

Projectdocument

Wesley Vermeulen - ICT & Media Design



Periode 08-02-2021 t/m 15-06-2021

Versie: 2.1

D Details afstudeerstage

Afstudeerperiode: 8 februari 2021 t/m 15 juni 2021
Afstudeerkeuze: Portfolio

Student

Initiële studierichting: M
Stroom: Voltijd NL
Afstudeerrichting: M
Achternaam & initialen: Vermeulen, Wesley W.P.A.
Studentnummer: 3249174

Organisatie

Naam: Buro 3
Adres: Tramstraat 39
Postcode, stad en land: 5751 JK Deurne, Nederland
Telefoonnummer: 0492 - 84 67 71
Website: www.buro-3.nl

Begeleider organisatie

Naam: Mart Rijkers
Afdeling & functie: Webdevelopment, webdeveloper
Postcode, stad en land: 5751 JK Deurne, Nederland
Opleiding: Fontys ICT & Media Design
Achtergrond URL: www.buro-3.nl/ons-dna/
Telefoonnummer: 06 - 508 285 57
E-mailadres: mart@buro-3.nl

Begeleider Fontys Hogescholen

Achternaam & initialen: Schol, David D.J.E.
E-mailadres: d.schol@fontys.nl

Inleiding

In het projectdocument wordt inhoudelijk ingegaan op onder andere het bedrijf en haar werkwijze, de aanleiding van de opdracht en het probleem. Daarnaast zal er ook meer informatie gegeven worden over de doelstellingen, het op te leveren resultaat én worden de eisen opgesteld die aan het project verbonden zitten. Ook komt de aanpak en planning van de opdracht aan bod en zal er een projectmethode gekozen worden die het beste bij de opdracht past.

Inhoudsopgave

Details afstudeerstage	02
Inleiding	03
Inhoudsopgave	04
Het bedrijf	05
Over Buro 3	05
De aanpak	05
De opdracht	06
Probleemstelling	06
Opdrachtschrijving	06
Doelstellingen	07
Opdrachtanalyse	07
Design challenge	08
Eisen aan de opdracht	08
MoSCoW	09
Onderzoeksvragen	10
Hoofdvraag	10
Deelvragen	10
Scope	11
Mogelijke risico's en uitdagingen	11
Aanpak & Planning	12
Projectmethode	12
Planning	13
Begeleiding & Middelen	14
Begeleiding	14
Werkmethode & middelen	14
Persoonlijke ontwikkeling	15
Development	15
Adviseren	15
Communiceren	15

Het bedrijf

■ Over Buro 3

Buro 3 is een digitaal marketingbureau dat klanten zo snel en gemakkelijk mogelijk hun doel wil laten bereiken. Zij willen bedrijven klantgerichter maken, door ze te leren vanuit de klantreisgedachte te handelen en te luisteren naar klanten. Met deze aanpak helpen zij bedrijven onderbouwde keuzes te maken, zodat elke marketingeuro zo goed mogelijk besteed wordt.

Het team bestaat uit een groep gedreven personen die opgegroeid zijn met het internet. Hun hart gaat sneller kloppen van perfecte code, oogstrelende designs en slimme geautomatiseerde marketingcampagnes. Verstoep achter te grote schermen maken zij dingen waar ze ontzettend trots op zijn.

■ De aanpak

De aanpak van Buro 3 om een klantreis te optimaliseren bestaat uit 3 stappen; onderzoek en strategie, creatie & optimalisatie en cursus & training. Voor elk project wordt er een team samengesteld die aan het project gaat werken.

Onderzoek & strategie

Een goede aanpak begint met het in kaart brengen van de klantreis. Samen met de klant kijken ze naar alle touchpoints op deze klantreis. Ze kijken hoe hier al op wordt ingespeeld en waar kansen ontstaan. Vervolgens stemmen ze hier de marketingpositionering en -strategie op af.

Creatie & optimalisatie

Door de marketingachtergrond van Buro 3 zijn de designs conversiegericht en worden websites in de basis al technisch geoptimaliseerd voor een goede online vindbaarheid. Daarnaast worden er data gedreven online marketing campagnes gecreëerd en geoptimaliseerd.

