

DESIGN RATIONALE

Afstuderen

Dit project is tot stand gekomen in samenwerking met SenS Online Solutions



PELLE BORST | 500777317

pelle.borst@hva.nl

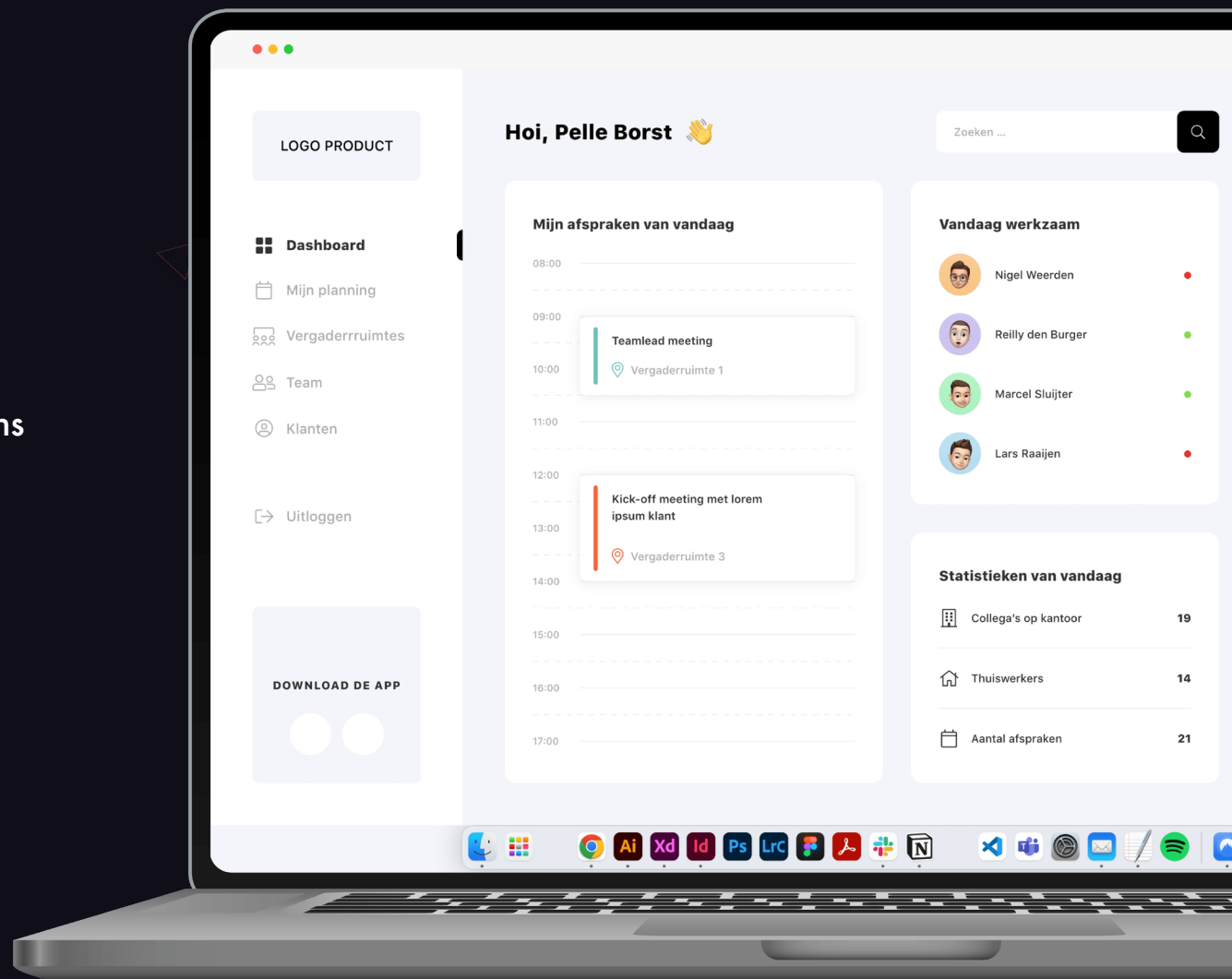
+31 6 206 66 857



SENS ONLINE SOLUTIONS

+31 36 30 300 61

www.sensmarketing.nl



VOORWOORD

Voor u ligt de design rationale wat tot stand is gekomen aan de hand van mijn afstudeerproject in samenwerking met SenS Online Solutions. De verantwoordelijk te lezen in dit document is op basis van de eerste twaalf weken.

