



roadmap^{rm}

Sanne Celia van Alphen

roadmap^{rm}

Stagair:

Sanne Celia van Alphen
Human Technology jaar 3
13037366
s.c.vanalphen@outlook.com
01-09-2015 / 28-01-2016

Begeleiders:

Monique van Hees
m.n.a.vanhees@hhs.nl

Parick de Jong

patrick@getroadmap.com

Bedrijf:

Roadmap
Phoenixstraat 49
2611 AL Delft
Tel: +31(0)854895845
www.getroadmap.com

School:

De Haagse Hogeschool
Johanna Westerdijkplein 75
2521 EN Den Haag

Inhoud

Voorwoord	1
Samenvatting	2
1 Inleiding	3
2 Organisatie Analyse	4
Achtergrond	4
Organisatietheorie	4
Plaats in de organisatie	5
Bedrijfscultuur	7
Concurrentieanalyse	9
Meet the team	11
3 Stageopdracht	13
Methode en technieken	13
4 Stage Activiteiten	15
Producttesten	15
Veldonderzoek	16
5 Resultaten	17
Producttesten	17
Veldonderzoek	19
Turkije	19
Milaan	20
6 Successen	25
7 Evaluatie	31
8 Reacties van collega's	33
Referentielijst	35

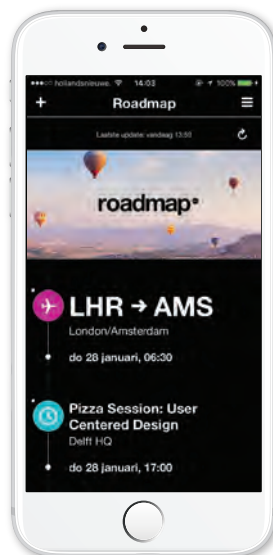


Voorwoord

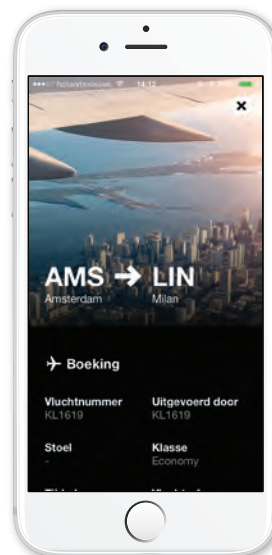
Ik wil een aantal mensen bedanken die mij geholpen hebben door deze stage heen, ten eerste mijn twee begeleiders Monique en Patrick voor waarbij ik terecht kon voor advies maar ook voor steun als ik het even niet meer zag zitten. Verder wil ik het team bedanken voor de geweldige samenwerking en tijd die ik heb mogen doorbrengen bij Roadmap. In het bijzonder het Designteam waar ik ontzettend veel mee heb gelachen. Jullie zijn allemaal geweldige mensen met een gezamenlijk doel. Samen vormen jullie een topteam! Rock on!



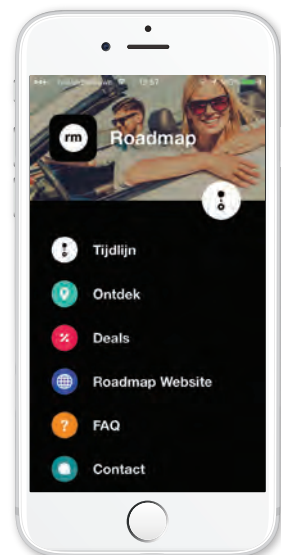
Introductie



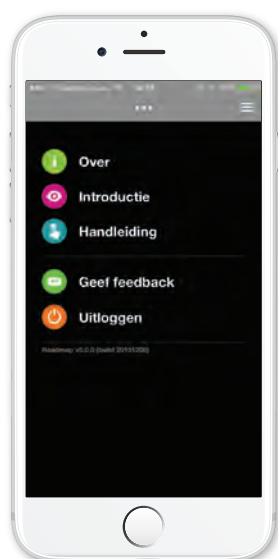
Tijdlĳn



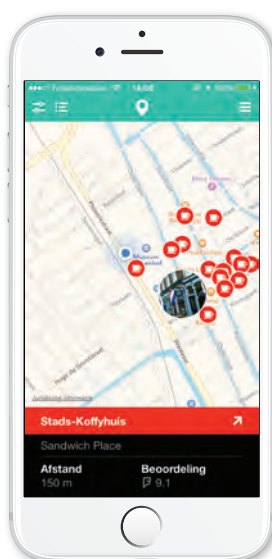
Detailscherm vlucht



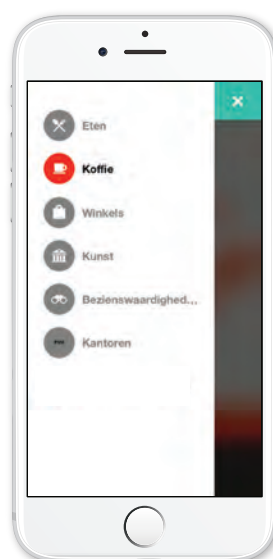
Menu



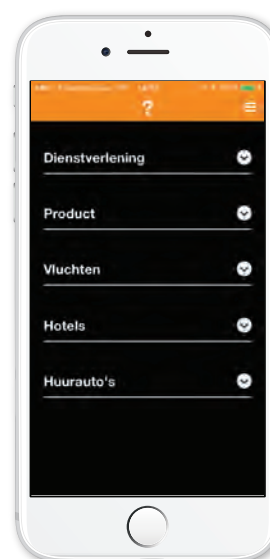
Meer (menu)



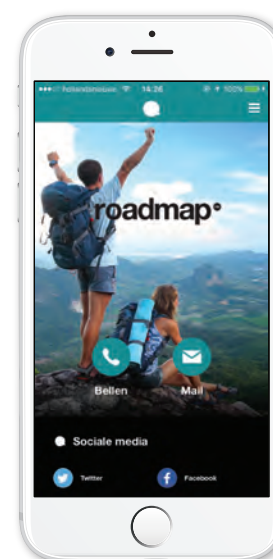
Ontdek



Filters in Ontdek



FAQ



Contact met
Travel agent

Samenvatting

Roadmap is een bedrijf dat een reisapplicatie voor zakenreizigers maakt. Het hoofddoel van de app is het bieden van een visuele weergave van de reis en alles daar omheen. De applicatie is een white label app en de naam Roadmap komt dus bijna nooit voor in de app die geleverd wordt aan de klant.

Roadmap focust zich op 3 soorten bedrijven: Corporates, Travel Management Companies (TMC) en Online Travel Agencies (OTA).

Het bedrijf past niet in de bestaande organisatie-theorieën. Het is flexibel, heeft een losse informele structuur en ontwikkelt telkens in een andere richting.

Als werknemer van Roadmap behoor je tot een bepaalde cirkel (discipline). Echter overlappen de cirkels en is er veel interactie tussen werknemers van verschillende cirkels. De cirkel waar ik in geplaatst ben is de Design cirkel, maar met sterke interactie met de Customer Happiness cirkel.

De bedrijfscultuur van Roadmap is vastgelegd in het manifeste en beschreven in vier richtlijnen:

“**Purpose** over Profit,
Trust over Control,
Flexibility over Efficiency,
Team over Individual.”

Het doel van de vier richtlijnen is:
“To bring your full self to work”.

Een goed voorbeeld waarbij de unieke bedrijfscultuur naar voren komt is de zogenaamde 10:10 meeting. Dit is een vast moment in de week waarbij het hele team om 10:10 bijeenkomt om te delen waar ze mee bezig zijn en de belangrijke dingen die er gebeurd zijn of gaan gebeuren.

De uitgangssituatie van de stageopdracht is dat Roadmap nog nooit onderzoek gedaan had met de eindgebruikers van zijn producten.

Er is onderzoek gedaan op twee manieren, door middel van product testen en veldonderzoeken. Het product testen is gedaan door middel van één op één sessies waarbij er aan een respondent gevraagd werd om opdrachten uit te voeren met de app. Het veldonderzoek is uitgevoerd met twee respondenten waarbij het app gebruik gedurende het hele traject van inpakken tot thuiskomst is geobserveerd.

De belangrijkste successen die uit de onderzoeken zijn voortgekomen tijdens de stage zijn:

- De mogelijkheid om handmatig te kunnen refreshen en te zien wanneer de informatie voor het laatst is bijgewerkt.
- Het bezienswaardigheden-icoon veranderen naar een icoon wat wel geassocieerd wordt met bezienswaardigheden.
- Transport naar interessante locaties in de tijdlijn kunnen plannen.
- Bij het handmatig toevoegen van een hotel de tekst in de zoekbalk van “search” naar “hotel name” veranderd.
- Het Apple maps icoon meer naar voren laten komen door een redesign van het icoon.
- De weersvoorspellingen in de app plaatsen.
- Het “geef feedback” icoon verder naar voren brengen in de app.
- Het swipen vervangen voor een tap.

Advies voor Roadmap:

Blijf testen en valideren met de eindgebruikers dit levert waardevolle feedback en inzichten op die essentieel zijn voor een succesvol product.

Samengevat, was dit in alle opzichten een geweldige en waardevolle stage waar ik heel veel van geleerd heb.

1 Inleiding

Dit verslag is geschreven naar aanleiding van een vijf maanden lange stage bij Roadmap onder begeleiding van Monique van Hees en Patrick de Jong.

