

Help Spike aan een baasje

Het aansluiten van Spike CMS op de werkwijze van de potentiële doelgroep

Afstudeerverslag · HoverKraft · Robbert Lokhorst · 1584341



TITELPAGINA

Titel	Help Spike aan een baasje
Subtitel	Het aansluiten van Spike CMS op de werwijze van de potentiële doelgroep
Auteur	Robbert Lokhorst
Studentennummer	1584341
Jaar en periode	2013-2014 Periode CD
Opleiding	Communication & Media Design te Hogeschool Utrecht
Status document	Ingeleverd

Contactgegevens

Afstudeerder	Robbert Lokhorst
Mobiel	06 37193398
E-mail	robbert.lokhorst@gmail.com
Website	http://www.robbertlokhorst.nl

Contactgegevens bedrijf

Bedrijf	HoverKraft
Begeleider	Lútsen Stellingwerff
Mobiel	06 34872342
E-mail	lutsen@hoverkraft.nl
Website	http://www.hoverkraft.nl

Contactgegevens school

Begeleider	Maaïke Slingerland
E-mail	maaïke.slingerland@hu.nl



INHOUDSOPGAVE

Samenvatting	4	Eigen URL's op een rijtje	56
Inleiding	5	Bijlagen	58
De opdracht	5	1. Enquête	59
De vraagstelling	6	2. Uitgeschreven interviews	62
Begrippenlijst	7	3. Concurrentieanalyse	70
Onderzoeken en begrijpen	8	4. Concurrentieanalyse e-mails	74
Analyse huidige situatie	9	5. Usability test	76
Enquête	10	6. Totstandkoming stijl animaties	77
Interviews	14	7. Uitbreiding Spike tool	80
Concurrentie analyse	16		
Usability test	18		
Bouwstenen en thema's	20		
Op weg naar het einde	22		
Afronding van het onderzoek	23		
Eerste ideeën	24		
Eigen image tool en eerste prototype	26		
Uiteindelijke concept	37		
Testen en valideren	46		
Usability test	46		
Eindconclusie en discussie	50		
Beantwoorden hoofd- en deelvragen	50		
Hoe verder?	53		
Bronnen	54		

SAMENVATTING

Grafisch ontwerpers zijn lastige wezens; bepaalde beelden, kleuren en vormen zijn voor de één mooi, maar voor de ander niet. Vooral als een grafisch ontwerper samen moet werken met iemand die zijn werk niet begrijpt en verkeerd uit laat beelden, gaat het flink fout. Jammer genoeg kan de grafisch ontwerper niet altijd alles zelf doen en moet hij bij bepaalde technische klussen toch echt de hulp inschakelen van andere partijen.

Onduidelijke communicatie is de aard van vele problemen. HoverKraft heeft met Spike - een product die je design om laat zetten naar een aanpasbare website - ook last van dit probleem.

Bij elk probleem past een oplossing, maar een oplossing is vaak niet genoeg. Volgens Gourville (2006) moet een nieuw product (bijvoorbeeld Spike) negen keer beter zijn dan de bestaande producten om succesvol te zijn en de gebruikers over te laten stappen. Bestaande gewoontes zijn moeilijk te veranderen; nieuwe producten moeten drastische verbeteringen bieden ten opzichte van het oude product om de gebruiker wakker te schudden.

Een oplossing verzinnen voor de grafisch ontwerper is mogelijk, maar lukt het om de ontwerper te bevrijden van zijn oude gewoontes en een product te bieden die alle zorgen laat verdwijnen?

Het verrichte onderzoek, concept en realisatie die de afgelopen twintig weken hebben plaatsgevonden hebben veel met deze vraag te maken gehad. Spike is wellicht een product dat negen keer beter moet zijn om de grafisch ontwerper af te laten stappen van zijn huidige workflow.

Om de magische 'negen keer beter' grens te bereiken is mijn onderzoek begonnen met het leren begrijpen wie de doelgroep is en wat de werkwijze is van deze doelgroep. Met een enquête en interviews is een duidelijk beeld

geschetst van deze groep en is er verder gegaan met het bekijken van een andere groep stakeholders: de concurrenten.

De concurrenten zijn geanalyseerd en zijn uiteindelijk met de potentiële doelgroep samengebracht door middel van een usability test. De concurrerende producten zijn getest om erachter te komen waar goede en slechte punten liggen.

Door de twee groepen samen te brengen is er een sterk begin ontstaan voor het vernieuwde product. Hierna brak een periode aan waar minder onderzoek werd gedaan en meer werd geconceptualiseerd en gerealiseerd. Axure prototyping, StackOverflow en GitHub hebben vervolgens wekenlang hand in hand gelopen totdat het zover was: het voorleggen van de realisatie aan de doelgroep.

Met zekerheid kan er gezegd worden dat de vernieuwde versie van Spike beter is dan de oude, maar het is waarschijnlijk nog niet negen keer beter. Het onderzoek heeft wel vele nieuwe vragen en opties opgeroepen, waardoor er wel de mogelijkheid is om die magische grens te overschrijden.



INLEIDING

De opdracht

HoverKraft is een ontwerp bureau voor web en identiteit. Zeven jaar geleden hebben Dirkjan Brummelman en Lútsen Stellingwerff het bedrijf opgericht en hebben het overgrote deel van deze tijd met z'n tweeën doorgebracht. De mannen van HoverKraft maken graag dingen die een heldere taal spreken. Dingen die oplossend en functioneel zijn in werking, en verrassend en positief in boodschap en vorm.

Lútsen en Dirkjan hebben allebei verschillende specialiteiten, maar hebben elkaar nodig om één geheel te vormen. Dirkjan richt zich vaak op het concept, het bedenken van vele ideeën en uitgangspunten. Lútsen richt zich daarentegen vaak op de uitwerking, het tot in de puntjes perfect maken van het idee.

Na zeven jaar identiteiten en websites gemaakt te hebben, wil HoverKraft zich meer gaan richten op het maken van producten en tools. Volgens HoverKraft moeten tools mensen in staat stellen hun werk op een makkelijke manier te doen. De mannen geloven in oplossingen in de vorm van werkende middelen, in plaats van handboeken en regels.

Een voorbeeld van zo'n tool is Spike, een contentmanagementsysteem (CMS) dat speciaal is ontwikkeld voor grafisch ontwerpers. Als ontwerper kun je gebruik maken van Spike door een design van je website - gemaakt in een willekeurig Adobe programma - te uploaden. Spike maakt hier dan een aanpasbare website van, zonder dat je zelf hoeft te coderen. We noemen deze kant van Spike de 'non-code' kant. Er is ook een mogelijkheid in Spike waarmee de gebruiker wel zijn site kan coderen. Hierbij moet de gebruiker bepaalde 'classes' in zijn HTML toevoegen aan stukken die hij aanpasbaar wil maken. Spike herkent deze classes en zorgt ervoor dat deze stukken aanpasbaar worden, zonder dat de gebruiker weer de code in hoeft te duiken.

Spike staat nog in zijn kinderschoenen en heeft daarom veel verbeterpunten. Er zitten veel gaten in de huidige flow van het systeem. Het aanleveren van het design binnen de richtlijnen van Spike blijkt lastig te zijn voor de gebruiker; hier wordt momenteel niet aan gehouden. Door verkeerde aanleveringen is HoverKraft meer tijd kwijt dan wanneer het design in één keer goed aangeleverd zou worden door de gebruikers.

HoverKraft weet nog niet goed welke kant ze met Spike op willen gaan. Je kunt bij Spike namelijk tussen twee mogelijkheden kiezen: om zelf te coderen óf het ontwerp om te laten zetten door een extern bedrijf. HoverKraft weet niet of de gebruikers voor één van de twee kanten voorkeur hebben en of ze überhaupt voorkeur hebben voor een kant.

De vraagstelling

HoverKraft weet niet goed wat ze met Spike moeten doen. Ze zijn nu al een aantal jaar bezig met Spike en hebben nooit tijd genoeg gehad om het volledig uit te werken. Doordat ze er al een langere tijd mee bezig zijn is het ook lastiger geworden om van het originele idee af te stappen. De huidige flow van Spike ligt overhoop en HoverKraft weet niet goed wie de gebruikers zijn en wat deze willen. Op basis van dit probleem is er de volgende hoofdvraag opgesteld:

"Hoe kan Spike aangesloten worden op de werkwijze van de potentiële doelgroep?"

Uit deze hoofdvraag zijn de volgende deelvragen gekomen:

1. Op welke kant van Spike moet HoverKraft zich richten?
2. Wat is de werkwijze van de potentiële doelgroep?
3. Welke methodes gebruiken relevante, soortgelijke diensten om hun dienst duidelijk te maken?
4. Hoe kan Spike duidelijk gemaakt worden aan de gebruiker?



Afbeelding 1. Dirkjan Brummelman en Lútsen Stellingwerff. De mannen van HoverKraft

Begrippenlijst

Concurrenten

In het onderzoek vallen verschillende diensten onder de naam 'concurrenten', dit zijn:

Omzetservices

Services die je ontwerp omzetten naar code. Bijvoorbeeld het omzetten van een Photoshop bestand naar HTML en CSS. Als gebruiker stuur je een design op naar de service, waarna de service de gebruiker de HTML en CSS levert.

Contentmanagementsystemen (CMS'en)

Systemen waarmee de content van een website beheerd kan worden. Een CMS moet aan je website gekoppeld worden door een webdeveloper; die speciale code moet schrijven om aan te geven wat aanpasbaar is en hoe dit ingevuld kan worden. De meest gebruikte CMS'en zijn WordPress, Joomla! en Drupal (Builtwith, 2014).

Het onderzoek scheidt de term 'contentmanagementsystemen' op in drie sub-termen, namelijk:

Backend code CMS'en

CMS'en waarbij in de backend de code aangepast moet worden om het CMS te koppelen aan een website. Bijvoorbeeld het aanpassen van de PHP.

Frontend code CMS'en

CMS'en waarbij in de frontend de code aangepast moet worden om het CMS te koppelen aan een website. Bijvoorbeeld het aanpassen van de HTML.

No code CMS'en

In een speciale tool wordt de gehele website ontworpen en wordt er automatisch code bij gegenereerd.

One page website

Een website die al zijn content onder elkaar plaatst en daardoor bestaat uit één enkele pagina.

Scroll animatie

De verandering van de content als gevolg van scrollen in een website.



ONDERZOEKEN EN BEGRIJPEN

Het onderzoek is begonnen met het analyseren van de huidige situatie. Hierdoor werden enkele knelpunten direct vastgesteld en konden de onderzoeksmethodes vastgesteld worden. Voor het onderzoek zijn de volgende methodes gebruikt:

1. Enquête - pagina 9
2. Interviews - pagina 14
3. Concurrentieanalyse - pagina 16
4. Usability test - pagina 18

Bij elk van deze methodes zullen een beschrijving en resultaten gegeven worden. De belangrijkste inzichten van elke onderzoeksmethode zullen samengevat worden in zogenaamde 'bouwstenen'. Uiteindelijk zullen alle bouwstenen onderverdeeld worden in thema's, die in één woord de onderliggende bouwstenen samenvatten. Het uiteindelijke concept - en de realisatie daarvan - moet over al deze thema's beschikken om te voldoen aan de gebruikersbehoeften.

Analyse huidige situatie

Spike is momenteel gericht op twee soorten ontwerpers, de zogenaamde 'coders' en de 'non-coders'. De non-coders zijn de grafisch ontwerpers die niet kunnen coderen en na het designen van een website het coderen liever uitbesteden. De coders zijn de ontwerpers die wél kunnen coderen en kiezen voor Spike omdat ze functies missen bij andere CMS'en.

Voor de non-coders ziet de gewenste flow er momenteel als volgt uit:

1. Je maakt een design van een website met een Adobe programma naar keuze (InDesign, Illustrator of Photoshop);
2. Het design gaat naar een extern bureau in Indonesië;
3. In Indonesië wordt de website gemaakt en binnen vijf dagen teruggestuurd naar Nederland;
4. De aanpasbare website wordt geleverd aan jou, waarna jij het weer aan je klant kunt leveren;
5. Je klant kan de website aanpassen zonder dat ze het design verprutsen.

Dit stappenplan ziet er simpel en ideaal uit, maar zo loopt het momenteel niet. Bij stap 1 gaat het namelijk al mis. Als de ontwerper zijn design aanlevert is het vaak niet duidelijk hoe de website precies gemaakt moet worden, naast het design van de website moet de functionaliteit van de website natuurlijk ook duidelijk zijn. Door dit probleem is HoverKraft tijd kwijt aan het verduidelijken van de opdracht, in plaats van dat de website al direct gemaakt zou worden.

Bij stap 2 en 3 zit ook een groot deel van het probleem. Dit is een deel waar HoverKraft niet veel invloed op kan hebben. Het externe bureau in Indonesië heeft namelijk een andere werkstijl dan de meeste bedrijven in Nederland. Er worden veel beloftes gedaan die niet nagekomen worden. Dit heeft met name effect op de levertijd van de website. Er wordt van tevoren beloofd dat de website na vijf dagen gecodeerd is, maar door valse beloftes en dergelijke zijn deze vijf dagen uitgelopen tot een levertijd van een paar maanden. Dit is natuurlijk veel te lang en is het nodig om een ander bureau te kiezen.

Voor de coders ziet het proces er anders uit en heb je als ontwerper veel meer zelf in de hand:

- Je hebt de HTML, CSS en Javascript/jQuery van je website al klaar liggen;
- In de editor van Spike, of in je eigen text editor, voeg je de Spike-classes toe aan je HTML;
- Je upload je bestanden met je eigen FTP-programma;
- Log in bij Spike en je kunt de content van je website aanpassen.

In deze kant van Spike zitten ook nog wel dingen mis, maar dat zit hem meer in de layout en benamingen van elementen.

Enquête

Methode beschrijving

Het onderzoek is begonnen met het uitsturen van een enquête naar alle mensen die een account hebben aangemaakt bij Spike (ongeveer 350) en andere grafisch ontwerpers uit Nederland. Dit is gedaan om een globaal beeld te krijgen van de doelgroep en erachter te komen of er een duidelijke voorkeur is naar een kant van Spike. Deze voorkeur is nodig omdat er niet genoeg tijd is om beide kanten van Spike te onderzoeken.

In de enquête zijn er voornamelijk vragen gesteld over de preferenties, capaciteiten en werkwijze van de doelgroep. Bij elke vraag was er de mogelijkheid om een uitgebreid antwoord/verantwoording te geven in een apart tekstveld. Dit heeft geleid tot 30+ volledig ingevulde enquêtes. De resultaten vielen hierbij weer op te splitsen in twee groepen; de non-coders en de coders. Bij de enquêtes is er gelet op de verschillen tussen:

- Het gebruik van programma's om een website te designen;
- Wie in de kring van de ondervraagde kiest voor een CMS;
- Waar de grootste punten van aandacht liggen bij het kiezen van een CMS;
- Hoe vaak de ondervraagde een CMS koppelt.

De volledige resultaten van de enquête zijn te vinden in **bijlage 1**.

Resultaten

Hoe goed kun je coderen?

	Helemaal niet	Basis	Redelijk	Bijna foutloos	Perfect
HTML & CSS	4	9	4	11	4
Javascript /jQuery	14	7	5	3	2
PHP	15	8	6	0	2

Tabel 1. Hoe goed kun je coderen?

Uit deze resultaten valt op te maken dat de potentiële gebruikers niet veel verstand hebben van coderen. Over het algemeen hebben de potentiële gebruikers wel genoeg kennis om simpele HTML/CSS aanpassingen te maken.

Hoe goed kun je je vinden in de volgende uitspraken?

Helemaal niet Niet echt Neutraal Best wel Helemaal

Ik kan goed genoeg coderen om een design om te zetten naar een werkende website

8	6	2	3	13
---	---	---	---	-----------

Ik vind het coderen van een website te lang duren

3	7	7	4	11
---	---	---	---	-----------

Ik maak het liefst het design van de website in Photoshop/Illustrator/InDesign en besteed het coderen liever uit.

6	7	3	3	13
---	---	---	---	-----------

Ik hou van coderen, ik doe niets liever.

13	7	8	3	1
-----------	---	---	---	---

Ik haat coderen, maar ik heb niemand om het voor me te doen.

9	10	7	4	2
---	-----------	---	---	---

Tabel 2. Hoe goed kun je je vinden in de volgende uitspraken?

Uit deze resultaten valt op te maken dat de potentiële doelgroep de kennis heeft om een website in elkaar te zetten, maar dat ze na het maken van een design het liefst het coderen aan iemand anders overlaten. De potentiële doelgroep houdt niet van coderen en vindt het te lang duren.

Welk contentmanagementsysteem (CMS) biedt jou het meest als designer? Waarom?

Uit de resultaten valt op te maken dat Wordpress het populairste CMS is. De redenen die hiervoor gegeven zijn is dat het makkelijk is, er veel add-ons, plugins en beschikbare templates aanwezig zijn, en omdat het door anderen geadviseerd wordt.

Bij het kiezen van een CMS voor een simpele, statische website vind ik het belangrijk dat:

	Hoe vaak gestemd	Percentage
Het CMS een grote community heeft	12	24%
Ik wil niets te maken hebben met databases	11	22%
Ik niets nieuws hoeft te leren	10	20%
Ik niets hoeft te installeren	7	14%
Ik geen PHP hoeft te gebruiken	5	10%

Tabel 3. Belangrijke punten CMS volgens potentiële gebruikers

De potentiële doelgroep vindt het belangrijk dat er veel informatie te vinden is over het gebruik van het CMS. Dit kan door een grote community, maar een uitgebreide documentatie is ook erg handig. De potentiële doelgroep vindt het belangrijk dat ze niets te maken hebben met databases en niets nieuws hoeven te leren. Hiernaast wordt vaak aangegeven dat het CMS makkelijk en gebruiksvriendelijk moet zijn voor de klant.

Splitsing resultaten

Als er naar **tabel 1** gekeken wordt, valt er te zien dat de groep in tweeën gesplitst kan worden in de coders en de non-coders. Het is interessant om erachter te komen waar de verschillen in deze twee groepen precies liggen, naast dat de ene groep beter kan coderen dan de andere.

Hoe goed kun je je vinden in de uitspraak: "Ik maak het liefst het design van de website in Photoshop/Illustrator/InDesign en besteed het coderen liever uit."

Helemaal niet	Niet echt	Neutraal	Best wel	Helemaal
<i>Groep non-coders</i>				
0	1	0	2	9
<i>Groep coders</i>				
6	5	4	0	4

Tabel 4. Splitsing uitspraak preferentie

Ik maak het liefst het design voor mijn website in het volgende programma (meerdere antwoorden mogelijk):

Tool	Aantal
<i>Groep non-coders</i>	
Illustrator	3
InDesign	9
Photoshop	2
Muse	1
Macaw	1
<i>Groep coders</i>	
Illustrator	5
InDesign	1
Photoshop	7
Fireworks	1
Schets op papier en realtime CSS	5

Tabel 5. Splitsing gebruik van tools

Uit de resultaten valt op te maken dat non-coders veel vaker het maken van een website uitbesteden dan coders. Non-coders maken vaak een design in een programma als InDesign of Illustrator en sturen het op naar een externe webbouwer. De coders pakken vaak Photoshop of Illustrator erbij en maken zelf de website. Soms gebruiken ze niet eens een programma en gaan direct aan de slag in HTML/CSS. De meerderheid van beide groepen geeft aan dat ze het design voor een website maken in het programma waar ze ook al hun andere werkzaamheden in doen, ook al is een ander programma geschikter voor het designen van een website. Ze zijn namelijk bekend met het programma wat ze gebruiken, ze weten hoe het werkt en wat ze er mee kunnen.

Wie bepaalt er in jouw kringen welk CMS er wordt gebruikt? Welk CMS? Hoe vaak koppel je een CMS aan een website?

Hier valt op dat de coders veel vaker een CMS koppelen aan een website dan de non-coders. Over beide groepen komt naar voren dat WordPress het meest gebruikte CMS is. WordPress wordt vaak gekozen doordat het een grote community, uitgebreide documentatie, veel add-ons en plugins tot zijn beschikking heeft. Degene die de keuze maakt voor een CMS is in beide groepen vaak de persoon zelf, maar ook vaak in overleg met de klant en/of collega's.

In de enquête is ook de vraag gesteld wat de potentiële doelgroep belangrijk vindt bij het kiezen van een CMS voor een simpele, statische website (een website die geschikt is voor Spike). De potentiële doelgroep gaf aan dat ze het belangrijk vinden dat er veel informatie over het gebruik van het CMS te vinden is, dat ze niets te maken hebben met databases en niets nieuws hoeven te leren. Hiernaast wordt vaak aangegeven dat het CMS makkelijk en gebruiksvriendelijk moet zijn voor de klant. De complete resultaten zijn te vinden in **bijlage 1**.

Vanuit de potentiële doelgroep is er geen duidelijke voorkeur naar een bepaalde kant van Spike. Aangezien er uit de analyse van de huidige situatie

sterk naar voren komt dat de non-coders meer problemen hebben met Spike dan de coders, zal het onderzoek zich op hen richten.

Bouwstenen

- Gebruikers moeten de mogelijkheid hebben om het design aan te leveren in het programma waar ze het liefst mee werken;
- De gebruikers hoeven niets te installeren;
- De gebruikers hoeven niet iets compleet nieuws te leren;
- De gebruikers willen dat er een grote informatiebron beschikbaar is.

Discussie

De enquête is een goed begin geweest voor het onderzoek. Binnen een paar dagen is er een globaal beeld van de doelgroep verkregen en werd er duidelijk waar enkele punten van aandacht liggen.

De enquête is verspreid via Facebook en gemaild naar de huidige leden van Spike. De meeste enquêtes zijn ingevuld door mensen van Facebook. Het was wellicht beter geweest als er meer resultaten binnen waren gekomen van de Spike leden. Van de Spike leden is al duidelijk dat ze echt geïnteresseerd zijn in het systeem - anders hadden ze zich niet ingeschreven. Op Facebook is de enquête echter wel gedeeld op plekken waar de doelgroep zich ook bevindt. Onder andere op de SpikeCMS, HoverKraft en CMD Utrecht pagina's.

Meer ingevulde enquêtes zou beter zijn geweest, maar voor het begin van het onderzoek was dit voldoende.

Interviews

Methode beschrijving

Door de focus van het onderzoek op de non-coders te leggen, is het belangrijk om erachter te komen wie deze non-coders precies zijn. Voor het onderzoek zijn er vijf interviews met deze non-coders gehouden. Er zijn vragen gesteld over de huidige werkwijze bij het maken van websites, het gebruik van CMS'en en problemen met externe webbouwers. De antwoorden op deze vragen moeten inzicht geven in alle problemen die de potentiële doelgroep heeft in hun huidige 'workflow' en hoe Spike dit kan verbeteren of verhelpen. De volledige interviews zijn te vinden in **bijlage 2**.

Resultaten

Alle interviews zijn geanalyseerd en daarbij is gekeken naar overeenkomsten in antwoorden. De volgende punten zijn vaak voorgekomen en/of opgevallen:

- Bij de vraag naar huisstijlen krijgen de ontwerpers ook vaak de vraag voor een website;
- Ontwerpers werken het liefst in het programma waar ze ook hun andere activiteiten in doen;
- Ontwerpers willen bij een CMS dat er veel informatie beschikbaar is en dat deze makkelijk te vinden is. Niet alleen voor hun eigen belang, maar ook voor de klant;
- De webdeveloper is vaak nauw betrokken bij het proces, hij geeft vaak suggesties en zijn mening wordt ook vaak meegenomen. De webdeveloper heeft meer verstand van functionaliteit;
- De complexiteit van gevraagde websites verschilt. Soms zijn het maar een paar pagina's, soms een blog en soms ook een stuk uitgebreider. Voornamelijk wordt er gevraagd naar simpelere websites.
- Het is lastig om interactieve elementen te laten zien in het design. Meestal wordt het uitgelegd met tekst, maar er is geen mogelijkheid om het te previewen;

- Webdevelopers geven vaak de voorkeur om bestanden aangeleverd te krijgen in PSD formaat. De ontwerpers werken bijna altijd met Illustrator of InDesign en vinden het vervelend om het design om te zetten, omdat Photoshop heel anders omgaat met elementen en teksten;
- Er zijn altijd correctierondes naderhand. Vaak heeft de webdeveloper iets verkeerd opgeleverd, maar het komt ook vaak voor - als de website eenmaal opgeleverd is - dat sommige elementen beter verplaatst kunnen worden. Deze zogenaamde correctierondes behandelen vaak maar een paar kleine dingen. De meeste fouten in het design zijn namelijk al tijdens doorspreken van de wireframes eruit gehaald.

