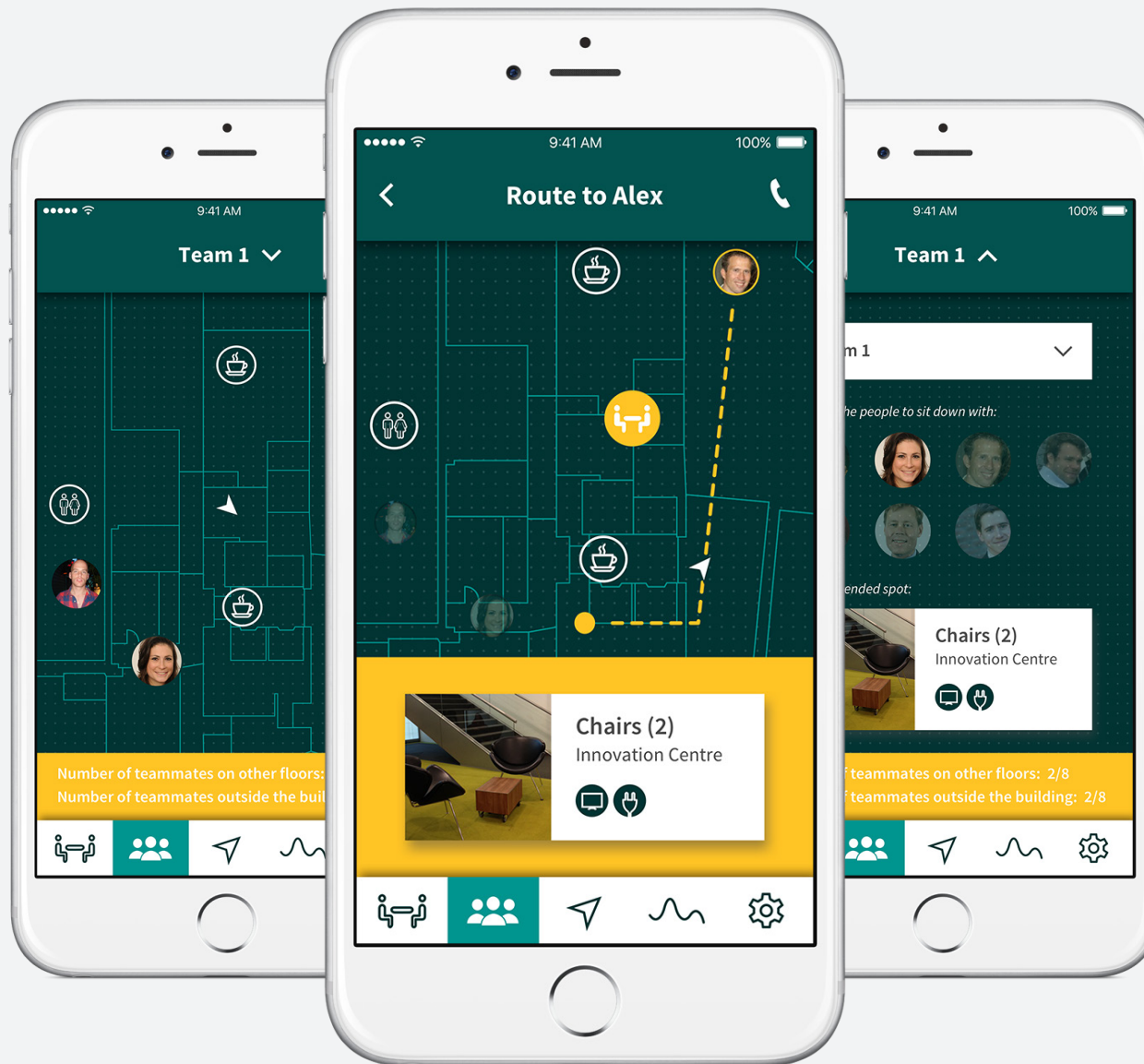




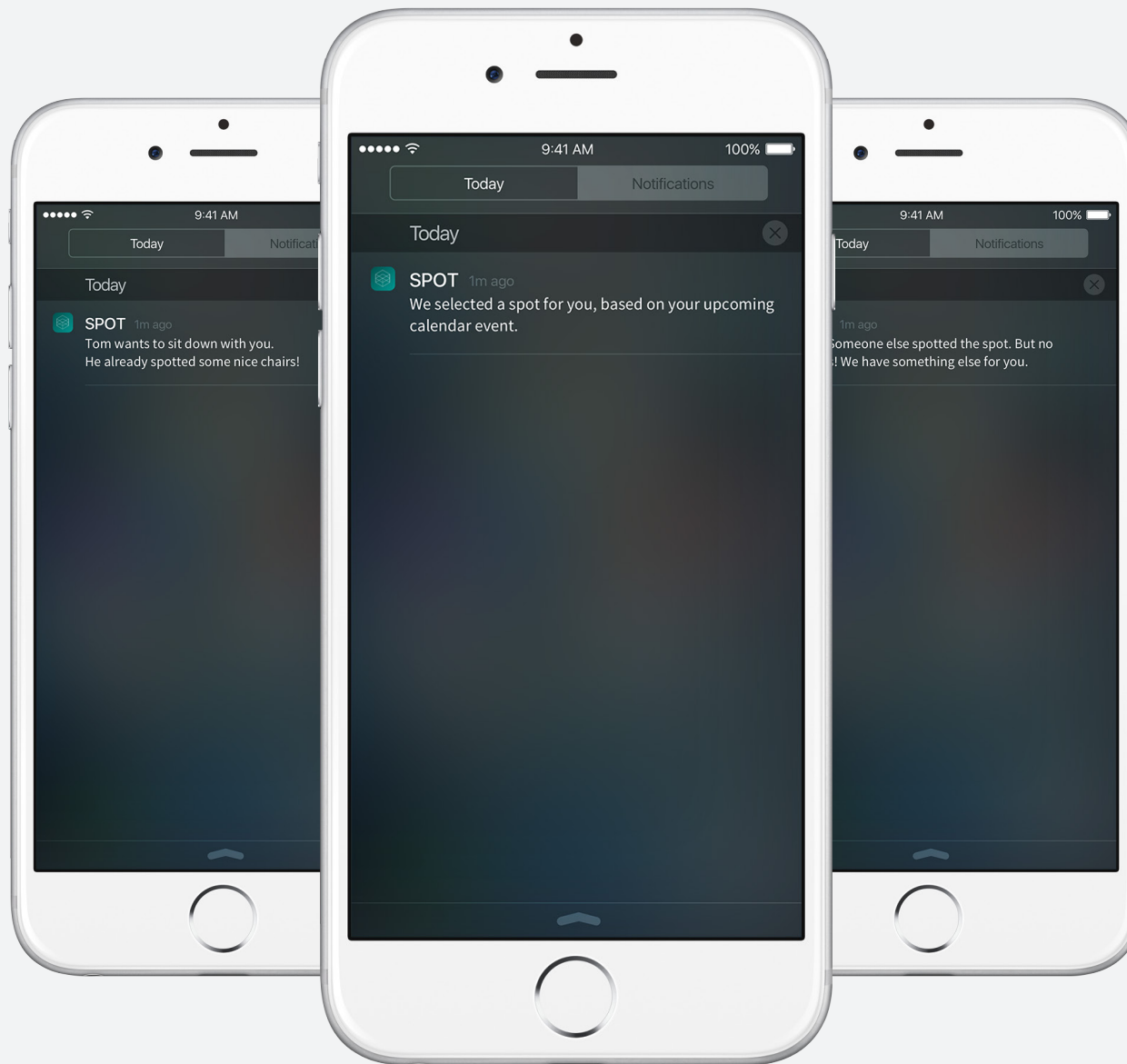


Notificatie:
Let op! De plek is
inmiddels bezet.

Optioneel:
Voeg je plek toe
aan favorieten.







6. Next Steps

Next Steps

En hoe nu verder? Allereerst ligt de focus op het realiseren van een geprogrammeerd werkbaar prototype van de app. Pas dan kun je de app echt goed gaan testen en erachter komen in welke situaties en op welke momenten van de dag of de week de medewerkers de app zullen gaan gebruiken en waarom ze dat doen. Helaas was daar tijdens dit project geen tijd, budget en kennis voor, maar naar mijn mening bereik je met dat soort testen resultaten die je nooit kunt en zult bereiken met een visueel prototype.

Daarnaast staan er nog een aantal zaken op de planning:

- Bespreken met Lone Rooftop en ABN AMRO in hoeverre deze app budgeteel en technisch gezien mogelijk is.
- Inlezen in privacy wetgeving en overleggen met ABN AMRO Facility Management in hoeverre SPOT daarmee te maken krijgt.
- Voldoet de app aan de propositie van ABN AMRO? Is die vraag belangrijk of staat SPOT daar los van? Ook dit moet worden besproken met ABN AMRO en Lone Rooftop.
- Hoe is deze app door te voeren binnen andere bedrijven op technisch vlak? Bespreken met Lone Rooftop.

Ook zijn er nog een aantal mogelijke koppelingen/samenwerkingen mogelijk:

- Koppeling met de reserveringssystemen van meetingrooms. Op dit moment kun je alleen werkplekken vinden maar wat als je zowel meetingrooms als flexwerkplekken kunt vinden?

Welke voor- en nadelen brengt dit met zich mee? Dit alles zal moeten worden besproken met Lone Rooftop en de betrokken bedrijven van de systemen.

- Samenwerking met interne app's bij ABN AMRO. Tamar is bijvoorbeeld met haar team bezig met een app waarmee je je collega's kunt vinden. Bespreken met Lone Rooftop, ABN AMRO en Tamar + Team.
- In de laatste versies van het prototype is te zien dat er een koppeling wordt gemaakt met IBM Connections. Kan dit? Mag dit? Overleggen met IBM, ABN AMRO en Lone Rooftop.
- In de laatste versies van het prototype is te zien dat er een koppeling wordt gemaakt met Sametime. Kan dit? Mag dit? Overleggen met ABN AMRO en Lone Rooftop.
- Ook is in de laatste versie van het prototype te zien dat er een koppeling is gemaakt met de agenda van de medewerkers. Mag dit? Kan dit? Bespreken met ABN AMRO en Lone Rooftop.
- Moet er een koppeling komen met je contacten op je telefoon zodat je gemakkelijk je team kunt samenstellen?
- Moet het mogelijk zijn de app ook weer te geven op je computer? Kan dit? Wat vinden medewerkers hiervan? Overleggen met Lone Rooftop en ABN AMRO.

Dit alles dient voornamelijk besproken te worden met Lone Rooftop en ABN AMRO. De kans is ook zeker aanwezig dat het ontwerp, op basis van al het bovenstaande, weer gaat veranderen. Maar daar doe ik het voor!

7. Conclusie

Conclusie

Het onderzoek is afgerond, het ontwerp uitgewerkt en de iteratie-ronden zitten erop. Kortom: Het project *SPOT* is afgerond. Er is een grote stap in de richting van de ideale flexwerkomgeving gezet binnen ABN AMRO. Dit in de vorm van een ontwerp dat volledig is gebaseerd op de feedback, wensen en verwachtingen van de eindgebruiker. Een ontwerp waarbij globaal rekening is gehouden met ontwerpregels, de technische mogelijkheden, privacy eisen en schaalbaarheid. Daarnaast is er een opzet gemaakt voor eventuele koppelingen met de agenda en ABN AMRO's interne sociale netwerk; Connections. Daarnaast is er een toekomstvisie opgesteld voor SPOT met daarin alle facetten die meer aandacht verdienen. Zoals extra functionaliteiten of uitbreidingen en eventuele koppelingen met andere applicaties en systemen.