Roadmap is een klein bedrijf gevestigd in Delft dat een reisapplicatie ontwikkelt voor business reizigers. Het bedrijf heeft nog niet eerder onderzoek gedaan met de uiteindelijke gebruikers van de producten (het heeft wel zelf testen uitgevoerd). Ze hebben weinig inzicht in de behoeften en denkp patronen van de gebruikers. Het doel van de stage is te zorgen dat het bedrijf zich beter kan inleven in de behoeften van de gebruikers en die behoeften te vertalen naar een verbeterde versie van het huidige product.

Persoonlijke leerdoelen waren:

- Inzicht krijgen in hoe een bedrijf functioneert.
- In een bedrijf leren werken.
- Meer initiatief leren nemen.
- Mijn Engels verbeteren.
- Het effect van mijn onderzoek op de organisatie zien.

Er is tijdens de stage op twee manieren onderzoek uitgevoerd, producttesten en veldonderzoek. In totaal zijn er vijf producttesten en twee veldonderzoeken gedaan. Bij de producttesten werd in één op één sessies de respondent gevraagd om bepaalde opdrachten met de applicatie uit te voeren. Bij het veldonderzoek liep ik het hele traject mee van het inpakken voor de reis tot het thuiskomen na de reis. De bestemmingen waren Antalya (Turkije) en Milaan (Italië). Hieruit is veel waardevolle informatie gekomen. Van de reis naar Milaan is een customer journey gemaakt. Dit is terug te vinden in het hoofdstuk Stage-activiteiten en resultaten.

Met de data uit de onderzoeken zijn er aanpassingen aangebracht in de app en adviezen gegeven voor verdere verbeteringen. Deze aanpassingen zijn terug te vinden in het hoofdstuk successen.



2 Organisatie Analyse

Achtergrond

Roadmap was eerst een onderdeel van Sound of Data en is op 1 april 2015 alleen verder gegaan. Het heeft nu 21 medewerkers en is een flexibel en modern bedrijf. Het doel van Roadmap is het verbeteren van de fysieke reiservaring met een geweldige digitale ervaring. Het bedrijf houdt zich bezig met het maken van mobiele oplossingen voor reizigers. Hierin vindt de reiziger alles wat hij/zij nodig heeft van vluchtinformatie tot weersvoorspelling voor de plaats van bestemming. Het hoofddoel van de app is niet een boekingssysteem maar een visuele weergave van de reis en alles daar omheen. De naam Roadmap komt bijna nooit voor in de app's die ze leveren aan de klanten. Dit doet Roadmap omdat het een product wil leveren dat speciaal gemaakt is voor het bedrijf dat het heeft ingehuurd. Dus Roadmap is zo goed als onzichtbaar voor de eindgebruikers.

Roadmap richt zich op 3 soorten bedrijven (gesorteerd op meest belangrijk naar minst belangrijk):

1. Corporates
2. Travel Management Companies (TMC)
3. Online Travel Agencies (OTA)

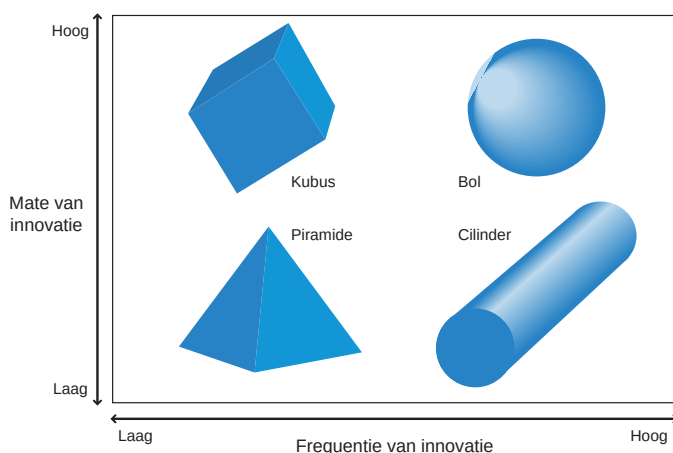
De grootste klanten zijn Amadeus IT Group S.A., Odigeo, Otravo B.V. en Schiphol Nederland B.V. STU. Er zijn twee soorten eindgebruikers, de business reizigers en de gewone reizigers. Op dit moment willen ze zich voornamelijk focussen op de business reizigers.

Organisatietheorie

Wanneer de organisatie door de ogen van Mintzberg bekeken zou worden, zou het tussen een ondernemersorganisatie en een uitvoerende innovatieve organisatie inzitten. Het is een adhocratie te noemen, ofwel een innovatieve organisatie, en is zeer georganiseerd en weinig gestandaardiseerd. De besturende en uitvoerende werkzaamheden smelten samen tot één activiteit. Maar eigenlijk lopen de theorieën die er nu zijn over organisaties achter op wat er binnen dit bedrijf wordt gedaan. Deze organisatie is niet te

vergelijken met wat er in boeken staat. Je kunt vier vormen vergelijken: kubus, piramide, cilinder en bol. De bol is altijd aan het rollen en kan alle kanten uit. Een piramide is stabiel, maar lastig om in beweging te brengen. Een cilinder rolt, maar hij rolt altijd in dezelfde richting, heen of terug. Wanneer er uitgegaan wordt van deze vier vormen, past Roadmap het beste bij de bol (zie figuur 1).

De bol is als volgt te beschrijven:



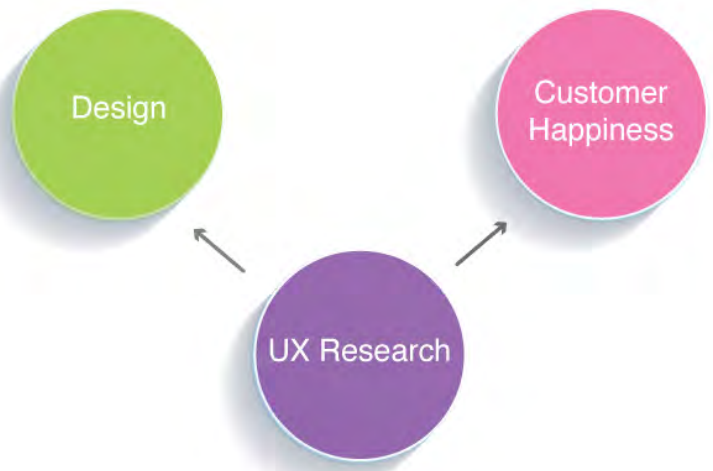
“De bol rolt voortdurend verder, in telkens andere richtingen. Dit gaat alleen goed als de organisatie flexibel is: losse informele structuren waardoor niemand gehecht raakt aan het bestaande.”

Figuur 1: Soorten organisaties

(Bron: Marcus & IVONNE, N H M van Dam, 2009, 486)

Plaats in de organisatie

Eerst dacht ik dat ik onder de cirkel van het Customer Happiness team viel doordat ze zich bezighouden met rapporteren naar klanten, analyseren en presenteren van resultaten en surveys houden bij klanten. Echter bleek dat het Customer Happiness team meer gericht is op klantenservice, technische problemen oplossen en performance rapportages. Dit zijn taken waar ik niet in gespecialiseerd ben en mijn vakgebied op aansluit. Vervolgens bleek dat gezien mijn ambitie om problemen op te lossen, mee te denken en te ontwerpen er meer raakvlakken waren met het Design team. Echter aangezien het Design team weinig tot geen contact heeft met eindgebruikers, en mijn stageopdracht hierom draaide, werd ik uiteindelijk een eigen team dat raakvlakken had met het Design team en het Customer Happiness team.

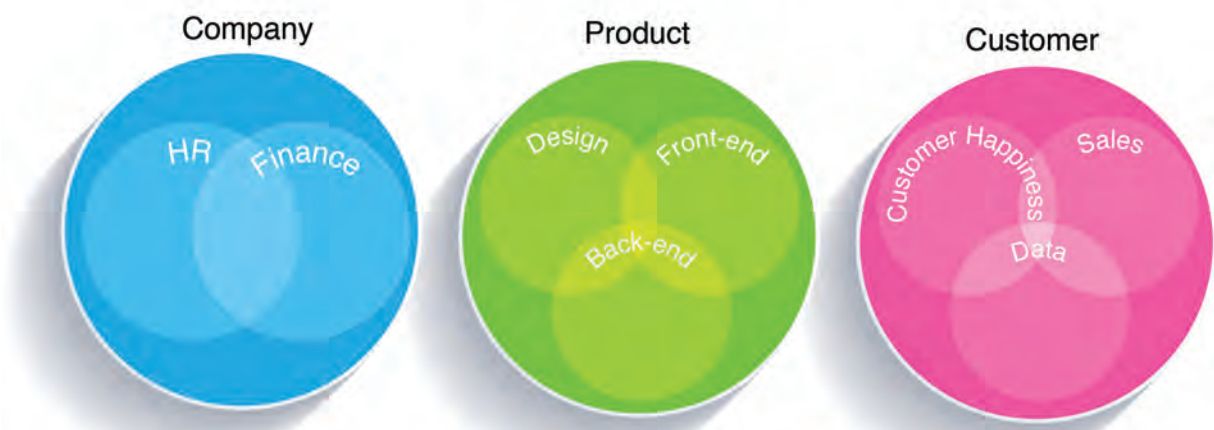


Figuur 2: Cirkels van mijn invloed

Roadmap is eigenlijk niet goed weer te geven aan de hand van een organogram (figuur 4). Het bedrijf beschrijft zichzelf met behulp van cirkels¹. Je behoort als werknemer in Roadmap tot een bepaalde cirkel. Dit houdt in dat je verantwoordelijkheid hebt voor hetgeen wat zich in die cirkel afspeelt. Maar de cirkels overlappen veel met elkaar en hebben veel interactie op werkgebied. Neem bijvoorbeeld HR en Finance, HR gaat over recruitment, office en ISO, terwijl Finance over het geld, office en ISO gaat. Wanneer er taken binnen cirkels overlappen, wordt er samengewerkt om alles zo goed mogelijk te laten verlopen. De cirkels zijn ondergebracht in drie hoofdcirkels die op hun beurt vallen onder de cirkel Roadmap. De eindverantwoordelijke voor alles wat zich afspeelt binnen alle subcirkels is Jeroen, de CEO van Roadmap.