Zowel uit de enquêtes als de interviews komt sterk naar voren dat grafisch ontwerpers het design van een website graag maken in Illustrator of InDesign. Dit komt omdat ze ook het overgrote deel van hun andere activiteiten verrichten in deze programma's. Deze programma's bieden alleen niet de beste tools om een website te designen; je kunt namelijk niet de functionaliteit van een website previewen. Vaak is dit geen groot probleem, omdat de functionaliteit van de website vaak niet heel ingewikkeld is.

Doordat de non-coders zelf geen code kunnen schrijven moeten ze dit overlaten aan een extern persoon: de webdeveloper. Deze webdeveloper heeft vaak niet dezelfde gedachtegang als de ontwerper en hierdoor komt het ontwerp vaak niet perfect naar voren. Naast de frustraties die ontstaan door het werken met een webdeveloper wordt er ook veel waarde gehecht aan de kennis die hij heeft op het gebied van websites maken. Die kennis wordt vaak geraadpleegd wanneer het niet duidelijk is of bepaalde functionaliteiten mogelijk zijn op het web en of bepaalde keuzes leiden tot een verslechterde gebruikerservaring.

Bouwstenen

- Gebruikers moeten de mogelijkheid hebben om het design aan te leveren in het programma waar ze het liefst mee werken;
- Gebruikers moeten de mogelijkheid hebben om aantekeningen bij het design te plaatsen;
- Gebruikers kunnen direct in contact staan met de webdeveloper en hier suggesties/feedback aan vragen;
- Mogelijkheid om functionaliteit te previewen;
- Naderhand mogelijkheid om dingen aan te passen.

Discussie

De interviews hebben een grote bijdrage geleverd aan het onderzoek. Niet alleen heeft het veel inzichten geleverd in de werkwijze en knelpunten van de potentiële doelgroep, maar door de ontmoetingen met grafisch ontwerpers werd ook beter begrepen hoe de doelgroep in elkaar steekt en keuzes maakt.

Niet alle interviews waren even bruikbaar. Dat kwam doordat niet altijd duidelijk was wat precies de werkzaamheden of de werkwijze van de persoon was en hoe veel werk de persoon had.

De meeste interviews zijn echter wel ontzettend bruikbaar geweest. Door gebruik te maken van audio apparatuur, kon er tijdens de interviews gefocust worden op het stellen van de juiste vragen en het luisteren naar de antwoorden - in plaats van aan de slag zijn met het uitschrijven van de antwoorden. Later konden de interviews woord voor woord teruggeluisterd, uitgeschreven en gefilterd worden, zodat uiteindelijk de bruikbare/ interessante delen als een samenvatting gelezen en geanalyseerd konden worden.

Concurrentieanalyse

Methode beschrijving

Om erachter te komen welke methodes relevante, soortgelijke diensten gebruiken om hun dienst duidelijk te maken, is er een concurrentieanalyse gemaakt. Verder is er bij verschillende, populaire omzetservices gekeken naar het bestelproces, aan welke bestandsformaten zij de voorkeur geven, welke CMS'en ze aanbieden en waarom. De uitgebreide analyse is te vinden in **bijlage 3**.

Hierna is er via mail contact opgenomen met verschillende omzetservices om verheldering te vragen over bepaalde keuzes die ze maken. Deze e-mails zijn te vinden in **bijlage 4**.

Resultaten

Methodes om dienst duidelijk te maken

CMS'en

Bij CMS'en wordt vaak gebruik gemaakt van introfilmpjes. Deze introfilmpjes vallen direct op, omdat ze meestal bovenaan de homepage geplaatst worden. De systemen leggen met deze filmpjes binnen een paar minuten uit waarom hun systeem het beste is.

Er valt een onderscheid te maken in het gebruik van deze filmpjes bij backend CMS'en, frontend CMS'en en no code CMS'en. Je ziet vaak dat backend CMS'en in deze filmpjes vertellen over hun grote community, de prijzen die ze hebben gewonnen en ze gebruiken ook af en toe 'customer stories': verhalen van klanten die een positieve ervaring hebben met het CMS. Frontend- en no code CMS'en laten daarentegen vaak zien hoe simpel het is om hun CMS te gebruiken, nieuwe pagina's aan te maken en de content aan te passen.

Er wordt bij CMS'en ook af en toe gebruik gemaakt van een demo. In de demo log je in op een standaard account van het CMS (je hoeft zelf geen account aan te maken) en kun je simpele acties uitproberen en bekijken hoe de interface eruit ziet.

Omzetservices

Bij omzetservices wordt er geen gebruik gemaakt van filmpjes of andere speciale methodes. Wat opvalt bij omzetservices is dat ze allemaal dezelfde onderwerpen terug laten komen in hun websites. Dit zijn de meest voorkomende onderwerpen:

- Work/Examples

Hier laten de omzetservices hun gemaakte werk zien. Hierdoor kunnen potentiële gebruikers kijken naar het design en de code.

- About/Team/Workflow

Hier stelt het bedrijf zich vaak voor aan de gebruiker en laat zien uit wie hun team allemaal bestaat. Vaak wordt ook het proces van de service getoond.

- FAQ

Meest gestelde vragen. Het gaat hier vaak over hoe lang het proces duurt, welke bestandstypen aangeleverd kunnen worden en andere technische zaken.

- Services (PSD naar HTML, PSD naar Wordpress etc.)

Veel bedrijven bieden meerdere diensten aan. Vaak zetten ze niet alleen een design om naar HTML, maar kun je er ook voor kiezen om er een CMS aan te koppelen.

- Order now

Het bestelformulier waar gebruikers een bestelling kunnen plaatsen.

Het bestelproces

Bij omzetservices leveren de gebruikers hun designs aan door middel van een bestelproces. Het bestelproces zit ingewikkeld in elkaar en bestaat meestal uit een lange lijst met opties. Het bevat meestal de volgende stappen:

- Layout, soort code en aantal pagina's
- Keuze van het CMS
- Extra voorkeuren (SEO, browser support, web-fonts, retina, etc.)
- Javascript/jQuery elementen

Na deze stappen te hebben doorlopen komt de gebruiker vaak uit bij een contactformulier waar de naam, e-mail adres en source file gegeven moeten worden. Vaak is er ook een overzicht van het ingevoerde project te zien, dit bevat meestal ook de geschatte prijs en levertijd. De levertijd van het design naar website met CMS varieert vaak van 1 tot 5 dagen, maar dit is totaal afhankelijk van de eisen van het project.

Bij het plaatsen van een bestelling wordt er bij de meeste omzetservices vanuit gegaan dat het design voor zichzelf spreekt, er wordt namelijk nooit aangegeven dat er commentaar bij het design geplaatst moet worden. Als het design onduidelijk is voor de omzetservice wordt er contact met de gebruiker opgenomen, zodat alle vragen gesteld kunnen worden via mail of een chatprogramma.

Keuze backend-code CMS

Bij het vergelijken van alle 15+ populaire omzetservices (bijlage 3) kwam duidelijk naar voren dat haast alleen maar backend CMS'en worden aangeboden om te koppelen aan een omgezet design. Hieruit ontstond de vraag waarom er niet gekozen wordt voor frontend CMS'en, zoals Spike momenteel is. De volgende redenen werden gegeven:

- Deze CMS'en hebben een grote community;
- De developers bij ons bedrijf hebben ervaring met deze systemen;
- De klanten vragen voornamelijk naar deze CMS'en;
- Er zijn veel extensies beschikbaar;
- Er zijn dingen met deze CMS'en die je simpelweg niet kunt doen met frontend CMS'en;
- Deze CMS'en zijn gebruiksvriendelijk;
- Deze CMS'en zijn ingewikkeld om op te zetten, de klanten kunnen het niet zelf.

De omzetservices hebben vele redenen om te kiezen voor backend CMS'en. Vaak staan ze wel open om een frontend CMS te koppelen aan een website, maar dan moet de gebruiker wel extra betalen. De uitgeschreven quotes van de bedrijven zijn te vinden in bijlage 4.

Usability Test

Methode beschrijving

Bij de usability test zijn er websites van omzetservices voorgelegd aan potentiële gebruikers om erachter te komen hoe gebruiksvriendelijk deze waren en om duidelijk maken hoe hun service werkt. De gebruikers moesten een aantal opdrachten uitvoeren en hierbij werden de audio, het beeldscherm en de persoon zelf opgenomen. De vragenlijst is te vinden in **bijlage 5**.

Vijf personen hebben meegewerkt aan de usability test. Volgens Nielsen (1993) zijn er niet meer dan vijf personen nodig voor het vinden van usability problemen tijdens tests. Hiernaast is deze test bedoeld om grote usability problemen te belichten, niet om achter alle problemen van een website te komen.

Bij de test is er gekozen om drie verschillende omzetservices voor te leggen. Deze websites wijken van elkaar af door het inzetten van verschillende methodes. Er is bij elke methode dus gekeken naar de reactie van de persoon, hieruit is opgemaakt welke het beste naar voren komt.

PSD2HTML

Met meer dan 70.000 voltooide projecten en een team van meer dan 370 personen is PSD2HTML één van de populairste en succesvolste omzetservices. PSD2HTML probeert de gebruiker als een persoon te benaderen door gebruik te maken van gerustellende quotes over de service en plaatjes van medewerkers die je toelachen. Verder op de homepage staan de pakketten die ze aanbieden, met welke merken ze hebben samengewerkt en algemene cijfers over het bedrijf.

XHTML4U

Deze omzetservice probeert de klant over te halen door gebruik te maken van termen zoals '100% hand-coded!' en '100% W3C valid'. Op de homepage

hebben ze een carousel staan die in het kort weergeeft hoe hun service in elkaar steekt en wat ze te bieden hebben. Hieronder staan de features van XHTML4U, het proces en wordt er verteld hoe goed de service wel niet is. Onderaan de homepage staat er een grote 'Order now' button en met welke merken ze hebben samengewerkt.

PSDgator

De website van deze omzetservice steekt heel simpel in elkaar. Als een one page website staat alle informatie van de website onder elkaar. Bovenaan de pagina hebben ze een carousel van drie slides. Elke slide geeft een globale stap in het proces weer en somt daarbij de voordelen op van de service. Daaronder geven ze aan welke services ze aanbieden, de projecten die ze voltooid hebben (inclusief testimonials), de meest gestelde vragen, en een simpel bestelproces.

Resultaten

Elke website is eerst één keer getest. Hierna is er gekozen om de website die het beste naar voren kwam nog twee keer te testen.

Meest opvallende punten bij de test:

PSD2HTML

- Gebruikers klikken op elementen en weten niet waar ze terecht komen. De informatie waar ze naar op zoek zijn wordt niet geboden.
- De carousel met medewerkers voegt niets toe en is niet het eerste wat de gebruiker wil zien. De gebruiker wil eerst meer informatie over de service en hoe het proces in elkaar steekt.
- De pagina waar het proces wordt uitgelegd is onduidelijk. Het wordt met te veel tekst uitgelegd en te weinig beeld.
- De 'Examples' pagina wordt gewaardeerd, maar er wordt te veel getoond.
- De gebruikers vinden het fijn dat er een prijsindicatie wordt gegeven, maar hebben geen idee wat de opties betekenen die ze aangeklikt hebben.

XHTML4U

- De gebruikers weten niet waar ze moeten beginnen op de website; er gebeurt te veel. Een carousel met animaties en te veel tekst.
- De gebruikers hebben geen verstand van termen zoals '100% hand-coded' en '100% W3C valid'.
- Het eerste wat de gebruikers willen weten is hoe de service werkt, maar dat is moeilijk te vinden.
- De gebruikers vinden het fijn dat er een prijsindicatie wordt gegeven, maar hebben geen idee wat de opties betekenen die ze aangeklikt hebben.

PSDgator

- De website bestaat uit te veel tekst. De gebruikers raken hierdoor het overzicht kwijt en nemen niet de tijd om alles te lezen.
- De uitleg van de service is onduidelijk. De gebruikers weten niet hoe ze bestanden aan moeten leveren en hoe deze omgezet worden.
- De website geeft geen vertrouwd gevoel. Dit komt daardoor de voorbeelden van gemaakt werk plaatjes zijn, er geen duidelijke contactpagina is en er onpersoonlijke testimonials gebruikt worden.

Over het algemeen willen gebruikers een rustige, overzichtelijke website die op hun gericht is. De gebruikers weten niet waar ze naar moeten kijken als er op het eerste gezicht al veel elementen aanwezig zijn, al helemaal niet wanneer deze elementen bewegen.

De gebruiker vindt het belangrijk dat hij op de juiste manier wordt aangesproken. Aangezien de potentiële gebruikers grafisch ontwerpers zijn, wordt vaak aangegeven dat ze vaker beelden nodig hebben om dingen te begrijpen, in plaats van lange teksten en moeilijke termen.

De weg naar het bestelproces moet natuurlijk aanvoelen. Op het moment dat je bij het bestelproces bent aangekomen moet je alles duidelijk zijn.

Bouwstenen

- De informatie die wordt gegeven over de service moet simpel én op de grafisch ontwerper gericht zijn:
 - a. Geen gebruik van moeilijke termen die alleen webdevelopers snappen;
 - b. Gebruik van beeld in plaats van lange teksten.
- Hetgeen wat de gebruiker als eerst wil weten is hoe de service werkt en hoe hij zijn bestanden aan moet leveren;
- De structuur van de website moet duidelijk zijn, de gebruiker moet weten waar hij zich bevindt;
- Er moet niet te veel informatie in één keer getoond worden, maar er moet wel de mogelijkheid zijn om meer informatie aan te vragen.

Discussie

De usability test heeft de meeste informatie en inzichten geleverd aan mijn onderzoek. Door de websites van concurrenten voor te leggen aan de potentiële doelgroep kon er gekeken worden naar alle foute en goede dingen die de concurrenten doen. Op deze manier hoefde er zelf (nog) niets gemaakt te worden en kon er gekeken worden naar meerdere websites die verschillende methodes toepassen.

Door de groep van testpersonen klein te houden werd er vooral gefocust op de grote problemen die de websites van de concurrenten hadden. Elke testpersoon liep wel tegen verschillende dingen op dan de andere testpersonen, maar als alle testpersonen tegen één ding oplopen is er echt iets mis. Door vooral de 'grote' problemen te verkrijgen is er overzicht gebleven in het onderzoek zonder er teveel tijd aan te besteden.

Bouwstenen en thema's

Tijdens het onderzoek zijn er allerlei bouwstenen verzameld. Deze bouwstenen kunnen onderverdeeld worden in thema's. Het uiteindelijke concept - en de realisatie daarvan - moet over al deze thema's beschikken om te voldoen aan de gebruikersbehoeften.



Veiligheid

- De gebruikers hoeven niets te installeren;
- De gebruikers willen dat er een grote informatiebron beschikbaar is.
- De structuur van de website moet duidelijk zijn, de gebruiker moet weten waar hij zich bevindt;



Informatie

- De gebruikers willen dat er een grote informatiebron beschikbaar is.
- De informatie die wordt gegeven over de service moet simpel én op de grafisch ontwerper gericht zijn:
 - a. Geen gebruik van moeilijke termen die alleen webdevelopers snappen;
 - b. Gebruik van beeld in plaats van lange teksten.
- De gebruikers hoeven niet iets compleet nieuws te leren;
- Er moet niet te veel informatie in één keer getoond worden, maar er moet wel de mogelijkheid zijn om meer informatie aan te vragen.
- Hetgeen wat de gebruiker als eerst wil weten is hoe de service werkt en hoe hij zijn bestanden aan moet leveren;



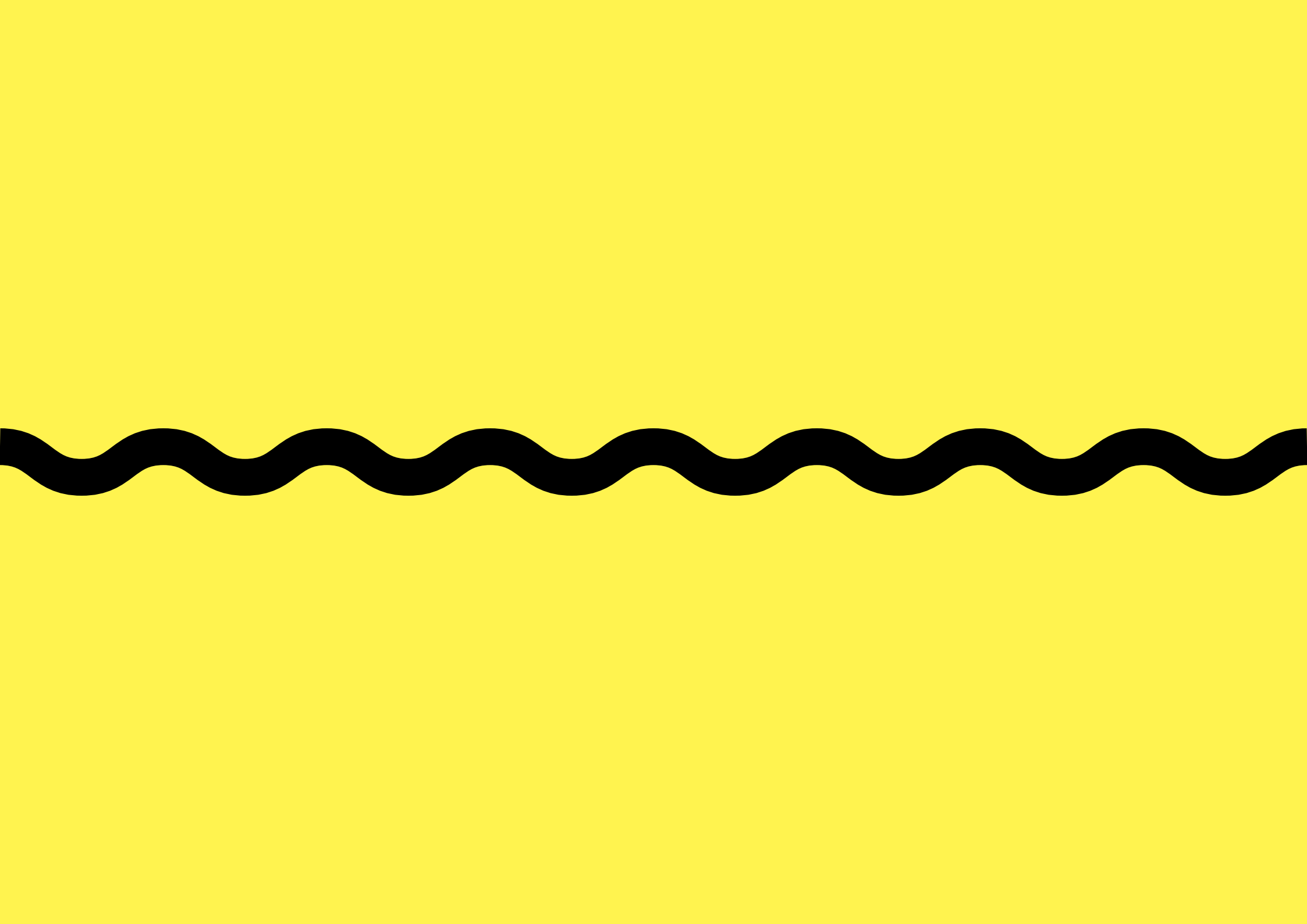
Betrokkenheid

- Gebruikers kunnen direct in contact staan met de webdeveloper en hier suggesties/feedback aan vragen;
- Naderhand mogelijkheid om dingen aan te passen;
- Mogelijkheid om functionaliteit te previewen;
- Gebruikers moeten de mogelijkheid hebben om aantekeningen bij het design te plaatsen;



Tijdsbesparing

- Gebruikers moeten de mogelijkheid hebben om het design aan te leveren in het programma waar ze het liefst mee werken;
- Gebruikers moeten de mogelijkheid hebben om aantekeningen bij het design te plaatsen;
- Gebruikers kunnen direct in contact staan met de webdeveloper en hier suggesties/feedback aan vragen;





OP WEG NAAR HET EINDE

De weg naar het uiteindelijke concept en de realisatie daarvan valt op te splitsen in vijf delen:

1. Afronding van het onderzoek - pagina 23
2. Eerste ideeën - pagina 24
3. Eigen image tool en eerste prototype - pagina 26
4. Uiteindelijke concept - pagina 37

Afronding van het onderzoek

Het eerste deel vond plaats tijdens de afronding van het onderzoek. Toen bijna alle gegevens waren verzameld, kwam een duidelijke richting voor het concept naar voren.

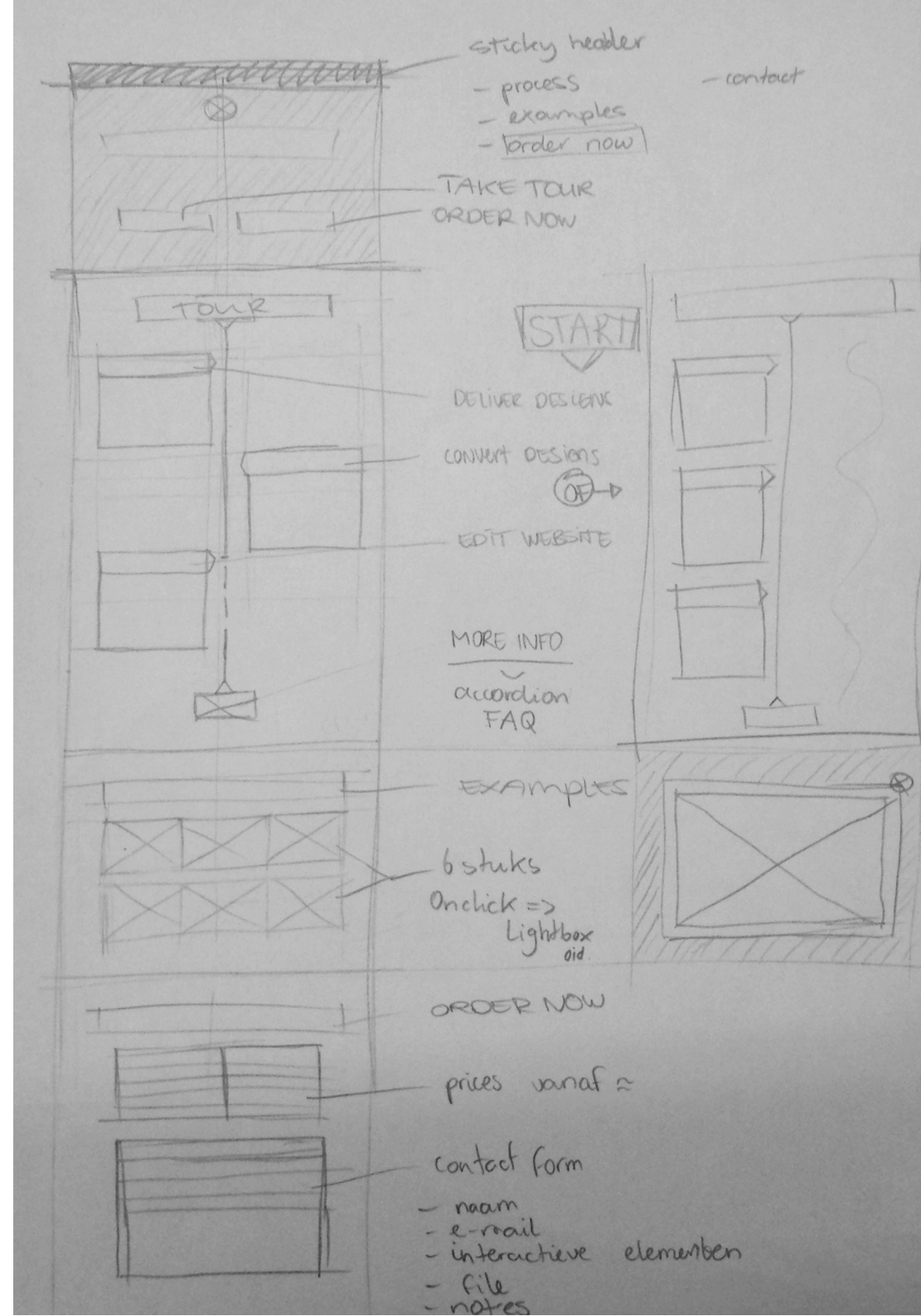
Uit de usability tests werd duidelijk dat alle concurrenten onduidelijke en/of drukke websites hadden. Dat terwijl de weg naar het bestelproces juist overzichtelijk moet zijn en natuurlijk aan moet voelen. Uit de usability tests kwam naar voren dat PSDgator het meest duidelijk was voor de gebruiker. Door het gebruik van een one page website hoeft de gebruiker bij PSDgator niet verschillende pagina's af te zoeken voor de juiste informatie; de gebruiker hoeft alleen maar te scrollen. De gebruikers vinden niet (snel) de juiste informatie als ze moeten zoeken op verschillende pagina's. Als ze scrollen komen ze het automatisch tegen.