Tijdens mijn korte stage bij SenS Online Solutions heb ik mogen proeven van de werksfeer van dit snel groeiende full-service online marketingbureau. Toen ik via de bedrijfseigenaar hoorde dat ik een mogelijkheid had om voor dit bedrijf een project te starten, heb ik dit met beide handen aangegrepen.

In deze rationale is aandacht besteed aan de werkzaamheden die ik heb uitgevoerd tijdens de eerste twaalf weken van het afstudeerproject. De belangrijkste keuzes en inzichten zijn toegelicht.

INHOUDSOPGAVE

04 Introductie

05 Het project

06 Design Challenge

07 Stakeholder analyse

09 Programma van Eisen

10 Concept kansen

11 Concept keuze

12 Het concept

13 Sitemap

14 Het product

15 Conclusie

16 Vervolgstappen

17 Bronnenlijst



INTRODUCTIE

SenS Online Solutions

De opdrachtgever van het project, SenS Online Solutions is een vooruitstrevend full-service online marketingbureau, gespecialiseerd in alle vormen van zoekmachine marketing, online marketing, UX/UI design en development. Hierdoor kan er een optimale mix van marketing methoden en web diensten ingezet worden om online resultaten te boeken.

Het team van SenS Online Solutions bestaat vrijwel uitsluitend uit jong professionals die elke dag flexibel en proactief met de klanten schakelen.

Productbiografie

De design rationale wordt ondersteunt door een productbiografie. Hier staan alle methodes en inzichten uitgebreid beschreven.

In dit document zal ik regelmatig verwijzen naar methodes in de productbiografie. Ik raad aan om mijn productbiografie digitaal te bekijken om zo alle informatie het beste te kunnen zien. In de productbiografie staan een aantal methodes en pagina's nog leeg. Deze methodes ben ik van plan om uit te voeren tijdens de resterende periode van het project.

[Link naar productbiografie](#)



HET PROJECT

Aanleiding van het project

SenS Online Solutions heeft al een tijdje het plan om zich te oriënteren op het gebied van planning tools. Er is destijds gekozen voor de Outlook Calendar omdat deze samen met de mailservice aangeschaft is. Tegenwoordig zijn er te veel afspraken om hierin overzicht te houden. De bedrijfseigenaar richt zich volledig op de klanten en interne processen komen voor hem op de tweede plek. Omdat hij zo druk is, wil hij een totaalpakket aanschaffen. Het nadeel hiervan is dat dit soort pakketten erg duur zijn en vaak in abonnementsvorm afgenomen moeten worden. Het is voor hem en het bedrijf een uitkomst dat ik een concept kan onderzoeken en in-house een product kan ontwikkelen. Het kost hem nauwelijks tijd en bespaart een hoop geld.

Probleemstelling

Eigenlijk zijn er binnen SenS Online Solutions twee problemen. Het eerste en grootste probleem is het plannen van meetings en afspraken. Dit is in de Outlook Calendar veel te onoverzichtelijk geworden. Er zijn te veel werknemers, ruimtes, afspraken en vakanties om dit snel en goed te kunnen beheren

Het tweede probleem is boven water gekomen sinds veel werknemers hybride thuiswerken. Klanten die voor een specifieke collega bellen kunnen deze vaak niet (telefonisch) bereiken. Dat zorgt voor een negatieve ervaring. Met mijn product streef ik ernaar om beide problemen op te lossen.