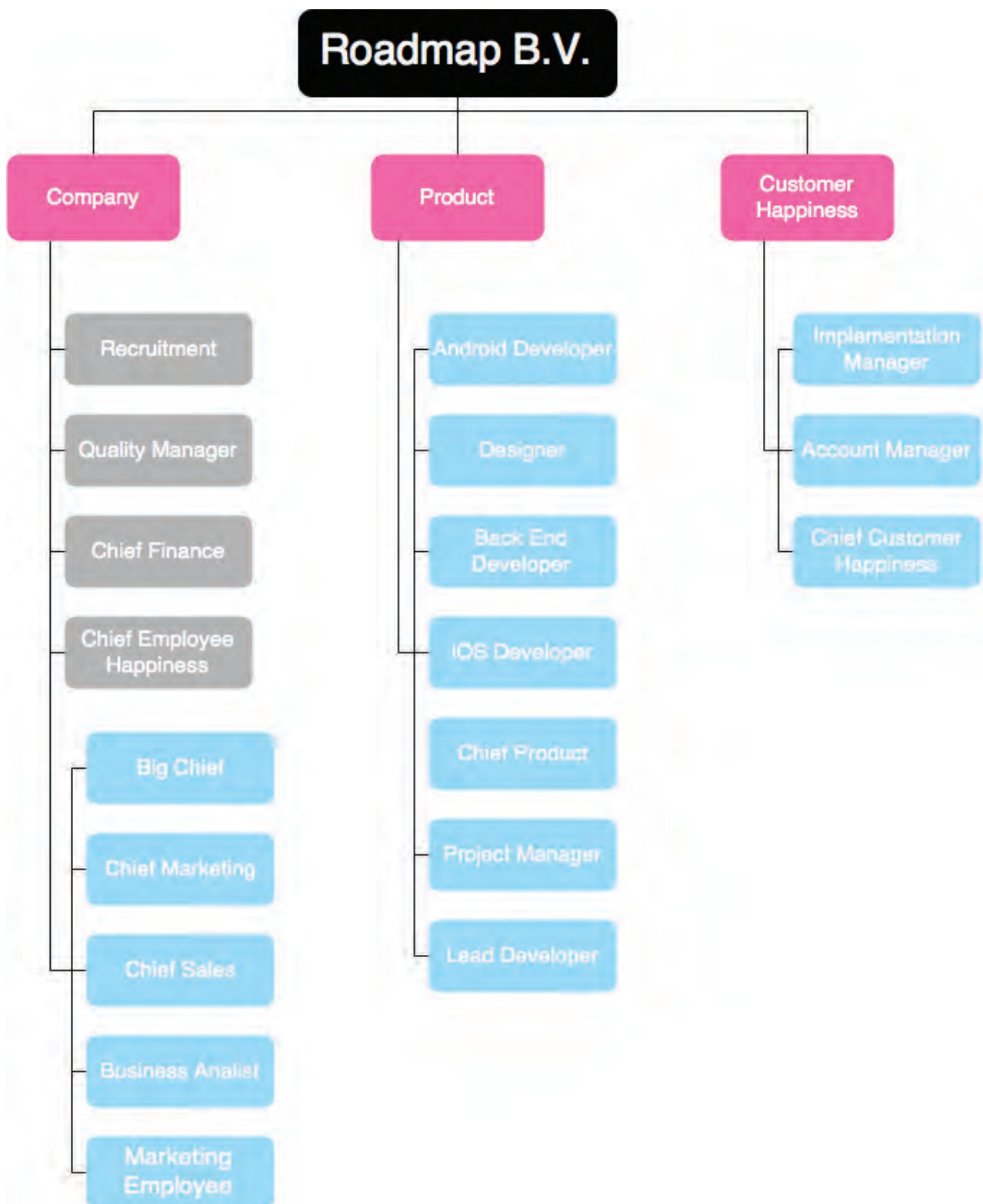
Mijn werkzaamheid als Human Technology student was vooral het uitvoeren van onderzoek bij (potentiële) eindgebruikers die binnen de doelgroep vallen van het bedrijf om daarmee de manier van gebruik te kunnen vast te leggen en voor te leggen aan het bedrijf. Daardoor ontstond meer bewustzijn van hoe gebruikers denken en doen (mental model) zodat ze daar beter op kunnen inspelen met het product.

Roadmap



Figuur 3: Cirkels in Roadmap

¹ Andere benaming voor disciplines.



Figuur 4: Organogram van Roadmap

Bedrijfscultuur

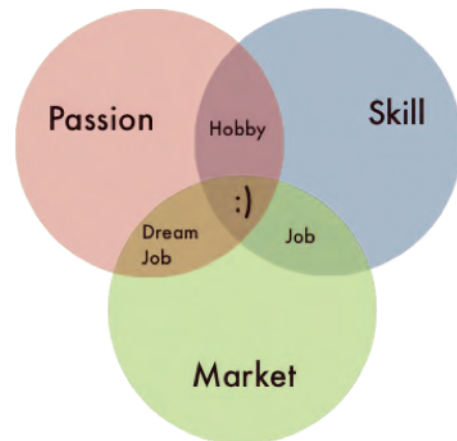
Er zijn doorgroeimogelijkheden binnen het bedrijf, maar anders dan bij de meeste bedrijven. Dit komt door de platte hiërarchie. Er zijn wel mogelijkheden om meer invloed te hebben op de planning en beslissingen die genomen worden, waardoor ook meer verantwoordelijkheid ontstaat voor die persoon. Verder is er veel plaats voor persoonlijke ontwikkeling en is er veel vrijheid voor het volgen van cursussen, conferenties (ook in het buitenland) en andere vormen van zelfontwikkeling.

De mensen die bij Roadmap werken zijn allemaal zeer gemotiveerd, nieuwsgierig, avontuurlijk en houden van een uitdaging. Er wordt gewerkt volgens de volgende richtlijnen:

“**Purpose** over Profit,
Trust over Control,
Flexibility over Efficiency,
Team over Individual.”

Deze richtlijnen worden onderbouwd door het manifesto (zie bijlage 1).

Een gemiddelde werkdag hier is van 8 tot 5 en een gemiddelde werkweek bedraagt 40 uur. Maar het is geen probleem als je thuis wilt werken, zolang de collega's ervan op de hoogte zijn. Qua communicatie binnen het bedrijf loopt de formele en informele communicatie door elkaar heen. Er zijn een aantal momenten die vaststaan waarop het hele team bij elkaar komt om te delen waar ze mee bezig zijn en wat de anderen ook moeten weten. Dit wordt vooral gedaan in de zogenaamde 10:10 meeting op maandag die om 10 over 10 plaatsvindt.



Figuur 5: Een baan bij Roadmap

Volgens het manifesto is de smiley in het midden van Figuur 5 de sweetspot. Bij Roadmap is het streven van de werknemers om zo dicht mogelijk bij de smiley te komen.





Concurrentieanalyse

Tot nog toe is er niet echt sprake van concurrentie. Er zijn echter wel een aantal bedrijven die op bepaalde gebieden met onze dienst concurreren. Het dichtstbij komt nog Mobile Travel Technologies (MTT). Dit bedrijf is een mobiel platform provider voor airlines, hotels en travel management bedrijven (TMC's). Het heeft al veel onderzoek uitgevoerd met eindgebruikers en heeft dezelfde doelgroep als Roadmap.

In figuur 6 worden een aantal van onze concurrenten weergegeven. Het zijn allemaal reisplan (itinerary) apps.



Figuur 6: Concurrenten

MTT

Het is een mobile search & booking tool die een connectie maakt tussen luchtvaartmaatschappijen, hotel- boekingssystemen en GDS (Global Distribution System).

Sterkte:

- + Uitgebreid boekingssysteem.
- + Veel UX-onderzoek uitgevoerd.

Zwakte:

- Vooral gefocust op het boeken van hotels en vluchten en niet op wanneer je op bestemming bent.

(Bron: 'The MTT Mobile Travel Platform and Product Suite', n.d.)

App in the air

App in the air is een app die mensen helpt bij het bijhouden van hun vluchten en het verkennen van luchthavens.