Door de navigatie van de website te beperken tot enkel het gebruik van scrollen moet de gebruiker een bepaald pad volgen. Een pad dat in dit geval eindigt bij een bestelformulier. Tegen de tijd dat de gebruiker bij het bestelformulier aankomt moet alles duidelijk zijn.

Met een one page website als uitgangspunt werd het concept verder ontwikkeld en werd er gekeken naar de onderzoeksresultaten. Een ergernis van de testpersonen was dat niet duidelijk wordt gemaakt hoe de service werkt, terwijl dat het eerste is wat de gebruiker wil weten.

Het eerste idee om de gebruiker op de hoogte te stellen van het proces was door middel van een tijdlijn. Puntsgewijs wordt het proces uitgelegd aan de gebruiker, door middel van plaatjes en korte kernpunten. Hierbij is een schets gemaakt, die te zien is in **afbeelding 2**.

Afbeelding 2. Eerste schets



Eerste ideeën

Vanaf de eerste schets is het concept verder uitgewerkt. Met een one page website kan het proces duidelijk worden gemaakt aan de potentiële gebruiker, maar de gebruiker moet ook zijn design duidelijk kunnen maken aan Spike. Als het design niet duidelijk is voor Spike, kan het niet omgezet worden, of - zoals in de huidige situatie gebeurt - verkeerd omgezet worden. Ook hebben de potentiële gebruikers in de interviews aangegeven dat ze zich ergeren aan onjuiste omzetting van een design door de webdeveloper. Goede communicatie tussen beide partijen is dus een belangrijk punt.

De gebruikers moeten kunnen communiceren met Spike medewerkers zonder dat het veel tijd kost. Bij concurrenten gaat alle communicatie via mail of chatprogramma's zoals Skype, maar op die manier wordt alle communicatie met enkel tekst gedaan. Als een bepaald element in een design onduidelijk is, is dat lastig om te verwoorden.

Om het communicatieprobleem op te lossen werd er gekeken naar opties waarmee de gebruiker naderhand (na het maken van een design) kan aangeven hoe zijn design in elkaar steekt op een manier dat beide partijen het begrijpen. Hieruit onstonden twee ideeën.

Spike plugin voor Adobe programma's

De gebruikers van Spike moeten al hun designs maken in programma's van Adobe. Hierdoor zou het mogelijk zijn om door middel van een plugin de functionaliteit van het programma uit te breiden. Bijvoorbeeld het toevoegen van commentaar op bepaalde gedeeltes van een design, wat gedeeld kan worden met Spike medewerkers.

Al snel liep dit idee stuk. Het installeren van een plugin voor Adobe is weer een extra handeling, die voor veel personen als vervelend ervaren kan worden. Hiernaast komt het ook onveilig over als er iets geïnstalleerd moet worden voor een service die de gebruiker pas net kent.

Pixelapse

Pixelapse is een tool waarmee je Adobe bestanden kunt delen met andere mensen. Elke keer als je een bestand opslaat in een Adobe programma wordt het online gesynchroniseerd. Hierdoor kun je online de verschillende versies van je werk terugkijken (fullscreen previews van je design, niet alleen de bestandsnaam), vergelijken en downloaden.

Hiernaast heb je ook de mogelijkheid om commentaar te plaatsen op elk gewenst gedeelte van het bestand. Je selecteert met behulp van een marquee tool een stuk van het design en kan daarop commentaar geven. Commentaar kan door elk persoon gegeven worden en wordt op een Google Docs-achtige manier weergegeven aan de rechterkant van het scherm.

Door Pixelapse toe te passen op Spike kunnen grafisch ontwerpers direct in contact staan met HoverKraft/het externe bureau dat de designs omzet naar websites. Ontwerpers kunnen aantekeningen geven bij interactieve elementen, om uit te leggen hoe ze willen dat deze gaan werken. Als HoverKraft/het externe bureau hier opmerkingen op heeft, kan hier direct een reactie op geplaatst worden.

Om Pixelapse te gebruiken moet je via de website een account aanmaken. Hierna kun je ervoor kiezen om de Pixelapse applicatie te installeren op je device. Deze applicatie maakt een mapje aan op je device (vergelijkbaar met Dropbox en Google Drive). Door bestanden in de Pixelapse map te plaatsen worden deze direct gesynchroniseerd. Via de website, of gewoon in het mapje zelf, kun je nieuwe 'projecten' aanmaken. Je kunt aan elk project mensen toevoegen, die weer te onderscheiden zijn in 'Admins', 'Collaborators' en 'Reviewers'. Admins kunnen zelf ook nieuwe personen toevoegen, collaborators kunnen alleen bestanden aanpassen en synchroniseren, en reviewers kunnen alleen de bestanden bekijken.

Een groot nadeel aan Pixelapse is dat gebruikers weer een extra account moeten aanmaken. Hierdoor worden alle klanten neergelegd bij Pixelapse en heeft Spike niet meer de controle. Spike kan ook niet goed reageren op de eisen en wensen van de gebruikers, aangezien Spike niet in staat is om de tool te veranderen.

Wij helpen jou je doelgroep te bereiken. Helder, eenvoudig en krachtig.

Hallo, wij zijn HoverKraft.

×

Dit is een slideshow.

 Assign to [no one](#) ▼

New Conversation

Afbeelding 3. Pixelapse comment systeem

Eigen image tool en eerste prototype

Naast dat Pixelapse ervoor zorgt dat Spike de controle verliest over zijn klanten, heeft Pixelapse ook veel functies die onnodig zijn voor Spike gebruikers. Door het toevoegen van onnodige functies zullen er alleen maar extra vragen opgeroepen worden, wat de tijdsduur van een project alleen maar negatief zal beïnvloeden. Een logische stap is dat Spike zijn eigen image tool moet hebben. Als Spike zijn eigen image tool heeft hoeven de gebruikers niet naar een andere plek om dingen te regelen. Spike heeft de totale controle over alle zaken en kan zich aanpassen op de eisen en wensen van de gebruikers.

One page website met Spike image tool

Met behulp van de onderzoeksresultaten is het eerste prototype ontwikkeld. Deze is te vinden in <http://robbertlokhorst.nl/spike>. Het prototype heeft de volgende structuur gekregen:

- Korte uitleg in kernzin;
- Uitleg proces;
- Voorbeelden van gemaakt werk;
- Frequently asked questions;
- Bestelformulier;
- Spike tool;

Deze structuur is gekozen om de gebruiker op een natuurlijke manier te leiden naar het bestelformulier.

Korte uitleg in kernzin

Als een gebruiker op de one page website terecht komt is het eerste wat hij ziet een korte kernzin die aangeeft waar de website over gaat. Dit kan bijvoorbeeld zijn "Spike turns your design into an editable website, without any code". Het is belangrijk om rust te creëren als de gebruiker op de pagina komt. Uit de usability tests kwam naar voren dat het als onprettig wordt ervaren als er op het eerste gezicht veel gebeurt.

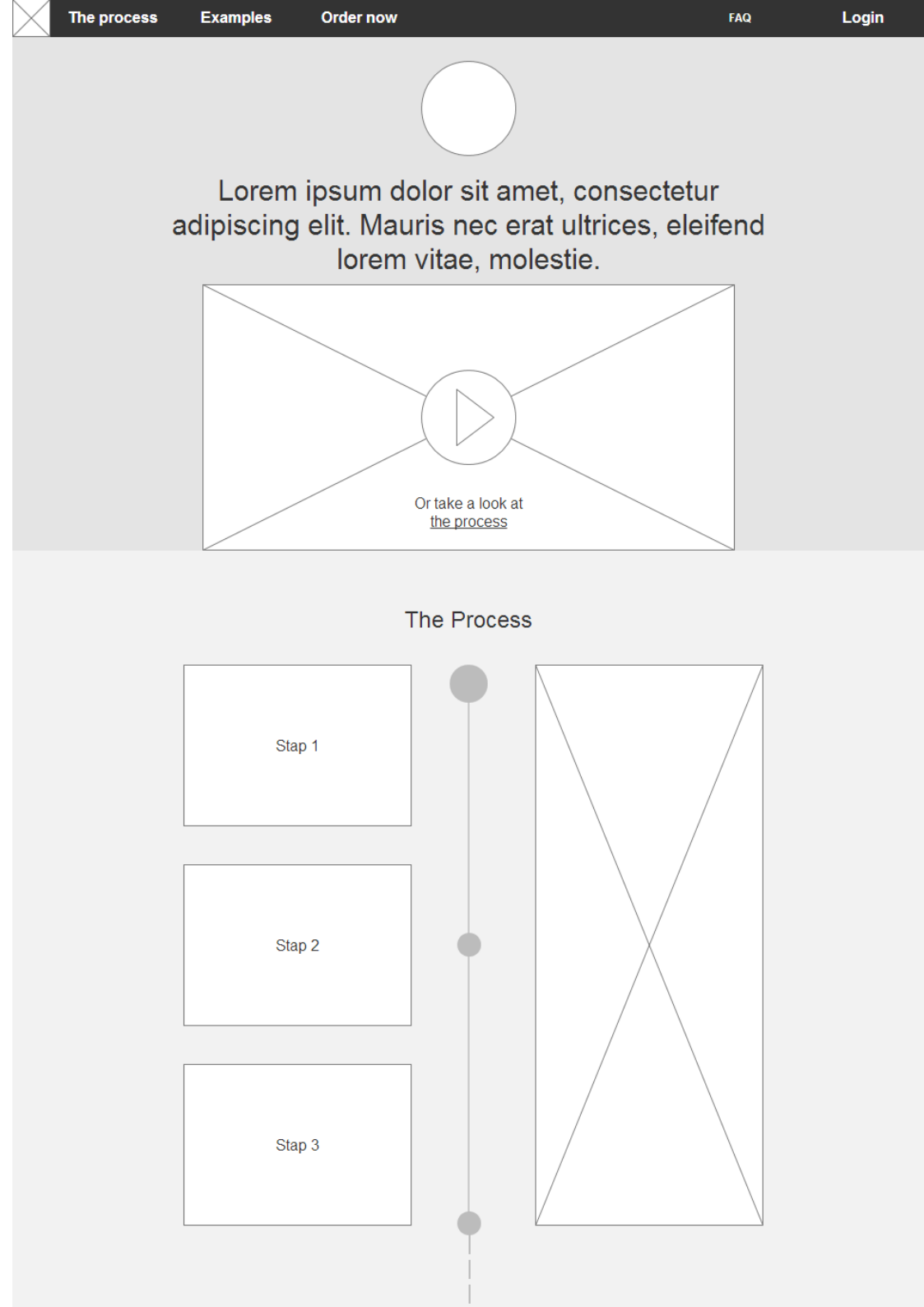
Uitleg proces

Het proces kan uitgelegd worden op twee verschillende manieren. Het gebruik van een video en/of het gebruik van een tijdlijn waar de stappen worden weergegeven.

Een korte video kan duidelijk maken hoe het proces werkt. CMS'en gebruiken over het algemeen ook deze methode om gebruikers te laten zien hoe hun systeem in elkaar zit. In een paar minuten krijgt de gebruiker te zien waar de service voor staat, hoe het werkt en hoe ze bestanden aan moeten leveren. Vanuit de bureaustoel kunnen ze rustig een paar minuten kijken en luisteren; ze hoeven geen tekst meer te lezen. Op deze manier wordt de content op een beeldende manier naar de grafisch ontwerper gebracht.

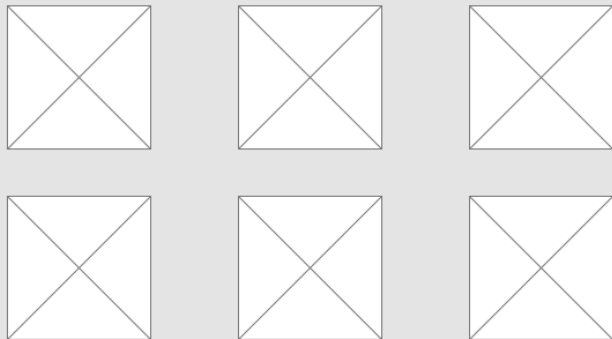
Als de gebruiker verder scrollt komt hij uit bij de uitleg van het proces. Zoals in de eerste schets staat beschreven wordt deze puntsgewijs uitgelegd door plaatjes en korte kernpunten. Als de gebruiker alle stappen heeft doorlopen kan hij op een knop klikken voor meer informatie. Het is belangrijk dat niet alle informatie in één keer wordt getoond, anders weet de gebruiker niet waar hij moet beginnen en moet er onnodig veel gescrold worden.

Afbeelding 4. Eerste prototype kernzin en proces



More information

Examples



Order now

Name..

Email adress..

Project details

Bestand kiezen Geen bestand gekozen

?

-- How many interactive elements does your file contain? --

?

Create account and project!

Examples

Hierna komt de gebruiker uit bij de examples. Uit het onderzoek is naar voren gekomen dat de potentiële gebruikers het fijn vinden om eerder gemaakt werk te zien. Dit betekent niet dat ál het werk getoond moet worden. Een selectie van een paar werken is fijn voor de gebruiker om te bekijken of de omzetservice betrouwbaar is en goed werk levert.

Met een klein plaatje, naam en sector van het project kan de gebruiker snel zien welke gemaakte websites voor hem interessant zijn. Bij het aanklikken van dit kleine plaatje krijgt de gebruiker de daadwerkelijke website te zien.

Het is cruciaal dat de echte website getoond wordt, niet een slideshow van plaatjes. Bij de usability tests kwam namelijk naar voren dat het niet een veilig gevoel geeft als alleen plaatjes getoond worden, aangezien de code en interactie een website maakt wat het is.

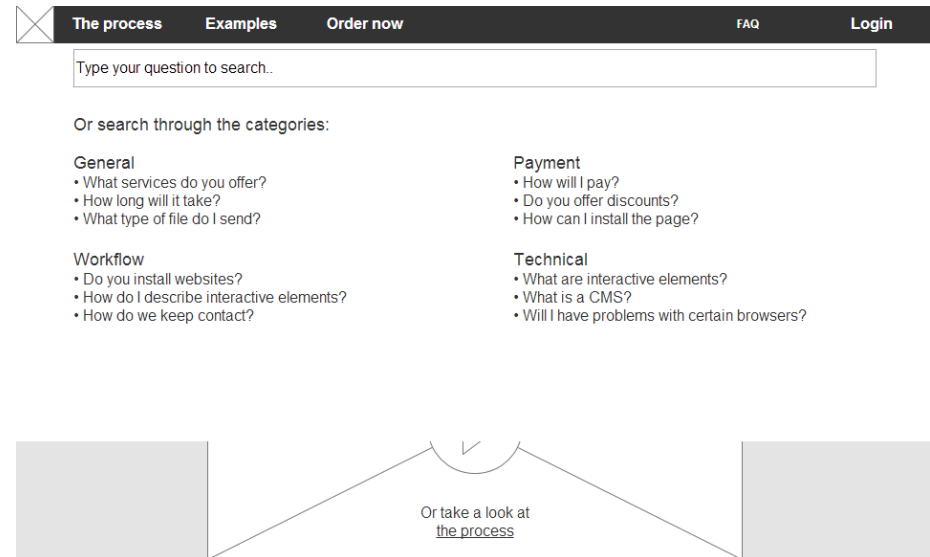
Bestelformulier

Het bestelformulier is hetgeen waar je het bezoek van Spike mee wilt afsluiten. Uit het onderzoek is gebleken dat je vóór deze stap eerst de gebruiker duidelijk moet hebben gemaakt hoe het proces in elkaar steekt en hoe de gebruiker zijn design aan moet leveren. Op het moment dat de gebruiker bij het bestelformulier aankomt moet hij geen vragen meer hebben. Als de gebruiker nog vragen heeft kan hij door middel van de informatie knoppen hier achter komen.

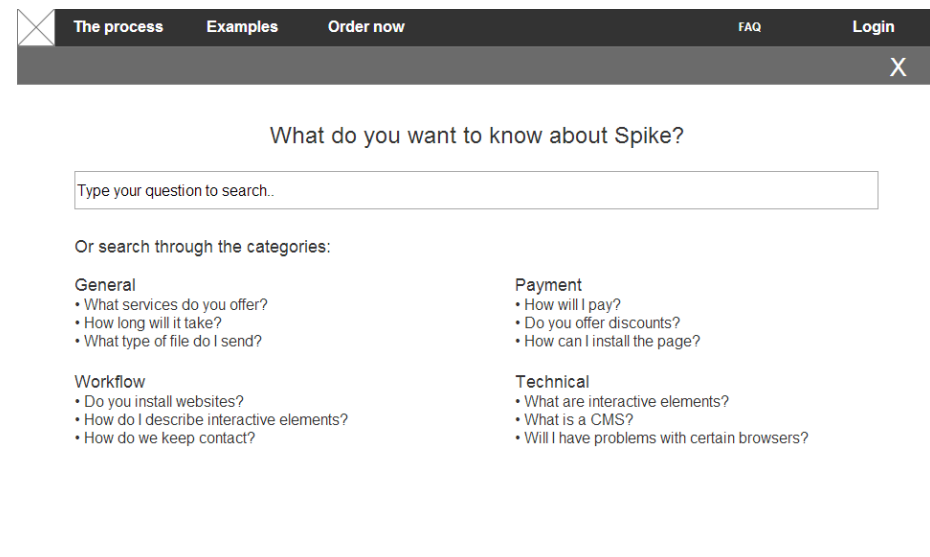
Frequently asked questions (FAQ)

De potentiële gebruiker het fijn vindt om een grote informatiebron te hebben op de website in de vorm van een FAQ. Hierbij is het wel belangrijk dat niet alle informatie in één keer wordt getoond. De mogelijkheid om door de FAQ te bladeren door middel van een zoekfunctie is heel aantrekkelijk, aangezien de gebruiker dan snel de informatie kan filteren en kan vinden wat hij nodig heeft.

De FAQ moet te allen tijde makkelijk te raadplegen zijn. Door op de 'FAQ'-knop te drukken komen de meest gestelde vragen naar beneden schuiven als een overlappende pagina. De gebruiker kan op deze pagina zijn vragen opzoeken en weer verder gaan met waar hij gebleven was door de pagina weg te klikken.



Afbeelding 6. De FAQ komt als een overlappende pagina naar beneden schuiven.



Afbeelding 7. De FAQ pagina als deze uitgeklappt is.

Spike tool

Op het moment dat er een bestelling wordt geplaatst krijgt de gebruiker direct toegang tot de Spike tool. Gebruikers krijgen hierbij een vergelijkbare - maar simpelere - versie van Pixelapse. Om het systeem simpel te houden worden enkel drie functies gegeven aan de gebruiker:

- Reageren;
- Prototypen;
- Previewen;

Deze functies zullen aan de hand van de afbeeldingen met nummers uitgelegd worden.

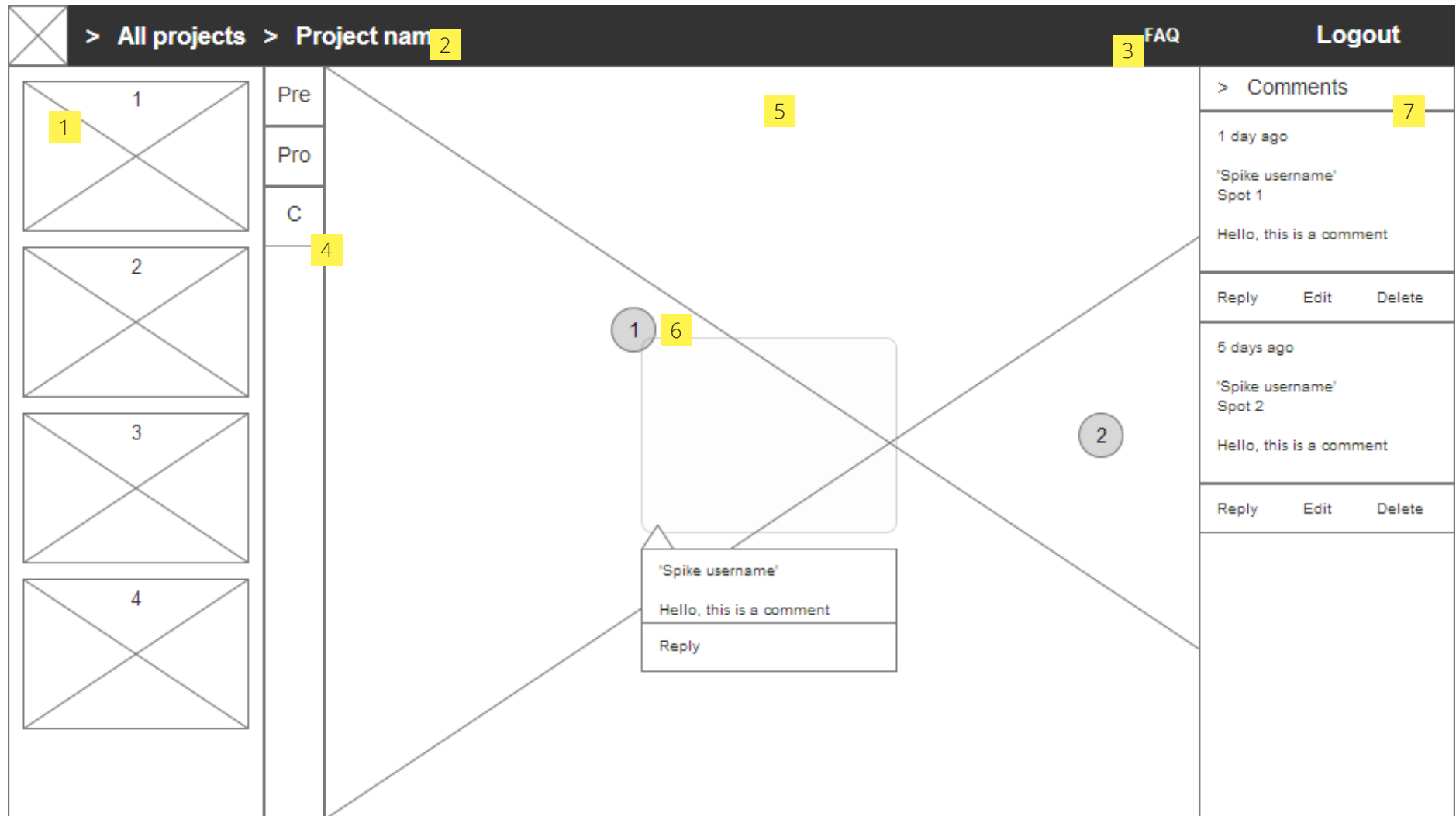
Reageren

Met deze functie kunnen de gebruikers en HoverKraft/extern bureau met elkaar communiceren over het design. Door deze communicatie kan het design duidelijk gemaakt worden aan HoverKraft en kan HoverKraft vragen stellen bij bepaalde elementen die onduidelijk zijn in het design. Zie **afbeelding 8**.

1. Alle pagina's/artboards uit het InDesign/Illustrator bestand worden hier onder elkaar gepreviewd.
2. De naam van het gemaakte project. De gebruiker krijgt overzicht door te zien waar hij zich bevindt.
3. De FAQ is ook vanuit de Spike tool beschikbaar. De FAQ komt ook hier als een overlappende pagina tevoorschijn.
4. De uitgelichte pagina/artboard. Standaard is dit de eerste pagina/artboard. Deze pagina vult het gehele scherm.
5. De verschillende tools die beschikbaar zijn in de Spike tool. Deze worden uiteindelijk weergegeven met iconen die vergelijkbaar zijn met de iconen uit Illustrator/InDesign.
6. Een geplaatste comment. Comments kunnen gemaakt worden door

een vlak te trekken met de marquee tool. Het vlak kan net zo groot of klein worden als de gebruiker hem wil maken. Onder het vlak kan het commentaar geplaatst worden.

7. Al het geplaatste commentaar komt op deze plek terug. Het is een overzicht waar alle comments aangepast of verwijderd kunnen worden. Ook kan er vanuit hier gereageerd worden op comments.



Afbeelding 8. Spike tool comment mode

Prototype

Dit is een functie die niet bestaat in Pixelapse, maar wel aansluit op de behoeftes van de gebruikers. In de interviews werd aangegeven dat gebruikers niet de mogelijkheid hebben om functionaliteit te previewen bij het maken van een design. Hierdoor zullen in het design sneller fouten gemaakt worden, omdat er geen duidelijk beeld geschetst kan worden bij de werking ervan.