Met SPOT kan de medewerker straks gemakkelijk en snel een voor hem of haar geschikte werkplek vinden, waarbij de app rekening houdt met zijn of haar locatie en (historische) voorkeuren. Daarnaast heeft de medewerker, die erg gehecht is aan zijn collega's, de mogelijkheid om met zijn collega's of gehele team een werkplek te zoeken, waarbij die collega's daarvan op de hoogte worden gesteld en de werkplek op basis van locatie en (historische) voorkeuren wordt voorgesteld.

Om te kunnen zien waar het rustig is en rustig blijft, zijn er een plattegrond en verwachting geïmplementeerd in de app die gebaseerd zijn op locatie, realtime- en historische data. SPOT is voor elke ABN AMRO medewerker een uitkomst op het gebied van flexwerken en zal Facility Managers helpen inzichten te krijgen over de bezetting van het pand. Daarnaast zal deze app ervoor gaan zorgen dat er op kosten en tijd kan worden bespaard, waar zowel de medewerkers als Facility Managers baat bij hebben.

Hoofdvraag

Hoe kan er, in de vorm van een app, voor een optimale experience bij ABN AMRO medewerkers worden gezorgd als het gaat om het vinden van een geschikte flexwerkplek?

Door ABN AMRO medewerkers gemakkelijk hun ideale flexwerkplek te laten samenstellen voor zichzelf en/of hun collega's, stel je ze op hun gemak en verhoog je de productiviteit. Daarnaast vinden ze het waardevol om te kunnen zien waar het rustig is en blijft, om vervolgens de juiste beslissing te kunnen maken wat betreft locatie om te werken. Dit zorgt voor een hogere productiviteit en tijdsbesparing.

8. **Bronnen**

Bronnenlijst

(1) Bron

Spies, M. (2015). Discover, Stakeholder Analysis. In M. Spies, Branded Interactions (1e Druk, p. 54-55). New York: Thames & Hudson.

(2) Bron

TEDxCIT. (2012, 5 oktober). Dr. John Barrett: "The Internet of Things". Geraadpleegd van <https://goo.gl/4TUEoM>

(3) Bron

Mediawijsheid. Mediawijsheid: "Internet of Things". Geraadpleegd van <https://goo.gl/GzCB2l>

(4) Bron

Pakhuis de Zwijger. (2016, 29 februari). Gebiedsontwikkeling: De keuze voor een Smart City. Geraadpleegd van <https://goo.gl/sebGIU>

(5) Bron

Pakhuis de Zwijger. Saskia Beer, ZO!City. (2016, 29 februari). Gebiedsontwikkeling: De keuze voor een Smart City. Geraadpleegd van <https://goo.gl/sebGIU>

(6) Bron

Facility Apps. (2016, 17 maart). Lone Rooftop en Facility Apps: Smart Services in Intelligent Buildings.

(7) Bron

Lone Rooftop. Geraadpleegd van <https://www.lonerooftop.com/>.

(8) Bron

Bade, T. (2008, 1 november). Trouw: Dierengedrag op kantoor door flexibele werkplek opinie. Geraadpleegd van <http://goo.gl/sVXCIC>

(9) Bron

Pennock, W. F. (2013, 27 augustus). Omgevingspsycholoog: Hoe zorg je dat medewerkers zich verspreiden

over flexwerkplekken? Geraadpleegd van <http://goo.gl/txgKgc>

(10) Bron

Hospitality Group. Hospitality Group: Ontwikkeling werkplekconcept ABN AMRO Hoofdkantoren. Geraadpleegd van <http://goo.gl/Mit8l1>.

(11) Bron

Spies, M. (2015). Discover, Sinus Milieus. In M. Spies, Branded Interactions (1e Druk, p. 76-77). New York: Thames & Hudson.

(12) Bron

Spies, M. (2015). Discover, A day in the life. In M. Spies, Branded Interactions (1e Druk, p. 86-87). New York: Thames & Hudson.

(13) Bron

Martin, B & Hanington, B. (2012). Personas. In B, Martin, & Hanington, B, Universal Methods of Design (1e Druk, p. 132-133). Beverly: Rockport.

(14) Bron

Spies, M. (2015). Discover, Personas. In M. Spies, Branded Interactions (1e Druk, p. 79-81). New York: Thames & Hudson.

(15) Bron

Spies, M. (2015). Discover, User Scenario. In M. Spies, Branded Interactions (1e Druk, p. 84-85). New York: Thames & Hudson.

(16) Bron

Spies, M. (2015). Discover, The Project Requirements Document. In M. Spies, Branded Interactions (1e Druk, p. 88-89). New York: Thames & Hudson.

(17) Bron

Gijs. Mijn naam is Gijs: PLECK. Geraadpleegd van <http://goo.gl/BDwyVf>.

(18) Bron

Knapp, J. (2016). Sketch. In J. Knapp, Sprint (1e Druk, p. 103). Londen: Transworld Publishers.

(19) Bron

Google. PDF. Prototype. In Google, DesignSprint-NewFormFactors (p. 21).

(20) Bron

Direkova, N. PDF. Diverge Methods. In Direkova, N, DesignSprint Methods.

9. Bijlagen

De inhoud

1. Designsprint **96**

Pilot feedback	97
Feedback op prototype	98
Foto Wally	99
Schetsen	100

2. Discover **103**

Interviews	104
------------	-----

3. Define **110**

Functionaliteiten prioriteren	111
-------------------------------	-----

4. Design **113**

Andere ideeën	114
Crazy Eight + Top Two + Wireflow	117

5. Prototype & Test **120**

Usability Test 1	121
Usability Test 2	126
Usability Test 3	130

1. Design sprint



Zijn er flexplekken beschikbaar? Op de GM is een proef gestart waardoor je real-time inzicht hebt in de bezetting van flexplekken. Cool. @Diedrik Broekman @Harry Heijes

@Roel van der Weij

20151127_120956.jpeg

Preview • Downloaden • 3,18 MB

16 Liken • Reactie • Opnieuw posten

Reacties (10) Recente updates



Jean-Pierre Bolsius november 27, 2015 • 1 Liken
Leuk, wanneer komt dit naar de FOP?



Roel van der Weij november 27, 2015
 2 Like verwijderen

Bij ons domein Credits & Mortgages is op de Fop één Y(90 flex-werkplekken) standard flex-ingericht t.b.v. o.a. de developers. Op elke flex-werkplek staat een delldo cking waarop aangesloten 2 beeldschermen, toetsen bord, muis, netwerk en voeding. Real-time inzicht in beschikbaarheid van flexplekken zou geweldig zijn. Start maar.



Marcel Verkaik november 27, 2015 • Liken
Binnen Credits & Mortgages hebben alle interne, externe en vendor resources een ABN AMRO Worksquare laptop waardoor de flexplekken ook daadwerkelijk als nuttig ervaren worden.

Er is nu rust op de vloer en er kan optimaal gepresteerd worden, lijkt mij fantastisch dit overal te hebben en daarnaast nog eens het inzicht te hebben waar een plekje vrij is. ;-) #hnw #laptop #connections #innovatie



Vincent van Vliet november 27, 2015 • 1 Liken

Goed initiatief. De werkplekken bij Credits & Mortgages heb ik, als coordinator van HHW, ook gezien, dit willen wij bij Accounts & Customers ook. De inrichting van de flexplekken en dat alle verschillende resources, inclusief Vendor!, een ABN AMRO Worksquare laptop hebben. Dat vendoren nog niet centraal via laptops werken is een groot obstakel voor een optimaal gebruik van flexplekken. En doet afbreuk aan flexplek gerelateerde initiatieven :)



Vincent van Vliet november 27, 2015 • 1 Liken

Zou trouwens mooi zijn als als beschikbare werkplekken op een groot scherm in oogopslag te zien zijn bij de ingang van de verschillende vestigingen. Als mensen niet hoeven te zoeken naar een beschikbare werkplek ben ik er zeker van dat zij bereid zijn meer verspreid te gaan zitten.



Jasper Brand november 27, 2015 • Liken
@Abdenasser Ouled Radi



Harry Heijes november 27, 2015
 6 Like verwijderen

Nog gaver, als dit natuurlijk in een app beschikbaar komt. Met liefst low power bluetooth die je naar de werkplek kan navigeren die vrij is. Wat kan technology cool en handig zijn!



Robbin Brouwer november 30, 2015 • Liken
Ziet er veelbelovend uit!



Monir Belodi november 30, 2015
 3 Like verwijderen

Of zelf nog beter! Aanvullen met zoek mijn collega!



Jasper Brand november 27, 2015 • Liken
@Abdenasser Ouled Radi



Harry Heijes november 27, 2015
 6 Like verwijderen

Nog gaver, als dit natuurlijk in een app beschikbaar komt. Met liefst low power bluetooth die je naar de werkplek kan navigeren die vrij is. Wat kan technology cool en handig zijn!



Robbin Brouwer november 30, 2015 • Liken
Ziet er veelbelovend uit!



Monir Belodi november 30, 2015
 3 Like verwijderen

Of zelf nog beter! Aanvullen met zoek mijn collega!



Arie Aertsen december 3, 2015 • Liken
Super! Vooral omdat je door de kleur snel ziet waar je moet zijn. Ga zo door!

Feedback op prototype

Algemene feedback

- Icons/kleuren onduidelijk, wat houden die kleuren in? wat staat er precies in dat cirkeltje van dat icoon?
- Grafiek onduidelijk
- Informatie over of er plekken beschikbaar zijn, is het belangrijkste
- Wat houden de zones in?

Homepage

- "Ik wil gewoon een werkplek hebben."
- "Onduidelijk, moeilijk navigeren, ik wil een werkplek, moet simpeler."
- "Zones' is een beetje onduidelijk. Ik zie team zones meer als mijn eigen afdeling. De benamingen wekken andere verwachtingen. Ik zou in ieder geval willen weten welke faciliteiten er op een plek aanwezig zijn."

Vind een collega

- "Ik wil zien wie er NU aanwezig zijn in het gebouw."
- "Tof om te zien wie waar is, handig om even mee af te spreken."
- "Ik zou graag mijn teamleden willen zien op de homescreen zodat ik weet of zij er al zijn."
- "Ik vind het handig om te zien waar mijn collega's zitten want ik werk vaak met ze samen."