Sterkte:

- + Ondersteunt alle platformen (iPhone, iPad, Android, Windows, tablet, Apple watch).
- + Kan connectie maken naar Tripit account om vluchten te synchroniseren.

Zwakte:

- Alleen gericht op de vluchten en informatie daaromheen. Niet gericht op wanneer je op je bestemming bent.

(Bron: 'App in the air', n.d., 'App in the Air - Crunch-Base', 2012)

Hipmunk

Het is een zoek en vergelijk applicatie voor vluchten, hotels, huurauto's en reispakketten. Er is weinig te vinden over Hipmunk business class, wel over de "gewone" Hipmunk voor leisure reizigers.

Sterkte:

- + Vergelijkt veel airlines, hotels, huurauto's en reis-pakket aanbieders met elkaar.
- + Geeft de vluchten die te boeken zijn weer in een soort tijdlijn.

Zwakte:

- De applicatie doet niet meer dan vergelijken en zoeken. Je wordt doorgestuurd naar de site van de aanbieder van de service, bijv. de airline, maar je krijgt geen overzicht van de reis in de app.

(Bron: 'Hipmunk.com', n.d.)

Tripsource

Tripsource is nog geen boekingssysteem, maar werkt er wel aan om het te maken. Het geeft alleen een reisschema.

Sterkte:

- + TripSource.com is 100% compatibel met de TripSource mobile app.
- + Je kunt je reis delen met mensen, dit kan door een e-mail te sturen of door ze je te laten volgen.

Zwakte:

- Alleen mensen die vluchten boeken bij BCD Travel (in de afgelopen drie maanden) kunnen gebruik maken van Tripsource.

(Bron: 'FAQs I TripSource', n.d.)

Traxo

Traxo is een gratis online tool dat gebruikers helpt bij het automatisch (aan)maken en geüpdatet houden van het reisschema.

Sterkte:

- + Ze bieden een whitelabel web app en/of white label mobile app aan zodat hij aan te passen is naar de branding van het bedrijf die de app koopt.
- + Is geïntegreerd met Triplt, Foursquare en Gowalla.

Zwakte:

- Vooral gefocust op het managen van trips en loyalty points.

(Bron: 'Traxo: Travel organized', n.d., 'Traxo for business', n.d.)

TripCase

Een gratis applicatie die op basis van e-mailparsing een reisschema maakt.

Sterkte:

- + Het is gratis en de advertenties zijn niet storend of onvermijdelijk.
- + Geeft de mogelijkheid de reizen met anderen te delen.

Zwakte:

- De applicatie doet niets anders dan vergelijken en zoeken. Je wordt doorgestuurd naar de site van de aanbieder van de service, bijv. de airline, en krijgt geen overzicht van de reis in de app.

(Bron: 'Crew, Cadden, & Manager, 2015, 'TripCase (for iPhone)', 2014)

Triplt

Een gratis (Triplt) of betaalde applicatie (Triplt Pro) die op basis van e-mailparsing een reisschema maakt.

Sterkte:

- + Er zitten kaarten in de applicatie van bestemmingen en luchthaven terminals.
- + Synchroniseert de geplande trips naar een agenda naar keuze.

Zwakte:

- Met de gratis versie (Triplt) worden geen real-time notificaties ontvangen over de vluchtinformatie.

(Bron: 'Triplt! (for iPhone)', 2014., 'Travel itinerary - trip planner', n.d.)

Ondersteuning van platformen



	roadmap	mtt	tripsource by BCD Travel	TRAXO	tripCase	Triplt from Concur	App in the Air	hipmunk business class
iPhone	Supported	Supported	Supported	Supported	Supported	Supported	Supported	Supported
Android	Supported	Supported	Supported	Supported	Supported	Supported	Supported	Supported
Windows	Unsupported	Unsupported	Unsupported	Unsupported	Unsupported	Unsupported	Supported	Unsupported
Apple Watch	Unsupported	Supported	Unsupported	Unknown	Supported	Supported	Supported	Unsupported
iPad	Unsupported	Supported	Supported	Supported	Supported	Supported	Supported	Supported
E-mail parsing	Unsupported	Unknown	Unknown	Supported	Supported	Supported	Unknown	Unknown

● Supported ● Unsupported ● Unknown

Qua ondersteunen van platformen is Roadmap niet het meest ontwikkeld. Dit zegt niets over de kwaliteit van de service. Voor een verder beschrijving van de concurrenten zie bijlage 2.

Meet the Team

Design



Patrick
Lead Designer



Rosanne
Designer



Jordy
Designer

Customer Happiness



Yulia
Business Analyst



Micha
Implementation Manager



Demian
Chief Product Strategy



Markus
CMO & Founder



Anne
Technical Customer Happiness Manager

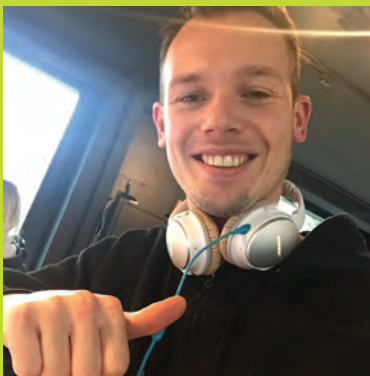


Tamara
Account/Project Manager

iOS



Paul
Lead Developer



Niels
Developer



Company



Product



Customer



Pascal
Developer



Dries
Lead Developer



Myroslava
Developer

Back-End



Jeroen
CEO & Founder



Koen
Sales Executive & Founder



Frank
Sales Executive

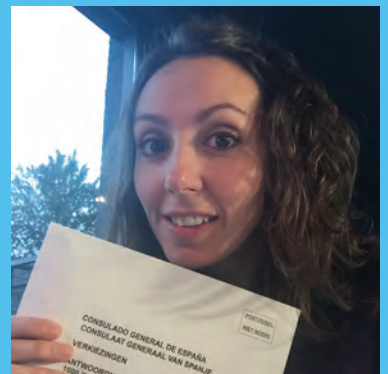
Sales



Glenn
Lead Developer



Jan
Developer



Eva
Finance Manager

Finance



Sanne
UX Researcher



Wendy
HR Manager

HR

The Big Boss

Android

UX Research

3 Stageopdracht

Roadmap had nog nooit onderzoek gedaan met de eindgebruikers van zijn producten. De producten van Roadmap werden slechts door de werknemers zelf op vakantie en zogenoemde Team Travel Experiences getest. Roadmap had weinig inzicht in de behoeften en de denkpatronen van de eindgebruikers. Het doel van dit project was om te zorgen dat het bedrijf zich beter kan inleven in de behoeften van zijn gebruikers vast te stellen en te vertalen naar een verbetering van het product. In figuur 7 is de planning weergegeven van de stageperiode.

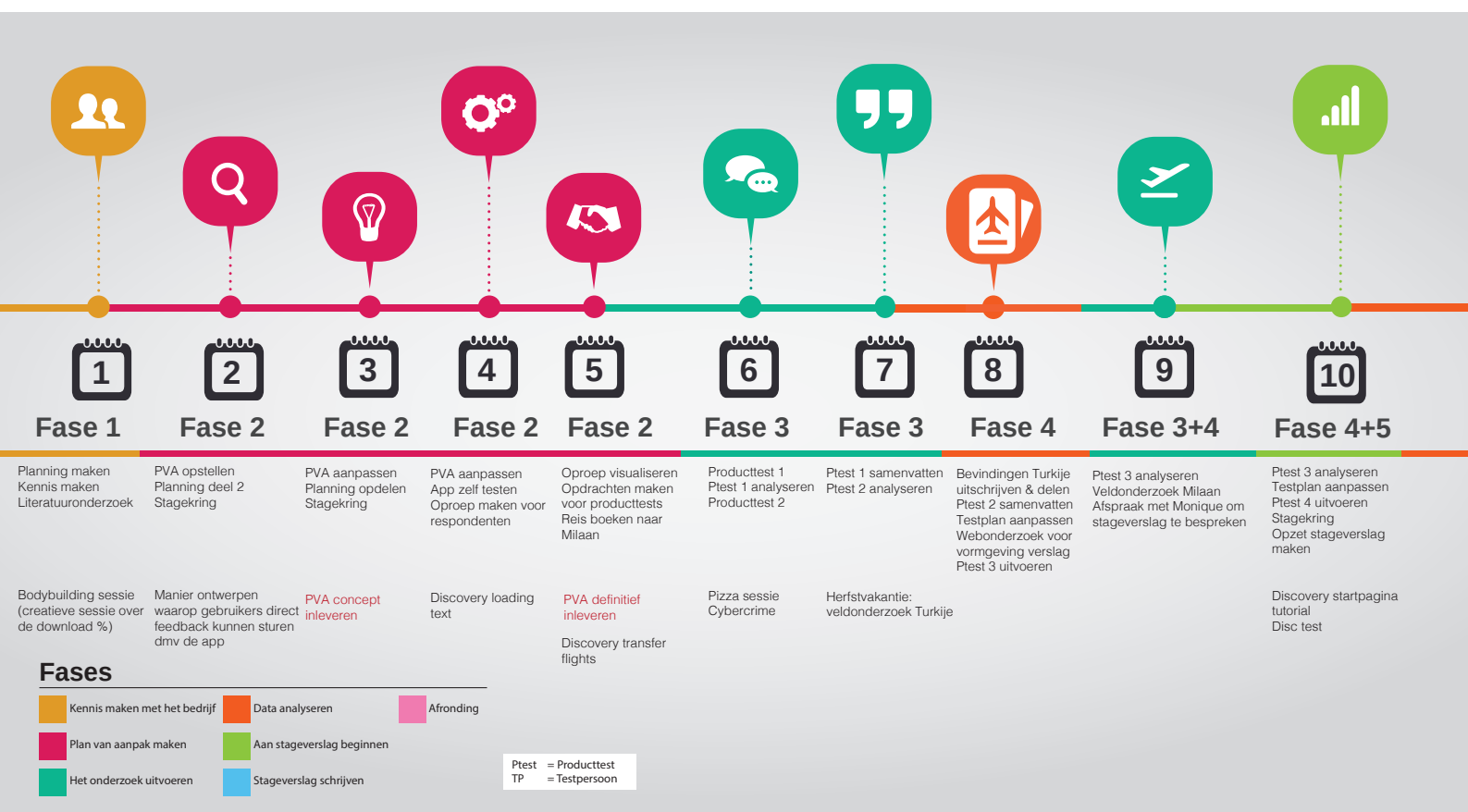
Methode en technieken

Er is onderzoek gedaan op twee manieren, door middel van *product testen* en van *veldonderzoeken*.