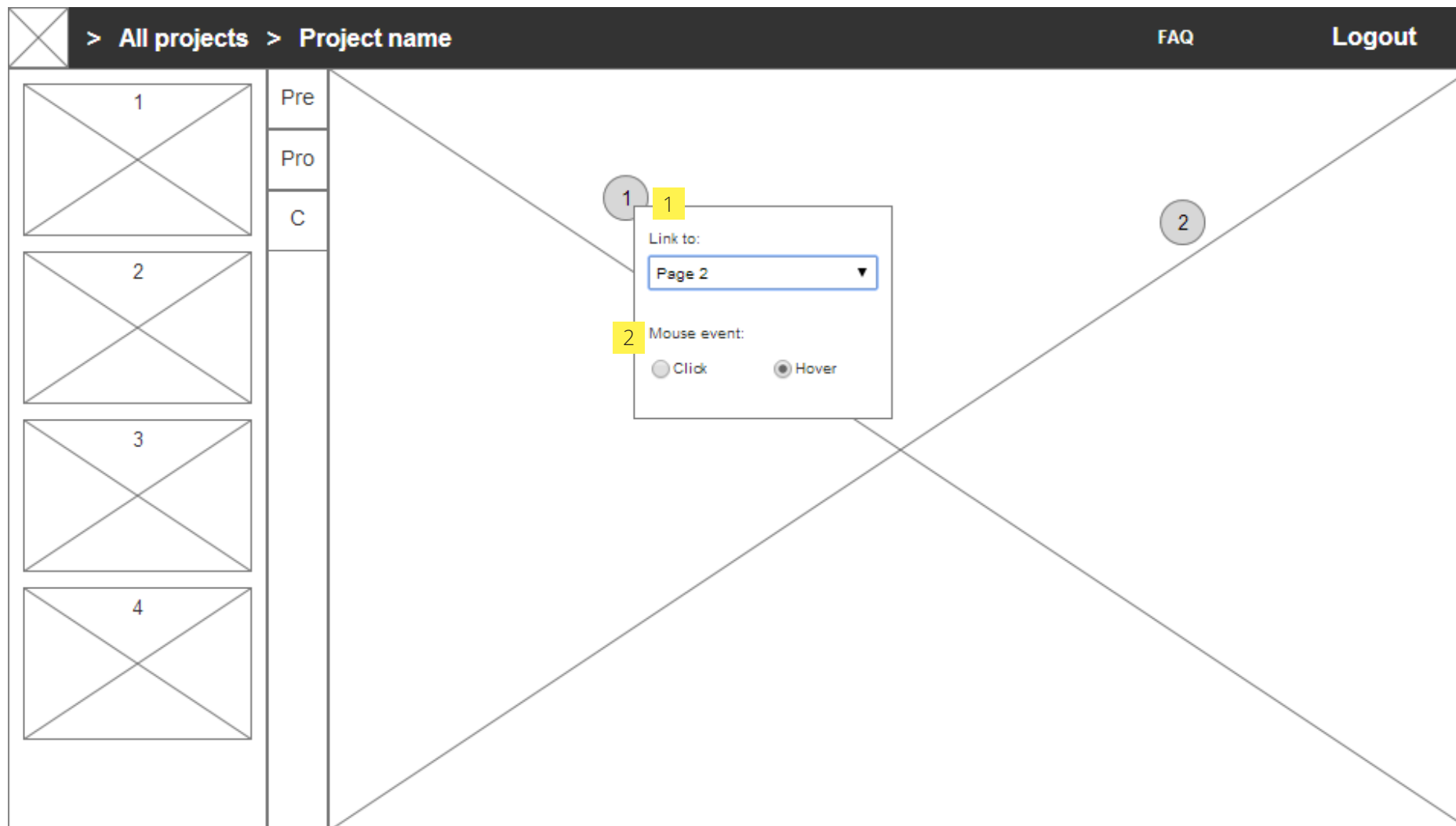
In deze modus kunnen gebruikers pagina's/artboards met elkaar linken. Door het gebruik van de marquee tool kunnen ze vlakken selecteren en hierbij aangeven naar welke pagina/artboard gelinkt moet worden. Zie **afbeelding 9**.

1. Naar welke pagina moet er gelinkt worden.
2. Wanneer moet er naar de pagina verwezen worden.

Preview

De preview functie geeft de gebruiker de mogelijkheid om het prototype te testen. In dit scherm kan de gebruiker geen vlakken meer trekken, maar test enkel de functionaliteit van het design.

Hier kan de gebruiker zijn design bekijken zonder dat hij alle comment- en prototypevlakken ziet staan. De gebruiker heeft hier de mogelijkheid om zijn design (fullscreen) door te klikken en erachter te komen waar nog fouten zitten.



Afbeelding 9. Spike tool prototype mode

Hoe wordt het ingezet?

Bij het plaatsen van een bestelling/aanmaken van een project wordt er automatisch een account aangemaakt voor de bezoeker.

Als de gebruiker een nieuw project aanmaakt wordt HoverKraft/extern bureau hier automatisch van op de hoogte gebracht via mail. De nieuwe projecten worden bekeken en er wordt beoordeeld of ze überhaupt binnen de richtlijnen/restricties van Spike vallen. Als dit het geval is kan HoverKraft/extern bureau het project goedkeuren. Bij deze goedkeuring wordt er automatisch een e-mail gestuurd naar de gebruiker. Hierbij wordt hij verzocht om commentaar te plaatsen op de interactieve elementen van het design. Door op de website van Spike in te loggen kan de nieuwe gebruiker zijn gemaakte project zien. In dit project zijn de 'source file' en contactgegevens te vinden.

De gebruiker kan nu commentaar plaatsen, een prototype maken van het design en deze bekijken/doorklikken. Het commentaar dat geplaatst wordt door de gebruiker wordt gelezen door HoverKraft. Hier kan dan weer op gereageerd worden en gevraagd worden om bepaalde elementen uit te leggen. Na het afronden van al het commentaar kan de gebruiker goedkeuring geven voor het project. Na het geven van deze goedkeuring kan het design omgezet worden door HoverKraft/extern bureau.

Flowchart

Om een beeld te schetsen van hoe de one page website en de Spike tool in elkaar zitten is er een flowchart gemaakt.

1. Home
> stap 2

2. Scroll of skip
Scroll > stap 3
Skip > stap 4

3. Scroll langs alle pagina's
> stap 4

4. Start a project
Ja > stap 5
Nee > stap 12

5. HoverKraft wordt op de hoogte gebracht van aanmelding. HoverKraft bekijkt of project binnen de richtlijnen/restricties valt. Gebruiker krijgt e-mail met inloggegevens, maar wordt ook automatisch al ingelogd op Spike.
> stap 6

6. Goedgekeurd door HoverKraft?
Ja > stap 7
Nee > stap 13

7. In de Spike tool
Comments > stap 8
Prototype > stap 9
Preview > stap 10

8. Comments plaatsen?
Ja > stap 12
Nee > stap 11

9. Prototypen

10. Previewen

11. HoverKraft plaatst enkele comments
> stap 14

12. HoverKraft reageert op comments
> stap 13

13. Is het design helemaal duidelijk voor HoverKraft?
Ja > stap 15
Nee > stap 11

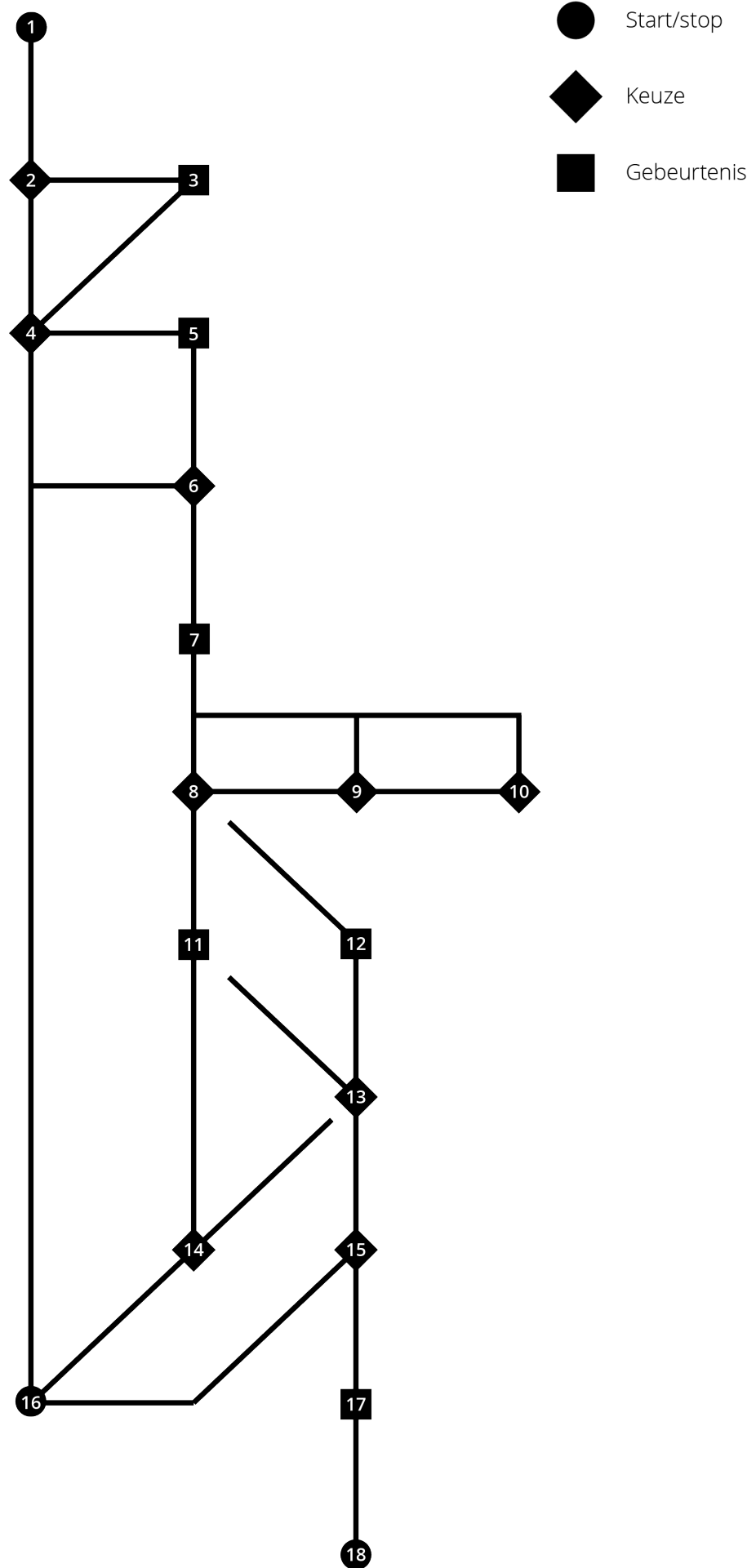
14. Reageren op comments?
Ja > stap 13
Nee > stap 16

15. Betalen?
Nee > stap 16
Ja > stap 17

16. Stop

17. Design wordt omgezet
> stap 18

18. Krijg e-mail met bestanden



Uiteindelijke concept

Na het adviesrapport is er de keuze gemaakt om de one page website en de Spike tool nog lichtelijk aan te passen voordat het getest gaat worden bij de potentiële doelgroep. Deze aanpassingen zijn gemaakt om de gebruikerservaring van Spike te verbeteren en ervoor te zorgen dat het simpel blijft.

One page website

De grootste aanpassingen bij de one page website zitten in het uitleggen van het proces. In plaats van een korte uitleg door een filmpje en een stappenplan, is er gekozen om het proces uit te leggen door middel van scroll animaties. Deze keuze is gemaakt omdat de gebruiker een filmpje makkelijk over kan slaan en zich niet in kan leven in een stappenplan met plaatjes. De scroll animaties zullen ook een stappenplan doorlopen, maar de nadruk zal hierbij liggen op de animaties. Scroll animaties zullen onder andere goed werken omdat:

- Ze ervoor zorgen dat de gebruikers op een natuurlijke wijze begeleid worden naar het bestelformulier, scrollen hoort bij een website;
- De gebruiker kan de animaties moeilijk overslaan, aangezien tijdens het verder scrollen de animaties afgespeeld worden;
- De grafisch ontwerper wordt aangesproken, aangezien er veel gebruik wordt gemaakt van beeld, in plaats van veel teksten;

Voor het ontwikkelen van de scroll animaties moesten eerst de stappen van het proces uitgeschreven worden. De volgende stappen zijn vastgesteld:

1. Introductie
2. Design je website in een Adobe programma
3. Upload je design naar Spike
4. Uitleg Spike tool
5. Je design wordt omgezet
6. Je krijgt je website toegestuurd

Dit stappenplan wordt doorlopen met behulp van een character. De character moet de gebruiker voorstellen: een grafisch ontwerper die nog nooit eerder met Spike heeft gewerkt. De character voert alle handelingen uit die nodig zijn om een project op Spike aan te maken en te voltooien. Bij elke stap wordt met tekst een korte uitleg gegeven, maar er blijft de mogelijkheid om uitgebreide informatie te verkrijgen.

Op de volgende pagina's worden de stappen verder uitgelegd met een korte beschrijving. Na het uitleggen van de stappen worden ook de vernieuwde examples- en bestelpagina uitgelegd.

De geanimeerde versie van de stappen is te vinden op <http://www.robberthlokhurst.nl/new-spike>. De totstandkoming van de stijl is te vinden in bijlage 6. Het gehele project is te vinden op <https://github.com/bobtrol/SpikeHomepage>

Step 1: Design your website in InDesign or Illustrator

7



This is you:

- Graphic designer
- Not much of a coder
- Awesome

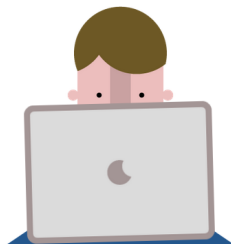
Introductie

De gebruiker wordt hier voorgesteld aan de digitale character. Net als de gebruiker zelf is de character een grafische ontwerper die niet kan coderen.

Afbeelding 10. Introductie animatie

Step 1: Design your website in InDesign or Illustrator

7



This is you:

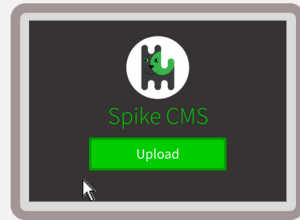
- Graphic designer
- Not much of a coder
- Awesome

Design je website in een Adobe programma

Doordat de character niet kan coderen moet het design gemaakt worden in een Adobe programma. In de animatie is te zien dat de character druk aan de slag is op zijn laptop.

Afbeelding 11. Eerste stap

Step 2: Upload your design to Spike



Spike only needs your:

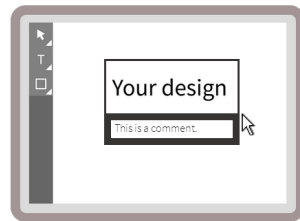
- Source file
- Name
- Email address

Upload je design naar Spike

Na het maken van een design moet deze opgestuurd worden naar Spike. In de animatie is te zien dat het design wordt geüpload.

Afbeelding 12. Tweede stap

Step 3: Make use of the Spike tool



The Spike tool:

Clarify your design by placing comments and discuss your design with a Spike webdeveloper.

Uitleg Spike tool

Nadat het design is geüpload krijgt de gebruiker toegang tot de Spike tool. Met deze tool moet je commentaar plaatsen op je design zodat het design duidelijk is voor de Spike medewerkers. In de animatie is te zien dat de character commentaar plaatst op zijn design en dat het goedgekeurd wordt door Spike.

Afbeelding 13. Derde stap

Step 4: We code your website



Take a moment

In just 5 days we will code your website.

Je design wordt omgezet

Tijdens het omzetten van een design hoeft de gebruiker alleen maar te wachten. Het omzetten zal zo'n vijf dagen duren. In de animatie is te zien dat de dagen afgeteld worden.

Afbeelding 14. Vierde stap

Step 5: You get your files



Examples

More information

Je krijgt je website opgestuurd

Nadat het design is omgezet krijgt de gebruiker de website opgestuurd. In de animatie is te zien dat de character na vijf dagen de website opgestuurd krijgt.

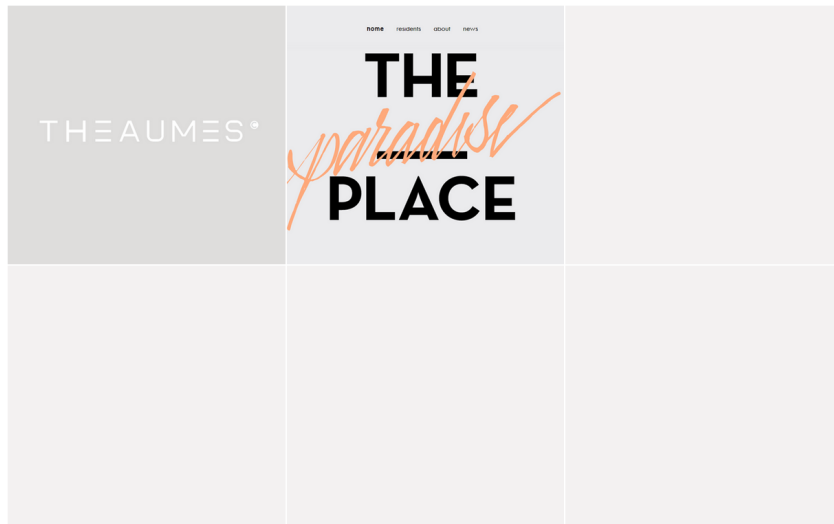
Afbeelding 15. Vijfde stap

New email:

From: Spike CMS

Subject: Your website is ready!

Examples



Examples

De vorm van de examples pagina is nauwelijks veranderd sinds de wireframes. Als een bezoeker met de muis over één van de examples gaat krijgt hij te zien voor wie de website gemaakt is en in welke sector het bedrijf zich bevindt.

Als er op het plaatje geklikt wordt, opent de website in een nieuw venster. Hier krijgt de bezoeker de opgeleverde versie van de website te zien en kan hier inspiratie uit opdoen.

Afbeelding 16. Vierde stap

Start a project

Het bestelproces is veranderd naar 'Start a project', omdat er eigenlijk geen bestelling meer geplaatst wordt. In dit formulier moet de gebruiker enkel zijn naam, e-mail adres en source file invoeren.

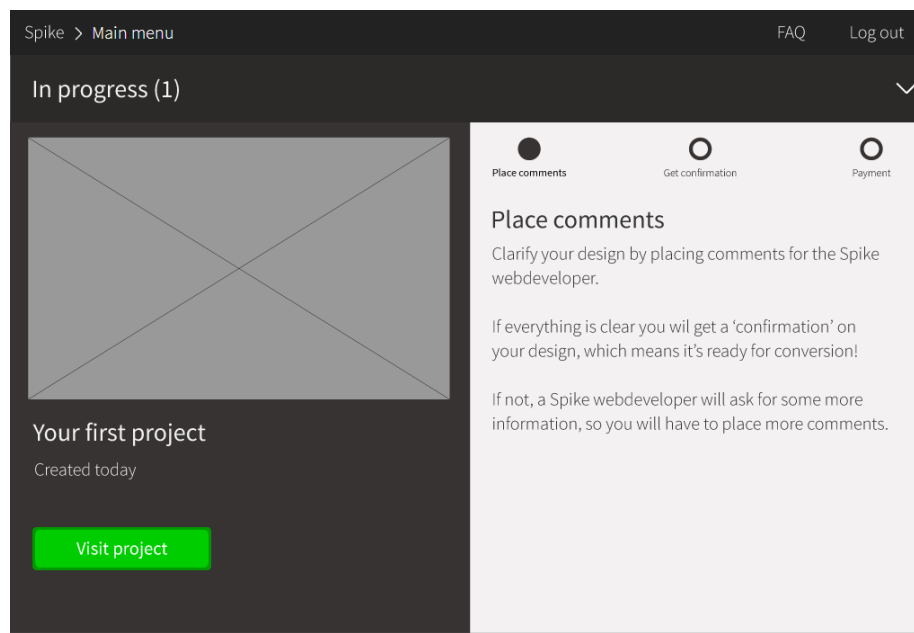
Met de 'submit' knop wordt er automatisch een account aangemaakt voor de bezoeker en wordt hij doorgestuurd naar de Spike tool.

Afbeelding 17. Vijfde stap

Spike tool

Ook de Spike tool is verder uitgewerkt en aangepast. Om de tool nog simpeler te maken zijn de preview en prototype functies eruit gehaald. Ook al zullen deze functies ongetwijfeld handig zijn, dragen ze niet veel bij aan het uiteindelijke doel: het duidelijk maken van het design aan de Spike medewerkers. Op de volgende pagina's worden de nieuwe wireframes van de tool doorlopen.

De klikbare versie van deze tool is te vinden op <http://www.robberthorst.nl/spiketool>. De eerste versie van het wireframe prototype is te vinden op [pagina 27](#).

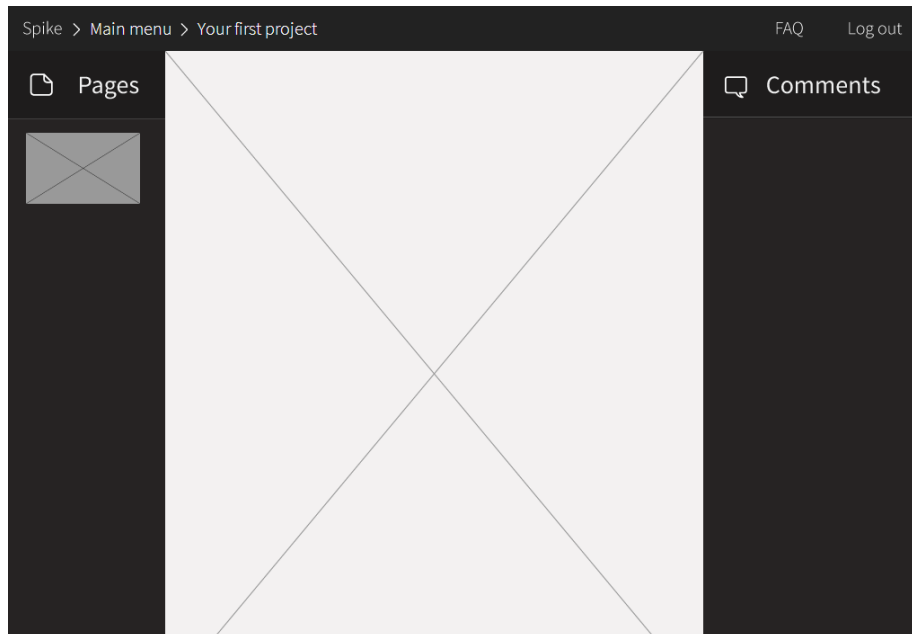


Main menu

Hier komt de gebruiker terecht na het aanmaken van een project. Hier is informatie over het project terug te vinden en staat aan de rechterkant van het scherm ook een korte uitleg over de taak die de gebruiker moet volbrengen.

Als de gebruiker een taak heeft volbracht zal de volgende taak in beeld komen. Zo wordt de gebruiker begeleid zonder dat er extra mankracht aan te pas komt.

Afbeelding 18. Vierde stap



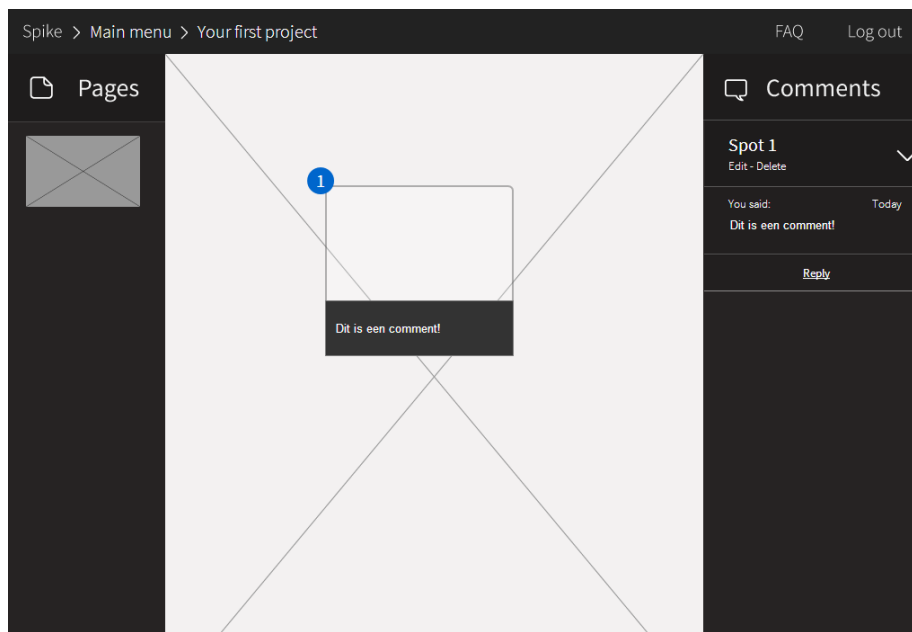
Place comments

Als de gebruiker in de main menu heeft geklikt op de 'visit project' knop komt hij uit op dit scherm. Het grote kruis moet het geüploade design van de gebruiker weergeven.