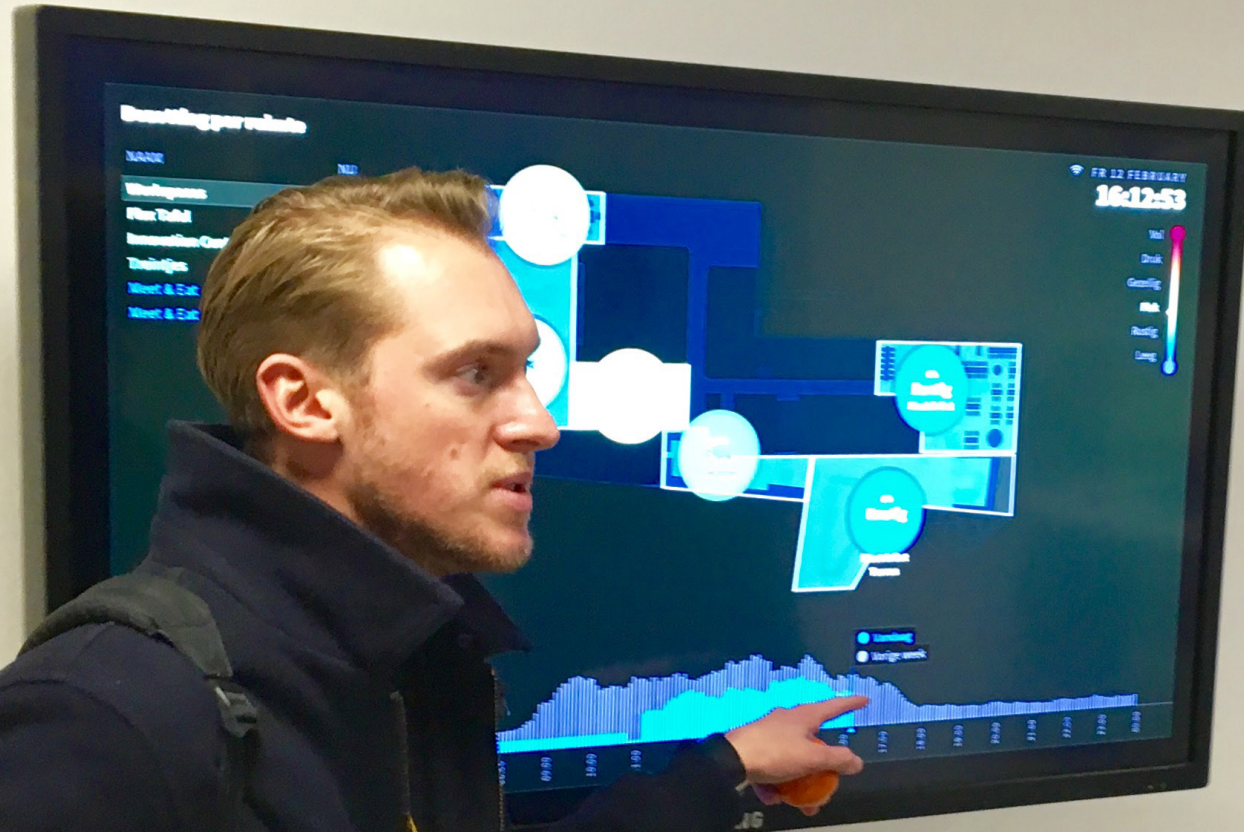
- "Ik wil best weergeven waar ik me bevindt. Met toilet e.d. als onzichtbare zone."
- "Ik zou niet perse willen zien waar iemand is, ik zou zelf nooit de switch aanzetten (privacy)."

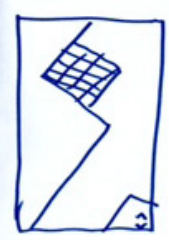
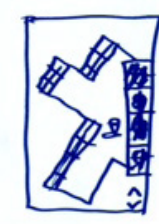
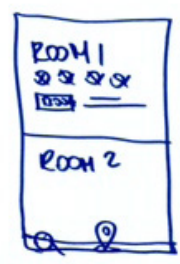
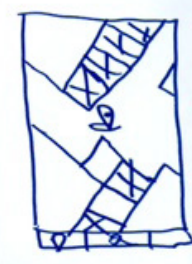
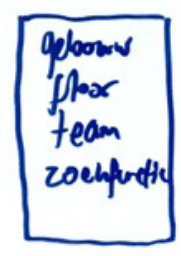
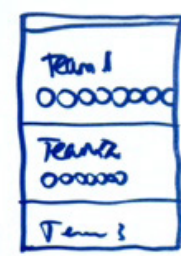
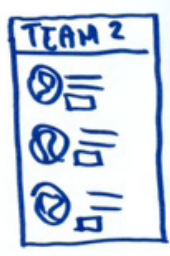
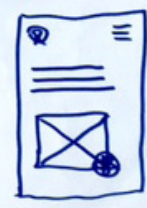
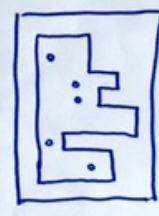
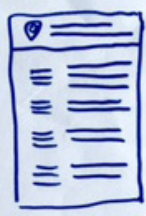
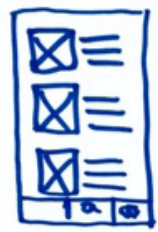
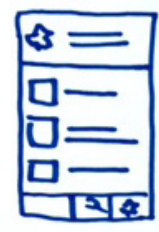
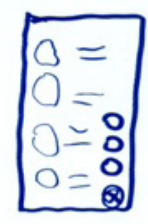
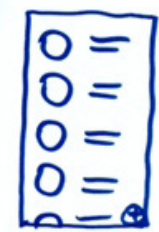
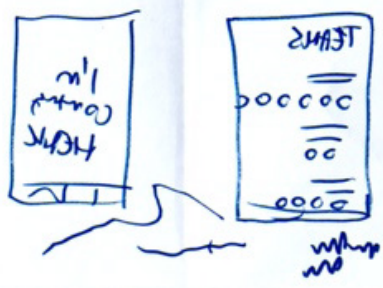
Vind een werkplek

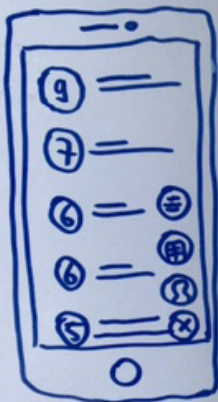
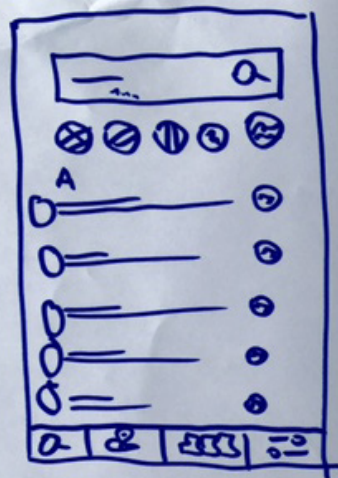
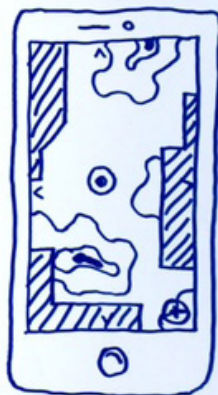
- "Wat is er beschikbaar? Dat wil ze weten."
- "Foto's zijn handig, mensen gaan de plek herkennen."
- "Ik wil weten welke plekken er zijn met bepaalde faciliteiten en ook in zones waar ik me vaker bevind (afdelingen / verdiepingen). Werkplek op basis hiervan toegewezen krijgen lijkt me prima."
- "Welke vloer 1? Waar zijn die 20 plekken precies? Het is onduidelijk waar de plekken zich bevinden. Vloer 1 is heel groot. Op kaart tonen wordt ook best lastig."

Plattegrond

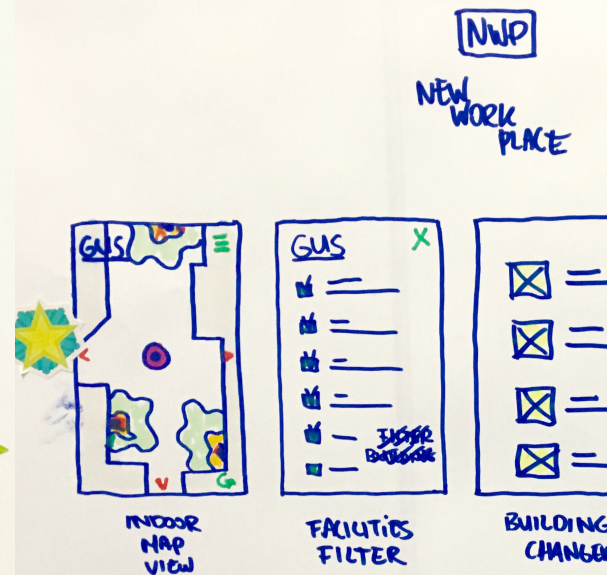
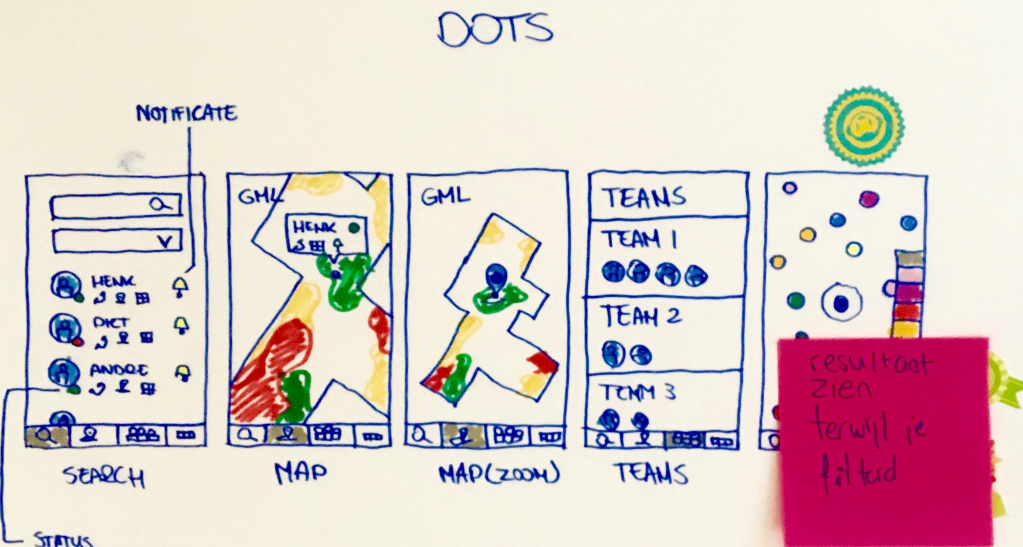
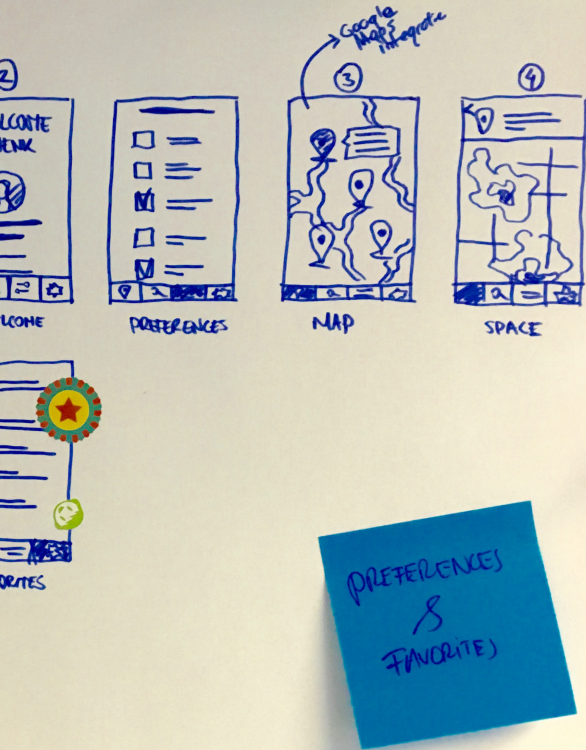
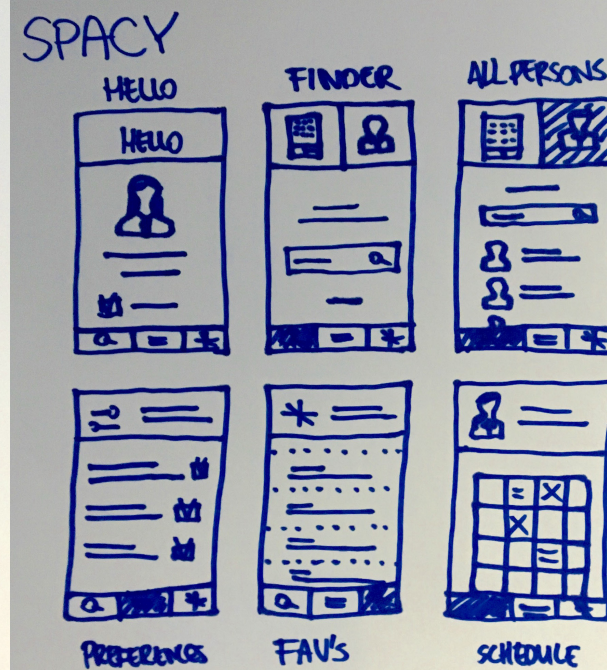
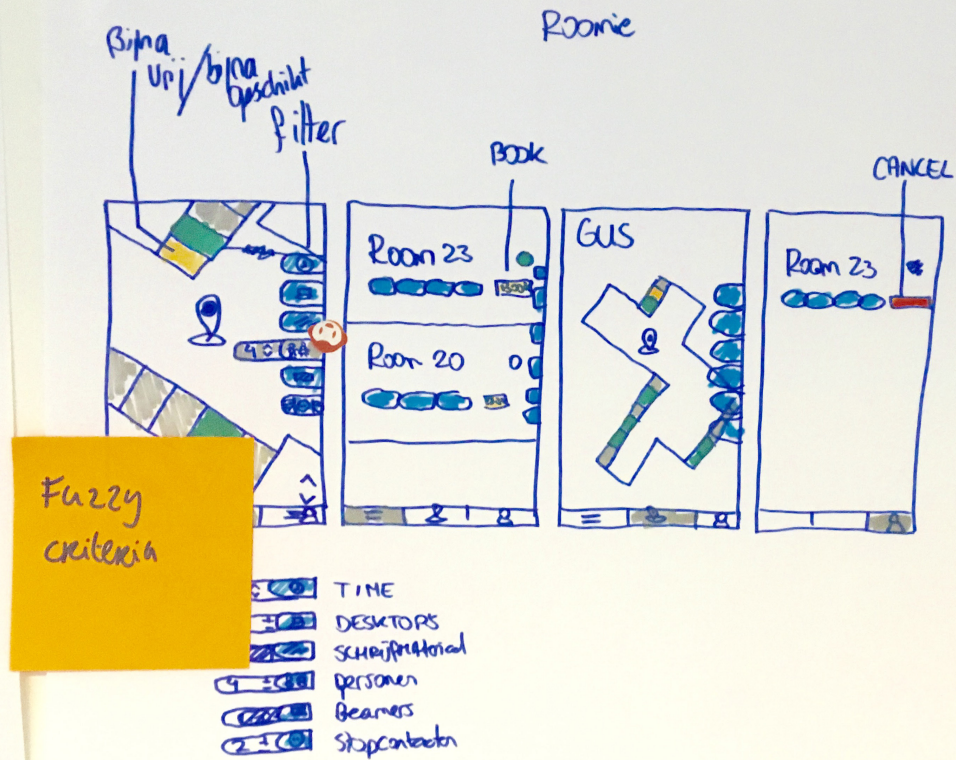
- "Ah hier zie je waar je bent! Handig!"
- "Heel tof, handig om te zien waar koffie, printers, etc. zijn. Vooral voor mensen die nooit of niet vaak hier komen."
- "Binnen panden navigeren is heel handig!"