Omdat herhaalde handmatige werkzaamheden overbodig zijn worden deze geautomatiseerd. Denk aan het automatisch versturen van emails nadat er een handeling op de website is verricht of het automatisch aanmaken van verzendlabels bij een webshopbestelling. Hierdoor worden processen of marketing handelingen slim geoptimaliseerd.

Cursus & opleiding

De kennis die Buro 3 bezit wordt graag gedeeld, zodat je makkelijk de inhoud van je website aan kunt passen of de volgende strategische stap met je onderneming kunt zetten. Daarnaast heeft Buro 3 intern ook een eigen opleidingstraject voor marketing, deze bestaat uit een combinatie van online leren en coaching door een ervaren professional.

D De opdracht

■ Probleemstelling

Door de groei van Buro 3 zijn er een heleboel nieuwe producten bijgekomen. Het aanbod wat Buro 3 de klanten te bieden heeft, is dus enorm gegroeid. Klanten zijn hier echter lang niet altijd van op de hoogte en sommige klanten denken zelfs nog dat zij enkel websites maken en geen online marketing doen. Zo zijn er een aantal klanten die websites hebben afgenomen maar de online marketing ergens anders doen puur omdat ze het niet wisten.

Er zijn door Buro 3 productkaarten bedacht, dit zijn kaarten van maximaal 1 A4 waar in Jip en Janneke taal het product beschreven staat. Deze kaarten kunnen door medewerkers van Buro 3 gebruikt worden om klanten in contact te brengen met de producten die zij aanbieden, zodat zij makkelijk en snel meer informatie krijgen en enthousiast raken over een product om vervolgens met Buro 3 een customer journey traject in te gaan.

Op dit moment zijn er al een aantal van deze kaarten uitgewerkt in Google Docs, waardoor ze makkelijk door alle medewerkers aangepast kunnen worden en terug te vinden zijn. Klanten komen dus nog steeds enkel met producten in aanraking wanneer deze worden aangedragen door Buro 3. Ideaal zou zijn als klanten dus zelf een makkelijk overzicht kunnen krijgen hiervan.

Door het product dat er gemaakt zal worden, zullen deze kaarten online beschikbaar worden voor klanten en medewerkers van Buro 3. Informatie kan makkelijk bewerkt worden en klanten kunnen snel geholpen worden en van informatie worden voorzien. Ook kunnen klanten dan zelf naar producten zoeken zodat deze niet enkel door medewerkers aangedragen hoeven worden. Het doel is om klanten hiermee meer duidelijkheid te geven over het huidige productenaanbod van Buro 3. Daarnaast zal deze oplossing tijd uit handen van de werknemers worden genomen, omdat er op dit moment bij elke klant telefonisch of via de mail veel uitleg over producten wordt gegeven, welke steeds zelf en opnieuw wordt getypt.

■ Opdrachtomschrijving

Ontwikkel een online productentool waarmee (potentiële) klanten van Buro 3 in contact kunnen komen met de producten die zij aanbieden.

De online productentool moet een interactieve tool worden waarmee klanten meer informatie kunnen krijgen over de diensten en producten van Buro 3. Hierbij moeten deze producten makkelijk en snel aangepast kunnen worden door alle werknemers binnen Buro 3 en daarnaast moeten er ook ten alle tijden nieuwe producten toegevoegd kunnen worden.

Doordat het een interactieve tool moet worden, zal er allereerst onderzoek gedaan moeten worden over hoe de tool precies ontwikkeld moet worden en hoe deze eruit moet komen te

zien. Vervolgens zal er ook onderzoek gedaan moeten worden naar de manier waarop de tool het beste gebruikt kan worden en hoe de klanten gemakkelijk in contact kunnen komen met deze tool. Ook zal er onderzocht moeten worden waaruit de doelgroep bestaat en wie überhaupt deze tool mag gebruiken.

■ Doelstellingen

Het doel is om (potentiële) klanten in contact te brengen met de (nieuwe) producten en diensten van Buro 3. Op die manier kunnen zij makkelijk en snel meer informatie krijgen over de verschillende producten om vervolgens samen met Buro 3 een customer traject in te gaan.