Als het design meerdere pagina's/artboards bevat, worden deze als 'Pages' geordend aan de rechterkant van het scherm.

Aan de rechterkant van het scherm staan alle geplaatste comments. Het plaatsen van een comment gebeurt door het trekken van een vlak met de muis, zie [afbeelding 20](#).

Afbeelding 19. Vierde stap



Comments opties

In dit scherm is een comment geplaatst. Ook is er te zien dat deze aangepast en verwijderd kan worden.

Elke keer als er een nieuw vlak wordt getrokken, wordt deze aangegeven met een nummer en bijbehorende 'Spot' in het comments-gedeelte. Hierdoor kunnen de comments gericht worden op een specifiek deel van een design en blijft het overzichtelijk voor beide partijen.

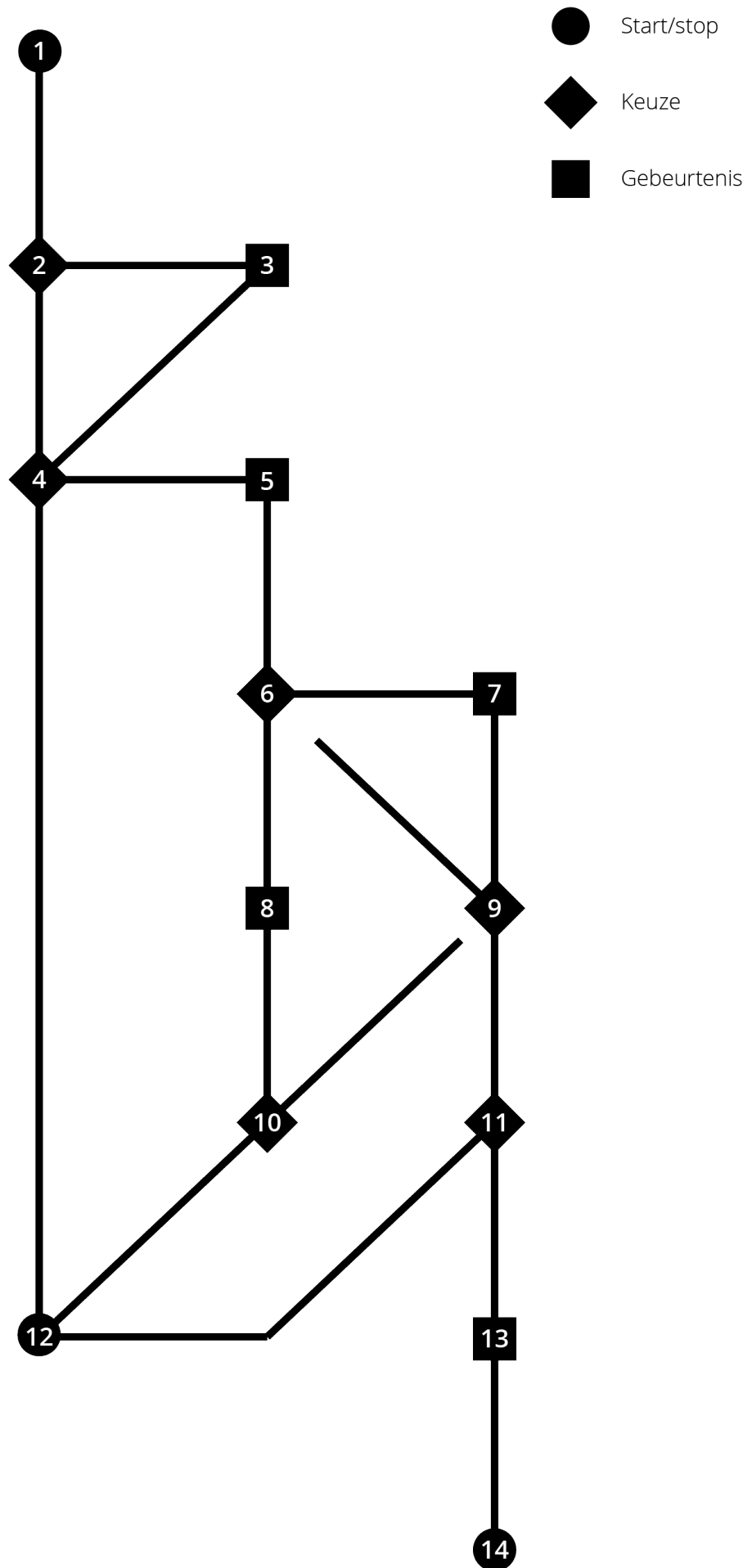
Als er comments geplaatst worden op het design worden Spike medewerkers daarvan op de hoogte gesteld en andersom. Zo verloopt de communicatie tussen beide partijen voorspoedig en kan een design snel omgezet worden naar een website.

Afbeelding 20. Vijfde stap

Flowchart

Om een beeld te schetsen van hoe de one page website met Spike tool werkt is er een flowchart gemaakt.

1. Home
 > stap 2
2. Scroll of skip
 Scroll > stap 3
 Skip > stap 4
3. Scroll langs alle pagina's
 > stap 4
4. Start a project
 Ja > stap 5
 Nee > stap 12
5. HoverKraft wordt op de hoogte gebracht van aanmelding. Gebruiker krijgt e-mail met inloggegevens, maar wordt ook automatisch al ingelogd op Spike.
 > stap 6
6. Comments plaatsen?
 Ja > stap 7
 Nee > stap 8
7. HoverKraft reageert op comments
 > stap 9
8. HoverKraft plaatst enkele comments
 > stap 10
9. Is het design helemaal duidelijk voor HoverKraft?
 Ja > stap 11
 Nee > stap 6
10. Reageren op comments?
 Ja > stap 9
 Nee > stap 12
11. Betalen?
 Nee > stap 12
 Ja > stap 13
12. Stop
13. Design wordt omgezet
 > stap 14
14. Krijg e-mail met bestanden





TESTEN EN VALIDEREN

Usability test

Na al het onderzoeken, conceptualiseren, verbeelden en realiseren moet er ook nog gevalideerd worden; erachter komen of het ontwikkelde concept en realisatie aanslaan bij de potentiële doelgroep.

Methode omschrijving

Voor het valideren is er een tweede usability test gehouden bij de potentiële doelgroep. Zes personen zijn gevraagd om opdrachten uit te voeren op de nieuwe one page website. Hierbij is weer het scherm, audio en gezicht van elke testpersoon opgenomen.

Voor de eerste vijf testpersonen is de laatst beschreven versie van het product getest (pagina 38). Voor de zesde en laatste test zijn er kleine aanpassingen gemaakt in de one page website en is de functionaliteit van de Spike tool verder uitgebreid. De uitbreidingen zijn te vinden in bijlage 7.

De test is op vele vlakken vergelijkbaar met de vorige usability test, omdat uit de vorige test goede resultaten zijn gehaald. De test is weer begonnen met een inleidend verhaal:

"Je bent een grafisch ontwerper en hebt van een klant de opdracht gekregen om een website te designen. Je kunt zelf niet coderen en bent het zat om met een externe webdeveloper te werken. Alsnog neem je de klus aan, omdat je het fijn vindt om met deze klant samen te werken. Je maakt een design voor de website in Illustrator of InDesign en gaat Googelen naar een service die jouw design om kan zetten naar een werkende website. Je komt op deze website uit (Spike). Kijk eens rond en navigeer zoals je normaal zou doen bij een website waar je een transactie wilt volbrengen."

De testpersonen werden hierbij gevraagd om een minuutje rond te kijken op de website. Hierna werden op basis van de acties van de testpersonen vragen gesteld. Er werd gevraagd waarom ze bepaalde acties uitvoerden en of ze een uitleg konden geven van wat ze voor hun zagen.

Na het behandelen van de one page website werd er gevraagd om een bestelling te plaatsen op de website. Door het plaatsen van een bestelling werden de testpersonen automatisch doorgestuurd naar de Spike tool.

In de Spike tool werd aan de testpersonen gevraagd of ze snaptten waar ze terecht waren gekomen en wat ze moesten doen. Als de testpersonen snaptten dat ze comments moesten plaatsen, werd gevraagd om dat te doen. In de Spike tool werden minder opdrachten gegeven en werd er voornamelijk gevraagd of elementen duidelijk waren, aangezien het prototype niet volledig uitgewerkt was in zowel functionaliteit als design.

Resultaten

Meest opvallende punten bij de test:

- Het eerste wat de personen doen is naar beneden scrollen of drukken op de 'How does it work?' knop die de pagina ook naar beneden laat scrollen.
- Eenmaal bij de animatie aangekomen, scrollen sommige mensen erdoorheen, terwijl anderen gebruik maken van de navigatie-knoppen aan de zijkant van de animatie.
- De personen die erdoorheen scrollen raken af en toe verward; ze

weten soms niet of ze verder moeten scrollen of dat ze bij het einde zijn aangekomen.

- De personen die gebruik maken van de navigatie aan de zijkant hebben over het algemeen de teksten beter gelezen. Dit komt doordat de mensen die scrollen veel meer letten op de animatie en geen tijd nemen om tussendoor ook naar de titel en ondertekst te kijken.

- Niemand snapt precies wat er gaat gebeuren in de Spike tool. Het zinnetje "Clarify your design by placing comments and discuss your design with a Spike webdeveloper." is niet duidelijk genoeg/valt niet genoeg op.

- Alle testpersonen bekijken de 'Examples'. De testpersonen vinden het belangrijk om te zien wat ze allemaal kunnen met Spike en willen uit de voorbeelden inspiratie opdoen. Als ze in de voorbeelden alleen maar simpele websites zien, zullen ze niet snel met een hele technische website aankomen.

- Eenmaal bij het bestelproces aangekomen is het onduidelijk wat de prijs van Spike is en wanneer er betaald moet worden.

- Het is onduidelijk wat het CMS van Spike allemaal kan. Sommige personen snappen ook niet dat Spike het CMS is.

- De testpersonen vinden het heel belangrijk dat ze niet hun design aanleveren bij een partij die onveilig oogt. De website van Spike zou als 'veiliger' bestempeld worden als er duidelijke contactinformatie aanwezig is en als er meer instructies zijn bij het aanleveren van een design. De testpersonen weten namelijk niet hoe ze het design aan moeten leveren. Of ze het moeten aanpassen naar lagen met benamingen - of iets anders - is onduidelijk.

- Eenmaal in de Spike tool aangekomen is het soms nog onduidelijk hoe

er comments geplaatst moeten worden. Nadat ze eenmaal op het design geklikt hebben is het overigens wel duidelijk.

- Bij het plaatsen van een comment snapt vrijwel iedereen dat er aan de rechterkant van het scherm een chatsessie plaatsvindt met een Spike medewerker. Hierbij wordt wel aangegeven dat ze niet precies weten waarover ze comments moeten plaatsen. Het is onduidelijk dat ze enkel de interactieve elementen uit moeten leggen.

- Iedereen snapt dat aan de linkerkant van het scherm de pagina's/artboards uit het design terechtkomen, ook al zit in het prototype maar één pagina.

- De FAQ wordt vaak gebruikt, aangezien de testpersonen vaak met vragen overblijven. Ze vinden het idee heel handig, maar de content moet wel aangevuld worden.

- De meeste testpersonen gaan ervan uit dat de bestanden online geplaatst worden op een website nadat het omgezet is. De meeste personen hebben namelijk geen verstand van hosting en dergelijke. Het is onduidelijk wat er gaat gebeuren na het omzetten van het design.

Conclusie en discussie

Uit de test is gekomen dat de one page website en de Spike tool goed werken, maar nog niet optimaal zijn. In vergelijking met de websites van de concurrenten is er wel veel meer duidelijkheid voor de gebruiker.

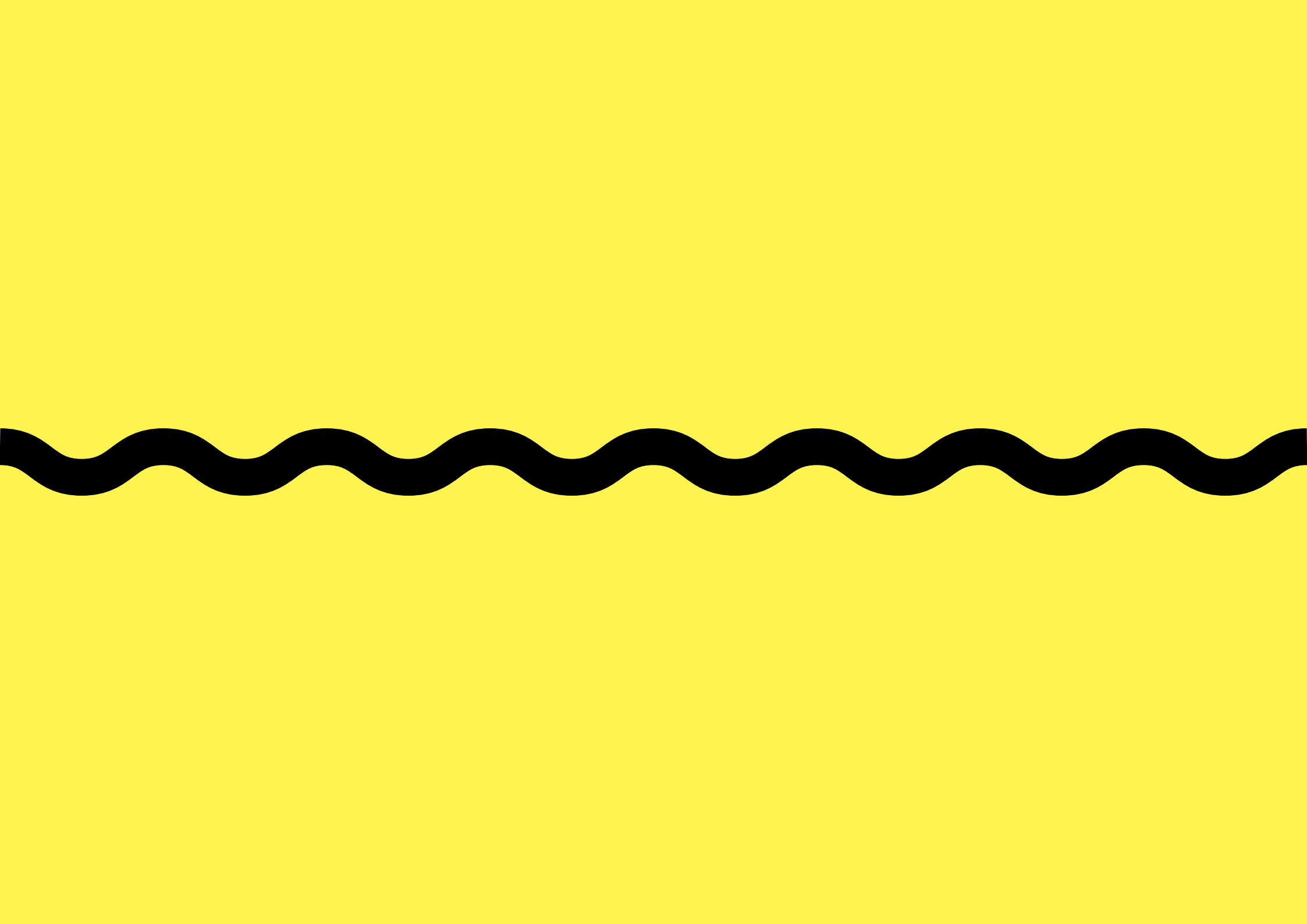
De animaties worden goed opgevat en begrepen door de meeste gebruikers. Er zijn alleen nog wel een aantal verbeterpunten. Zo zal het waarschijnlijk beter uitpakken als de animaties automatisch worden afgespeeld, in plaats van afspelen door te scrollen. Hierdoor zullen de gebruikers minder afgeleid worden door de beweging en tijd nemen om de teksten te lezen. Hiernaast hoeven de gebruikers dan ook minder te scrollen,

als ze bijvoorbeeld naar een bepaalde stap terug willen.

De Spike tool moet nog duidelijker gemaakt worden aan de gebruiker, momenteel roept het nog veel vragen op. Het kan duidelijker gemaakt worden door het verbeteren van de tekst bij de animatie, maar ook door een betere uitleg te bieden in de FAQ. Sowieso moet de FAQ flink uitgebreid worden om alle vragen van de gebruikers te kunnen beantwoorden.

Er moet meer informatie beschikbaar komen over het CMS zelf en de omzetkosten. Momenteel is er helemaal geen prijsinformatie aanwezig op de website, maar de gebruikers willen dit juist als eerste weten. De gebruikers willen het liefst bij het uploaden al een prijsindicatie gezien hebben.

De test is de juiste manier geweest om te achterhalen of de one page website en de Spike tool werken. Wel was het beter geweest als er nieuwe testpersonen waren gebruikt, in plaats van dezelfde personen als bij de vorige usability test uit te nodigen. De zesde en laatste testpersoon was echter niet betrokken bij de eerste usability test en begreep het systeem net zo goed als de anderen.



EINDCONCLUSIE EN DISCUSSIE

Beantwoorden hoofd- en deelvragen

Het proces dat de afgelopen twintig weken is doorlopen zou niet compleet zijn als de hoofd- en deelvragen onbeantwoord blijven. In dit hoofdstuk zullen alle deelvragen - en uiteindelijk de hoofdvraag - in het kort beantwoord worden.

Elke onderzoeksmethode heeft zijn eigen bijdrage geleverd aan het beantwoorden van de deelvragen. Hieronder een tabel met de invloed die elke methode had:

	Enquête	Interviews	Concurrentie analyse	Usability test 1	Usability test 2
1.	+	+			
2.	+	+		+	
3.			+	+	
4.				+	+

Tabel 6. Bijdrage onderzoeksmethodes op beantwoorde deelvragen

Deelvragen

1. Op welke kant van Spike moet HoverKraft zich richten?

De eerste deelvraag is niet helemaal beantwoord. Er is namelijk geen kant van Spike helemaal afgefallen, maar voor het onderzoek is echter wel een kant gekozen om op te richten.

Bij het analyseren van de huidige situatie kwam al naar voren dat er momenteel veel meer problemen liggen in de kant van de 'non-coders'. In de resultaten van de enquêtes kwam ook sterk naar voren dat veel grafisch ontwerpers niet (goed) kunnen coderen en het daarom uitbesteden. Uit de interviews werd vervolgens duidelijk dat als een grafisch ontwerper het coderen uit laat besteden, het vaak verkeerd omgezet wordt, wat veel frustraties opwekt.

De reden waarom er geen kant is gekozen voor HoverKraft, is omdat er niet genoeg tijd is geweest om beide kanten te onderzoeken. Het zou kunnen dat in de 'coders' kant van Spike ook heel veel potentie ligt, maar daar kunnen geen uitspraken over gedaan worden.

2. Wat is de werkwijze van de potentiële doelgroep?

De enquête - maar vooral de interviews - hebben geholpen om deze vraag te beantwoorden. De werkwijze van de potentiële doelgroep is vrij divers, maar valt in grote lijnen samen.

De potentiële doelgroep krijgt vaak allerlei verschillende opdrachten binnen. Meestal gaat het om het ontwerpen van bijvoorbeeld posters, logo's,

huisstijlen of magazines. Als een klant een fijne samenwerking heeft gehad met de grafisch ontwerper komen hier ook vaak opdrachten uit, waar de potentiële doelgroep niet alles vanaf weet, maar deze wel accepteert. Zo'n opdracht is bijvoorbeeld het maken van een simpele website.

Vaak heeft de grafisch ontwerper genoeg verstand van websites dat er wordt begonnen met het maken van wireframes, om deze vervolgens met de klant door te bespreken. Na de goedkeuring van de wireframes wordt een ontwerp gemaakt en deze weer doorgesproken met de klant. De grafisch ontwerper heeft waarschijnlijk niet zo veel moeite met het design van een website, maar als het eenmaal op coderen aankomt moet hij iemand anders inschakelen: een webbouwer.

De webdeveloper prefereert wellicht een ander bestandsformat dan degene waarin het ontwerp gemaakt is. Zo kwam er uit de interviews naar voren dat het ontwerp soms gemaakt was in Illustrator/InDesign en vervolgens geconverteerd moest worden naar Photoshop. Bij het converteren gaan dingen fout, bijvoorbeeld omdat de programma's verschillend omgaan met teksten en andere elementen.

Volgens de grafisch ontwerpers kijken de webdevelopers anders naar het design dan de ontwerpers zelf. De webdevelopers denken vooral over de functionaliteit en zetten daardoor ontwerpen verkeerd om. Dit levert frustraties op en laat het proces alleen maar langer duren.

Wat de potentiële doelgroep belangrijk vindt in het algehele proces is goede communicatie. Het wordt erg op prijs gesteld als de webdeveloper zelf met suggesties en aanwijzingen komt, in plaats van het maken van aannames.

Uit de usability test kwam naar voren dat bij het gebruik van een omzetservice de potentiële doelgroep het belangrijk vindt dat het proces direct uitgelegd wordt. De potentiële doelgroep wil daarnaast ook een veilig gevoel hebben bij het bezoeken en gebruiken van de website, aangezien ze

uiteindelijk aan Spike hun design leveren.

3. Welke methodes gebruiken relevante, soortgelijke diensten om hun dienst duidelijk te maken?

Deze deelvraag is voornamelijk beantwoord door de concurrentieanalyse en gevalideerd door de eerste usability test. De concurrentieanalyse bevat meer dan tien verschillende omzetservices die allemaal vrijwel dezelfde onderwerpen/informatie behandelen, maar op verschillende manieren de content laten zien. De één kiest voor een persoonlijke aanpak en gebruikt quotes en gezichten van het personeel om de bezoeker te begeleiden, de ander houdt zich verscholen achter het logo van het bedrijf en laat de gebruiker alles zelf doen.

De content wordt vrijwel altijd getoond als tekst, nooit als animatie. Met kernpunten en symbolen worden belangrijke gedeeltes in het kort uitgelegd, maar hier worden vaak technische termen bij gebruikt die niet begrepen worden door de potentiële doelgroep.

Al met al gebruiken de concurrenten geen spectaculaire methodes en verschillen jammer genoeg ook niet extreem van elkaar. Met de usability test is gelukkig wel duidelijk naar voren gekomen welke elementen wel en niet werken, zodat deze meegenomen konden worden bij het conceptualiseren en realiseren.

4. Hoe kan Spike duidelijk gemaakt worden aan de gebruiker?

De laatste deelvraag is beantwoord door beide usability tests. Door het gedrag van de potentiële doelgroep te bestuderen tijdens het bezoeken van de websites konden conclusies getrokken worden om Spike zo duidelijk mogelijk te maken.

Uit de eerste usability test kwam naar voren dat een one page website goed

werkt dankzij het beperken van de navigatie. De potentiële doelgroep ergert zich bij de concurrenten aan het taalgebruik en gebrek aan beeldende uitleg. Hieruit is het idee ontstaan om het proces uit te leggen door middel van scroll animaties. Door de scroll animaties wordt - in het kort - het proces met bewegende beelden uitgelegd. Hiernaast is er de mogelijkheid om de overgebleven vragen op te zoeken in een FAQ die te allen tijde opgeroepen kan worden.

Hoofdvraag

De hoofdvraag luidt:

“Hoe kan Spike aangesloten worden op de werkwijze van de potentiële doelgroep?”

De werkwijze van de potentiële doelgroep is uitgeschreven in het antwoord van deelvraag 2. De manier waarop Spike aangesloten wordt op deze werkwijze is niet enkel door de one page website - die beschreven wordt in het antwoord van deelvraag 4 - maar ook door de Spike tool. Om Spike echt aan te laten sluiten op de werkwijze is er gekeken naar een oplossing voor misschien wel de grootste frustratie: het verkeerd om laten zetten van een design.

Nadat Spike helemaal duidelijk is voor de potentiële doelgroep moet de potentiële doelgroep ook iets duidelijk maken aan Spike: het design. Door het gebruik van de Spike tool kan de potentiële doelgroep direct in contact staan met Spike medewerkers. Geen gebrekkige communicatie via verschillende kanalen dus. Er moet gediscussieerd worden over het design, dus is het logisch dat het design te allen tijde zichtbaar is.