color working



2. Discover

Interviews

Om de mensen op hun gemak te laten voelen is er elke keer een gesprek gevoerd met een duidelijke focus vanaf mijn kant. Daarnaast is er ook niet gekozen om de gesprekken op te nemen omdat velen dat niet prettig vonden en om te voorkomen dat ze bepaalde kritiek of frustraties voor zich houden om geen problemen te krijgen met hun baas. Zelfs zonder dat ik het opnam, merkte ik dat af en toe al.

De gesprekken zijn gehouden met ABN AMRO (medewerkers van diverse vestigingen, Facility Management, externe medewerkers, receptionistes), Achmea medewerker, Nationale Nederlanden medewerker, Lone Rooftop en een vergelijkbaar bedrijf.

Ook zijn er een aantal interviews teruggeluisterd, meegeluisterd of teruggelezen en vervolgens soms gefilterd op relevante informatie voor mijn project. Ook deze zijn meegenomen in deze bijlage.

Hoe het gemiddelde interview verliep was als volgt: Van te voren werden er een aantal onderwerpen op papier gezet die sowieso aan bod moesten gaan komen. Daarnaast was er een duidelijke focus per interview wat varieerde van werkwijze tot wat ze verwachten van de app.

Alle interviews zijn gefilterd op relevante informatie met betrekking tot het afstudeerproject. Omdat bijvoorbeeld vergaderruimtes boeken al vroeg in het project is geschrapt zal deze informatie niet terug te lezen zijn in de verslagen hieronder.

Rense

Extern (Werkt bij Ordina)

ABN AMRO Gustav Mahlerlaan

Gesproken tijdens de Designsprint door Anniek

Rense is met een project bezig waar 150 man op werkt. Teams zijn rond de 20 man groot en hij en 3 anderen vormen daarbinnen weer een kernteam dat dagelijks bij elkaar zit om goed met elkaar te kunnen werken.

Rense: "Ik werk nu aan dit project vanaf 1 juni en heb al verschillende afdelingen gezien. Ik heb ook in de boilerroom gewerkt omdat ik daar toen met een deelproject interviews moest houden. Het was heel lastig om daar werkplekken bij elkaar te vinden. We moesten daar echt rondvragen om aan plekken te komen en dan zaten we vaak niet bij elkaar."

"De afgelopen tijd hebben we op verschillende afdelingen gezeten maar dat was steeds niets en nu werken we hier (lange tafel IC). Hier is eigenlijk altijd wel plek. Wat we wel doen: de eerste die komt legt wat spullen op 3 andere plekken neer zodat we in ieder geval met z'n 4-en bij elkaar kunnen zitten."

"Ik zou een app niet echt nodig hebben nu. Oh, wel als alle verdiepingen er in te vinden zijn met alle flexplekken door het hele gebouw heen! Voor de drukte van het restaurant heb ik geen app nodig. Ik weet wel wanneer het druk is."

Carissa

Werkt bij Connect Bar

ABN AMRO Gustav Mahlerlaan

Gesproken tijdens de Designsprint door Anniek

Carissa moet fysiek aanwezig zijn bij de Connect Bar en neemt een ruimte (hoekje) naast de bar in beslag waar ze met een andere collega zit. Werkt dus samen met andere collega's op een plek. Ze heeft soms wel de behoefte om een stiller plekje te zoeken (voor bepaalde activiteiten, zoals bellen) want waar ze nu zit is erg rumoerig. Waarom ze dat dan niet doet: ik moet in de buurt blijven van de Connect Bar en ik zou niet weten waar ik heen zou moeten en of het beschikbaar is (ze is niet zo bekend met het gebouw).

"Ik zou graag willen zien welke ruimtes er beschikbaar zijn als ik wil bellen of even in rust met mensen wil vergaderen/overleggen. Ik zou daarvoor voor plekken op deze vloer willen zien of ze beschikbaar zijn en een straal van maximaal 1 verdieping willen zien."

Bituen

ABN AMRO Gustav Mahlerlaan

Gesproken tijdens de Designsprint door Anniek

"I have the tendency to sit in one place with the team."

"I meet at the meet & great places or the bigger restaurant."

"Flex working? I'm against it!"

"My neck hurts if i work more than two hours behind a laptop (without facilities)."

"It can take me 15 minutes to get everything working at my work station (because no one leaves the place properly installed)."

"I would like to have something to help me leave complaints/ remarks better if a working station needs maintenance."

"When I leave my place for lunch I always leave some things behind to give the hint that the place is occupied."

"I have noticed that it's easier to find a place on the higher floors."

Facility Managers

ABN AMRO Gustav Mahlerlaan / Hogehilweg

Gesproken door Lone Rooftop, opname teruggeluisterd

Facility Managers hebben vele behoeften nu ze weten wat er met PIE kan worden gedaan binnen een gebouw.

Ze willen weten hoe druk het is, hoeveel mensen er op de vloer zijn, hoeveel mensen er in het gebouw zijn, waar deze mensen zijn, bezoekersaantallen winkel, hoelang het duurt om tussen gebouwen te switchen, welke torens rustig en druk zijn, etc.

Verder vertelden ze dat flexwerkers op dit moment voornamelijk op hun eigen vloer werken, dat medewerkers zich niet aan de clean desk policy houden, dat het te druk is op de vloeren, dat er te weinig plekken zijn. Ook noemden ze

dat flexwerkplekken niet bedoeld zijn om daar de gehele dag te werken.

Nina

Facility Management / Initiatiefnemer YELLO

ABN AMRO Gustav Mahlerlaan / Hogehilweg

Gesproken door Lone Rooftop, opname teruggeluisterd

"We willen werkruimtes efficiënt indelen."

"We willen inzicht krijgen in wat er daadwerkelijk nodig is."

"Met dat inzicht mensen zelf hun plek laten vinden."

"We weten niet waar al die mensen moeten gaan werken."

"We geloven niet in een model dat iedereen als individu iets moet vinden."

"We geloven in communities."

"Yello is een nieuw concept voor werkomgeving, helpt bij houding en gedrag."

"Waar is plek, waar wil(len) ik (we) naar toe functie is belangrijk."

"Privacy, op de toilet, etc. Mag niet bereikbaar en vindbaar zijn dan."

"Wachttijden rondom lunch zijn fijn om te weten."

"We willen met Yello dat mensen meer gaan bewegen."

"Er is ruimtetekort."

"Groepjes/teams zoeken zelf ruimte binnen verdieping."

"20-30% productiever bij goede werkomgeving, in beweging te blijven."

"Als iemand toestemming geeft, dan mag je elkaar gaan vinden".

"Het is vooral tijd besparen!".

Anke

Campus Recruiter

Achmea

Gesproken door mij, tijdens de Discover fase

Anke werkt 6 jaar bij Achmea in verschillende functies: management trainee, teamleider en adviseur bij een grote reorganisatie. "Ik woon in Amsterdam en ik werk meestal in Apeldoorn of Zeist."

"Achmea is een groot bedrijf met modern, volwassen werkgeverschap. We maken afspraken over resultaten, niet over aanwezigheid. Ik heb veel vrijheid. Met ons team zijn we op dinsdag (en velen donderdag) in Apeldoorn en voor de rest is het vrij in te vullen. Er is veel ruimte voor eigen inbreng en persoonlijke ontwikkeling."