DESIGN CHALLENGE

Hoe kan een **digitaal interactief product** ervoor zorgen dat **jonge professionals bij SenS Online Solutions** snel en efficiënt plannings beheren, afspraken inplannen en status updates versturen, zodat zowel de interne- als externe **communicatie** verbeterd

Alle iteraties van mijn design challenge zijn te bekijken in mijn productbiografie: Design Challenge

STAKEHOLDER ANALYSE

Omdat het erg lastig is een product te ontwerpen waarbij je rekening houdt met de belangen van alle stakeholders, heb ik besloten om mij te gaan focussen op alle stakeholders die direct belang hebben bij het product. Deze zijn weergegeven in de cirkel binnen de scope.

De uitgebreide stakeholder analyse is terug te vinden in mijn productbiografie: Stakeholder Map



Afbeelding 2: Stakeholder Map

BELANGRIJKSTE STAKEHOLDERS

SenS Online Solutions

Het product wordt ontwikkelt in opdracht van SenS Online Solutions.
Het bedrijf is de opdrachtgever.

Klanten

Het product moet ervoor zorgen dat de ervaring van klanten ook omhoog gaat.

Bedrijfseigenaar

De bedrijfseigenaar is een belangrijke gebruiker aangezien hij ook meeting inplant.

Administratie

De interne administratie moet op de hoogte zijn van het gebruik van het product en dit ten alle tijden kunnen beheren.

Jong professionals

Dit is de doelgroep waar ik voor ga ontwerpen. Jong professionals zijn mijn eindgebruiker. Het product moet ervoor zorgen dat de doelgroep een optimale ervaring heeft op het gebied van het inplannen van afspraken.

Een gedetailleerde beschrijving van alle stakeholders is terug te vinden in mijn productbiografie: Stakeholder Map

PROGRAMMA VAN EISEN

Hieronder staan de belangrijkste eisen uit mijn onderzoek. Een uitgebreide representatie van alle eisen is terug te vinden in mijn productbiografie: Programma van Eisen

Het product moet...

- voor administratie, de bedrijfseigenaar en de doelgroep een duidelijk overzicht van de planning bieden.
- de doelgroep in staat stellen om snel en efficiënt een afspraak in te plannen.
- de doelgroep in staat stellen om flexibel (vanuit huis) te kunnen werken.
- toegankelijk zijn voor alle werknemers van SenS Online Solutions.
- updates en notificaties kunnen sturen wanneer dit relevant is.

De methodes waar deze eisen uit zijn gekomen kun je vinden in de productbiografie:

Desk Research, Interviews, Best, Good & Bad Practices, Competitive Analysis, Customer Journey Map, User Story Map, Brainstorm, Concept Mapping