Het *product testen* is gedaan door middel van één op één sessies waarbij er aan een respondent gevraagd werd om opdrachten (zie bijlage 3) uit te voeren met de app. Tijdens deze testen werd de audio opgenomen en het beeld gefilmd wat zich op de telefoon afspeelde.

Er is voor deze onderzoeksmethode gekozen omdat:

- de doelgroep niet geschikt is voor groepsessies.
- er volledige aandacht van de onderzoeker nodig is, omdat zij de rol moet aannemen van begeleider, notulist en observator.
- het het beste past bij het doel van de stageopdracht (het gebruik van de app analyseren: wat wordt er begrepen, wat niet en hoe kan dit verbeterd worden).



Figuur 7: Planning

Het **veldonderzoek** is uitgevoerd met twee respondenten waarbij het app gebruik gedurende het hele traject van inpakken tot thuiskomen is geobserveerd. De reizen hadden als bestemming Italië (Milaan) en Turkije (Antalya).

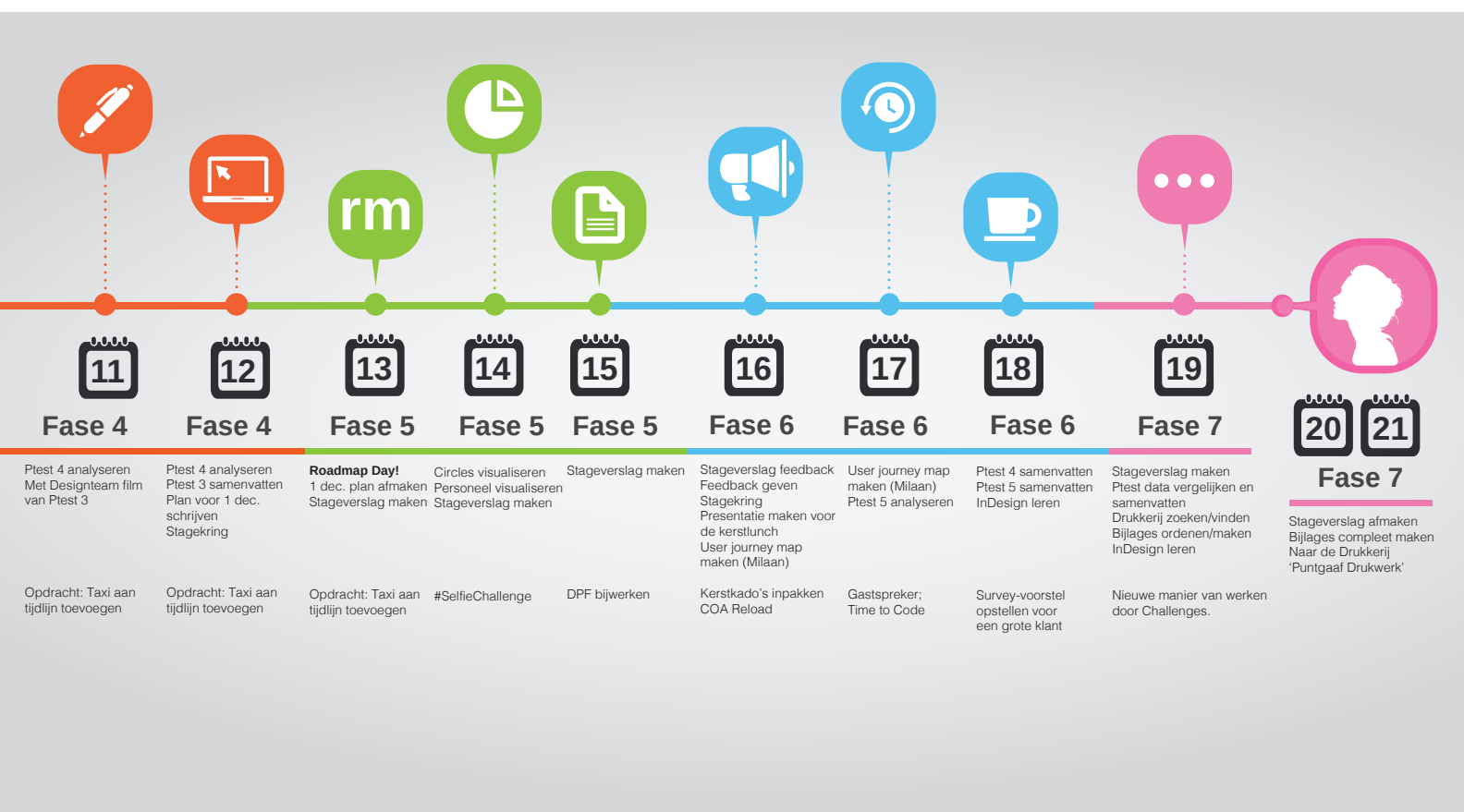
De respondenten voor het producttesten zijn gevonden via social media (zie figuur 8) en via connecties binnen het team. Na de eerste sessies is er een sneeuwbal effect ontstaan waarbij respondenten nieuwe vrijwilligers hebben aangeleverd zodat er meer onderzoek gedaan kon worden waardoor de uitkomsten betrouwbaarder werden.

Er is voor deze onderzoeksmethode gekozen omdat:

- het een goede manier is om real-time feedback te ontvangen.
- het binnen de context van het onderzoek veel inzicht geeft in hoe de gebruiker het product gebruikt in de 'natuurlijke' situatie.



Figuur 8: Oproep op social media



4 Stage Activiteiten

De stageopdracht was om het UX-onderzoek uit te voeren, het onderzoek te analyseren en bevindingen terug te koppelen aan het team. Overige activiteiten waren dingen zoals advies geven tijdens de discovery van nieuwe features en andere aanpassingen.

Overige activiteiten:

- Het bijwonen van presentaties, workshops en demo's.
- Advies geven aan het Designteam.
- Helpen met het opzetten van een feedback/survey systeem voor een grote klant.



Producttesten

Na een aantal testen zijn er vragen/opdrachten veranderd of zijn er nieuwe bijgekomen door de inzichten die uit eerdere testen zijn opgedaan. Ook is er aan het team gevraagd waar ze willen dat tijdens de testen op gelet/gevraagd wordt (zie bijlage 4). Hierdoor zijn er vier versies van het opdrachtenformulier (zie bijlage 3). Tijdens het onderzoek is de audio en het beeld wat zich afspeelt op de testtelefoon (iPhone 6) opgenomen via de Macbook (Quick time movie recording).

Wanneer de test was afgerond kreeg de respondent een goodiebag gevuld met Roadmap spullen en een fles wijn. De respondenten waren niet van tevoren op de hoogte gesteld dat ze een beloning zouden krijgen voor hun medewerking aan de test. De respondenten hebben meegedaan uit vrije wil en zijn niet beïnvloed door vooraf bekendgemaakte beloningen. Het doel hiervan was om sociaal gewenst gedrag of antwoorden zo veel mogelijk te voorkomen.



Test 2



Test 3



Test 4

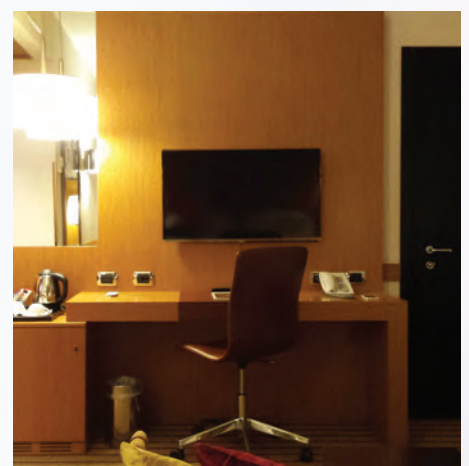
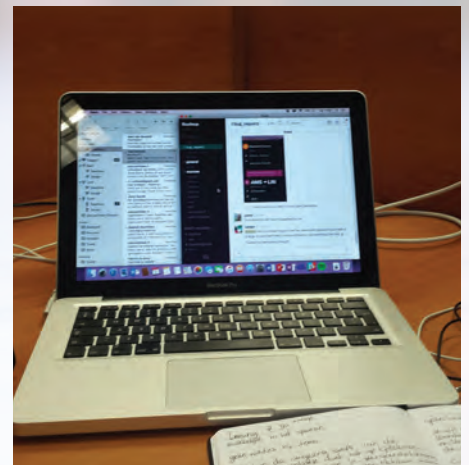


Test 5

Het analyseren van de data is uitgevoerd door het uitschrijven van alles wat er tijdens het onderzoek besproken was, vervolgens dit verslag samen te vatten (aan de hand van een template, zie bijlage 5) en de bevindingen te vergelijken met de voorgaande tests. (Zie bijlage 6 voor de volledige tekst, bijlage 7 voor de samenvattingen.) De belangrijkste bevindingen werden vervolgens met het hele team gedeeld op Slack (een communicatie app) en in de 10:10 meeting op maandag. Alle ruwe data zijn geplaatst op een centrale locatie voor nadere bestudering door het team.