"Ik werk heel zelfstandig. Ik heb één directe collega waar ik veel mee samenwerk en afstem. Daarnaast werken we ook in projectteams, we werken nu veel samen met een extern bureau. Afhankelijk van wat je doet, zoek je mensen op om mee samen te werken."

"Apeldoorn – 2 dagen in de week, Zeist – 1 – 2 dagen in de week, thuis/koffietentje – 1 dag in de week, extern: 1 dag in de week (bv. evenement of bij extern bureau)."

"Ik ben minimaal 2 dagen per week in Apeldoorn en verder kies ik de werkplek de minste reistijd heeft en die het beste past. Ik werk bv. graag in het Volkshotel."

Ik vroeg Anke wat voor soort plekken er zijn binnen Achmea; "Bureaus (niemand heeft een eigen bureau), overlegruimtes groot en klein (4 – 20 personen) en cockpits waar je ongestoord kunt werken."

"Het is vaak erg vol en je moet op tijd reserveren. Ik vind de beschikbaarheid over het algemeen slecht. Maar als je dat weet en je plant op tijd, dan lukt het vaak wel."

Komen hier frustraties bij kijken? "Ja, want het is vaak vol. Dus ik zou willen dat er meer ruimtes zijn om even te zitten en dat je bv. kunt zien of de ruimte ook echt bezet is op dat moment."

Tom

Finance Manager Operations

ABN AMRO Foppingadreef, voorheen Gustav Mahlerlaan

Gesproken door mij, tijdens de Discover fase

Tom is iemand die totaal geen moeite heeft met het flexwerken en de clean desk policy. Hij vindt het leuk om op andere plekken te zitten. Op dit moment werkt hij op de YELLO vloer waar hij het erg naar zijn zin heeft. Tom heeft behoefte aan realtime informatie m.b.t de beschikbaarheid van plekken zodat hij weet waar hij heen kan gaan. Om de app tot een succes te maken stelt hij voor dat elke ABN AMRO medewerker verplicht deze app op zijn telefoon moet installeren.

Roos

Nationale Nederlanden

Gesproken door mij, tijdens de Discover fase

Roos is 15 jaar werkzaam bij NN en werkt nu 4 jaar flex. Ze zat dan ook bij de pilotgroep voor het flexwerken. De clean desk policy was bij hen al veel eerder ingevoerd waardoor het proces stap voor stap verliep.

Toch ondervindt ook zij nog wel eens frustraties. Wat zijn flexplekken en wat niet? Dat is lastig te zien. Daarnaast is het ook bij haar erg druk. Er zijn bij NN 6 werkplekken op 10 werknemers.

Roos heeft vaak haar collega's nodig bij het zoeken naar een plek dus het lijkt haar fijn om ook te weten waar haar collega's zijn en om voor meerdere mensen een plek te zoeken. Werkplekken zien er bij NN redelijk hetzelfde uit waardoor je niet zo erg te maken hebt met het kiezen van een bepaald soort werkplek of faciliteiten.

Diedrik

Facility Manager

ABN AMRO Gustav Mahlerlaan / Hogehilweg

Gesproken door mij, tijdens de Discover fase

"5-10% is bij ABN AMRO Gustav Mahlerlaan flex."

"Niet bezig gaan houden met het indienen van klachten via de app."

"Iedereen klaagt over de drukte, de app moet laten zien dat

het niet zo druk is als mensen denken."

"Sommige afdelingen binnen ABN AMRO zijn over meerdere verdiepingen verspreid."

"De informatie die door de app wordt gegeven moet kloppen!"

"Gebruiksgemak is erg belangrijk."

"Elk medewerker heeft een personeelscode waarmee eventueel ingelogd kan worden, niet iedereen staat dit misschien toe ivm privacy gevoelige informatie."

Tom (2de keer + Rondleiding YELLO)

Finance Manager Operations

ABN AMRO Foppingadreef, voorheen Gustav Mahlerlaan

Gesproken door mij, tijdens de Discover fase

"Kan altijd prima de weg vinden, staat duidelijk aangeven in het gebouw."

"Vind de Yello plattegronden onduidelijk."

"Heeft er geen idee van hoe de ruimtes er uit zien, daarvoor moet hij er eerst naar toe lopen, vind dit overigens niet heel erg."

André

ABN AMRO Gustav Mahlerlaan

Gesproken door mij, tijdens de Discover fase

André vind het over het algemeen lastig om een werkplek te vinden. Vooral na de dagstart is het altijd even zoeken met zijn collega's. Hij heeft geen moeite met het op een totaal andere plek zitten als er een app zou zijn.

Nu neemt hij de moeite niet om te gaan zoeken. Hij zelf mag gaan zitten op zijn eigen verdiepingen en de voor iedereen toegankelijke plekken. Ook weet André niet, net als Roos, wat wel en wat geen flexplekken zijn waardoor hij soms wordt weggestuurd omdat hij het risico neemt om ergens te gaan zitten. Collega's zijn voor hem belangrijk bij het zoeken van een plek, dus dit zou ook volgens hem zeker in de app moeten worden geïmplementeerd.

Jeroen

Lone Rooftop

Gesproken door mij, tijdens de Discover fase

Ideeën voor in de app:

- Account aanmaken?
- Wil ik gevonden worden?
- Op basis van historie plekken toegewezen krijgen?
- Help button/klachten melden?
- Help flexwerkers met flexwerken, eerst een tafel verder dan een ruimte verder dan een verdieping verder
- Push Notificaties met; "je collegas zijn nu aan het lunchen" of met "je ideale plek is nu beschikbaar"

Tamar

IT Afdeling

ABN AMRO De Entree / Gustav Mahlerlaan

Gesproken door mij, tijdens de Discover fase

- Zit in innovatiegroep

- Is zelf met een app bezig waarmee je je collega's kunt vinden
- Ik wil thuis al kunnen zien waar het rustig en waar het druk is
- Verstelbare stoel en bureau zou fijn zijn

Piet

IT Solutions International

Gesproken door mij, tijdens de Discover fase

- Werkt sinds 1999 bij ABN AMRO
- Veel interesse in mobiele applicaties
- Moet wel eens ergens scrummen waarbij de app handig zou zijn voor het selecteren van eventuele faciliteiten
- Wil kunnen zien hoe druk het is in het restaurant, bij de liften, etc.
- Vind de wayfinding niet goed binnen ABN AMRO Gustav Mahlerlaan

3. Define



...

ELS (Roze)

...



Je moet je collega's of team kunnen vinden.



Je moet kunnen zien wat wel en wat geen flexplek is.



Je moet (ver) van te voren, (misschien thuis al) kunnen zien in welk gebouw, op welke afdeling, etc. het rustig of druk is.



Je moet kunnen zien waar het rustig en waar het druk is.



Je moet ook voor andere verdiepingen/afdelingen/gebouwen kunnen zien waar het rustig en waar het druk is.



Je moet je voorkeuren kunnen aangeven voor een werkplek. Wat heb je nodig etc.



Je moet ook kunnen aangeven dat je

Een kaart toevoegen...

Ontzettend belangrijk!

...



Je moet je collega's of team kunnen vinden.



Er moet een plattegrond geïmplementeerd worden. (Wat moet daarop komen volgens jou)

💬 1



Je moet kunnen zien waar het rustig en waar het druk is.



Je moet ook voor andere verdiepingen/afdelingen/gebouwen kunnen zien waar het rustig en waar het druk is.



Je moet kunnen zien wat wel en wat geen flexplek is.



Je moet kunnen zien welke faciliteiten zich in de buurt van een plek bevinden.

Een kaart toevoegen...

Handig.

...



Er moet een koppeling met je agenda worden gemaakt zodat op basis daarvan plekken aangeboden kunnen worden of notificaties kunnen worden gestuurd.



Je moet je voorkeuren kunnen aangeven voor een werkplek. Wat heb je nodig etc.



Je moet kunnen zien wat wel en wat geen flexplek is.



Je moet kunnen zien hoe je op de aangeboden plek kunt komen.



Je moet ook voor andere verdiepingen/afdelingen/gebouwen kunnen zien waar het rustig en waar het druk is.



Je moet kunnen zien waar het rustig en waar het druk is.



Een kaart toevoegen...

Niet persé nodig.



Je moet (ver) van te voren, (misschien thuis al) kunnen zien in welk gebouw, op welke afdeling, etc. het rustig of druk is.



Je moet een notificatie kunnen aangeven voor een ideale werkplek bespreken of gekomen.



Je moet kunnen zien waar het rustig en waar het druk is.



Je moet ook kunnen zien waar het rustig en waar het druk is voor meerdere personen. Wat heb je nodig etc.



Je moet klachten kunnen aangeven m.b.t. je werkplek.



Je moet kunnen zien welke faciliteiten zich in de buurt van een plek bevinden.



Je moet je voorkeuren kunnen aangeven voor een werkplek. Wat heb je nodig etc.

Een kaart toevoegen...

Je moet je collega's
kennen vinden



Er moet een
plaats zijn voor
vragen



Je moet ook voor
andere verdieping,
gebouwen komen van
waar het dit is



Je moet kunnen
zien waar het nu is
en dat is.



Je moet kunnen
zien wat wel en
wat geen prioriteit is.



Je moet je verhalen
kijken langzaam voor
een verdieping.



Je moet kunnen zien
welke prioriteiten zijn
de buurt van een plek
blijven.



Er moet een kopie
met je agenda worden
gemaakt.



Je moet ook kunnen
zien de voor

Je moet

4. Design

Andere ideeën

Direct:

Buienradar

Een soort verwachting voor vandaag en de komende dagen van de bezetting.

Voordeel: Je kunt van te voren al zien wanneer je een afspraak het beste kunt gaan plannen, op welke dag je waar het beste kunt gaan zitten, etc.

Nadeel: Het is gebaseerd op een gemiddelde en historische data. Het kan zijn dat het niet altijd nauwkeurig genoeg is, terwijl 'nauwkeurigheid' wel één van de restricties is.

Toekomst:

Koppeling met de vergaderruimtes apps

Nu kun je alleen flexwerkplekken vinden, met deze koppeling kun je straks alle soorten plekken vinden.

Voordeel: Alle beschikbare plekken in handbereik, direct een meetingroom boeken in de buurt van de plek waar je wilt gaan zitten, etc.

Nadeel: Die app's werken op andere systemen, er kan onduidelijkheid ontstaan over wat wel en wat niet te reserveren valt, de app krijgt teveel functies wat ten koste gaat van het overzicht houden en dus de usability.

Desktop app

De app op je laptop of computer.

Voordeel: Omdat je telefoon misschien leeg is of even hebt uitstaan tijdens een meeting, ook de mogelijkheid om een werkplek te vinden via de app op je laptop.

Nadeel: Hoe kan de app nou weten waar je bent als je bij beide bent ingelogd, kun je via de desktop app ook collega's vinden?

Niet haalbaar/gewild:

HELP Button

Via deze button krijg je gelijk een plek toegewezen.

Voordeel: Je hoeft niet meer te zoeken en nauwelijks door app te navigeren. Ideaal als je weinig tijd en snel een plek nodig hebt.

Nadeel: Dit spreekt niet iedereen aan, past niet bij de doelgroep. Een soortgelijk idee is doorgevoerd in de app, beter passend in de app en bij de doelgroep.

Game

Probeer op alle flexwerkplekken in het gebouw te hebben gezeten en verdien Awards. Awards als je een verdieping 'voltooid' hebt, als je je collega's hebt gevonden, etc.

