

Overdrachts document

Table of Contents

Voorwoord	3
De opdracht	4
Development keuzes	5
Situatieschets	5
Animatie plug-ins vs. Custom code	5
Custom javascript code in wordpress	6
Onderzoek: Empathize fase	7
Customer journey	7
Empathy map	7
Het prototype	7
Het concept	7
Data maturity quiz	8
Keuze pagina	8
Productpagina	8
Test	9
Aanbevelingen	10
Technische uitwerking	10
De tweede helft van de customer journey	10
Productpagina's	10
De data maturity quiz	10
User Stories	10

Het Data & Automation (D&A) team van Fingerspitz biedt een grote diversiteit aan technische ondersteuning voor zowel collega's als klanten. Echter is het soms een uitdaging om technische oplossingen op een laagdrempelige manier toe te lichten aan klanten. Er is namelijk een grote variatie in de data maturity van klanten. Om dit te verbeteren is er een prototype ontwikkeld met drie delen: de data maturity quiz, de keuze pagina en de productpagina. De productpagina is technisch het ingewikkeldst en is om deze reden uitgewerkt tijdens dit project.

De focus in dit project heeft voornamelijk bij onderzoek gelegen omdat het D&A team technisch erg sterk is en dus ook het ICT-product snel kan uitwerken. Omdat niet alle functionaliteiten volledig zijn uitgewerkt tijdens het project zijn er in dit document aanbevelingen voor de vordering van het project geschreven. Daarnaast is de achterliggende redenering van de keuzes tijdens het coderen onderbouwd.

De opdracht

Deze afstudeerstage is uitgevoerd in het Data & Automation (D&A) team van Fingerspitz, een online marketingbureau binnen Handpicked Agencies. Het Data & Automation team van Fingerspitz biedt veel technische ondersteuning voor klanten op het gebied van online marketing en helpt klanten onder anderen met het verzamelen, verrijken en analyseren van data. Echter is het soms een uitdaging om technische oplossingen op een laagdrempelige manier toe te lichten aan klanten. Er is namelijk een grote variatie in de data maturity van klanten. Het doel van dit project is om de toegevoegde waarde van de diensten van Fingerspitz duidelijk te maken aan potentiële klanten van Fingerspitz.

Met dit doel voor ogen zijn de volgende hoofdvraag, deelvragen en design challenge opgesteld:

Design Challenge: Ontwerp een digitale oplossing die de minder technisch aangelegde (potentiële) klanten van Fingerspitz in staat stelt om in te zien hoe de technische dienst van het Data & Automation team (van Fingerspitz) kan helpen met hun vraag, om zo de waarde die het team kan toevoegen voor de klant duidelijk te maken, zodat Fingerspitz meer omzet genereert met de producten die ze aanbieden.

Hoofdvraag: Hoe kan ik op een toegankelijke manier de vraag van de (potentiële) klant matchen met de technische diensten die het data & automation biedt?

Deelvragen

1. Welke informatie hebben klanten nodig om overtuigd te worden van de toegevoegde waarde van de diensten van Fingerspitz?
2. Wat zijn de wring punten van de huidige manier van werken?
3. Hoe matchen anderen de vraag van klant met technische diensten?
4. Hoe kan ik de pijnpunten van de doelgroep het beste wegnemen?
5. Hoe kan de gevonden oplossing het beste gerealiseerd worden?

De website van Fingerspitz is gemaakt met wordpress. Ook medewerkers die niet kunnen coderen passen de website aan, bijvoorbeeld bij het schrijven van blogs. Het D&A team is namelijk te druk om al deze aanpassingen zelf te coderen. Dit is een van de redenen waarom er voor wordpress is gekozen.

Fingerspitz is een data gedreven bedrijf. Wat inhoud dat Fingerspitz vanuit data acties onderneemt. Daarom zijn Google Analytics (GA) en Google Tag Manager (GTM) geïntegreerd met de fingerspitz website. De data die verzameld is op de Fingerspitz website kan bijvoorbeeld toekomstige experimenten informeren. Het is dus van belang dat mijn code ook goed werkt met GA en GTM.