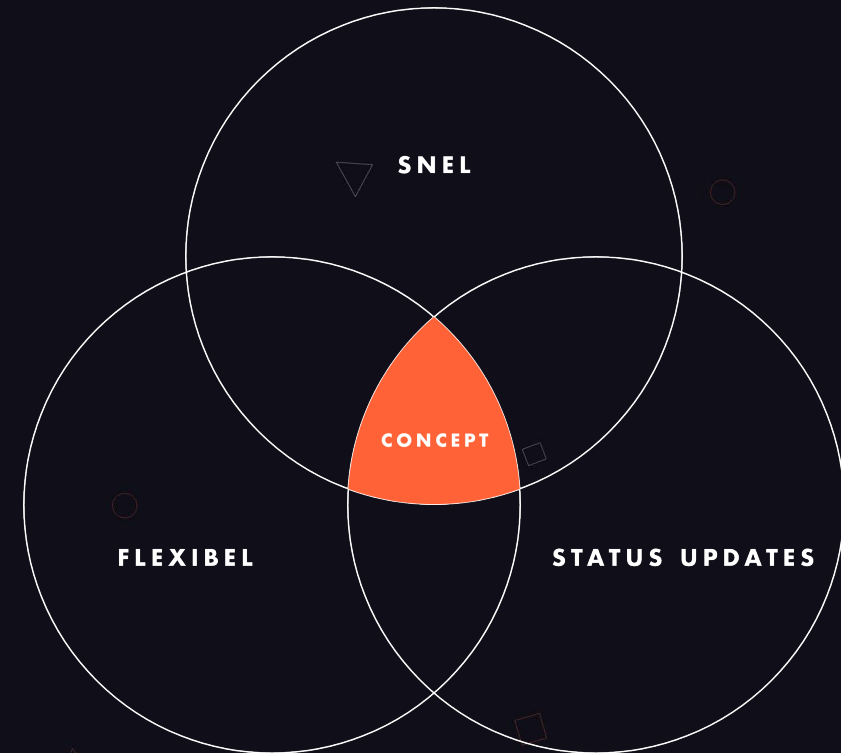
CONCEPT KANSEN

De jong professionals moeten snel een afspraak kunnen inplannen met de juiste data. Of dit nu een interne meeting is met een collega, of een belangrijke meeting met een klant.

Het product moet flexibel te gebruiken zijn. De thuiswerkers moeten net zo makkelijk een kunnen inplannen als de collega's op kantoor. Ook moet het product uiteindelijk multi-device te gebruiken zijn.

Alle gebruikers van het product moeten updates kunnen ontvangen en bekijken. Dit kunnen updates zijn over collega's, nieuwe / gewijzigde afspraken of reminders.

De methodes waar deze concept kansen uit zijn gekomen kun je vinden in de productbiografie bij:
Interviews, Empathy Mapping, Customer Journey Mapping, Best, Good & Bad Practices



Afbeelding 3: Concept richting visualisatie

CONCEPT KEUZE

Aan de hand van de verschillende onderzoeksmethodes die ik heb uitgevoerd, heb ik een brainstormsessie met de jong professionals opgezet.

Na een korte word association, uitgebreide brainwriting en uiteindelijk dot voting, zijn we tot drie concrete concepten gekomen.