Voordeel: Op deze manier vermaak je de ervaren flexwerkers.

Nadeel: Het mindere deel voelt zich door deze functie aangesproken en is voor nu niet belangrijk. Later zou dit eventueel nog getest kunnen worden hoeveel baat hier bij is.

Flexwerkhulp

Een soort digitale hulp die ervoor zorgt dat de medewerker stapje voor stapje uit zijn comfort zone gaat treden en de perfecte flexwerker wordt.

Voordeel: Je helpt de medewerkers die moeite hebben met flexwerken.

Nadeel: Is too much voor nu en spreekt een heel klein deel van de doelgroep aan. Misschien ga je zelfs te ver als je dit zou implementeren omdat de focus van de app het vinden van een werkplek is.

Klachten melden

Als je ergens zit en bijvoorbeeld je stopcontact niet werkt en via de app direct een klacht kunt indienen.

Voordeel: Handig omdat je op deze manier eenvoudig klachten kunt melden en alles nog vers in je geheugen zit.

Nadeel: Facility Management krijgt al genoeg klachten binnen via diverse kanalen. Daar moeten niet meer kanalen bijkomen want dan verliezen ze het overzicht, bleek uit interviews.

Je werkplek een beoordeling geven

Als je ergens hebt gezeten en het juist erg naar je zin hebt gehad, de plek een beoordeling geven zodat hij hoger in de lijst komt van aanbevolen plekken en anderen er ook vaker zullen gaan zitten.

Voordeel: Een functie die meerdere malen werd genoemd zodat medewerkers nog sneller hun perfecte plek kunnen vinden.

Nadeel: Als je een plek bijvoorbeeld een slechte beoordeling geeft, gaat daar niemand meer zitten. En als je een plek een hele goede beoordeling geeft, wil iedereen daar zitten. Hierdoor bereik je nog steeds niet het gewenste effect om mensen te efficiënter te laten verspreiden door het gebouw.

Je werkplek kunnen toevoegen aan je favorieten

Als je ergens hebt gezeten en het juist erg naar je zin hebt gehad, de plek aan je favorieten kunnen toevoegen zodat je heel gemakkelijk weer deze plek kunt vinden in de app.

Voordeel: Een functie die meerdere malen werd genoemd zodat medewerkers nog sneller hun perfecte plek kunnen vinden.

Nadeel: Het gaat tegen het idee van de app in. Als je namelijk werkplekken aan je favorieten toevoegd, ga je minder snel op een andere plek zitten.

Je werkplek kunnen reserveren

Als je een afspraak hebt en je zeker wilt weten of die plek beschikbaar is.

Voordeel: Op deze manier hoef je nooit je zorgen te maken dat je plek bezet raakt door iemand anders.

Nadeel: Er zijn een paar grote nadelen. Het reserveren van flexwerkplekken werkt niet omdat het flexwerkplekken zijn. Iedereen moet er altijd kunnen zitten.

Bovendien werkt het reserveren binnen ABN AMRO niet heel optimaal, dat is goed te zien bij het vergaderruimte probleem dat er speelt. Daaarnaast zullen er altijd mensen zijn die geen telefoon bij zich hebben of het WiFi uit hebben staan en dus niet trackbaar zijn. Hierdoor krijg je dus het probleem dat in de app wordt aangegeven dat de plek vrij is terwijl hij misschien wel niet vrij is. Dit is normaliter al een probleem, laat staan als je deze plekken ook nog zou kunnen reserveren.

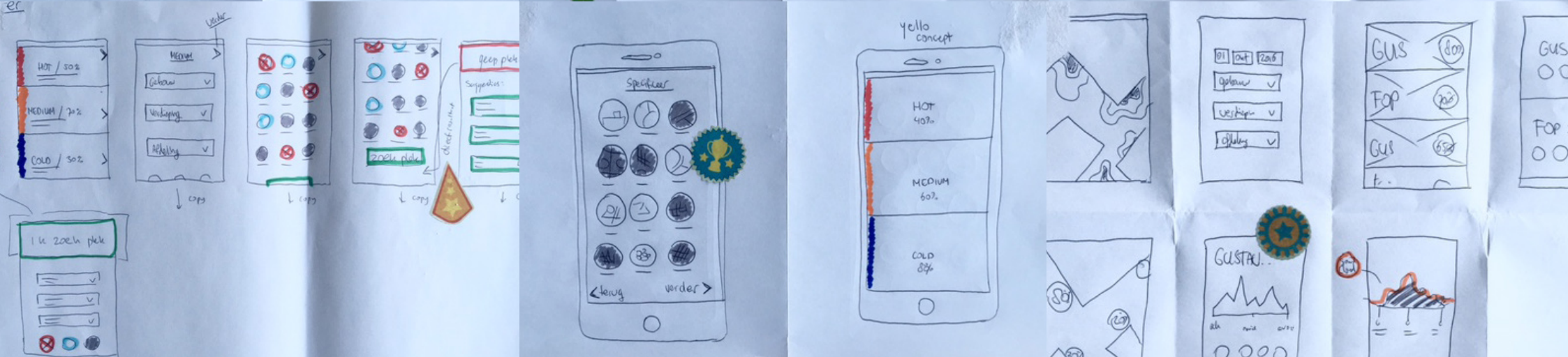
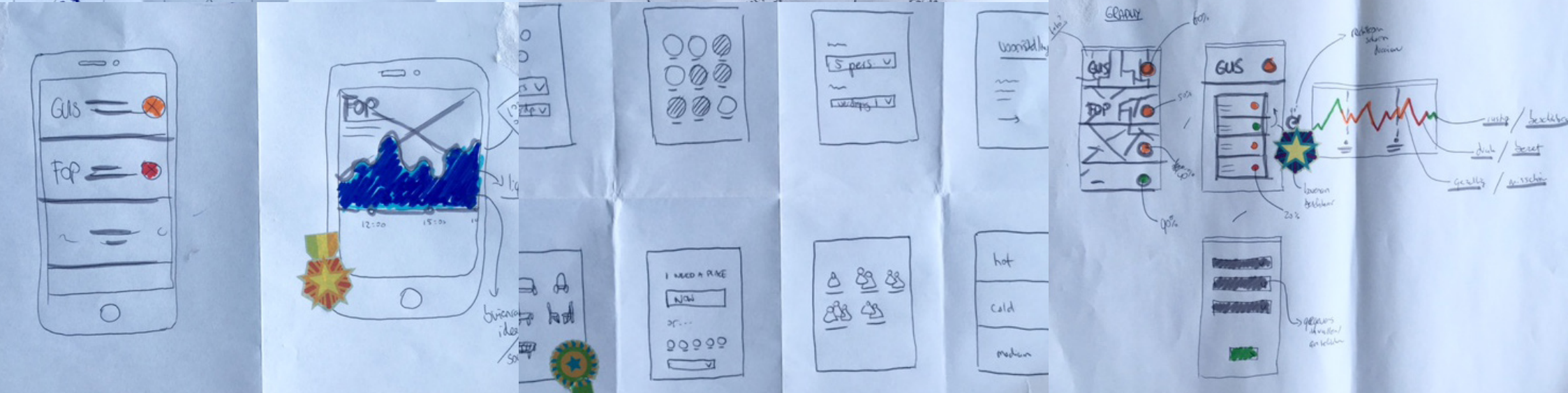
Crazy Eight + Top Two + Wireflow

Omdat tijdens de Design Sprint bleek dat de schetsmethoden die we toen gebruikten zeer effectief waren, heb ik deze nogmaals toegepast tijdens dit project. Binnen zeer korte tijd zijn er per User Story per persona drie verschillende methoden toegepast. In totaal waren er op dat moment drie persona's. Dit alles is gebaseerd op het boek: Sprint.

Er werd gestart met de Crazy Eight, 8 schetsen gebaseerd op de User Story binnen 8 minuten. Dit betekent dat er erg snel geschetst moest worden en geen aandacht kon worden besteed aan details. Dit laatste gold overigens voor al deze schetsmethoden.

Vervolgens stem je op de beste ontwerpen en ga je door met de 'Top Two'. Twee schetsen van het element dat je het best vond in je eigen schetsen of die van een ander en ook dit binnen 8 minuten. Vervolgens ga je opnieuw stemmen, kies je de beste uit en werk je voor dat idee de wireflow uit. Een wireflow gebaseerd op de vorige schetsen en dit binnen 12 minuten. Deze wireflow geeft de flow weer hoe de persona bij de activiteit moet handelen in de app en welke schermen hij daarvoor nodig heeft.

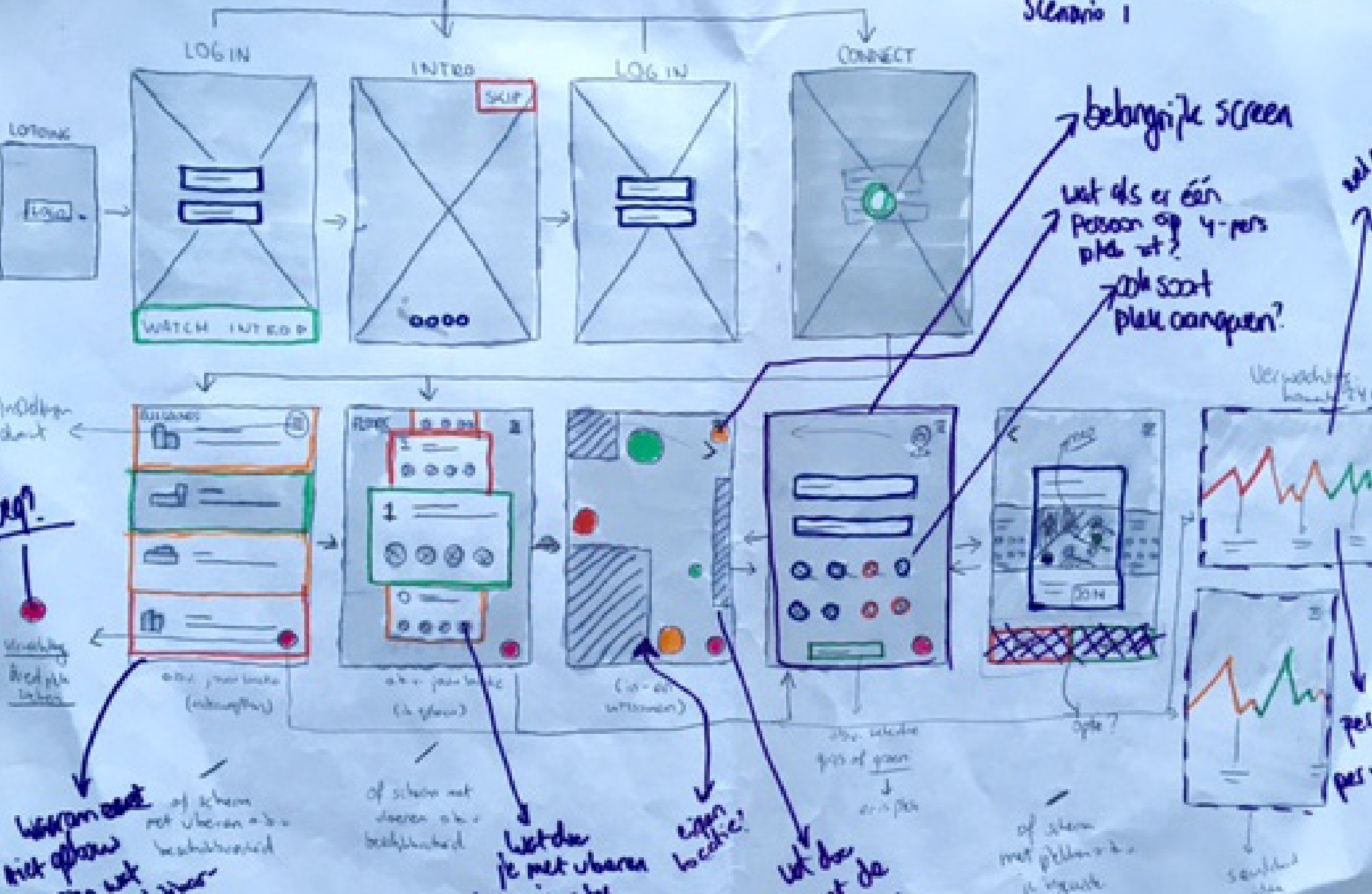
Ook is er een poging gedaan om de uiteindelijke drie wireflows te combineren in 1 app ontwerp. Dit was vrij lastig en de feedback die ik daarop ontving van UX Designer Sanne was voornamelijk dat er weinig focus was. Wat is belangrijk en wat niet? Hoe navigeer je? Daarnaast was het onduidelijk wat alles betekende. Beschrijvingen bijvoegen? Al deze feedback heb ik meegenomen naar de prototype fase.