Voordat ik begon met het coderen van de productpagina waren er al een aantal plugins toegevoegd aan de website: Yoast (een SEO plugin) en Kadence blocks. Een deel van Kadence blocks is Lottie Animations. Dit is een efficiënte manier om kleinere animaties op de website toe te voegen vanuit adobe after effects. Simpele animaties van de productpagina kunnen mogelijk door Lottie Animations gemaakt worden zodat er minder custom code nodig is op de Fingerspitz website. Hierdoor kunnen alle medewerkers van Fingerspitz zoveel mogelijk van de productpagina aanpassen voor bijvoorbeeld het testen van copy.

Animatie plug-ins vs. Custom code

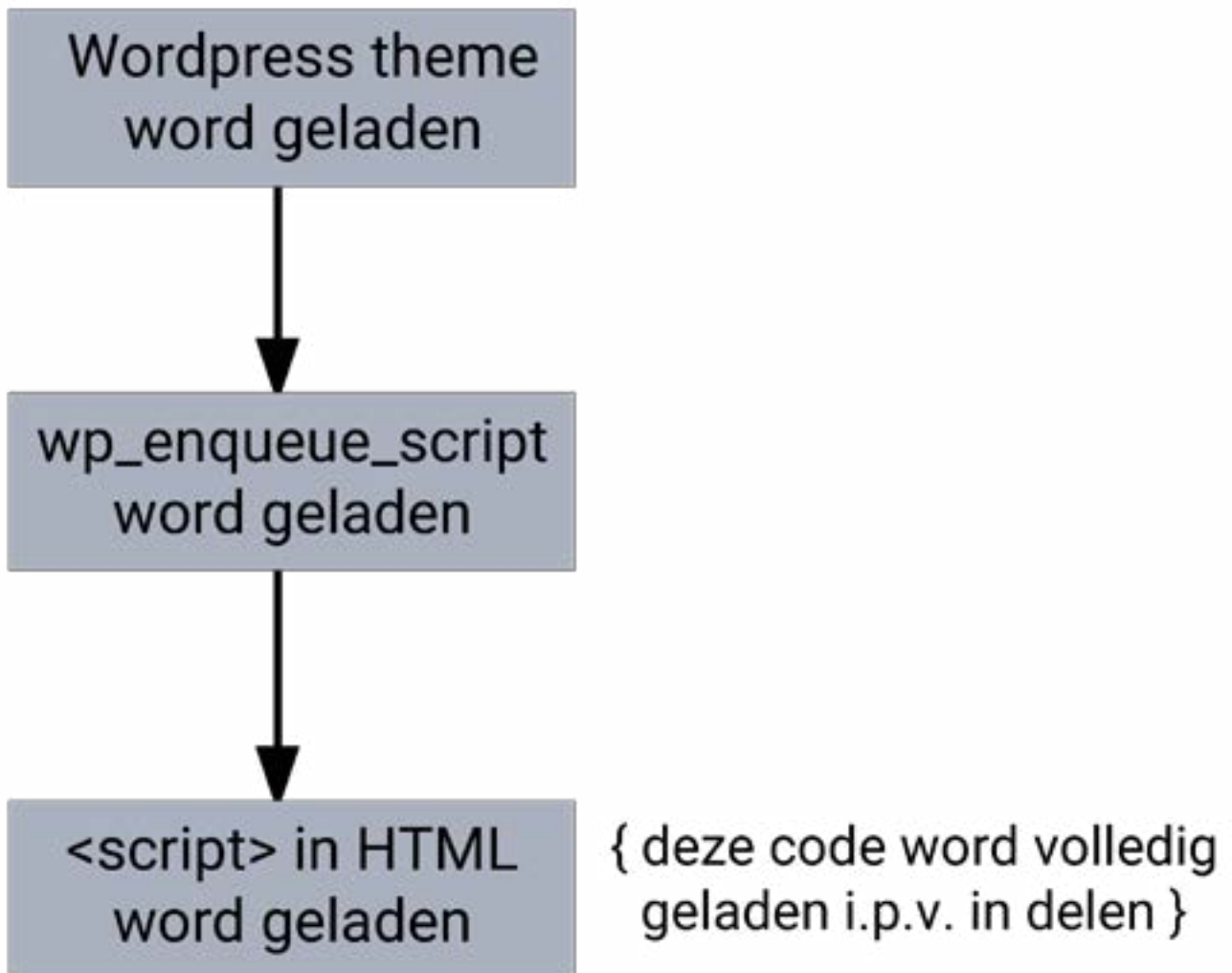
Het werken met plug-ins heeft belangrijke voordelen, voornamelijk dat de medewerkers van Fingerspitz die niet kunnen coderen met plug-ins toch de website kunnen aanpassen. Ik heb overwogen om ook de complexere animaties te maken met een plug-in in Wordpress, maar ik heb er toch voor gekozen om de animaties zelf te coderen.