Veldonderzoek

Er zijn twee veldonderzoeken uitgevoerd, waarvan nummer 1 (Turkije) een familievakantie naar een all-inclusive resort was. Het was dus niet heel representatief voor een business trip. Maar de reizen heen en terug waren wel testbaar. Nummer 2 (Italië) was met Kees-Jan, een business reiziger die bijna wekelijks naar Milaan moet. Hierbij was veel meer testbaar dan bij onderzoek 1. Ook is er een overzicht gemaakt van de indeling van de twee dagen dat hij daar was. Hier is een user journey map van gemaakt.



Veldonderzoek Milaan

5 Resultaten

Naar aanleiding van de producttesten en veldonderzoeken zijn de volgende resultaten naar voren gekomen.

5.1 Producttest

De producttesten zijn op basis van de volgende testdocumenten (vragenlijsten) uitgevoerd;

Testdocument 1	1
Testdocument 2	2
Testdocument 3	3
Testdocument 4	4 5

De testdocumenten zijn terug te vinden in bijlage 3.

1. Voor het downloaden van de app werd er gekeken naar...:

Screenshots	1 2 3 4 5
Titel "All-in-one"	1 5
Reviews	4
Beschrijving	5
Talen	1 2 3

2. Zou je de app downloaden zoals hij nu gepresenteerd is in de appstore?

Ja	1 4 5
Nee	2 3

Uit de eerste twee resultaten kan geconcludeerd worden dat de testpersonen die alleen de titel lezen en de screenshots bekijken (dus oppervlakkiger kijken naar de app) de app niet downloaden. Dit kan betekenen dat de beelden niet genoeg spreken/duidelijk maken wat de app allemaal kan.

3. Klikte hij/zij het + icoon aan zonder eerst op het menu te klikken?

Ja	3 4 5
Nee	1 2

4. Is het verwijderen van een item meteen duidelijk?

Ja	1
Laat te snel los	1 5
Notificatie*	3 4
Nee	4

*Denkt dat de notificatie balk dient om te bevestigen dat je het wil verwijderen en het ongedaan maken van het verwijderen. (Dus ze klikken erop maar eigenlijk maken ze het dan ongedaan).

Het verwijderen is niet meteen duidelijk, vooral de notificatie levert verwarring op. zoals hierboven te lezen is.

5. Hotel toevoegen > Zoeken ze op naam of op locatie van het hotel?

Hotel naam	
Hotel locatie	1 2 3* 4 5

*Na even zoeken en typen vindt hij zelf hoe het wel werkt. Hij zoekt dan op hotel naam i.p.v. hotel locatie.

6. Agenda punt toevoegen > Begrijpt hij/zij dat de agenda gesynchroniseerd wordt met de iPhone agenda? (Zonder uitleg van de onderzoeker.)

Ja	4
Nee	1 2 3 5

Het is dus niet duidelijk dat de agenda in de app gesynchroniseerd wordt vanuit de agenda die in de iPhone staat. Ook hebben de testpersonen laten weten dat de synchronisatie twee kanten op zou moeten gaan. Zowel app > iPhone als iPhone > app. Het is extra verwarrend omdat alles wat je toevoegt onder het + icoon wordt aangemaakt in de app, op de agendapunten na. Die kun je niet aanmaken, maar alleen synchroniseren.

7. Vind een plek om koffie te drinken > Vindt hij/zij de filterfunctie? (Zonder uitleg van de onderzoeker)

Ja	1
Nee	2 3 4 5

De filterfunctie valt niet genoeg op, of is niet duidelijk genoeg. Wel vonden de testpersonen de filterfunctie erg handig nadat ze hem gezien hadden.

8. Stuurt hij/zij een feedback mail via de feedback functie?

Ja	
Nee	1 2 3 4 5

Ze stuurden allemaal de mail via het contactscherm (dus naar hun travel agent en niet naar de service mail).

Dat niemand de feedback mail via de feedback functie stuurde kan door verschillende factoren komen. Ten eerste is er in het contactscherm van de Roadmap app niet aangegeven met wie je contact hebt. Het contactscherm is gemaakt als communicatiemiddel tussen de reiziger en zijn travel agent. Maar omdat de testpersonen een feedback mail willen verzenden naar het bedrijf dat de app maakt (Roadmap), is dit erg verwarrend. Bij de andere apps die gemaakt zijn voor bedrijven is het contactscherm in de stijl van de travel agent. Dus wanneer de branding anders zou zijn en er een titel met "contact your travel agent" zou komen zou dit waarschijnlijk duidelijker worden. Ten tweede, zit de echte geef feedback optie verstopt onder "meer" in het menu. Alleen valt "meer" buiten het

scherm als je het menu opstart. Ook was er een te-rechte opmerking van TP5: "Waarom zou ik naar een tweede scherm gaan? Alles wat belangrijk is wordt toch wel in het eerste scherm weer gegeven."

9. Swiped hij/zij de eerste keer van links naar rechts of van rechts naar links om naar het detail scherm te komen?

Links naar rechts	1 2 3 4* 5
Rechts naar links	

* Hij krijgt de pop-up met daarin "swipe naar rechts", eerst swiped hij de goede kant op (van links naar rechts), dan begint hij te twijfelen en doet het de andere kant op. Wanneer hij ziet dat het niet werkt, swiped hij weer de goede kant op.

Het swipen wordt als onlogisch ervaren, het is te vergelijken met het lezen van een boek. Wanneer je naar een volgende pagina wilt om verder te lezen (in dit geval om meer informatie te vinden over een item) swipe je van rechts naar links, de pagina wordt omgeslagen. Zoals het nu in de app zit zou je een bladzijde terug gaan om meer informatie te krijgen.



5.2 Veldonderzoek

Er is veldonderzoek uitgevoerd in Turkije en in Milaan, in Turkije is er minder uitgebreid onderzoek gedaan dan in Milaan. Daarom is ervoor gekozen om voor Milaan wel een customer journey map te maken en voor Turkije niet.

Turkije

Tijdens het de heenvlucht en terugvlucht is de iPhone en Android versie getest. Uit het onderzoek zijn de volgende punten naar voren gekomen;

Aankomst op de airport van Turkije

1. **Geen wifi** beschikbaar, dus kon er niet gevonden worden op welke bagageband onze bagage zou komen. (Achteraf bleek dat de app eigenlijk bijna nooit deze informatie ophaalt, maar het staat wel aangegeven in de app).
2. De aankomsttijd was eerder dan gepland, maar door gebrek aan internet verscheen dit niet in de app.

Wanneer er dus geen internet is, is de app niet meer betrouwbaar en wordt er niet weergegeven wanneer de app voor het laatst is bijgewerkt. Dit kan stres veroorzaken bij de gebruiker.

Android

1. De **weersvoorspelling** functie wordt als erg prettig ervaren. *
2. **Handmatig refreshen** is erg fijn. *

*Deze functies zitten allebei niet in de iPhone app.

De weerfunctie wordt gebruikt voor het inpakken maar ook om te kijken wat het beste is om aan te doen op de dag dat er gevlogen wordt. Het handmatig refreshen zou het probleem bij iOS kunnen oplossen door de gebruikers de kans te geven om handmatig te refreshen of te zien dat het niet kan op dat moment, bijvoorbeeld door gebrek aan internet.

Terugweg

1. Geen wifi op de airport in Turkije dus er kunnen geen updates ontvangen worden en er zijn geen updates geweest toen er nog gebruik gemaakt kon worden van de wifi in het hotel.
2. De **bagageband** wordt als “must” ervaren om te hebben in de app.

Om op punt 2 terug te komen, wanneer de informatie over de bagageband dus bijna nooit ontvangen wordt, is het beter om de functie geheel weg te laten en het alleen naar voren te laten komen als het daadwerkelijk ontvangen wordt.