Hierbij zijn enkele doelen waaraan het platform moet voldoen, namelijk:

1. **Interactief, aantrekkelijk en gebruiksvriendelijk;**
Veel informatie kan al snel saai en langdraadig worden. Daarom moet de productentool interactief worden, zodat de gebruikers langer de aandacht behouden voor de tool en daardoor ook meer interesse tonen in de producten van Buro 3.
2. **Inzicht krijgen in de behoefte van de klant;**
Door data te verzamelen vanuit de tool moet Buro 3 inzicht krijgen in de behoefte van de klant. Hiermee kunnen zij vervolgens gerichtere oplossingen aanbieden of de focus leggen op andere producten/diensten.
3. **Eenvoudig te beheren vanuit de eigenaar.**
De eigenaar, of eventuele andere werknemers, moeten eenvoudig met de tool om kunnen gaan. Zo moeten zij nieuwe producten toe kunnen voegen of bestaande producten aan kunnen passen.

■ Opdrachtanalyse

Elke (potentiële) klant van Buro 3 heeft verschillende behoeften waar Buro 3 bijpassende producten voor heeft. Het probleem is dat niet alle klanten weten wat de producten zijn die Buro 3 aanbiedt, hierdoor lopen zij opdrachten mis omdat klanten bij andere bedrijven producten en diensten afnemen. Om dit probleem op te lossen wil Buro 3 een online productentool ontwikkelen waar de doelgroep alle benodigde informatie over de verschillende producten kan vinden die Buro 3 aanbiedt en waardoor zij vervolgens eenvoudig met elkaar een traject kunnen starten om een passende oplossing te kunnen bedenken.

Om dit te faciliteren komt er een online productentool waarop medewerkers van Buro 3 eenvoudig de producten kunnen toevoegen, wijzigen en verwijderen. Vervolgens kunnen (potentiële) klanten van Buro 3 alle informatie over de aangeboden producten en services vinden, zoals een korte uitleg over wat het product inhoudt, wat de voordelen ervan zijn en heeft de klant de mogelijkheid om verschillende voorbeelden te bekijken.

De klant moet d.m.v. een interactieve manier de juiste producten voor zijn of haar probleem kunnen vinden en deze mee kunnen nemen naar de volgende stap, namelijk het customer traject met Buro 3.

■ Design challenge

Ontwikkel een online productentool, waardoor **(potentiële) klanten van Buro 3 in contact komen met de producten die zij aanbieden** en hierdoor samen met Buro 3 een customer traject kunnen starten voor een passende oplossing.

■ Eisen aan de opdracht

De opdrachtgever wil graag een online productentool hebben waar medewerkers d.m.v. de Google Docs API eenvoudig nieuwe producten toe kunnen voegen of bestaande producten kunnen aanpassen. Daarnaast moet het platform aan drie doelen voldoen, in het kort beschreven zijn dit:

1. **Interactief, aantrekkelijk en gebruiksvriendelijk;**
2. **Inzicht krijgen in de behoefte van de klant;**
3. **Eenvoudig te beheren vanuit de eigenaar.**

Het is nog niet duidelijk wie precies toegang krijgen tot deze tool en op welke manier zij in aanraking kunnen komen hiermee. Hiervoor zal er onderzoek gedaan moeten worden naar de doelgroep en de manier waarop de tool het best gebruikt kan worden.

Het eindproduct zal bestaan uit twee onderdelen, namelijk een clickable prototype en een ontwikkeld product. Het clickable prototype zal worden getest onder de doelgroep. Het ontwikkelde product zal bestaan uit een front-end en backend.

MoSCoW

De MoSCoW is opgezet op basis van de tussenproducten die worden opgeleverd voor het eindproduct en de globale eisen waar het product aan moet voldoen. De uitgebreide MoSCoW van de productentool wordt in een los document aangeleverd.

Must have

- Projectdocument
- Gebruikersonderzoek
- MoSCoW productentool
- Wireframes
- Clickable prototype (ontwerp)
- **Digitaal prototype**
 - Google Docs API
 - Overzicht producten/diensten
 - Product-/dienstpagina
 - Responsive

Should have

- User stories
- Adviesrapport
- **Digitaal prototype**
 - Inloggedeelte
 - Persoonlijk overzicht klanten
 - Pakketten samenstellen klanten

Could have

- **Digitaal prototype**
 - Klanten koppelen aan team of medewerker
 - Bezochten producten registreren
 - Gerelateerde producten/diensten
 - Aanbevolen producten/diensten
 - Medewerkers kunnen producten aanbevelen

Won't have

- **Digitaal prototype**
 - Automatische marketing
 - Met de tool producten aanschaffen
 - Betalingssysteem

Onderzoeksvragen

Hoofdvraag

Op welke manier kan een online productentool ontwikkeld worden, waarmee klanten alle benodigde informatie over producten en diensten kunnen vinden die Buro 3 aanbiedt om werknemers kostbare tijd te besparen.