Er zijn opties om via Wordpress plug-ins complexere animaties toe te voegen aan de website zonder zelf te coderen. Echter kosten deze opties vaak geld en zorgt dit ervoor dat het aanpassen van een animatie moeilijker is (er zijn verschillende plug-ins nodig voor verschillende animaties). In het huidige onderzoek is alleen de productpagina van de SEO Impact Analyse getest. Ik verwacht dat andere producten van Fingerspitz beter weergegeven worden door net wat andere animaties dan de animaties op de SEO Impact Analyse. Door zelf de code te schrijven voor de animaties van de productpagina heeft Fingerspitz een basis om vanuit te werken voor de productpagina's. Dit is met de developer van de Fingerspitz website (Bob van Ham) besproken.

De optie om de complexere animaties te versimpelen is ook overwogen, dit zou namelijk betekenen dat de plug-ins meer animaties zouden kunnen overnemen. Echter is het belangrijk om complexere animaties te integreren in de productpagina zodat de pagina de juiste, innovatieve, indruk geeft aan de doelgroep (zie: Semantische test & Usability test).

Custom javascript code in wordpress

Er zijn meerdere opties om javascript code toe te voegen in Wordpress: een plug-in, de code toevoegen aan `wp_enqueue_scripts` en de code in html toevoegen. Het is belangrijk om deze keuze goed te overwegen omdat de volgorde waarop Wordpress de javascript code laadt net wat anders is dan op een custom website (zie figuur 1).



Figuur 1: Flowchart van de laadvolgorde in Wordpress.

Wordpress raad een aanpassing in `wp_enqueue_scripts` aan voor kleine veranderingen met javascript, zoals bijvoorbeeld de header en footer. Echter is de code voor de productpagina zo groot dat deze optie wegvalt voor dit project. Een plug-in zou een goede optie kunnen zijn voor dit project. Door een plug-in te gebruiken worden de source files namelijk niet direct veranderd. Daarnaast kan een plug-in ook grotere aanpassingen op de website met javascript aan.

Er is voor gekozen om de javascript code direct in de html toe te voegen tijdens dit project. Dit is een minder praktische optie dan het gebruiken van een plug-in omdat de javascript code meteen volledig geladen wordt op de client-side wat lange laadtijden voor de website kan veroorzaken. Echter is de technische scope van dit project klein en geeft dit de ruimte aan Fingerspitz om zelf een javascript plug-in te kiezen indien dit wenselijk is, voor bijvoorbeeld een betere performance. Hier kan de code vervolgens aan toegevoegd worden.

Onderzoek: Empathize fase

Zoals in de inleiding is vermeld heeft de nadruk van dit project op onderzoek gelegen omdat het D&A team technisch erg sterk is en dus ook het ICT-product snel kan uitwerken. De customer journey en empathy map zijn een samenvatting van het onderzoek van de empathize fase.

Customer journey

De customer journey visualiseert de manier waarop klanten Fingerspitz ontdekken en dient als overzicht van het onderzoek naar de doelgroep. Klik hier om de customer journey te bekijken. Dit project heeft gefocust op de oriëntatiefase van de customer journey. In latere fases (zoals bij het eerste gesprek) is het menselijk contact namelijk echt belangrijk zodat uitleg over technische vraagstukken specifiek op de situatie van de klant kan worden gegeven.

Empathy map

Om inzichten van mijn doelgroep behapbaar te communiceren heb ik een empathy map gemaakt. Klik [hier](#) om de empathy map te bekijken.

Alle onderzoeken die ik heb uitgevoerd in de empathize fase:

Literature study: onderzoek naar wat de oplossingen die het D&A team aanbiedt inhouden.

Expert interview: een interview met de Account Strateeg van het D&A team (Mike) over een deel van zijn werkzaamheden: het vinden van klanten voor het D&A team.

Interviews: interviews met verschillende leden van Fingerspitz met als doel om te achterhalen welke inzichten nodig zijn om de toegevoegde waarde van de diensten van het D&A team duidelijk te maken.