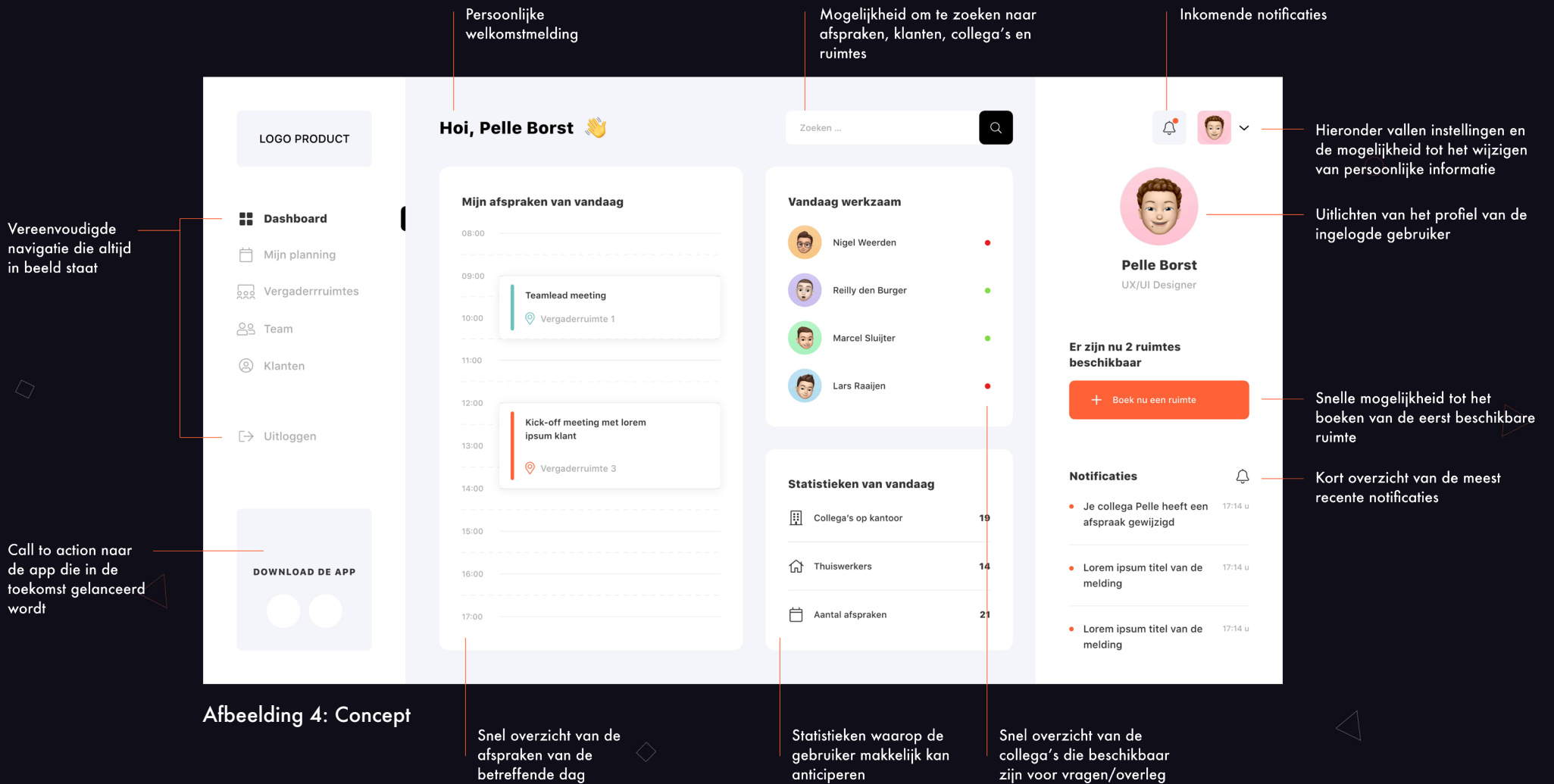
1. Door per vergaderruimte een scherm op te hangen kan de doelgroep naar zo'n scherm toe lopen om door middel van een hele simpele navigatie een afspraak in te plannen.
2. Een digitaal dashboard moet de doelgroep gaan helpen om overzicht te krijgen. Binnen het dashboard staan de planningen, ruimtes, collega's en klanten.
3. Er wordt op de zakelijke apparaten van een jong professional een SenS Assistent ingesteld. Je kan door middel van voice input snel een afspraak inplannen en statussen van collega's opvragen.

De concepten heb ik vervolgens uitgewerkt in een concept map. Deze map geeft de verbinding tussen de concepten aan. Hierin is heel duidelijk te zien dat concept 2, het dashboard, in verbinding staat met alle concepten.

Tijdens de feedback frenzy werd er aangegeven dat het eerste concept wel een goed idee is, maar eerder een sub-probleem oplost. Het kan later wel een goede toevoeging zijn. Het werd mij aangeraden om eerst te focussen op het oplossen van het hoofd probleem.

Op de volgende pagina's laat ik de eerste schermen van het prototype van het dashboard zien. De indeling en structuur van deze schermen zijn opgezet aan de hand van een co-creatie sessie met de doelgroep. Hier kun je meer over lezen in de productbiografie: Co-creatie.