De Spike tool heeft niet veel functies, maar het zijn er precies genoeg. De elementen die in de tool voorkomen werden in de tweede usability test direct herkend en begrepen door de uiterlijke overeenkomsten met tools die

de potentiële doelgroep al gebruikt.

Al met al is de one page website met Spike tool een vooruitgang op de huidige versie van Spike, maar of het negen keer beter is dan de bestaande producten is niet zeker.

Hoe verder?

Als gekeken wordt naar de laatste usability test, zal HoverKraft Spike verder moeten ontwikkelen (of niet). Naast de one page website en de Spike tool zijn ook nog een paar andere richtingen interessant voor HoverKraft:

Hosting

Na het omzetten van een design naar een website lijken testpersonen er vaak vanuit te gaan dat de website automatisch online komt te staan. De meeste grafisch ontwerpers hebben namelijk geen verstand van hosting. Het is dus handig om dit soort dingen aan te bieden aan de gebruikers van Spike. Gebruikers kunnen dan via Spike daadwerkelijk al hun website-zaken regelen en hoeven zich niet bezig te houden met dingen waar ze geen verstand van hebben.

Net zoals het duidelijk maken van het proces, zullen de gebruikers van Spike ook bij de hosting aangesproken willen worden in hun eigen taal - dus niet met moeilijke technische termen. Hierdoor kan Spike een grote voorsprong bieden op de concurrentie; zowel omzetservices als hosting providers.

Als Spike ook hosting aan gaat bieden, zullen ze de gebruikers ook niet verward achterlaten. Het zou een nare ervaring zijn als gebruikers van tevoren verwachten dat ze hun omgezette website online aangeleverd krijgen en dat ze vervolgens een mail krijgen met HTML, CSS en JavaScript bestanden.

CMS

De huidige opzet van de one page website en de Spike tool vertellen (bijna) niets over het daadwerkelijke CMS dat erachter geplaatst gaat worden. Dit is natuurlijk onduidelijk en hier moet iets aan gedaan worden. Wat hier precies aan gedaan moet worden staat nog open. Het huidige concept van de Spike tool staat los van het CMS dat aan de website gekoppeld moet worden.

Hierbij komen twee opties vrij: het gebruiken en promoten van (een verder ontwikkeld) SpikeCMS, en het gebruiken van een ander CMS. Beide hebben hun eigen voor- en nadelen.

SpikeCMS

Als er gekozen wordt om SpikeCMS te gebruiken kunnen alle zaken en informatie van websites echt vanuit één plek beheerd worden door de gebruikers. In combinatie met hosting zal dit een totaalpakket bieden aan de klant.

Een nadeel hiervan is dat er nog meer tijd in het CMS gestopt moet worden. Het CMS moet natuurlijk net zo vloeiend lopen en gebruiksvriendelijk zijn als de andere diensten.

Hiernaast moeten de mogelijkheden van het CMS ook duidelijk gemaakt worden en interessant zijn voor de gebruiker. SpikeCMS is momenteel onbekend, dus moet er wel iets gedaan worden om het CMS aantrekkelijker te maken voor de gebruikers. De gebruikers moeten kiezen voor Spike, in plaats van een andere omzetservice die bijvoorbeeld WordPress aanbiedt.

Ander CMS

HoverKraft kan er ook voor kiezen om de omzetservice aan te bieden in combinatie met andere CMS'en, zoals WordPress, Joomla! en Magento. Om dit te bereiken zal er wel een externe partij ingeschakeld moeten worden die genoeg verstand heeft van deze CMS'en en designs ook echt goed omzet.

☆ BRONNEN

- Builtwith. (2014). CMS technologies Web Usage Statistics. Geraadpleegd op 1 mei 2014, van: <http://trends.builtwith.com/cms>
- Bloody Hell. (2014). It's more than HTML. Geraadpleegd op 25 februari 2014, van: <http://www.bloody-hell.pl/>
- Chop-Chop. (2014). PSD to HTML & CSS services. Geraadpleegd op 25 februari 2014, van: <http://www.chop-chop.org/>
- CodedPSD. (2014). PSD to HTML Service. Geraadpleegd op 25 februari 2014, van: <http://www.codedpsd.com/>
- CodeMyConcept. (2014). The best PSD to HTML service on the planet. Geraadpleegd op 25 februari 2014, van: <http://www.codemyconcept.com/>
- CrazyXHTML. (2014). Covert PSD to HTML. Geraadpleegd op 25 februari 2014, van: <http://www.crazyxhtml.com/>
- Gourville, J. T. (2006). Eager Sellers. Stony Buyers, Harvard Business Review, 99-106.
- HoverKraft. (2014). Web & identiteit - Ontwerpbureau, Utrecht. Geraadpleegd op 3 februari 2014, van: <http://www.hoverkraft.nl/>
- HTML This. (2014). Convert PSD to HTML. Geraadpleegd op 25 februari 2014, van: <http://www.htmlthis.com/>
- htmlBlender. (2014). Convert PSD to HTML. Geraadpleegd op 25 februari 2014, van: <http://www.htmlblender.com/>
- htmlBoutique. (2014). We code in style. Geraadpleegd op 25 februari 2014, van: <http://htmlboutique.com/>
- htmlBurger. (2014). We convert your design into Pixel Perfect XHTML/CSS. Geraadpleegd op 25 februari 2014, van: <http://www.htmlburger.com/>
- Markup Service. (2014). PSD to XHTML conversion at lightning speed. Geraadpleegd op 25 februari 2014, van: <http://www.markup-service.com/>
- Markupcloud. (2014) PSD to HTML. Geraadpleegd op 25 februari 2014, van: <http://www.markupcloud.com/>
- Nielsen, Jakob, and Landauer, Thomas K.: "A mathematical model of the finding of usability problems," Proceedings of ACM INTERCHI'93 Conference

(Amsterdam, The Netherlands, 24-29 April 1993), pp. 206-213.

PixelCrayons. (2014). Website Design Services. Geraadpleegd op 25 februari 2014, van: <http://www.pixelcrayons.com/>

PSD2HTML. (2014). PSD to HTML, WordPress, Drupal, Magento & others. Geraadpleegd op 25 februari 2014, van: <http://www.psd2html.com/>

PSD2HTMLPros. (2014). Convert PSD to HTML & CSS Markup. Geraadpleegd op 25 februari 2014, van: <http://www.psd2htmlpros.com/>

Spike CMS. (2014). Spike CMS turns your designs into an editable website without any coding. Geraadpleegd op 3 februari 2014, van: <http://www.spikecms.com/>

W3 Markup. (2014). Convert PSD to HTML & CSS. Geraadpleegd op 25 februari 2014, van: <http://www.w3-markup.com/>

WordPress. (2014). Geraadpleegd op 10 februari 2014, van: <http://nl.wordpress.org/>

XHTML4U. (2014). Convert PSD to HTML. Geraadpleegd op 25 februari 2014, van: <https://www.xhtml4u.com/>

XhtmlChop. (2014). Design to HTML & CMS. Geraadpleegd op 25 februari 2014, van: <http://www.xhtmlchop.com/>

xhtmlized. (2014). Your design, our magic. Geraadpleegd op 25 februari 2014, van: <http://www.xhtmlized.com/>



EIGEN URL'S OP EEN RIJTJE

Om het overzicht te houden in het verslag staan hier alle eigen gecreëerde URL's onder elkaar.

<http://robbertlokhorst.nl/spike/> - Eerste prototype one page website

<http://robbertlokhorst.nl/spike/#p=home> - Eerste prototype Spike tool

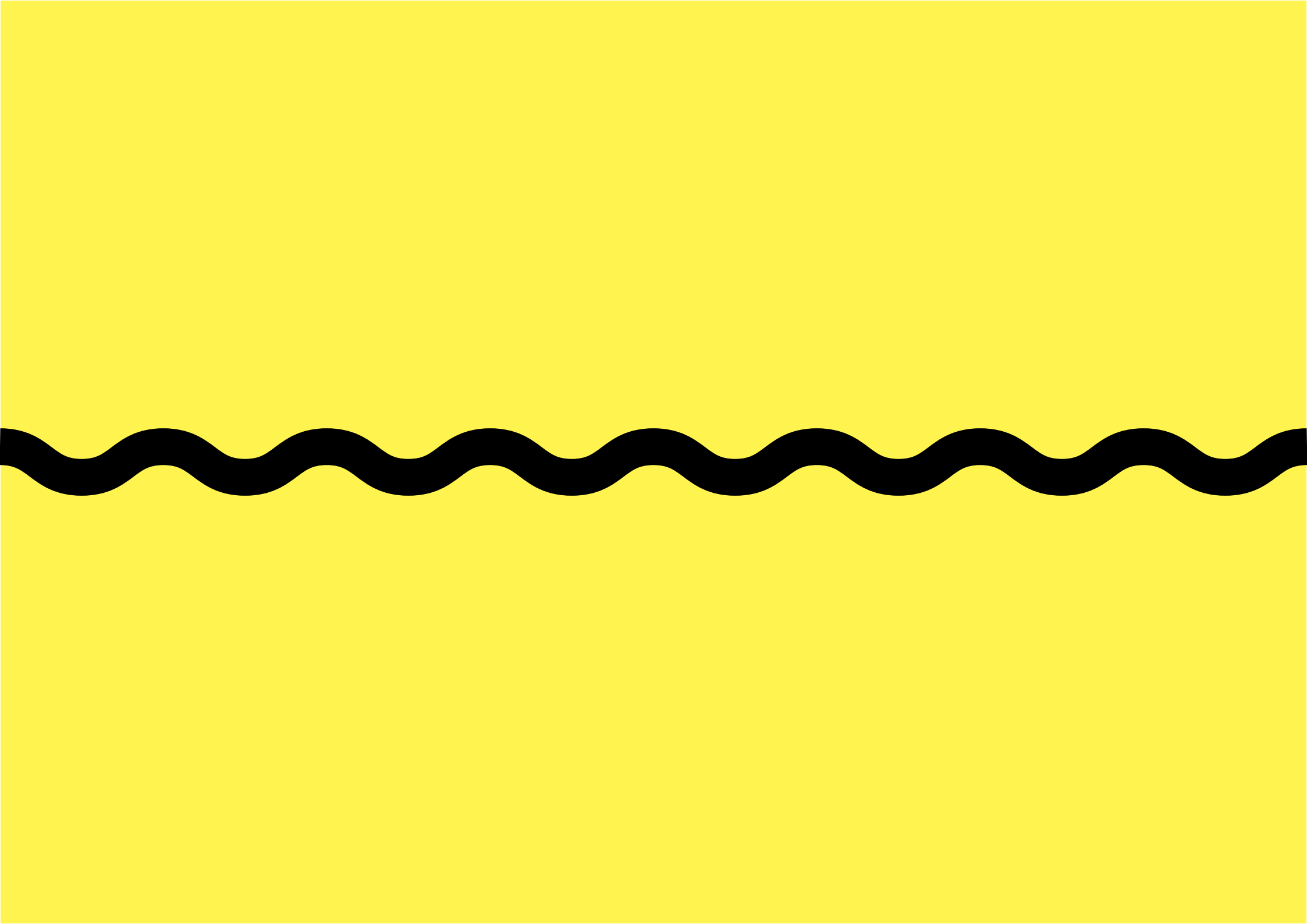
<http://robbertlokhorst.nl/new-spike/> - Laatste versie one page website

<http://robbertlokhorst.nl/spiketool/> - Versie Spike tool voor eerste vijf personen van laatste usability test

<http://robbertlokhorst.nl/new-spike/tool.html> - Laatste versie Spike tool

<https://github.com/bobtrol/SpikeHomepage> - Versiebeheer van project

<http://robbertlokhorst.nl/usabilityvids/> - Alle opgenomen usability tests



BIJLAGEN

Bijlage 1 - Enquête - pagina 59

Bijlage 2 - Interviews - pagina 62

Bijlage 3 - Concurrentieanalyse - pagina 70

Bijlage 4 - Concurrenten e-mails - pagina 74

Bijlage 5 - Usability test - pagina 76

Bijlage 6 - Totstandkoming stijl - pagina 77

Bijlage 7 - Uitbreiding Spike tool - pagina 80

Bijlage 1 - Enquête resultaten

Spike CMS

Survey Results

Question

01

Kun je coderen?

Answers

32

100%

Skips

0

0%

	SNAP ER NIKS VAN	ENIGE BASISKENNIS	REDELIJK	BIJNA FOUTLOOS	PERFECT	
HTML & CSS	4	9	4	11	4	
Javascript/jquery	14	7	5	3	2	
PHP	15	8	6	0	2	

Question

02

Hoe goed kun je je in vinden in de volgende uitspraken?

Answers

32

100%

Skips

0

0%

	HELEMAAL NIET	NIET ECHT	NEUTRAAL	BEST WEL	HELEMAAL	
Ik kan goed genoeg coderen om een design om te zetten naar een werkende website	8	6	2	3	13	
Ik vind het coderen van websites te lang duren	3	7	7	4	11	
Ik maak het liefst het design van de website in Photoshop/Illustrator/InDesign en besteed het coderen liever uit	6	7	3	3	13	
Ik hou van coderen, ik doe niets liever	13	7	8	3	1	
Ik haat coderen, maar ik heb niemand om het voor me te doen	9	10	7	4	2	

Question

03

Hoe vaak koppel je een CMS aan een website per jaar?

Answers

24

75%

Skips

8

25%

	0%	17%	34%	COUNT	PERCENT
10+				8	33%
1 tot 3				7	29%
3 tot 5				5	21%
Other Option				3	13%
5 tot 10				1	4%

Question

04

Wie bepaalt er in jouw kringen welk CMS er wordt gebruikt?

Answers

31

97%

Skips

1

3%

	0%	24.5%	49%	COUNT	PERCENT
Ikzelf				15	48%
Other Option				11	35%
De klant				4	13%

Mijn baas

1

3%

Question

05

Welk contentmanagementsysteem (CMS) biedt jou het meest als designer?
Waarom?

Answers

28

88%

Skips

4

13%

Wordpress



72,093,152

Grote community en dus veel third party elementen (themes, plugins, snippets, kennis, etc..)

Prima UI

Flexibel

Fijne documentatie (Codex)

Monday, Mar 3rd
7:13AM

71,887,460

NVT

Friday, Feb 28th
3:34AM

71,764,683

Ik gebruik voornamelijk wordpress, ik weet niet zeker of dat onder een CMS valt. Wordpress gebruik ik vooral om dat het me geadviseerd is en ontzettend makkelijk te begrijpen is.

Wednesday, Feb 26th
2:39PM

71,726,847

WordPress, omdat ik eventueel zelf nog wat kan aanpassen. Van overige CMS snap ik noppes.

Wednesday, Feb 26th
8:20AM

71,658,701

Drupal. Flexibel, uitbreidbaar.

Tuesday, Feb 25th
5:40PM

CMS Made Simple:

Werkt met Smarty tags zodat je mooie cleane templates krijgt zonder PHP code, en heel eenvoudig modules kunt aanroepen zowel in templates als in de content.

Bevat modules waarmee je modules kunt maken in bijna elk denkbare structuur, met basis Smarty-kennis, zonder PHP code.

Makkelijk je eigen blokken PHP toevoegen m.b.v. User Defined Tags die je kunt aanroepen zowel in templates als in de content.



71,653,413

Volledig html5/css3 compatible.

Uitgebreide FEU opties en beheer.

Goede backup-opties, compact, snel, goede caching-opties.

Erg goede rechteninstellingen voor meerdere soorten gebruikers.

CMS is te stylen per opdrachtgever.

De meest onervaren gebruiker heeft maar een uurtje training nodig. Bovendien opties voor ingebouwde handleidingen in het CMS.

Tuesday, Feb 25th
4:22PM

Question

06

Bij het kiezen van een CMS voor een simpele, statische website vind ik het
belangrijk dat: (Mandatory)

Answers

32

100%

Skips

0

0%

0%

12.5%

25%

COUNT

PERCENT

Het CMS een grote community heeft

12

24%

Ik wil niets te maken hebben met databases

11

22%

Ik niets nieuws hoeft te leren

10

20%

Ik niets hoeft te installeren

7

14%

Ik geen PHP hoeft te gebruiken

5

10%

Other Option

4

8%

Question

07

Ik maak het liefst het design voor mijn website in het volgende programma (want?):

Answers

32

100%

Skips

0

0%

	0%	19%	38%	COUNT	PERCENT
Other Option				12	38%
InDesign				7	22%
Photoshop				7	22%
Illustrator				6	19%

Question

08

Als ik het coderen van mijn website uitbesteed lever ik mijn ontwerp bij voorkeur aan in:

Answers

24

75%

Skips

8

25%

	PSD (layered zonder layer comps)	Monday, Mar 3rd 7:13AM
72,093,152		
	Illustrator	Friday, Feb 28th 3:34AM
71,887,460		
	n.v.t. Ik ben student en heb helaas niet het geld om uit te besteden en de opdrachten zijn vaak niet bedoelt om uit te besteden.	Wednesday, Feb 26th 2:39PM
71,764,683		
	InDesign	Wednesday, Feb 26th 8:20AM
71,726,847		
	PDF / Illustrator	Tuesday, Feb 25th 4:22PM
71,653,413		
	het programma waarin ik het heb ontworpen, indesign/illustrator	Tuesday, Feb 25th 8:13AM
71,593,144		

Question

09

Om Spike te verbeteren sta ik open voor verder onderzoek

Answers

32

100%

Skips

0

0%

	0%	28.5%	57%	COUNT	PERCENT
Ja!				18	56%
Nee.				11	34%
Other Option				3	9%

PAGE 3

Bijlage 2 - Uitgeschreven interviews

Interview Jorgen Koolwijk

Wie?

Jorgen Koolwijk. Grafisch ontwerper, voornamelijk drukwerk, maar ook huisstijlen, concepten, fotografie en dergelijke. Uncoated is zijn eenmanszaak, maar werkt wel veel samen met andere mensen. Sinds 2009 is hij op zichzelf begonnen, maar deed daarvoor ook al dergelijke activiteiten.

Krijg je vaak de vraag voor een website?

Ik krijg bij de vraag naar huisstijlen ook vaak de vraag voor websites; dat hoort er nou eenmaal bij tegenwoordig. Ik ontwerp deze websites zelf met InDesign. Ik leg het design dan neer bij een externe webdesigner om het te laten bouwen. Ik gebruik InDesign omdat ik daar al mijn activiteiten in doe; ik weet hoe het werkt. Je kunt met InDesign ook allemaal templates online vinden, waar allemaal grids in staan die geschikt zijn voor sites. Dus daar word je ook wel mee geholpen. Er is geen reden voor mij om van InDesign af te stappen.

Ik krijg ongeveer één keer per maand de vraag om een website te maken. Het komt niet zo heel veel voor bij mij.

Kun je zelf coderen?

Ik kan zelf niet coderen. Ik wil het ook niet per se leren. Het ligt mij niet, en het zou me ook te veel tijd kosten om te leren. Mijn nadruk ligt op drukwerk, dus met papier.

Heb je vaak problemen met externe webbouwers?

Ik heb zelf niet heel veel problemen gehad met het uitbesteden van het bouwen van websites. Ik gebruik ook vaak dezelfde webbouwer. Ik vind het wel lastig, bij bijvoorbeeld mijn eigen site, om het design neer te leggen bij die webdesigner, en dat ze dan het maar moeten maken.

Ik kreeg laatst de vraag van een webbouwer om mijn InDesign ontwerp om te zetten naar een Photoshop bestand. Dat werkt gewoon niet, het programma werkt weer heel anders en omzetten is ook geen handige manier van werken.

Hoe design je zelf een website?

Het design is heel persoonlijk. Ik vind het ook heel lastig om te bedenken hoe ik mijn eigen werk wil laten zien, er zijn zo ontzettend veel manieren om je werk te laten zien. Ik wil wel duidelijk kunnen zijn, zonder dat het met kindertaal uitgelegd hoeft te worden.

Ik heb de afgelopen tijd een stuk of drie ontwerpen gemaakt voor mijn eigen site, maar ik ben er telkens niet tevreden mee. Ik wil altijd dingen anders als ik er klaar mee ben, ik wil altijd naderhand nog dingen aanpassen.

CMS eigen website

Mijn huidige website is gebouwd door een webdesigner en hij heeft het CMS 'Expression Engine' (EE) eraan gekoppeld. Dat is een vrij klein CMS. Ik update niet heel vaak mijn website, maar dat komt ook doordat ik bezig ben met mijn nieuwe website. Hiervoor gebruikte ik EE regelmatig, zo'n één keer maand. Ik had geen problemen met het vergeten van functies of de layout. Over het algemeen is het wel een overzichtelijk CMS.

Het nadeel bij dit CMS is dat ik niet meerdere categorieën kan geven aan één stuk werk. Ik heb bepaalde werken die ik in meerdere hokjes kan plaatsen, maar bij dit CMS kan ik maar één categorie geven aan een stuk. Als ik de categorie wil veranderen dan moet ik ook de gehele post verwijderen, in plaats van dat ik het stukje gewoon kan aanpassen.

Vind je EE fijner werken dan bijvoorbeeld WordPress?

Niet per se. Ik begrijp dat bij een CMS niet alles in één keer duidelijk kan zijn voor de gebruiker. Er zit altijd een leercurve bij een nieuw systeem, maar dat betekent niet dat het systeem slecht is. WordPress moet dat natuurlijk minder hebben, omdat het zo ontzettend groot is.

Een CMS hoeft er van mij ook niet per se heel goed uit te zien, zolang het maar functioneel is.

Als iets onduidelijk is bij een CMS, hoe ga je daarmee om?

Dan vraag ik dat gewoon aan de webdesigner. Ik heb geen zin om daarvoor te googelen of in de docs te kijken. Ik laat het gewoon allemaal over aan de webdesigner. Dat is opzich ook weer lastig; als ik over een tijdje met een andere webdesigner verder wil, dan moet die webdesigner ook weer alles afweten van hetzelfde CMS.

Wat zoek je in een CMS?

Wat ik zelf heel belangrijk vind is typografie. Ik wil te alle tijde de typografie aan kunnen passen, of het nou de dikte, grootte of font is. Ik wil naderhand dus aanpassingen kunnen maken, omdat ik op een gegeven moment uitgekeken ben op bepaalde dingen.

Hoe vaak koppel jij een CMS aan een website?

Nooit eigenlijk. Ik zou het opzich wel willen kunnen, als dat kan met zo'n dienst als Spike. Als ik dat zou doen, dan wil ik wel dat het simpel is en dat de opdracht voor de website ook simpel is. Als ik een opdracht binnen krijg voor een complexe website met veel functionaliteit, dan zou ik dat alsnog doorsturen naar een 'echte' webdesigner die verstand heeft van dat soort zaken.

Van de opdrachten die je binnenkrijgt over websites, zijn dat voornamelijk complexe websites?

Dat zijn bijna altijd simpele websites die een onderdeel van de identiteit zijn. Websites waarop je een sfeer moet laten zien van de huisstijl. Een vraag voor een complexe website krijg ik eigenlijk nooit. Op mijn online portfolio zie je ook niet dergelijke websites, dus mensen zullen daarvoor ook niet snel voor mij kiezen.

Komt de klant wel eens met een voorkeur voor een CMS?

Nee, eigenlijk niet. De mensen die naar mij toekomen vragen altijd voor

hele simpele websites voor erbij. Deze mensen gaan de manier waarop ze communiceren met hun netwerk vaak ook niet veranderen. Als je voorheen alles via Facebook of Instagram doet, gaan ze dat niet opeens allemaal via hun site doen. De website is meestal puur ondersteunend.

Klopt het dat je niet goed weet hoe je een website moet presenteren richting klanten, omdat je geen echte webdesigner bent?

Ik krijg dus nooit zo de vraag om heel specifiek over een website na te denken. Als een klant bij mij komt met een vraag over een website, dan duik ik daar wel in. Ik laat me ook inspireren door mijn netwerk en probeer mijn design ook te valideren door hun. Vanuit mijzelf heb ik ook niet zoveel kennis over websites.

Je maakt gebruik van InDesign, hoe laat je aan een klant zien hoe het design er tussendoor uit ziet?

In principe presenteer ik gewoon pdf's. Ik stop het ontwerp dan in een browser, zodat ze meteen een beetje herkenning hebben.

Krijg je vaak de vraag voor interactieve elementen in websites, hoe laat je dat zien?