Enquête: een enquête met de doelgroep online marketeers. Het hoofddoel van deze enquête was om te achterhalen welke kennis marketeers nog missen op gebied van data en automation.

Het prototype

Het concept

Het prototype bestaat uit drie onderdelen:

- De data maturity quiz
- De keuze pagina
- De productpagina

De doelgroep wordt geprikkeld door een data maturity quiz. De test biedt de lezer meer zelf kennis terwijl Fingerspitz relevante oplossingen voor de gebruiker kan aanbieden. Waarna de lezer op een dynamische pagina komt die de relevante oplossing uitlegt aan de hand van voorbeelden (en niet technische uitleg).

Bij zowel Fingerspitz als concurrenten worden oplossingen vaak in een lijst gepresenteerd aan klanten. Echter heeft de klant geen idee welke oplossingen relevant zijn en kost het begrijpen van een oplossing tijd en technische kennis. De data maturity quiz geeft het benodigde inzicht om de klant relevante oplossingen te tonen. Daarbovenop kan de klant op de keuze pagina vanuit een onderwerp oplossingen kiezen en geeft de keuzepagina kleine omschrijvingen van ieder product zodat de klant niet direct een gehele uitleg voor iedere oplossing hoeft te lezen. Dit haalt een hoop onnodig leeswerk weg voor de klant. De productpagina zelf neemt ook veel leeswerk weg. Wat de klant namelijk echt interesseert is niet hoe het product werkt maar wat het voor resultaat geeft. Daarnaast heeft de productpagina dynamische animaties die een innovatieve indruk geven.

Het meest recente prototype [hier](#) te zien.

Data maturity quiz

Fingerspitz biedt een data inventarisatie traject aan haar klanten aan om kansen binnen data & automation in te schatten. Dit bestaat uit een enquête die gestuurd wordt naar meerdere werknemers van het bedrijf waarna de resultaten van deze enquête worden geanalyseerd. Hetzelfde idee schuilt achter de data maturity quiz, maar op kleinere schaal. Door de data maturity van een bedrijf in kaart te brengen is het duidelijk welke oplossingen nuttig zouden kunnen zijn voor het bedrijf. Een groot verschil tussen het data inventarisatie traject en de data maturity quiz is echter dat de quiz een stuk laagdrempeliger is. De test is minder lang en stelt niet-technische vragen. Dit betekent wel dat de test ook minder accuraat is dan het data inventarisatie traject. De data maturity quiz is dus geen vervanging voor het data inventarisatie traject, maar dient als een verrijking voor de klantervaring.

Keuze pagina

Nadat de gebruiker de data maturity quiz heeft afgerond komt hij/zij op de keuze pagina. Op deze pagina staan de relevante oplossingen van het D&A team per data maturity level. De gebruiker kan de oplossingen op deze pagina selecteren op basis van welke kennis ze missen. Zo worden oplossingen van het D&A team aangeboden op basis van de vragen en belangen van de gebruiker. Uit mijn onderzoek blijkt dat de doelgroep bereid is om nieuwe informatie te leren mits deze informatie relevant is voor zijn of haar werk. De relevante oplossingen zijn op deze pagina kort omschreven om de aandacht van de gebruiker te trekken zonder dat ze de moeite hoeven te doen om een langdurige uitleg te lezen. Waarna de gebruiker een oplossing kan kiezen en op de productpagina komt.

Productpagina

Er staan op het moment een aantal oplossingen van het D&A team omschreven op de Fingerspitz website. Echter zijn dit lang niet alle oplossingen die het D&A team aanbiedt. Daarnaast zijn de omschrijvingen te langdradig voor de doelgroep (de seo omschrijving kost bijvoorbeeld een half uur om te lezen). Uit mijn onderzoek blijkt dat de doelgroep niet zo zeer interesse heeft in de technische werking van de oplossingen, maar juist geïnteresseerd zijn in de uitkomsten van een oplossing.

In de product pagina wordt het desbetreffende product (in dit geval de SEO Impact Analyse) op een dynamische manier weergegeven aan de hand van een use case. Het product wordt op een korte manier omschreven. Wat de gebruiker leestijd scheelt. Deze kortere teksten zorgen er ook voor dat alleen de relevante informatie op de pagina staat. Er staat geen lange technische uitleg op deze pagina maar juist een voorbeeldcase. Door voorbeeld data te laten zien kan de gebruiker zich beter inbeelden wat de oplossing voor hen kan betekenen. Naast de kortere omschrijving heeft de productpagina een dynamisch innovatief ontwerp. De innovatie van de oplossingen van het D&A team worden weergegeven door animaties in de website.