Milaan

Inzichten avond voor vertrek:

- Hij wil dat de gegevens van zijn vaste **taxi** in de app zitten, dus klikken op de taxi en dan (bijvoorbeeld) de **contact informatie** er handmatig inzetten en opslaan in de app, zodat hij het later terug kan vinden of kan bewerken. Hij kan zijn reis zo niet compleet maken als hij zijn vaste taxi niet kan toevoegen.
- Bij het handmatig toegevoegde hotel wil hij zelf de missende **informatie kunnen invoeren** zoals zijn boekingscode, inchecktijd enz.
- Bij het hotel missen de **contactgegevens**. Dit is erg onhandig. Ook is er geen mogelijkheid om de contactgegevens handmatig bij te voegen.
- Hij wil zijn **taxi** van tevoren plannen voor in Milaan. De **locatie** kan niet veranderd worden van het vertrekpunt (het vertrekpunt is altijd "je huidige locatie"). Hij wil een plaats kunnen invoeren, maar dit kan niet.
- Er zijn weinig mogelijkheden om **vervoer** te regelen (vanaf thuis) binnen de app. Je kunt het niet plannen of erin zetten. Als je in Milaan een vaste taxi hebt, kun je die er niet inzetten. Ook niet vanaf de Milaan luchthaven zelf. De app staat niet toe dat je een eigen taxi of überhaupt een **vervoermiddel aan je tijdlijn kunt toevoegen**.
- Je kunt de "**Breng me erheen**" functie niet vastzetten in de tijdlijn.
- Hij wil eigen **contact-informatie** kunnen toevoegen van bijv. het hotel, de taxi (zaken die hij altijd gebruikt), in een soort adresboek vorm, zodat hij ze altijd bij de hand heeft. Hij moet ze ook in zijn tijdlijn kunnen hangen.
- Wanneer de eerder opgesomde punten niet toegevoegd kunnen worden aan de tijdlijn heeft de app niet veel toegevoegde waarde t.o.v. de KLM app. (De KLM app heeft het weer, boardingpass, stoelnummer. Dit zijn punten die reizigers belangrijk vinden.)
- Het zou fijn zijn om **het weer** zoals in de Android app ook in de Apple app te hebben, zeker omdat het vandaag, morgen en overmorgen betreft. Kees-Jan is meestal 2 of 3 dagen in Milaan. Dus is dat helemaal goed voor hem. KLM geeft het alleen voor 1 dag aan. "Dat zou toegevoegde waarden opleveren."
- Het meeste **contact** met de taxichauffeur in Nederland én Milaan gaat via WhatsApp/mail. Dus overspringen naar **WhatsApp**/sms/mail zou fijn zijn, als je de contactinformatie hebt in een soort adresboek, zodat je alles kunt vinden wat je nodig hebt in één app. "Je moet kunnen switchen naar WhatsApp."
- De **boardingpass** moet er echt in. Ook moet de link met Apple wallet duidelijk worden weergegeven, want dit zullen de gebruikers niet uit zichzelf vinden.

Inzichten Dag 1:

- Je kunt **geen eigen notities** toevoegen aan items of de missende informatie invullen als je die zelf wel weet. (Dus een 'bewerken icoon' aanbrengen en de gebruikers zelf de informatie kunnen laten aanvullen die ontbreekt of te laten aanpassen.)
- Het zou fijn zijn als in de omgeving van de airport de **boardingpass** naar voren komt (gebaseerd op GPS). Apple wallet doet dit nu op basis van tijd. Apple wallet zet dan de boardingpass als een melding op het vergrendelscherm zodat je hem met een swipe open hebt wanneer je hem nodig hebt. Dit kunnen wij ook doen als we de boardingpass in de app hebben. Dit zou grote toegevoegde waarde bieden ten opzichte van andere reis apps.
- **Het swipen naar het detailscherm** is niet duidelijk en wordt niet onthouden. Ook als er geprobeerd wordt om te swipen is het van rechts naar links en niet van links naar rechts. (Dit komt naar mijn idee door de natuurlijke mapping. Mensen willen vooruit dus gaan ze net als bij een boek de pagina van rechts naar links omslaan.)
- **"Kan ik nu ook mijn zakelijke adres (kantoor) erin zetten?"** Nee, dit kan niet. "Hoe moet ik het dan aan een taxi laten zien als ik deze niet van tevoren geregeld heb?" Hier biedt de app geen ondersteuning. Wanneer er een hotel toegevoegd kan worden, wil Kees-Jan dat hij ook zijn kantoor kan toevoegen.
- Ik kan met deze app geen foto's maken van mijn bonnetjes om ze vervolgens te declareren. Dus ik wil een link naar de Concur app hebben zodat ik dat wel kan doen. In een zakelijke reis app travel moet er ook een **declaratiesysteem** aan verbonden zijn.
- Een voordeel van Roadmap over de KLM app is dat de KLM app geen **gate** laat zien en Roadmap wel.
- Het niet kunnen toevoegen van **locaties** is erg storend.
- De collega van Kees-Jan moet ook een **auto huren** en **een parkeerplaats** op Schiphol regelen.
- "Ik wil een **lijst** kunnen maken met mijn standaard connecties en locaties. Mijn standaard taxi, standaard hotel en locaties zodat ik die snel en makkelijk in de app kan hangen en ze niet steeds hoeft in te voeren."
- Kees-Jan wil het liefst een app die hem van het begin tot het einde van zijn reis helpt en waarin **alles** zit wat hij nodig heeft (dus het liefst zo min mogelijk switchen tussen meerdere apps).
- De Schiphol app geeft wel (zo goed als) altijd de **bagageband** aan. Kunnen wij die informatie niet halen uit deze app? (Door te linken?) Deze app wordt gebruikt door de taxi van Kees-Jan om te zien hoe laat het vliegtuig geland is enz., zodat hij/zij weet hoe laat hij ongeveer klaar staat om opgehaald te worden. (De iPhone app is wel veel uitgebreider dan de Android app van Schiphol.)

Inzichten dag 2:

Wanneer je een plaats in 'Ontdek' (bijv. een koffietent) per ongeluk beoordeelt (met die drie smiley's), dan kun je deze **beoordeling** niet meer weghalen (door bijvoorbeeld nog eens op de smiley te klikken). Je kunt hem alleen wijzigen. Je zou je beoordeling ook moeten kunnen verwijderen.

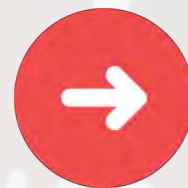
Als een bedrijf afspraken heeft met een bepaalde **hotelketen** (in het geval van een hotel toevoegen aan de tijdlijn), zouden met een soort highlight (andere kleur, icon, enz.) deze hotels sowieso naar voren moeten komen bij het zoeken.

- Als je een **taxi** in de app wilt zetten, zou hij moeten aangeven hoelang je van tevoren weg zou moeten gaan (kijkend naar de standaard vertragingen en files op bepaalde tijdstippen). In Google Maps kun je het tijdstip die je wilt vertrekken aangeven en dan berekent hij de reistijd op basis van de standaard files.
- Het is jammer dat je op plekken **zonder internet** niet **de kaart Ontdek** kunt zien. Het zou handig zijn als dit wel kon. ("Dan maar zonder de extra uitleg bij plaatsen, maar dat ik wel gewoon de kaart kan bekijken.")
 - o "Ik wil als ik van tevoren ga kijken waar ik eventueel heen zou willen gaan, die plaatsen kunnen **opslaan in een lijstje** (zodat ze offline ook beschikbaar zijn, bijvoorbeeld) en dat ze bijv. ook gepinpoint blijven in de kaart (zoals in Google Maps)."
 - o Wanneer ik in lijst modes ben in Ontdek, wil ik kunnen **rangschikken** op bijv. afstand, beoordeling, alfabet, zodat ik meer invloed heb op wat ik ga zien.

Belangrijkste punten:

1. Swipen veranderen (van rechts naar links i.p.v. links naar rechts).
2. Manueel dingen kunnen toevoegen en invullen.
3. Adresboek functie -> waarmee items toegevoegd kunnen worden die geen vlucht, hotel of meeting zijn.
4. Notities kunnen maken bij alle items in de tijdlijn die dan weergegeven worden in het detailscherm. (Staat in verband met 2).
5. Transport in app kunnen plaatsen.
6. Verwijzingen maken naar andere apps zoals Concur om kosten bij te houden.
7. De weer functie uit Android ook in de iPhone app aanbrengen.