Ja, dan maak ik gewoon meerdere plaatjes die de verschillende staten laten zien. Een werkende variant heb ik gewoon niet; dat is dan weer het stadium erna.

Wat als je de keuze had om het design om te laten zetten door Spike, maar dat je niet het CMS van Spike erbij kreeg (en bijvoorbeeld WordPress erbij)?

Momenteel waarschijnlijk wel, maar dat heeft er mee te maken dat Spike nog geen blog aan een website toe kan voegen. Als Spike een meerwaarde biedt, dat elementen aanpasbaar zijn, dan zou ik het wel overwegen en wellicht aanraden aan andere mensen/klanten. Dan moet het ook wel voor een goede prijs gedaan kunnen worden. WordPress heeft hiernaast ook een ontzettend grote community en bestaat al een lange tijd; je kunt er daadwerkelijk alles mee.

Interview Muriel Maas

Wie?

Muriel Maas. Mede-eigenaar en creatief directrice bij Swingbo. De hoofdactiviteit van Swingbo is momenteel het 'Connect' programma. Connect is bedoeld om mensen die aanwezig zijn op evenementen en bijeenkomsten écht in contact te brengen met elkaar. Mensen moeten van tevoren een profiel invullen en krijgen dan op dat event een badge waar een aantal mensen op staan die dezelfde interesses hebben. Hierbij zijn dan ook nog een aantal spelrondes.

WordPress CMS eigen site

Voor onze eigen site: www.swingbo.nl, gebruiken we WordPress, maar daar word ik helemaal gek van. We hebben hiervoor een template gekocht en het door externe webdesigners laten regelen. Ik krijg om de haverklap weer nieuwe updates voor plug-ins en dergelijke waardoor ik telkens weer naar die webdesigner moet om het te laten updaten. Ik krijg ook heel veel spam binnen, terwijl ik er wel een spamfilter op heb zitten. Ik heb WordPress gekozen omdat ik dacht dat het heel makkelijk zou zijn; even een template uitkiezen, blogfunctie erbij, en klaar. Uiteindelijk blijkt het toch niet zo makkelijk te zijn en heb ik wel een beetje spijt van mijn keuze.

Hoe ben je op Muse gekomen?

Ik heb altijd al wel veel research gedaan op het vlak van websites maken zonder dat ik er code voor hoefde te schrijven. Ik ben begonnen met Squarespace, maar ben via Google op Adobe Muse gekomen.

Wat maakt Muse zo makkelijk voor jou?

Het feit dat het heel erg lijkt op InDesign heeft me een stuk verder geholpen. Ik had al ervaring met programma's als InDesign en Illustrator, dus de layout en functionaliteit was goed te begrijpen; in een halve dag snapte ik hoe het werkte. Online waren ook tutorials te volgen waarmee je direct je website kon maken.

Wat ik ook handig vind aan Muse is dat er vele, handige widgets beschikbaar

zijn. Dit zijn standaard elementen zoals contactformulieren en fotogalerijen die je in je website kan slepen. Aan deze elementen hoef je weinig te doen, ze werken meteen.

Als je iets niet snapt dan is er ook een heel uitgebreid forum. Als ik iets niet snap dan vind ik het daar, of op Google. Soms kijk ik ook YouTube filmpjes die uitleggen hoe bepaalde functies werken, maar dan wil ik wel dat ze straight to the point zijn. Ik wil niet een filmpje van 45 minuten bekijken om er op het einde achter te komen dat het nèt niet is wat ik zoek.

Gebruik van Muse bij Connect

We zijn voor Connect een online platform aan het bouwen, dit heb ik gemaakt in Muse. Klanten krijgen bij Connect een standaard profiel voor hun event. Sommige klanten willen een uitgebreider profiel, omdat ze meer te vertellen hebben. Hiervoor maak ik dan ook een website in Muse. Deze websites zijn altijd heel simpel, meestal drie pagina's met simpele layout. Één pagina over het event, één pagina waar je kunt aanmelden voor het event en een contactpagina.

Al deze 'event websites' zitten heel simpel in elkaar en ik verander ook niet heel veel qua design per event. Ik sta meestal ook niet in contact met het hele bedrijf van de klant, dus de huisstijl hoeft ook niet perfect doorgevoerd te worden. Hierbij moeten deze event websites ook vaak zo snel mogelijk online staan, het liefst binnen een paar dagen. De websites worden ook offline gehaald nadat het event voorbij is, er is geen reden om het dan ook nog online te houden.

Wat vind je de voor- en nadelen van Muse?

Ik vind het opvallend dat mijn Muse websites goed te vinden zijn in Google. De meta tags zijn makkelijk in te stellen en het werkt meteen. Een nadeel vind ik dat de Google Analytics niet heel uitgebreid zijn, maar het zit er in ieder geval wel in.

Heb je een CMS nodig bij jouw werkzaamheden?

Eigenlijk niet. Ik krijg bij mijn Adobe account ruimte om vijf websites gratis te hosten. Hier blijf ik ook altijd binnen, want als een event voorbij is haal ik die website offline. Doordat de websites zo simpel zijn en snel opgeleverd moeten worden, krijg ik ook niet de strengste eisen mee en hoeft de website ook niet vaak aangepast te worden. Als de klant belt voor een aanpassing in de tekst, dan heb ik dat al gedaan in Muse voordat ze hebben opgehangen.

Interview Dylan de Heer en Melina de Cock

Wie?

Melina de Cock en Dylan de Heer van Today Designers. Beide grafisch ontwerpers die zich focussen op de grafische kant van merkidentiteiten en het uitwerken van bestaande identiteiten. Voornamelijk dus gericht op identiteiten, maar hebben zich onlangs ook beziggehouden met wireframing van een grote website.

Kunnen jullie coderen?

Wij coderen beide niet. We hebben bij Today Designers ook niet een vast persoon om te coderen, maar Marten Timan is ZZP'er en huurt een bureau bij ons. Als we een eenvoudige website nodig hebben dan leggen we dat bij hem neer.

Hoe gaat het dan als het een grotere, ingewikkeldere website is?

Dat ligt er aan wie de opdrachtgever is en of zij al een eigen partij hebben waar zij de website onderbrengen. Dan kan het dat het weer bij dezelfde partij terecht komt, of wij stellen iemand voor die het kan doen. Als het een hele kleine partij is dan vragen wij het dus aan Marten, of hij het wilt bouwen als het budget niet groot genoeg is om het door een groter bureau te laten maken.

Krijgen jullie vaker de vraag voor kleine websites?

Over het algemeen wel. We hebben nu voor het eerst zo'n enorme website gemaakt. Dat was in totaal ongeveer 90 psd's voor mobiel, tablet en desktop versie.

Jullie werken dus met Photoshop, waarom doen jullie dat?

Dat is voor de bouwers het handigst om de elementen eruit te halen en dat door te vertalen naar online. Het ontwerpen doen we wel in Illustrator. Zodra we weten van: "die website gaan we doorvertalen naar online", dan zetten we het om naar Photoshop.

Gebruiken jullie Illustrator voor de meeste werkzaamheden?

Met name in de ontwerpfase gebruiken we Illustrator. Als je even snel een gevoel wilt neerzetten dan gebruik je het ook. Als je het dan gestructureerd uit wilt werken dan gebruik je Photoshop. Het maken van brochures en dergelijke doe je dan met InDesign.

Gebruiken jullie zelf een CMS?

We gebruiken zelf WordPress voor de site van Today Designers. Ik denk dat de meeste klanten die we hebben ook wel met WordPress werken.

Krijgen jullie vaak de vraag van de klant voor WordPress, of bieden jullie het zelf aan?

Het is een beetje tweerichtingsverkeer. Het ligt er ook aan hoe groot de website uiteindelijk is. De meeste klanten die we nu hebben gebruiken wel WordPress.

Hoe zien die kleinere websites eigenlijk eruit qua structuur?

Het zijn meestal gewoon een paar pagina's. Af en toe zit er wel een blog/nieuwspagina in, maar niet altijd. Voor de rest zijn het gewoon normale pagina's. Er zit altijd wel een contactpagina in bijvoorbeeld.

Voor de rest proberen we met Marten ook zoveel mogelijk functionaliteit te beperken voor de klanten.

Krijgen jullie ook vaak de vraag van klanten of ze speciale dingen kunnen aanpassen?

Het houdt wel op bij het aanpassen van teksten en plaatjes. We ontwerpen natuurlijk iets voor een klant, als ze dan zelf het lettertype willen aanpassen

naderhand dan zijn wij het er natuurlijk niet mee eens. Marten probeert de functionaliteit ook zoveel mogelijk te beperken.

Hebben jullie het idee dat de klant de website echt bijhoudt nadat jullie het hebben opgeleverd?

Ja, het gebeurt wel altijd dat de klant de website gebruikt. We hebben nooit gehad dat er echt niks meer mee gedaan wordt.

Krijgen jullie dan vaak vanuit de klant de vraag om dingen uit te leggen over het CMS na de oplevering?

Bij de meeste klanten niet. We hebben wel één klant die een plugin niet goed snapte, maar dan kun je dat telefonisch even uitleggen. Het valt over het algemeen wel mee.

Hebben jullie zelf veel voor- of nadelen ontdekt bij WordPress?

De meeste templates hebben functionaliteit voor een overzicht van bijvoorbeeld alle portfolio items. Stel dat jij dan een tweede pagina wilt maken: "portfolio 2", dan lukt het niet om dat zomaar toe te voegen.

Jullie zitten beide aan het begin van het designproces. Sturen jullie de psd's die gemaakt zijn ook naar de klant voor terugkoppeling?

Het design bespreek je altijd eerst met de klant. Meer over de structuur en dergelijke. Daarna sturen we het door naar de webbouwer. De webbouwer moet het er uiteindelijk ook mee eens zijn wat ik aan het designen ben, want hij moet het omzetten. Het is eigenlijk een soort cirkeltje waar je in zit.

Zijn de meningen van jullie, de bouwer en van de klant heel erg uiteenlopend?

Laatst heb ik een website gemaakt voor <http://zonnepanelendelen.nl/>. Een klein clubje met niet zo'n groot budget. Zij hebben nu bij een partij die standaard templates heeft een website laten bouwen. Wat het nadeel is: het budget is niet groot. De webbouwers hebben natuurlijk een soort grens van wat ze kunnen maken voor dat geld, terwijl ze wel veel meer kunnen.

Ik moest dus in die vaste templates te werk gaan. Alles wat ik opnieuw moest designen was alweer een stap te ver. Dat vind ik wel beperkend of vervelend.

Stel, jullie zouden ook alles perfect kunnen coderen. Welke problemen zouden dan opgelost worden?

We hebben dan net die grote website opgeleverd met alle psd's. Als die website echt gemaakt is moeten we naderhand eigenlijk elke psd/wireframe naast de website leggen om te kijken of alles echt goed is gegaan. De interlinie, typografie. Webbouwers zien dat namelijk niet.

Interview Studio Moan

Wie?

Paul van Kant en Peter Stekelenburg. Twee jaar geleden hebben zij samen Moan opgericht, een creatief bureau voor concept en grafisch ontwerp.

Krijgen jullie vaak de vraag voor een website?

Jazeker, we hebben laatst een website gemaakt voor KiesKompas bijvoorbeeld. We krijgen ook bij huisstijlen vaak de vraag voor websites. We doen hiernaast ook vaak een redesign voor een website.

Doen jullie alleen het design voor een website?

Ja, we laten het coderen over aan een externe webbouwer. Soms hebben klanten ook hun eigen webdesigner die het design doorvoert.

We proberen als ontwerpers wel zo breed mogelijk na te denken wat we in een website kunnen stoppen, en we zijn ook op de hoogte van webdesign trends. We overleggen deze mogelijkheden dan met de webbouwer en laten het hem verder uitzoeken hoe het gebouwd gaat worden. Soms werkt het wel en soms werkt het niet. We houden ervan om te experimenteren met het web, maar soms komt dat de functionaliteit niet ten goede. Dan geeft de webbouwer dat ook aan.

Hoe designen jullie een website?

We beginnen altijd met een gesprek met de opdrachtgever. Uit dit gesprek

komen altijd de eisen van de website. Op basis hiervan maken we een functioneel design/wireframe. Deze wireframes spreken we helemaal door met de opdrachtgever om erachter te komen of er dingen missen en of het duidelijk is. Dan gaan we dat omzetten in een design, dat doen we meestal in Illustrator. Voor onze webbouwer is dat ook het fijnst, dat hij het kan kopiëren uit Illustrator.

We moeten nu toevallig een website maken en diegene wilt het in Photoshop. Dat wisten we niet van tevoren, dus nu moeten we alles omzetten. We werken altijd met Illustrator; het gaat sneller en voornamelijk met tekst is het stukken beter. We vinden typografie heel belangrijk. Daarnaast vinden we Photoshop ook een verschrikkelijk programma.

Als we het design klaar hebben in Illustrator, bespreken we het weer met de klant voordat het gebouwd wordt. Hier komen meestal niet heel veel aanpassingen op, aangezien we de wireframes al diep hebben doorgesproken.

Ervaring met CMS

We hebben laatst een klus gedaan waar we een heel simpel CMS moesten gebruiken. Dat CMS was echt helemaal niks; we werden heel erg tegengehouden qua functionaliteit.

We gebruiken meestal WordPress als CMS. Ideaal vind ik dat. Naast dat het gewoon lekker overzichtelijk is, is er ook zoveel te vinden over WordPress. Er zijn makkelijk plugins te downloaden en je kunt ontzettend veel kanten uit. Voor een opdrachtgever is het ook heel makkelijk. Je kunt als klant je vragen aan ons stellen, maar je kunt het ook even Googelen en dan heb je het ook snel gevonden. Het is heel belangrijk dat er veel over te vinden is. Bij dat andere CMS was het dus niet mogelijk om dingen over te vinden op het internet; dat houdt je tegen.

Keuze CMS

We hebben zelf niet voor WordPress gekozen. Het is gewoon zo dat onze

webbouwer dat het fijnst vindt om mee te werken. Als iemand per se een ander CMS wilt is dat ook geen ramp. Klanten komen zelf ook niet met een CMS.

Hoe zien de websites die jullie maken er meestal uit qua structuur?

Het verschilt heel erg. Zo hebben we laatst de website voor KiesKompas gedaan, die was wel heel complex. Soms zitten er ook minder complexe websites tussen.

Krijgen jullie naderhand altijd nog veel aanpassingen?

Niet heel veel. Je hebt altijd wel een paar dingetjes die je tegenkomt als de website eenmaal online staat, maar dat hoort er nou eenmaal bij. Er is meestal wel een correctie-ronde, maar we doen natuurlijk niet ontelbaar correctie-rondes.

Meestal is het ook niet perfect omgezet door de webbouwer, daar kunnen wij niets aan doen. Soms kom je erachter dat een knop beter ergens anders past, maar daar kan je meestal niet eerder achterkomen.

Krijgen jullie vanuit de klant de vraag voor speciale functies in een CMS?

Nee, niet echt. Ze willen gewoon tekst, plaatjes en de menuutjes kunnen beheren. Daar houdt het wel op.

Welke problemen zouden opgelost worden als jullie ook perfect konden coderen?

Wij zijn zelf pietje precies, dus als iets niet goed in het midden staat dan vinden we dat wel irritant. De webbouwer ziet dat soort dingen niet en voelt het alsof we overal om zeuren.

Hoe laten jullie interactieve elementen zien aan de webdesigner?

We leggen dat uit met tekst, of via Skype.

Hoe doen jullie dat met verschillende 'states' van buttons?

Vaak werken we er eentje uit, maar onze webbouwer komt ook vaak met leuke suggesties.

Hebben jullie het idee dat klanten de websites gebruiken die jullie hebben opgeleverd?

Tot nu toe wel. Niet alleen de blogposts, maar ook gewoon de andere teksten worden door iedereen aangepast. Bij KiesKompas hebben ze zelfs een stagiaire geregeld om alle teksten te schrijven.

Één klant komt ook vaak naar ons toe dat ze het niet meer snapt hoe het werkt. We hebben voor haar een handleiding geschreven en vele malen gemaild, maar ze snapt het nog steeds niet. WordPress wordt voor de rest door iedereen begrepen, al snappen we dat er een lichte leercurve in zit.

Interview Wilfred van der Weide

Wie?

Wilfred van der Weide. Werkt alleen en weet niet zo goed wat hij wilt doen in de toekomst. Voorheen helft van het duo wilfredtimo. Voornamelijk gericht op drukwerk. Heel af en toe een website.

Hoe ziet jouw proces er uit van een website maken?

Ik ga altijd eerst aan de tafel zitten met de klant. Dan heb je altijd al wat ideeën. Soms geeft de klant ook heel veel vrijheid qua design. Ik besteed het bouwen van de website uit, dat kan ik zelf niet. Ik werk meestal samen met Eva (totenmet.net) die ook in dit pand zit. Ik vind het altijd wel prettig als je op één lijn ligt met een webbouwer en dat hij dan ook gelijk een soort van kaders aangeeft. Een goed ontwerp staat samen met goeie techniek.

Hoe vaak maak je websites?

Heel af en toe, maar een paar keer per jaar. Ik trek het ook niet heel erg aan.

In welke programma design je een website?

Ik werk het liefst met InDesign, daar doe ik ook mijn andere werkzaamheden in. Meestal wilt de webbouwer het aangeleverd hebben in Photoshop, dus dan moet ik het weer omzetten altijd. Dat is niet fijn, want Photoshop gaat heel anders met elementen om dan InDesign.

WordPress

Ik vind WordPress niet een prettige omgeving om in te werken. Het is beter om in de HTML-omgeving van WordPress te werken dan in de normale omgeving. Ik vind WordPress 'wel oké', maar als het makkelijker kan, graag. Ik heb in het verleden ook met Indexhibit gewerkt, dat vond ik er veel makkelijker uitzien.

Als je perfect kon coderen, welke problemen zouden dan opgelost worden?

Ik heb over het algemeen niet zoveel problemen die voorkomen. Er moeten af en toe gewoon wat dingetjes nog bij naderhand, maar dat zit niet in het design. Ik had laatst wel dat ik één design aanleverde, maar de website moest responsive zijn, toen kwam dat er niet zo goed uit.

Heb je naderhand veel vragen van klanten?

Ze snappen het design en dergelijke wel altijd. Dit wordt namelijk altijd goed doorgesproken en daar geven ze een akkoord op. WordPress vind ik zelf niet heel klantvriendelijk, het moet nog veel eenvoudiger. Als vormgever wil je dat je iets aanlevert waar alle kaders en restricties al zijn uitgedacht. Als je dan een afbeelding plaatst moet het er op een bepaalde manier uit komen te zien, maar uiteindelijk klopt dat vaak niet.

Aanpassingen komen er altijd bij. Ik hou rekening met een halfjaar tijd waarin aanpassingen voor een website komen. Wel simpele aanpassingen altijd. Widgets, teksten die aangepast moeten worden waar ze zelf niet bij kunnen, plaatsting van logo's etc.

Hoe zien de websites er meestal uit die je maakt?

Daarvoor maak ik er toch echt te weinig. Het zijn opzich eenvoudige websites, er zit geen webshop aan vast of iets dergelijks. Het zijn gewoon een aantal pagina's. Ik vind de techniek die erachter zit het meest interessant. Ik kijk altijd eerst naar honderd andere websites en pak daarvan bepaalde technieken/functionaliteiten die ik erbij vind passen.

De volgende stap is dan hoe je het uit gaat voeren. Dat ga ik dan overleggen met de webbouwer, die heel ervaren moet zijn. Ik wil dat interactieve elementen makkelijk te previewen zijn, want dat kan ik niet goed visualiseren met een InDesign ontwerp. Ik denk dat dat heel interessant is voor Spike, want we kunnen als grafisch ontwerpers heel veel ideeën hebben, maar we weten niet goed hoe dat zo snel er uit komt te zien.

Bijlage 3 - Concurrentieanalyse

Naam	Support files	CMS'en en prijs (Prijs voor CMS is eenmalig, tenzij anders aangegeven)	Live chat
Chop-Chop	PSD, AI, PNG	\$120 first page 50% discount for each inner page WordPress + \$195 Drupal + \$397 Magento + \$597 Shopify + \$325	Skype
PSD2HTML	Liefst: Layered PSD, PNG, TIFF Ook: AI, EPS, JPG, PDF	\$159 first page \$80 per inner page WordPress + \$195 Drupal + \$295 Joomla! + \$295 Magento + \$595 Shopify + \$325	Ja
CodeMyConcept	Liefst: PSD Ook: Fireworks, PNG, AI	\$99 first page \$79 per inner page WordPress + \$189 Drupal + \$289 Joomla! + \$289 Magento + \$589 Shopify + \$489	Ja
Markup Service	Liefst: Layered PSD, PNG, AI Ook: JPEG, PDF	\$146 first page 40% discount for each inner page WordPress + \$229 Drupal + \$279 Joomla! + \$259 Magento + \$569	Ja
W3 Markup	Liefst: PSD, AI, Fireworks	\$169 first page \$101 per inner page WordPress + \$231 Drupal + \$279 Joomla! + \$279 Magento + \$361 Shopify + \$330 Other CMS + \$231	Ja

Naam	Support files	CMS'en en prijs (Prijs voor CMS is eenmalig, tenzij anders aangegeven)	Live chat
XhtmlChop	PSD, PNG, INDD, PDF, AI	\$45 first page \$29 per inner page WordPress + \$99 Drupal + \$249 Joomla! + \$149 Magento + \$299 Shopify + \$349	Ja
htmlBurger	Liefst: Layered PSD, PNG Ook: AI, EPS, CDR, TIFF, INDD, JPG	\$138 first page \$68 per inner page WordPress + \$168	Nee
PixelCrayons	PSD, AI, PNG, JPEG en anderen	\$99 first page \$49 per inner page WordPress: \$149 first page \$79 per inner page Drupal: \$299 first page \$79 per inner page Joomla! \$249 first page \$79 per inner page Magento: \$399 first page \$99 per inner page	Nee
XHTMLized	Liefst: Layered PSD Ook: Fireworks PNG, AI, bestaand HTML	To be discussed Wordpress	Nee
htmlBoutique	PSD, PNG, JPG, PDF, TIFF, AI	\$138 first page \$68 per inner page WordPress + \$168	Nee

Naam	Support files	CMS'en en prijs (Prijs voor CMS is eenmalig, tenzij anders aangegeven)	Live chat
CrazyXHTML	PSD, AI, Fireworks, JPG, GIF, PNG	\$79 first page \$39 per inner page WordPress CMS + \$200 WordPress Blog + \$100	Nee
MarkupCloud	PSD, AI, JPG, PNG	\$99 first page 50% discount for each inner page WordPress + \$149 Drupal + \$199 Joomla! + \$199 Magento + \$399	Ja
XHTML4U	PSD, AI, PNG, PDF	\$138 first page \$69 per inner page WordPress + \$198 Drupal + \$298 Joomla! + \$298 Magento + \$598	Ja
PSD2HTMLPros	PSD, AI, PNG, JPG, GIF, PDF	\$97 first page 50% discount for each inner page WordPress + \$198 Drupal + \$277 Joomla! + \$277 Magento + \$398 Shopify + \$330 Expression Engine + \$277 CMS Made Simple + \$327 MODx + \$387	Skype, Gmail Chat

Naam	Support files	CMS'en en prijs (Prijs voor CMS is eenmalig, tenzij anders aangegeven)	Live chat
htmlBlender	PSD, AI, PNG, JPG, INDD, PDF	\$99 first page \$49 per inner page WordPress + \$189 Drupal + \$249 Joomla! + \$279 Magento + \$499 Shopify + \$279 CMS Made Simple + \$219 Volusion + \$399 MODx + \$295 Typo3 + \$1199 Expression Engine + \$299 SMC CMS + \$225 DotNetNuke + \$289 LightCMS + \$299 Creloaded + \$499	Ja
CodedPSD	PSD, AI	\$100 first page \$80 per inner page WordPress + \$180 Drupal + \$180 Joomla! + \$180	AIM
HTMLTHIS	PSD, PNG, JPG, GIF, PDF	\$99 first page \$55 per inner page WordPress + \$260	Ja
Bloody Hell	PSD, PNG	\$189 first page \$94 per inner page WordPress + \$229 Drupal + \$229 Joomla! + \$289 Magento + \$549	Skype
Totaal	PSD: 18 AI: 18 PNG: 16 PDF: 8 TIFF: 3 JPG: 10 INDD: 3	Gemiddeld: \$100 first page \$65 per inner page (18) WordPress + \$192 (13) Drupal + \$268 (12) Joomla! + \$254 (12) Magento + \$496	Ja: 9 Andere manier: 5 Nee: 4

Bijlage 4 - Concurrenten e-mails

htmlBlender

"The CMS solutions shown on our site are merely a list of the more popular applications requested by our clients. These are widely used and well documented content management systems which have proven stability. PHP based CMSes have much more functionality and are more extensible than the 'lightweight' CMSes. In addition there are things you just can't do with the CMSes you reference that you can with the ones we have on our site.