Deelvragen

- Welk framework past het beste bij deze tool om deze zo optimaal mogelijk te ontwikkelen?
- Wat zijn de wensen en behoeftes van de werknemers die met deze tool gaan werken op het gebied van uitstraling en user experience?
- Op welke manier kunnen de klanten van Buro 3 in contact worden gebracht met de tool?
- Wie moeten er toegang krijgen tot de online productentool van Buro 3?
- Waar moet de tool aan voldoen en hoe zijn deze eisen om te zetten in een clickable prototype?
- Op welke manier wordt de tool voor de doelgroep als interactief, aantrekkelijk en gebruiksvriendelijk ervaren?

Scope

Voor het realiseren van het product en de daarbijhorende doelstellingen wordt de scope van het project bepaald. Hieronder staat beschreven welke elementen niet behoren tot het project.

- De tool zal als los digitaal product ontwikkeld worden en niet gekoppeld worden met de huidige site van Buro 3.

Mogelijke risico's en uitdagingen

Mogelijke uitdagingen die passen bij dit project is het ontwikkelen van een interactieve tool, die daarnaast weer niet té speels/interactief wordt waardoor het voor de gebruiker lastig wordt om de juiste informatie te vinden. Daarnaast is het een uitdaging om de tool zó te ontwikkelen, dat deze aansluit bij de wensen van alle verschillende werknemers.

Het risico dat daar vervolgens weer uit voortkomt, is dat niet alle wensen van de verschillende werknemers voldaan kunnen worden. Hier moet dus ook niet dagenlang op gefocust worden, maar een balans tussen gevonden worden.

De tool moet gebruik gaan maken van de Google Docs API. Het gebruik van deze API kan lastig en tijdrovend zijn en daardoor zal er een goede balans gevonden moeten worden met onderzoek en ontwikkeling.

A Aanpak & Planning

■ Projectmethode

Tijdens dit project zal er gebruik gemaakt worden van de scrum methode. Scrum is een framework om op een flexibele manier producten te maken. Buro 3 maakt gebruik van Asana, waarin ook eenvoudig scrum toegepast kan worden.

Daarnaast wordt er tijdens de ontwikkelfase gebruik gemaakt van Git als versiebeheer, hierdoor kan code altijd per stap bekeken worden en van feedback worden voorzien waar nodig.

Voor de onderzoeksfase zullen verschillende onderzoeksstrategieën gebruikt worden die gekozen worden op basis van de onderzoeksvraag en het doel van het onderzoek. Hieronder zijn verschillende opties beschreven.

Onderzoeksstrategieën & methodes

Bieb

Welke nieuwe technieken bestaan er binnen de ontwikkeling van websites/tools, wat zijn de voor- en nadelen van deze technieken en wanneer worden ze gebruikt of kunnen ze worden ingezet. Hiervoor kan gebruik gemaakt worden van onder andere:

- Benchmark creation: welke producten bestaan er al en hoe zitten deze in elkaar.

Veld

Wat zijn de verwachtingen van werknemers binnen Buro 3 en op welke manier willen zij met de tool gaan werken. Om dit te onderzoeken kan onder andere gebruikt worden gemaakt van:

- Interview: wat verwachten de werknemers van de tool.

Lab

Er zullen verschillende versies d.m.v. gebruikerstesten getest worden onder de doelgroep en de gekregen feedback zal toegepast worden in nieuwe versies.

- Usability testing: welke problemen bevat het design en hoe wordt de tool door een gebruiker gebruikt;
- Thinking aloud: wat is het denkproces van de gebruiker tijdens een usability test.

Showroom

Er zullen verschillende versies voorgelegd worden binnen het bedrijf en aan de hand van feedback zullen er verbeteringen aangebracht worden. Doordat de tool voorgelegd wordt binnen het bedrijf zal er feedback worden gegeven door experts.

- Co-reflection: wat vinden de opdrachtgevers van het proces en de gemaakte producten.