EERSTE VERSIE CONCEPT

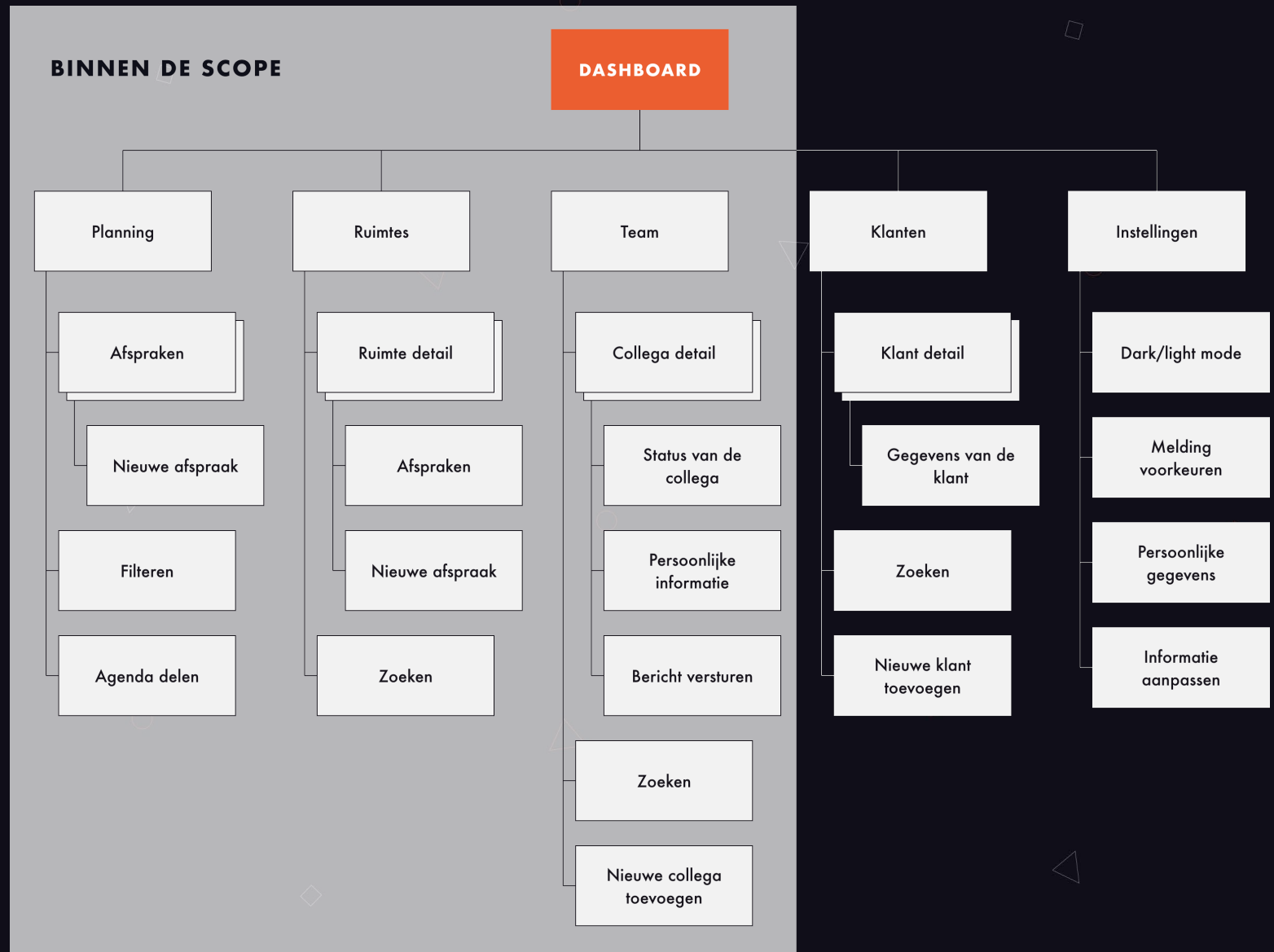


Afbeelding 4: Concept

SITEMAP

De algemene navigatie en functionaliteiten zijn weergegeven in de sitemap. Het gedeelte wat binnen de scope valt is het gedeelte wat ik verder ga uitwerken tot een functioneel prototype.

Alle revisies van de sitemap zijn te vinden in mijn productbiografie onder Sitemap.