However, per your request we can integrate to any of the CMSes you have listed."

htmlBoutique

"We mainly handle PSD to HTML and WordPress as CMS projects. We have a strong knowledge and solid experience with creating all kinds of WordPress sites: from simple blog sites to e-commerce projects.

The WordPress content management system is very flexible and highly expandable. We make each section from the site manageable from the WordPress administration panel so that it is not required to have HTML/CSS/PHP knowledge in order to be able to manage the content."

Markupcloud

"We usually use CMSes which are adaptable and scalable, depending on the client's requirements. However, if you want to use CMSes like Simple CMS, Pagelime, we can share estimations accordingly."

XHTMLized

"There are couple of reasons why we use WordPress as solution for our clients:

1. We have experienced developers with WordPress development;
2. WordPress meets most of requirements which are requested by our clients;

3. We don't receive any orders where clients ask for CushyCMS, SimpleCMS or Pagelime CMS, some of them are hosted thus less customizable;
4. The fact we can create any custom solution with WordPress;
5. Wide support and our contribution to WordPress.

Regardless mentioned things about we are up to any challenge, which means that if you have clear idea to have your project integrated with mentioned CMSes we can have our developers to develop themes/templates for these two."

PixelCrayons

"To answer your query about choosing the right CMS, I would say that the competition is really between WordPress, Drupal and Joomla! due to the community support/extensions and ease of development. WordPress is quite light weight as well and all the 3 CMSes have been extensively used across millions of websites with great deal of success."

CrazyXhtml

"Because this is flexible and we can create any type of project with WordPress. It uses user friendly admin panel to add/edit content. There are many plugins and extensions. if need, easy to create new plugin or theme."

XHTMLChop

"WordPress, Joomla! and Drupal are user friendly CMSes, you only need to have basic knowledge of this CMS and rest of the thing you can do it by your own. You can easily add/edit pages from WordPress admin section. You can add content on your own."

XHTML4U

"Thank you for contacting us, the reason we use WordPress is because it's easy to use, powerful, flexible and there are a lot of plugins available, most importantly, most of our clients use WordPress."

CodyMyConcept

"We choose such CMSes like WordPress, Drupal and Joomla! because those are most popular open source content management systems. Of course, working with these types of CMSes requires some programming skills, which most people do not have. That's where we come to help.

The 'lightweight' CMSes you have mentioned can be set up by an average user who is enough computer-literate. So, we reasoned, our help would likely not be needed. So, it looks like you answered your question yourself."

Markup Service

"We trust worldwide popular CMS only. The strength of such CMS is in the massive user and developer community that results in a vast array of plugins and enhancements for the platforms. They are extremely customizable, suitable for pretty much any purpose.

We don't deny the possibility of using 'lightweight' CMSes in future. But at this moment we support the following CMS - WordPress, Drupal, Joomla!, Magento. If you're interested in them, feel free to send your designs for estimation."

PSD2HTMLPros

"We convert PSD's into some of the most popular CMSes which happen to be WordPress, Joomla! and Drupal.

However, it doesn't mean we can't do it with others."

Bijlage 5 - Usability test

Vragen

Bij elke usability test is er begonnen met het geven van een kleine intro:

"Je bent een grafische ontwerper en hebt een design voor een website gemaakt in een programma naar keuze (Illustrator/InDesign/Photoshop). Je hebt in het verleden heel veel problemen ondervonden met externe webbouwers en bent nu op zoek naar een service die het design voor jou kan omzetten. Je hebt een tijdje lopen Googelen en bent uitgekomen op deze website.."

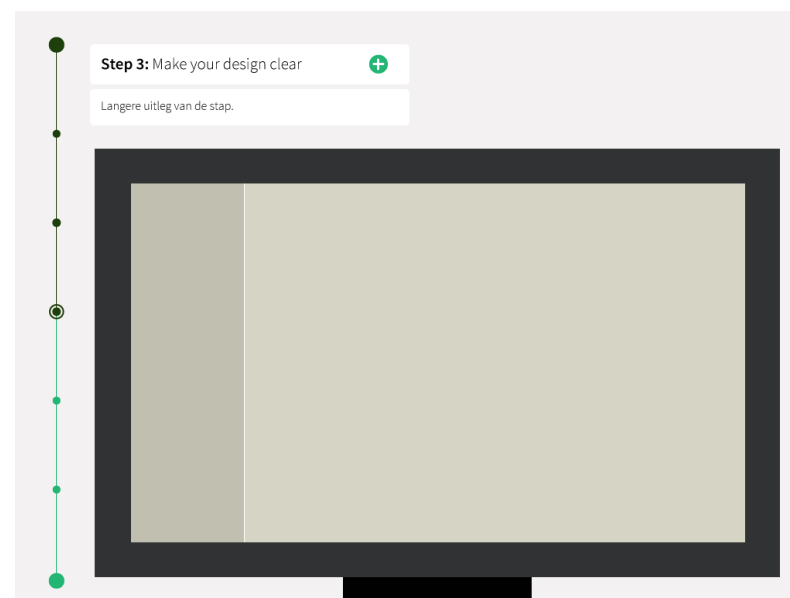
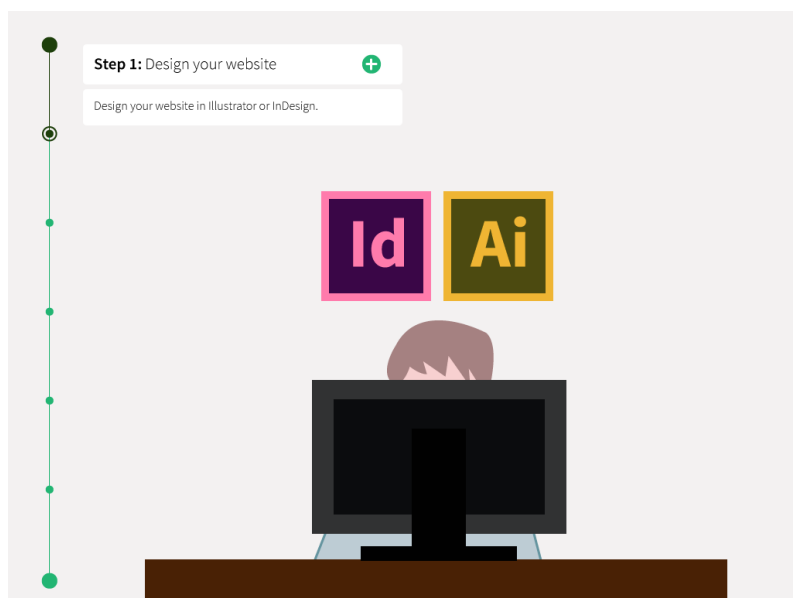
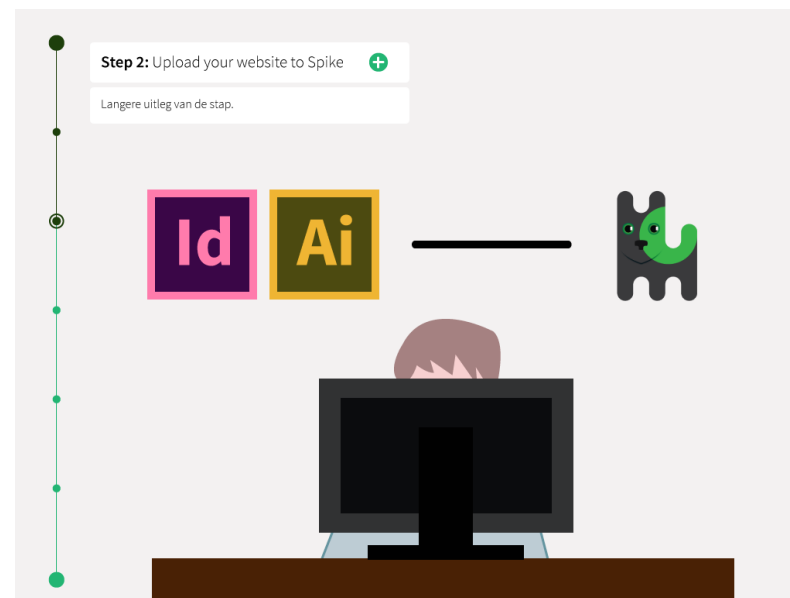
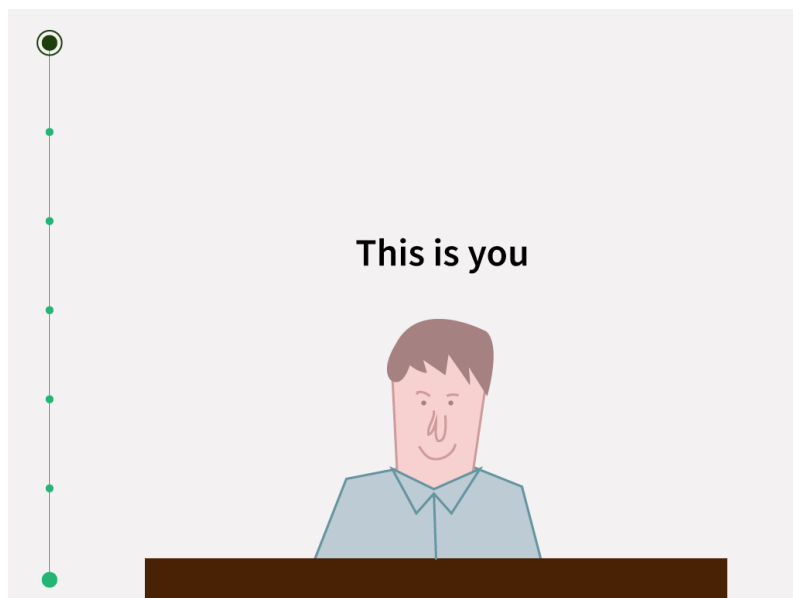
Hierna werden de gebruikers verzocht om zelf een minuutje rond te kijken. Hierna werden de volgende vragen gesteld:

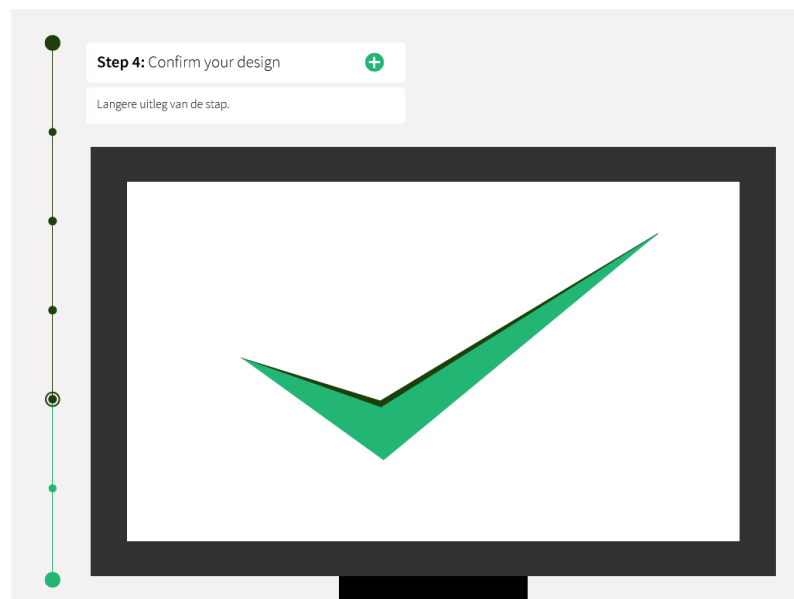
- Hoe denk je dat deze service werkt?
- Waarom denk je dat?
- Hoe ben je hier achter gekomen?
- Waar heb je direct vragen over?
- Hoe denk je dat je hier achter komt?
- Waarom is het niet duidelijk?
- Probeer erachter te komen

Na het beantwoorden van deze vragen en informatie te hebben verzameld over de service, werden de gebruikers gevraagd om een bestelling te plaatsen. Hierbij werden de volgende vragen gesteld:

- Wat valt je op?
- Snap je alle termen die er staan?
- Krijg je teveel of te weinig keuze?

Bijlage 6 - Totstandkoming stijl animaties





Het ontwikkelen van de stijl is - na een paar kleine schetsen - vrijwel direct begonnen in Illustrator. Met Illustrator kon makkelijk een eerste beeld getoond worden aan HoverKraft.

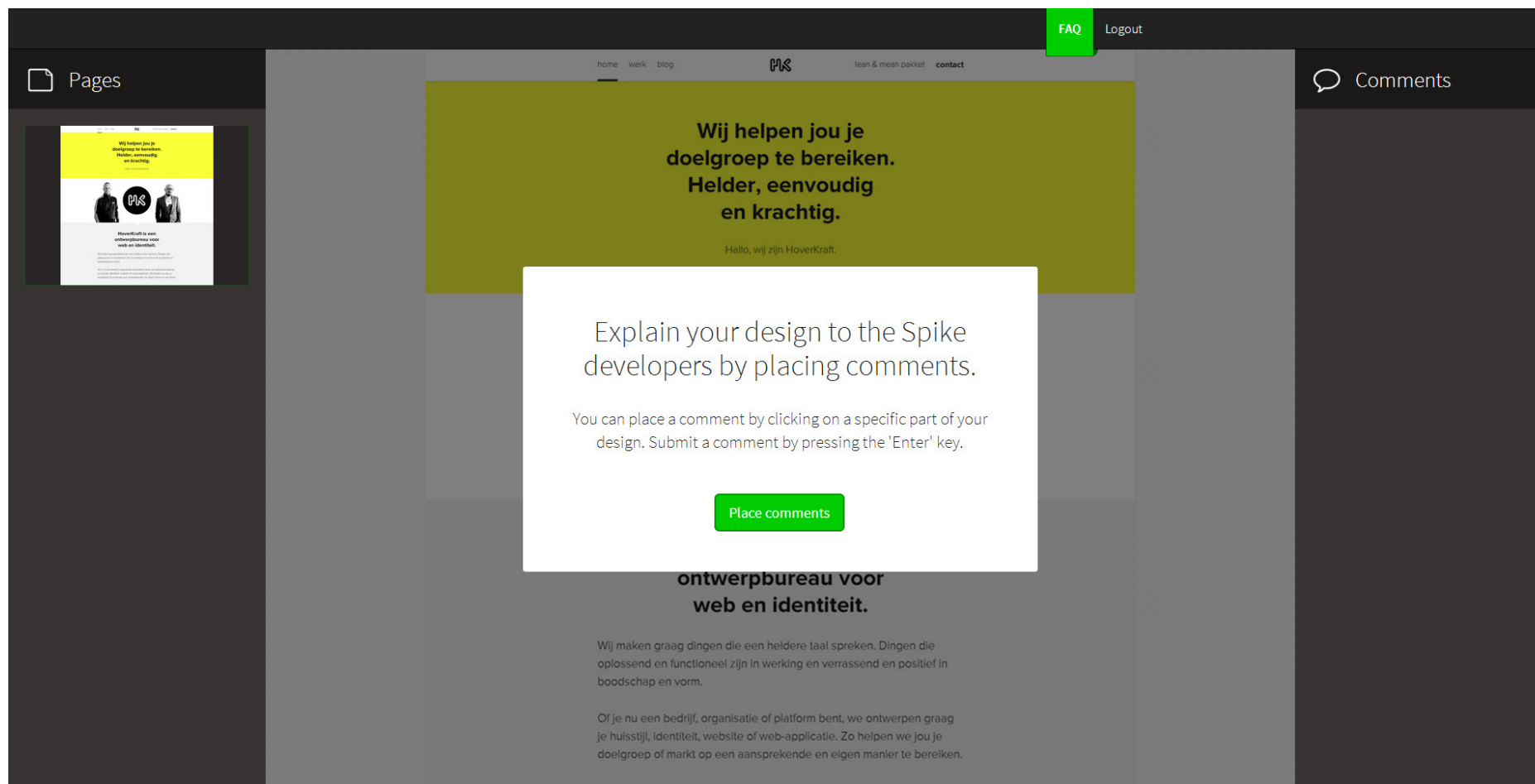


Voor de animaties moest natuurlijk een mooiere stijl ontwikkeld worden. Er werd begonnen met de character.

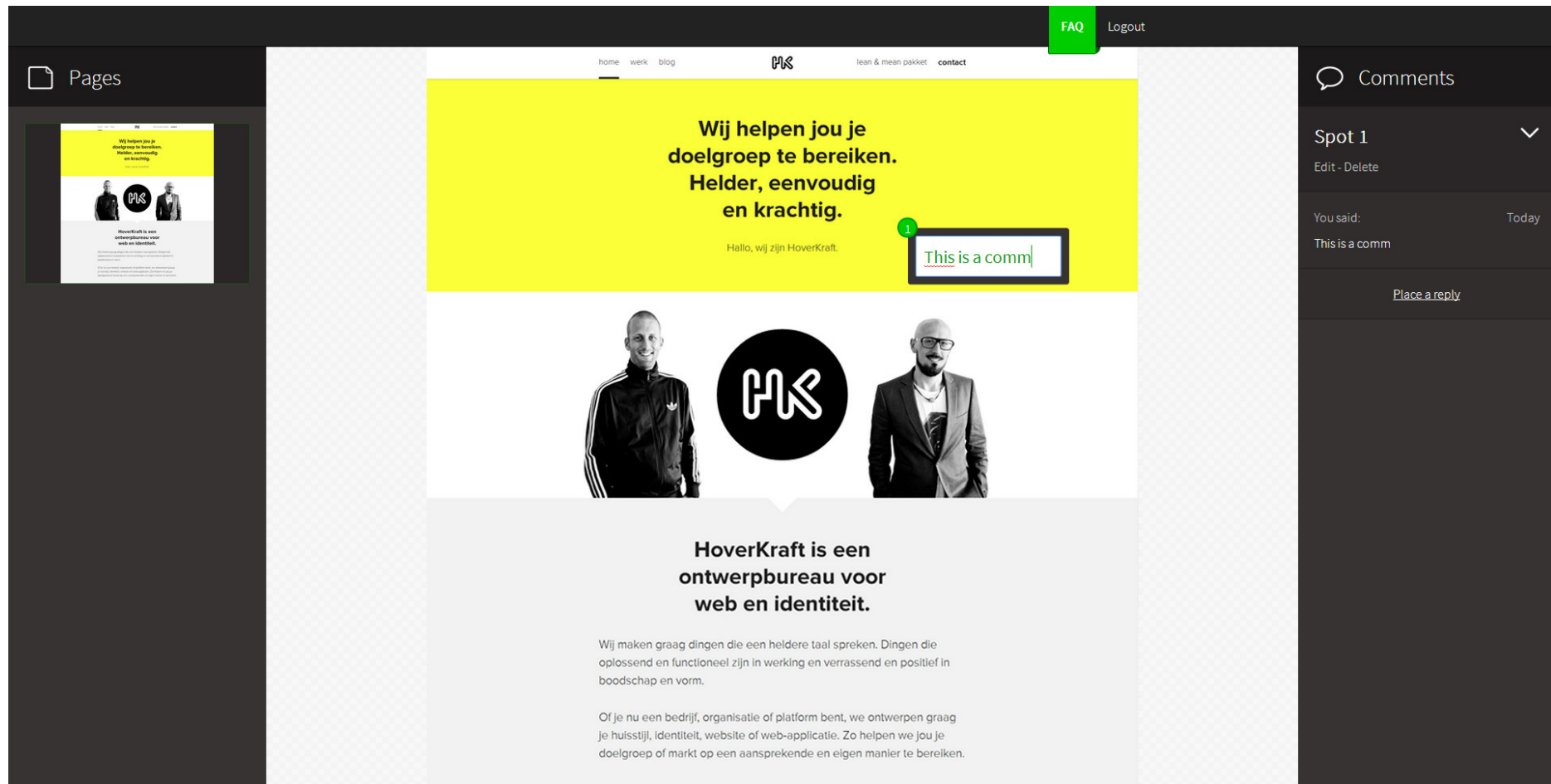


De eerste paar schetsen voor de character vielen niet binnen de stijl van Spike. Één van de geschetste characters is vervolgens verder ontwikkeld.

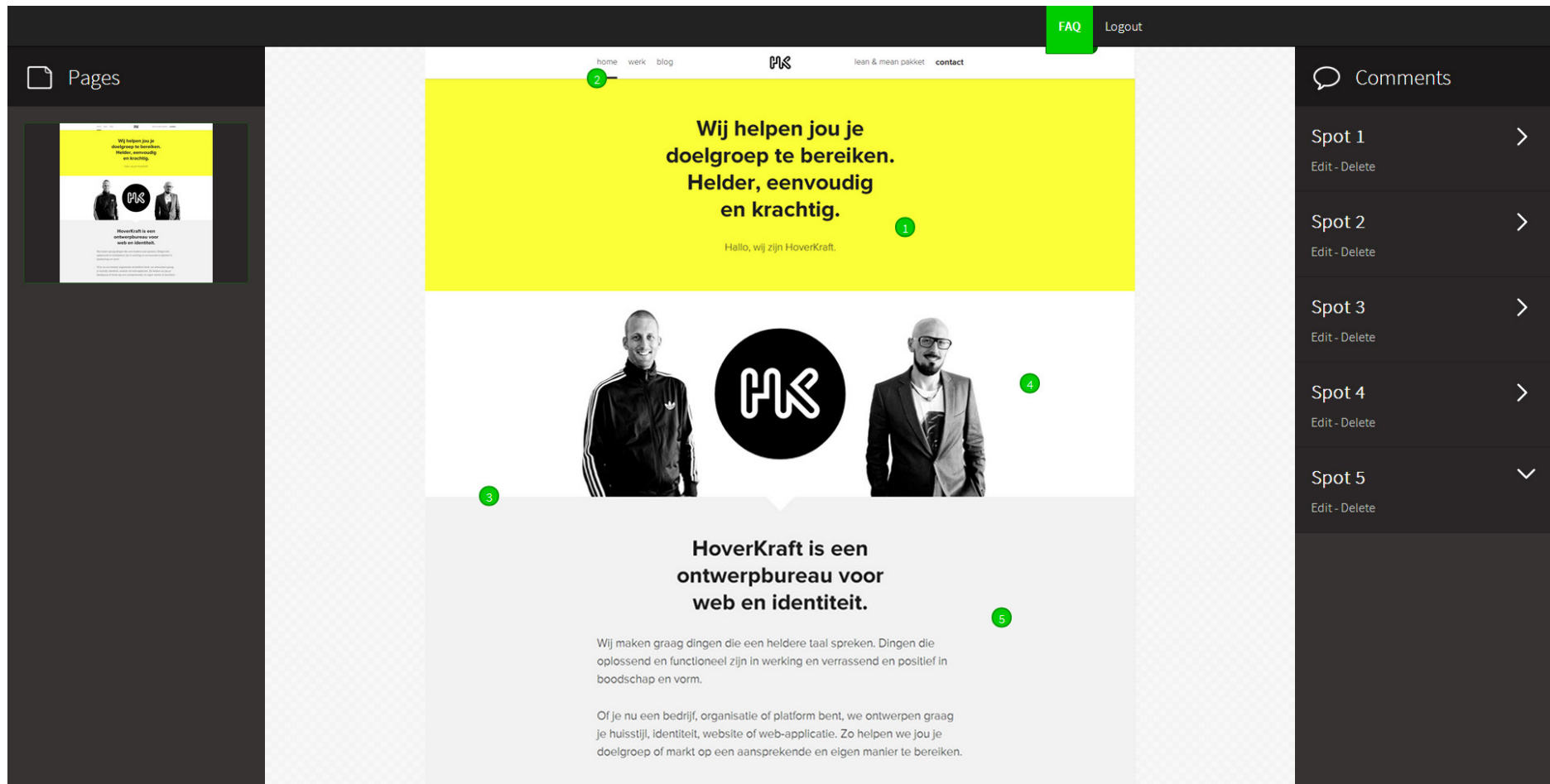
Bijlage 7 - Uitbreiding Spike tool



Eerste scherm is een korte uitleg over de Spike tool. In deze versie is het ook mogelijk om de FAQ te raadplegen tijdens het gebruik van de Spike tool.



Door op het design te klikken kunnen er comments geplaatst worden op specifieke punten. Aan de rechterkant van het scherm wordt tegelijkertijd een 'spot' aangemaakt en live bijgewerkt.



Er kunnen zoveel comments geplaatst worden als de gebruiker maar wilt.