Het prototype is meerdere keren getest en beschreven:

De data maturity quiz:

- Co-reflectie
- Usability test

De keuze pagina:

- Co-reflectie
- Semantische test
- Triade test
- Usability test
- Triade test 2

De productpagina:

- Co-reflectie
- Semantische test
- Triade test
- Usability test

In verband met de scope en tijd van het project is er een laatste Triade test uitgevoerd over de keuze pagina. Omdat deze pagina minder ver was uitgewerkt dan de data maturity quiz en de product pagina. In deze test zijn drie ontwerpen voorgelegd aan de doelgroep. Het doel van de triade test was om te achterhalen hoe ik de gebruiker kan helpen met het selecteren van een dienst. Het ontwerp dat het beste naar voren is gekomen uit de test is toegevoegd aan een laatste versie van het hifi-prototype.

Aanbevelingen

Technische uitwerking

Tijdens dit project is er niet veel gefocust op het implementeren van het prototype omdat het D&A team technisch erg sterk is. Ik zou aanraden om het volledige prototype toe te passen op de Fingerspitz website. Dit kan voor een groot deel zonder custom code gedaan worden met behulp van plug-ins. Meer informatie hierover staat in het hoofdstuk: Development keuzes.

De tweede helft van de customer journey

Dit project heeft de gebruikerservaring van de eerste helft van de customer journey (de oriëntatiefase) verbeterd. De product pagina's kunnen Account Strategen ook in de tweede helft van de customer journey ondersteunen. Er zijn echter wellicht nog meer kansen om Account Strategen te ondersteunen in de tweede helft van de customer journey.

Productpagina's

In verband met de scope van dit project is de productpagina van de SEO Impact Analyse slechts uitgewerkt. De andere productpagina's kunnen aan de hand van het ontwerp van de SEO Impact Analyse ook gemaakt en getest worden. Het is van belang om alle oplossingen die het D&A team aanbiedt overzichtelijk weer te geven aan de klant op de Fingerspitz website zodat potentiële klanten tijdens de oriëntatiefase van de customer journey in aanraking kunnen komen met de oplossing.

De data maturity quiz

Zodra de product pagina's uitgewerkt zijn kan de data maturity quiz in een Growth lab mail toegevoegd worden. Growth lab informeert de lezer over ontwikkelingen op het gebied van online marketing. Dit sluit goed aan op de data maturity quiz, de quiz biedt de lezer namelijk zelfinzicht. De lezers van Growth Lab hebben wellicht de nieuwe omschrijving van het D&A team nog niet gelezen terwijl dit wel erg nuttig kan zijn voor ze. De lezers van Growth Lab zijn namelijk een potentiële doelgroep voor het D&A team, omdat deze lezers bewust zijn van Fingerspitz en innovatie op gebied van online marketing.

De doelgroep van Growth Lab zijn vaak potentiële klanten. De data maturity quiz biedt de lezer zelf inzicht. Er zitten namelijk potentiële klanten in deze mailgroep.

User Stories

Er zijn een aantal could-haves van de user stories die niet zijn uitgewerkt tijdens dit project. De volgende could have zouden in de toekomst nog uitgewerkt kunnen worden:

Als drukke marketeer wil ik weten hoeveel tijd het vergaren van de benodigde kennis kost zodat ik weet dat ik genoeg tijd heb om de tekst te doorlopen voordat ik begin.

Als Account strateeg bij Fingerspitz wil ik dat het product makkelijk te delen is zodat potentiële klanten onderling makkelijker kennis kunnen maken met (de data en automation oplossingen van) Fingerspitz.

Als marketeer wil ik efficiënter meer leren over Fingerspitz zodat ik verschillende agencies de me kunnen helpen met mijn vraag beter kan vergelijken.

Als account strateeg wil ik handvatten hebben voor informatie over data en automation zodat ik deze technische kennis beter kan uitleggen aan de klant en zo de klant beter kan adviseren (in de kennismaking).

Als een Account Strateeg wil ik dat de test wordt gedeeld met potentiële klanten zodat ik meer inzicht heb in de oplossingen die zouden kunnen helpen voor deze klanten.