Afbeelding 5: Sitemap product

KERNFUNCTIONALITEITEN

Nieuwe afspraak

Het product stelt de gebruiker in staat om snel en efficiënt een nieuwe afspraak te maken. Of het nou gaat om een interne meeting, externe meeting, online call, etc. De afspraak kan vervolgens eenvoudig beheerd worden in de planning.

Agenda delen

Sommige klanten hebben het erg druk en willen graag meerdere mogelijkheden ontvangen voor het plannen van een afspraak. Het product stelt de gebruiker in staat om zijn agenda te delen zodat de klant op basis van deze beschikbaarheid zelf zijn afspraak in kan plannen.

Statusupdates collega's

Het product stelt de gebruiker in staat om informatie over collega's op te zoeken. Werkt de collega thuis, is hij vrij of in een vergadering? Op deze manier kunnen klanten die voor specifieke collega's bellen sneller geholpen worden.

Notificaties

Het product verstuurt notificaties naar de gebruiker over nieuwe afspraken, gewijzigde afspraken, beschikbare ruimtes en nog veel meer. Ook kan een gebruiker super snel een bericht sturen naar een collega via een third party integratie zoals Slack.

CONCLUSIE EN WAARDE

Het product ondersteunt jong professionals binnen SenS Online Solutions bij het maken van afspraken, beheren van planningen, ontvangen van notificaties en het bekijken van status updates. Alle elementen staan nu in één systeem.

Doordat het product de gebruiker in staat stelt om bovenstaande doelen sneller uit te voeren blijft er meer werk over voor het werk wat in de functieomschrijving staat. Het sneller en efficiënter omgaan met planningen zorgt ook voor een positieve ervaring bij de doelgroep. De interne en externe communicatie zal met het lanceren van het product sterk verbeteren.

VERVOLGSTAPPEN

Het product zoals het in dit document en de productbiografie beschreven is, is gemaakt in een tijdsbestek van 12 weken. De geformuleerde vervolgstappen zijn onderzoeken en ontwikkelingen die ik in de resterende tijd van het project wil uitvoeren.

Algemene vervolgstappen

Uiteindelijk moet het prototype een interactief non-lineair prototype worden. Ik streef ernaar om alle schermen + micro-interacties uit te werken zoals dit in de sitemap beschreven staat.

Usability testing

De interacties, navigatie en flow van het product zullen getest moeten worden met de doelgroep. Op deze manier kan ik iteratieslagen maken en ontdekken wat de valkuilen van het product zijn.

Logo en huisstijl

Om er een echt product van te maken zal ik een logo ontwerp en huisstijl moeten definiëren. De algemene stijl van het product is bekend, maar dit moet geformuleerd worden in een document zodat dit op alle pagina's gehandhaaft kan worden.

Proof of concept

Het concept zoals het nu is, is nog niet gepitcht aan de bedrijfseigenaar. Hij zal uiteindelijk de knoop moeten doorhakken of het product gaat werken in de praktijk. Omdat hij een belangrijke gebruiker is, zal er met hem ook getest moeten worden.

BRONNENLIJST

Afbeelding 1

Eigen mockup van het concept in combinatie met een visual van Shutterstock. Geraadpleegd op 24 april 2022, van <https://www.shutterstock.com/image-vector/set-realistic-monitor-laptop-tablet-phone-1736705720>

Afbeelding 2

Eigen visualisatie van de stakeholder analyse gebaseerd op de stakeholder analyse in de productbiografie.

Afbeelding 3

Eigen visualisatie van de drie pijlers van het concept gebaseerd op de inzichten uit mijn onderzoek.

Afbeelding 4

Eigen visualisatie van het eerste concept

Afbeelding 5

Eigen visualisatie van de sitemap van het product.

Productbiografie

De externe bronnen die ik gebruikt heb voor mijn onderzoek staan in mijn productbiografie per methode beschreven.