Feedback Saver

alternatieve hier
opend data

General: Maak 3 wireflows, voor elke
Scenario 1



5. Prototype & Test

Prototype:

Het prototype van deze versie van de app is te vinden op:

<https://invis.io/BX78IVVS4>

Usability Test 1

Roos

Nationale Nederlanden

Algemeen:

- "Handig! Makkelijk!"
- "Moeten de laptops trackbaar zijn i.p.v. de telefoons?"
- "Zou de app zeker gebruiken als flexwerker!"

Plattegrond:

- "Waar bevinden zich de vergaderruimtes?"

Vind een werkplek:

- "Kan ik ook aangeven dat ik een extra scherm nodig heb bij mijn plek?"
- "Kan ik ook aangeven dat ik in de buurt van een koffietentje of restaurant wil zitten?"

Werkplek details:

- "Hoeveel plekken van de tafel zijn beschikbaar?"

Verwachting:

- "Logisch verhaal van de grafiek."

André

ABN AMRO Gustav Mahlerlaan

Algemeen:

- "Homescreen? Niet duidelijk."
- "Home icoon i.p.v. laptop icoon in de bottombar?"
- "Mensen gaat niet op een plek zitten waar al iemand zit en vervolgens bij zitten."

Plattegrond:

- "Waar zijn het koffiezetapparaat, de printers en toiletten op de kaart?"

Vind een werkplek:

- "Plek t/m 5 personen kunnen zoeken? Voor meer dan dat boek je van een meetingroom."
- "Restaurant en koffiezetapparaat kiezen minder relevant."
- "Wat is dat schermicoon? Een klein of groot scherm?"
- "Moet er een verschil komen tussen werk- en overlegplekken?"

Werkplek details:

- "Kun je op het icoon in de plattegrond klikken? Onduidelijk."
- "In welke zone bevindt zich de plek?"

Prototype:

Het prototype van deze versie van de app is te vinden op:

<https://invis.io/BX78IVVS4>

Bezetting:

- "Houden de percentages 'beschikbaar' of 'bezet' in?"

Vind een collega:

- "Ik wil ook teams kunnen aanmaken."
- "Teamgroottes veranderen. Je moet mensen kunnen toevoegen."

Verwachting:

- "Twee grafieklijnen? Waarom? Niet duidelijk."
- "Verwachting op basis van tijd van de dag."

Typische situatie waarin André de app zou gebruiken:

"Op dinsdag of donderdag wanneer ik bijvoorbeeld een presentatie moet geven op een andere locatie en vervolgens ergens daar wil gaan werken."

Diedrik & Lucas

ABN AMRO Facility Management / Hogehilweg

Algemeen:

- "Koppeling met agenda is lastig."
- "Inloggen met personeelsnummer is prima. Misschien dat medewerkers niet willen dat de app daardoor alles van hen weet?"

Vind een werkplek:

- "Iconen i.p.v. foto's werkplekken? Wie maakt die foto's? ABN AMRO? Medewerkers zelf?"

Bezetting:

- "Datavisualisatie aan de hand van Wally ontwerpen?"

Vind een collega:

- "Alleen collega's vinden als je zelf ook gevonden kunt worden."
- "Optie hebben op dit uit te zetten. Tijdens bijvoorbeeld meetings of op de toilet heb je niet de behoefte getracked te worden."

Piet

ABN AMRO Gustav Mahlerlaan

Algemeen:

- "Inloggen met IBM Connections? Dat is het social media netwerk binnen ABN AMRO."

Plattegrond:

- "Indoor wayfinding toevoegen. De bewegwijzing hier op de Gustav Mahlerlaan is niet optimaal."
- "Nooduitgangen weergeven."

Vind een werkplek:

- "Werkplekken kunnen filteren op faciliteiten en direct resultaat te zien."

Werkplek details:

- "Nummers van de werkplekken toevoegen? Elke werkplek heeft een nummer."

Prototype:

Het prototype van deze versie van de app is te vinden op:

<https://invis.io/BX78IVVS4>

Verwachting:

- "Hoe druk is het in het restaurant of bij de liften? Daarvoor pak ik de app."

Typische situatie waarin Piet de app zou gebruiken:

"Als ik ergens wil gaan scrummen pak ik de app, zoek ik een plek en kies ik de faciliteiten die ik nodig heb."

- "Hoeveel anderen zijn geïnteresseerd in die plek?"

- "Hoeveel zijn er onderweg naar de plek?"

Typische situatie waarin Tom de app zou gebruiken:

"Na de dagstart wanneer ik met collega's een plek zoek om te overleggen."

Tamar

ABN AMRO Gustav Mahlerlaan & De Entree

Algemeen:

- "Ander icoon voor laptop in de bottombar."
- "Plekken een beoordeling kunnen geven?"

Vind een collega:

- "Als ik weet waar mijn collega's zijn, dan ga ik daar in de buurt zitten."

Tom

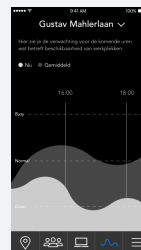
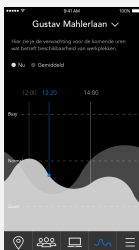
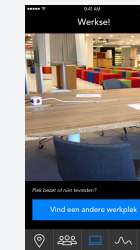
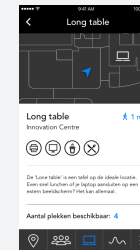
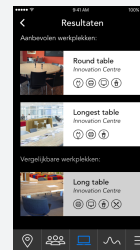
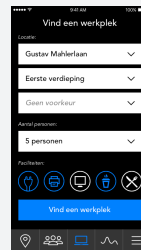
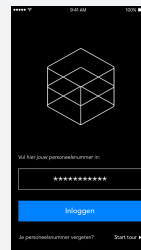
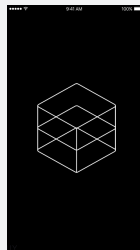
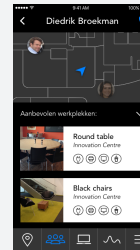
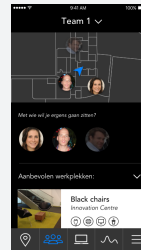
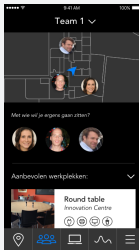
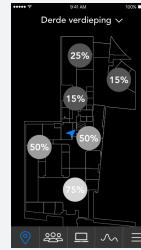
ABN AMRO Foppingadreef

Algemeen:

- "Meldingen op telefoon ontvangen."

Vind een werkplek:

- "Op basis van realtime data de beschikbare plekken laten zien."





Prototype:

Het prototype van deze versie van de app is te vinden op:

<https://invis.io/E77FXW3NX>

Usability Test 2

Tamar + Team

ABN AMRO De Entree

Algemeen:

- "Homescreen? Niet duidelijk."
- "De schermen 'aanbevolen resultaten' in het begin en 'resultaten' na je voorkeuren te hebben aangegeven, lijken teveel op elkaar."
- "De dropdowns bovenin het scherm moet meer in lijn worden gebracht."

Vind een werkplek:

- "Specificeer je werkplek is nietszeggend."

Faciliteiten:

- "Is dit een pop-up? Zo niet, geef dat aan. Zo ja, geef dat aan."

Instellingen:

- "Info toevoegen over Connections."

Roos

Nationale Nederlanden

Algemeen:

- "Overzichtelijker!"

- "Gebruiksvriendelijk."

Plattegrond:

- "Handig dat de faciliteiten bij de werkplek aangegeven zijn."
- "Iconen mogen beter zichtbaar zijn op de plattegrond."
- "Kleuren zijn handig!"

Lucas & Sven

ABN AMRO Hogehilweg

Algemeen:

- "Foto's fijn. Geeft goede impressie weer."
- "Plekken toevoegen aan favorieten?"
- "Waar is de geen voorkeur optie gebleven in de dropdowns?"
- Koppeling met Sametime zodat je niet handmatig teamleden hoeft toe te voegen maar uit een lijst kunt kiezen?"
- "Iconen moet aandacht aan worden besteed. Niet duidelijk."

Vind een werkplek:

- "Specificeer je werkplek is nietszeggend."
- "Bij werkplek zoeken kunnen aangeven dat je op zoek bent naar een plek in bijv. een 20% drukke omgeving."

Prototype:

Het prototype van deze versie van de app is te vinden op:

<https://invis.io/E77FXW3NX>

Plattegrond:

- "Bij de plattegrond ook verwachting aangeven."
- "Iconen voor verdiepingen veranderen. Niet duidelijk nu."

Tom

ABN AMRO Foppingadreef

Algemeen:

- "Ik wil plekken een beoordeling kunnen geven."
- "Ik wil klachten kunnen indienen over mijn werkplek via de app."
- "Moet er ook een desktop app komen zodat als ik mijn telefoon uit heb staan, alsnog een werkplek kan vinden?"

Vind een werkplek:

- "Kan ik ook aangeven dat ik een plek zoek om te bellen? Of om te overleggen?"

Plattegrond:

- "Procenten niet duidelijk."
- "Iconen op plattegrond niet duidelijk."
- "Breng de plattegrond en verwachting meer in lijn met elkaar wat betreft gebruikte termen."