Workshop

Er zal een prototype gemaakt worden die vervolgens getest gaat worden onder de

gebruikers, daarnaast kunnen er verschillende onderdelen getest worden d.m.v. een proof of concept.

- Prototyping: het ontwerpen maken en testen van meerdere onderdelen van een product;
- Proof of concept: het ontwerpen en testen van één onderdeel van een product.

■ Planning

Hieronder is een globale planning te zien van de afstudeerperiode. Er zullen verschillende fases doorlopen worden, waarin verschillende tussenproducten bij horen en gemaakt zullen worden. Er zal ook een logboek bijgehouden worden van de uitgevoerde taken en daarnaast worden gemaakte producten direct toegevoegd aan het portfolio.

Oriëntatiefase

Week 1 - 3:

- Projectdocument opstellen
- MoSCoW productentool opstellen

Onderzoeksfase

Week 4:

- Interview werknemers

Week 5:

- Onderzoek tools & middelen

Week 6:

- Onderzoek gebruikers

Ontwerpfase

Week 7:

- Customer journey
- Prototype / proof of concept

Week 8 - 9:

- Prototype / proof of concept

Testfase

Week 10:

- Opstellen testplan
- Gebruikerstesten

Week 11:

- Gebruikerstesten
- Uitwerken testrapport

Week 12:

- Prototype verbeteren

Realisatiefase

Week 13 - 15:

- Ontwikkeling productentool

Week 16:

- Ontwikkeling productentool
- Testen productentool

Afrondingsfase

Week 17:

- Adviesdocument
- Inleveren portfolio

Week 18:

- Presentatie eindproduct

Week 19 - 20:

- Afstudeerzitting

B Begeleiding & Middelen

■ Begeleiding

Tijdens mijn afstudeerstage zal ik begeleidt worden door Mart Rijkers. Mart werkt al 4 jaar bij Buro 3 en heeft de functie webdeveloper. Daarnaast kan ik terecht bij het hele team voor specifieke vragen over bijvoorbeeld marketing of design.

Met de huidige situatie zal ik de eerste paar weken op kantoor werkzaam zijn om alles op te zetten en om bekend te worden met de werkwijze van Buro 3. Later kan ik eventueel thuis aan de slag met mijn afstudeeropdracht of met opdrachten die vanuit Buro 3 aan mij toegewezen zijn.

■ Werkmethode & middelen

Buro 3 maakt gebruik van WordPress als CMS voor de websites die ze ontwikkelen, daarnaast wordt Coda of Sublime text gebruikt als Integrated Development Environment (IDE) en maken ze gebruik van Bitbucket i.c.m. Sourcetree om alle wijzigingen en versies bij te houden.

Voor de planning en urenregistratie worden Asana en Productive lo gebruikt. In Asana kunnen taken met subtaken aangemaakt worden waar deadlines opgezet kunnen worden en eventueel werknemers die eraan moeten gaan werken. In Productive lo staan alle klanten en kun je heel precies de uren bij de juiste werkzaamheden zetten.

Op kantoor heb ik mijn eigen werkplek waar ik gebruik kan maken van een iMac. Hierop heb ik mijn eigen account en daarnaast heb ik ook eigen accounts voor de apps en programmas die ze gebruiken.

P Persoonlijke ontwikkeling

■ Development

In de komende periode wil ik mezelf ontwikkeling in het gebruik van WordPress, omdat deze tool steeds vaker gebruikt wordt door bedrijven doordat het een bekende tool is bij veel mensen. Daarnaast wil ik meer gebruik gaan maken van nieuwe en opkomende trends of tools om websites dynamischer te maken zoals VueJS.

■ Adviseren

Ik wil het bedrijf en klanten beter kunnen adviseren over keuzes en of iets wel of niet werkt. Denk hierbij aan het advies over bijvoorbeeld waarom bepaalde tools wel of niet gebruikt moeten worden. Dit advies kan ik verwerken in verschillende adviesdocumenten en onderbouwen met onderzoek/kennis.

■ Communiceren

Er blijven nieuwe tools en middelen op de markt komen en ik wil groeien in het uitleggen van technische aspecten en het samenwerken met een team binnen een bedrijf. Het kan hierbij gaan om nieuwe technieken die ik voor moet leggen aan andere developers of interessante onderzoeken die ik heb gedaan.



Projectdocument

Wesley Vermeulen - ICT & Media Design