André

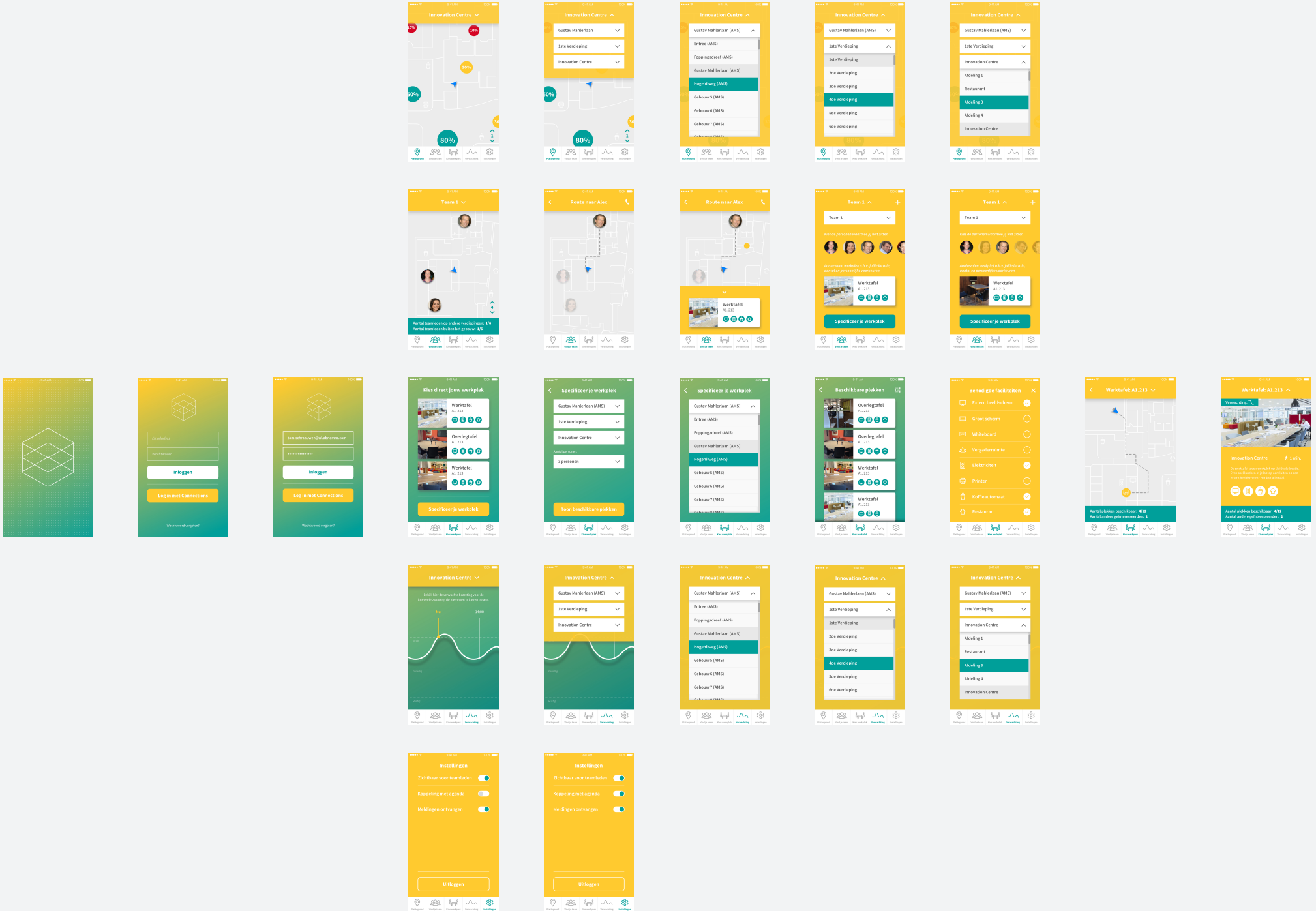
ABN AMRO Gustav Mahlerlaan

Algemeen:

- "Iconen moet worden verbeterd."
- "Kan ik ook klachten indienen via de app?"
- "Kan ik ook feedback geven op werkplekken via de app?"

Instellingen:

- "Credits toevoegen."
- "Push notifications kunnen uitzetten."





Prototype:

Het prototype van deze versie van de app is te vinden op:

<https://invis.io/T67L1F03U>

Usability Test 3

Tamar + Team (15 pers.)

ABN AMRO De Entree

Na een presentatie te hebben gegeven aan 15 ABN AMRO Medewerkers, was er de gelegenheid feedback te geven. Eigenlijk alleen maar positief op een paar kleine puntjes na.

Plattegrond:

- "Is het beschikbaarheid of bezetting op de kaart?"
- "Is het mogelijk vanuit de kaart direct naar de verwachting te gaan?"

Verwachting:

- "Is het ook mogelijk om op de dagen te klikken?"

Roos:

Nationale Nederlanden

Algemeen:

De app ziet er mooi uit! Rustig van kleur opzet, maar wel duidelijk onderscheid in balken en knopjes.

Na het inlogscherf kom je meteen op een pagina met duidelijke iconen. Ook handig vind ik de legenda voor de icoontjes onder het kopje facilities. Zo neem je mogelijke onduidelijkheden weg.

Je opent de app met een reden. Je zoekt een locatie. Dan is het ook handig dat er meteen een voorstel voor een vergader/overleglocatie gedaan wordt. De knop eronder voor het vinden van een andere plek, vind ik ook een goede. Als je andere requirements hebt voor de plek die je zoekt, kan je die makkelijk meegeven.

Het vinden van teamgenoten kan best handig zijn. Dus ook handig om te zien waar ze zich bevinden. Hoop dat er rekening gehouden wordt met de privacy van de medewerkers. Niet iedereen wil altijd gevonden worden of getrackt worden als ze naar het toilet gaan.

Het kaartje met % vind ik erg handig. Je kan daadwerkelijk zien of het ergens druk is of niet. En je hebt meteen een routekaartje om te kijken hoe je moet lopen (eventueel via een koffiecorner onderweg).

Voor mij is het niet het meest noodzakelijke, maar kan me voorstellen dat de piekverdeling handig is voor mensen om eventueel een vergadering op kantoor in te kunnen plannen. Daarvan denk ik alleen dat er niet voor niets een piek op die dag of dat tijdstip is. Mensen zijn toch geneigd bepaalde uren te werken.

Prototype:

Het prototype van deze versie van de app is te vinden op:

<https://invis.io/T67L1F03U>

Lucas & Sven

ABN AMRO Hogehilweg

Plattegrond:

- "Beter aangeven of het om bezetting of beschikbaarheid gaat op de plattegrond."
- "Vanuit de kaart naar verwachting kunnen gaan zou fijn zijn."

Andre

ABN AMRO Gustav Mahlerlaan

Mooie versie, oogt rustig en passend qua huisstijl.

Op de app-inlogpagina zie ik de eerste 5 seconden 'ontwikkeld door Rooftop en abn amro'. Onze bedrijfsnaam (ABN AMRO) mag/moet volledig in hoofdletters. (Bij de instellingen staat ABN AMRO Facility Management wel goed in hoofdletters).

Op de drukteplanning-grafiek zie ik percentages (95% en 67%). Dit pretendeert een nauwkeurigheid die er niet is. Ik zou deze percentages niet vermelden en het laten bij 'crowded', 'normaal' en 'quiet'. Wel goed dat je ook een en twee dagen vooruit kan kijken om te overwegen of je er bijv morgen gaat werken.

Paul

Clockwork

Algemeen:

- "Recommended i.p.v. Recommend"
- "Iconen duidelijker weergeven."
- "Dropdowns met hovers niet nodig binnen app."

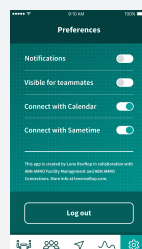
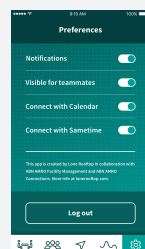
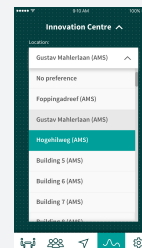
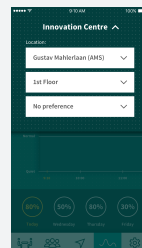
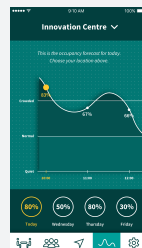
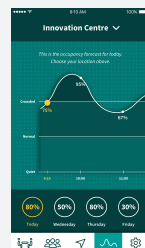
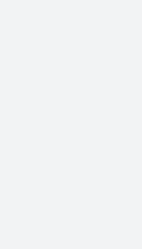
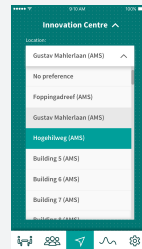
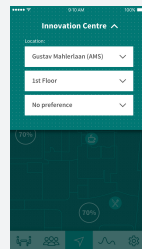
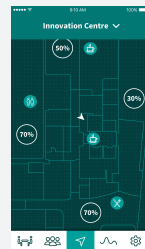
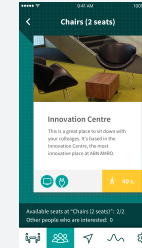
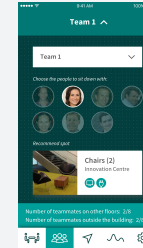
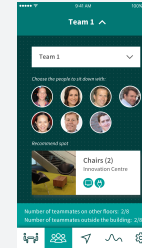
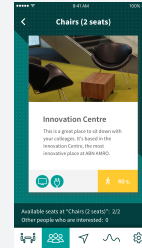
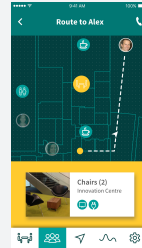
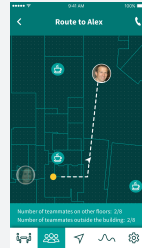
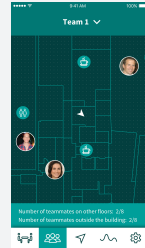
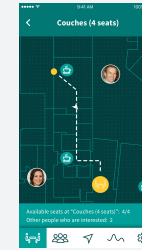
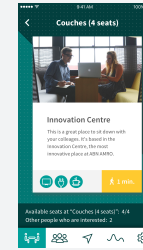
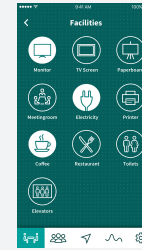
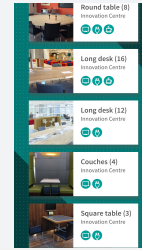
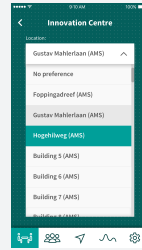
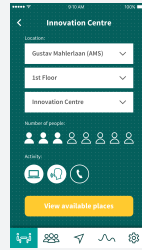
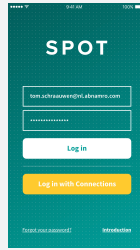
Sanne

Clockwork

Algemeen:

- "In je dropdown van locatie heb je gewoon witte balkjes, een groen balkje die je selecteer maar ik zie ook een grijsachtig balkje en weet niet zo goed wat dat dan betekend."
- Ik vind het een beetje vreemd dat bij de map en de grafiek de titel zonder stipjes is maar wanneer de dropdown opengaat ineens wel stipjes zijn.. Beter gewoon consistent houden dat die alleen achter de grafiek en map zitten."
- Ook vind ik het sowieso beetje vreemd dat de team en map pagina andere helder kleuren heeft dan de grafiek en instellingen. Ik snap dat je dit gedaan hebt door de inhoud van die pagina maar zou misschien toch proberen om dit consistent te houden."
- Kleine extra tip die misschien niet nodig is, bij de grafiek kreeg ik zin om op die 80% rondje enzo te drukken om te kijken wat dit betekend.. Misschien kan je iets van een pop up geven met uitleg of dat je de grafiek ziet veranderen naar een andere dag ofzo, of die dingen er minder uit laten zien als knoppen want ik krijg nu te veel het gevoel dat het knoppen zouden moeten zijn."

Over het algemeen vind ik het er echt suuuper tof uitzien."







Bedankt