User journey map

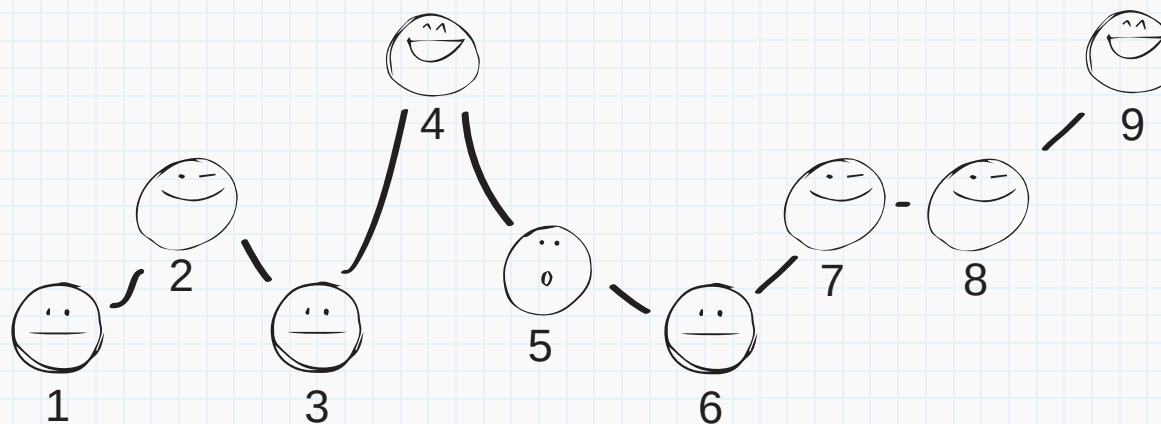


A day in the life

Mood

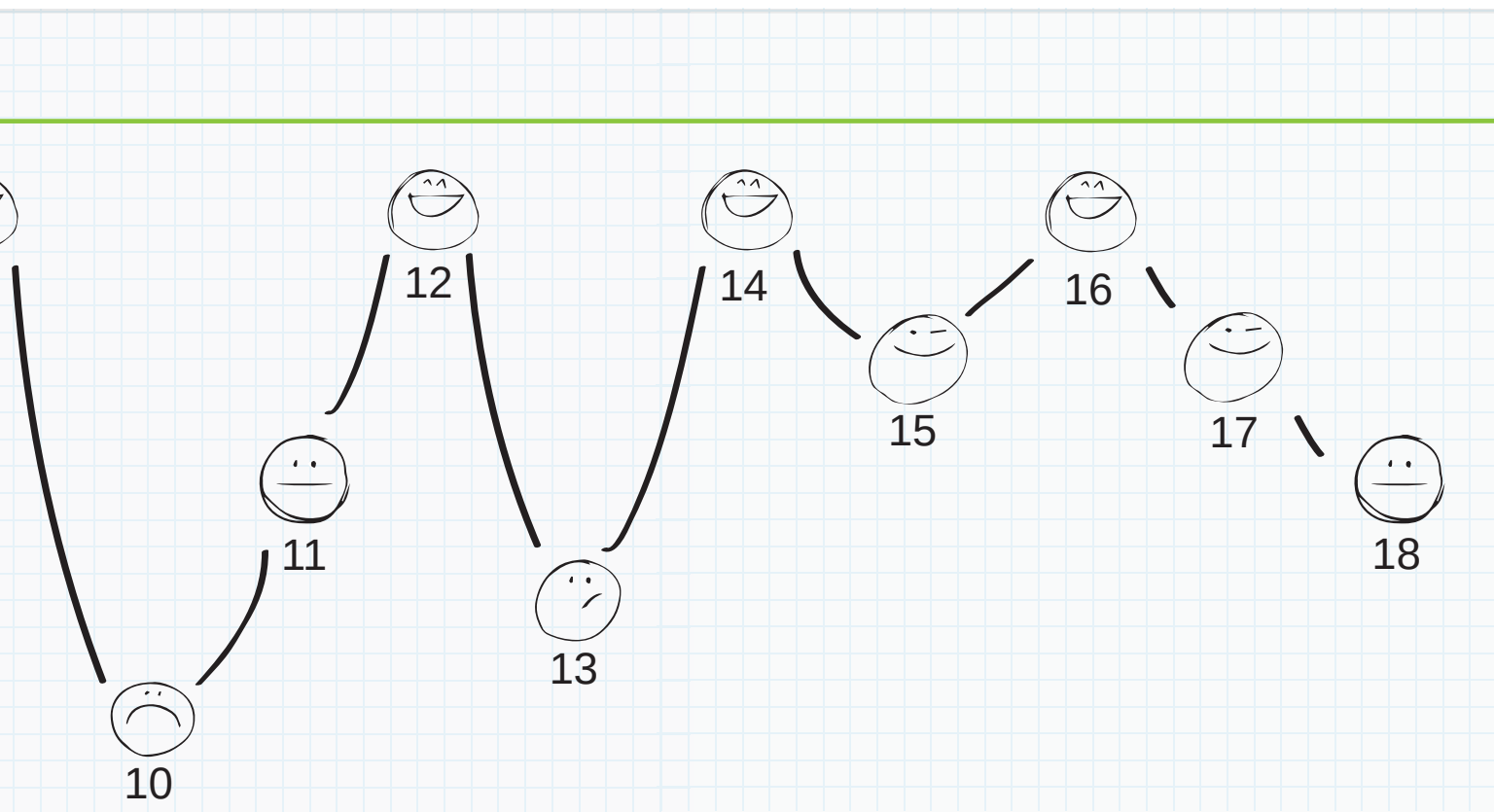
 Opportunities

 Moments of Truth



Kees-Jan de Kloet

6:00	1	Opstaan Snel nog even onder de douch	~	7	Tijdens de vlucht Leest op zijn telefoon een artikel van zijn collega. (Kijkt hij erop vooruit?) Hij ziet de n...
6:45	2	Vaste taxi Hij vertrekt zo vroeg om voor de files te zitten. Hij betaald de taxireis in de taxi, maakt een foto en declareert het via de Concur app. Later kan hij online de rest regelen. In deze app boekt hij ook zijn vluchten.	10:20	8	Landen in Londen Hier ontmoet hij zijn collega. (Hij kijkt nu p...
7:15	3	Schiphol Hij komt aan bij Schiphol en moet door de poortjes. Hij heeft de dag ervoor al ingecheckt.	10:30	9	Vaste taxi Hij wordt meegenomen naar het kantoor.
7:30	4	Ontbijt In de lounge zit een collega op hem te wachten en hij gaat ontbijten.	10:50	10	Kantoor Met een paar collega's. Hij wordt meegenomen naar het kantoor.
8:10	5	Op naar de gate Terwijl hij met zijn collega naar de gate loopt kijkt hij onderweg nog even op een informatie bord of het wel echt gate C12 is. (Dit blijkt vaak te wisselen bij deze vlucht)	~	11	Werken
8:20	6	Boarding, priority line	12:25	12	Lunch Na een tijdje gaat hij samen met zijn collega's naar een restaurant waar hij eigenaar is. Hij heeft een soort winkel daar, alleen maar...



De vlucht

Hij gebruikt zijn e-reader, praat wat met zijn collega's (niet op zijn mobiel).

Notificaties niet.

In Milaan

Hij ontmoet nog een collega. Hij gaat weer op zijn mobiel.)

De vlucht

Hij brengt zijn twee andere collega's naar het vliegveld.

Hij komt bij zijn afdeling. Hij wordt benaderd door een collega met vragen en kritiek.

Hij wacht op zijn collega's. Hij gaat met een collega naar de plek waar hij altijd eten. Het is een winkelcentrum maar dan voor bijna eten.

13:30

13 Terug op kantoor

Nu begint de op een volging van meetings.

20:00

14 Hotel bar

Hij spreekt altijd af met zijn collega om eerst een drankje te doen beneden in het hotel voor ze samen gaan eten.

20:36

15 Lopen naar winkelcentrum

Het is het zelfde winkelcentrum als tussen de middag.

20:50

16 Eten

Bestellen en eten, onder het eten wordt er ingecheckt voor de terug vlucht van morgen met de app. **Copy / past van de info voor check in is lastig.**

21:30

17 Koffie en ijs

In een ander cafe wordt koffie gedronken en ijs gegeten.

21:55

18 Terug naar het hotel

Douchen, lezen en naar bed.

Mood



Blij



ontspannen



Neutraal



Alert



Geen zin



Boos, Geirriteerd

6 Successen!

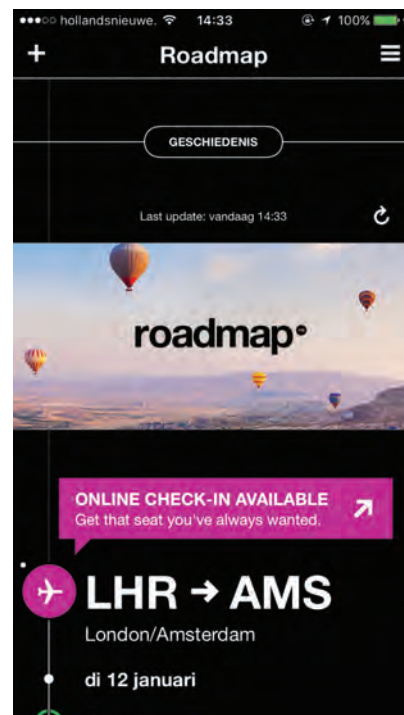
In dit hoofdstuk worden de veranderingen die naar aanleiding van de onderzoeken zijn gemaakt toegelicht en uitgelegd.

“Laats bijgewerkt op...” indicatie/Handmatig kunnen refreshen Veldonderzoek Turkije

De app was zo gebouwd dat de data in de tijdlijn om de vijf minuten automatisch in de achtergrond werden vernieuwd. Het argument hiervoor was dat de gebruiker zich nergens druk over hoeft te maken, de app bevat altijd de nieuwste data. Maar er was in de app geen indicatie om te kunnen zien hoe laat de informatie voor het laatst was bijgewerkt en ook geen optie om handmatig te refreshen. Uit veldonderzoek kwam dat dit toch erg belangrijk is voor gebruikers om geheel de controle te hebben over de app.



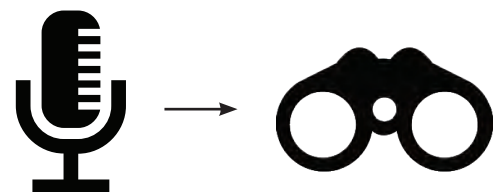
Figuur 9: Voor



Na

Bezienswaardigheden icon Producttest 1

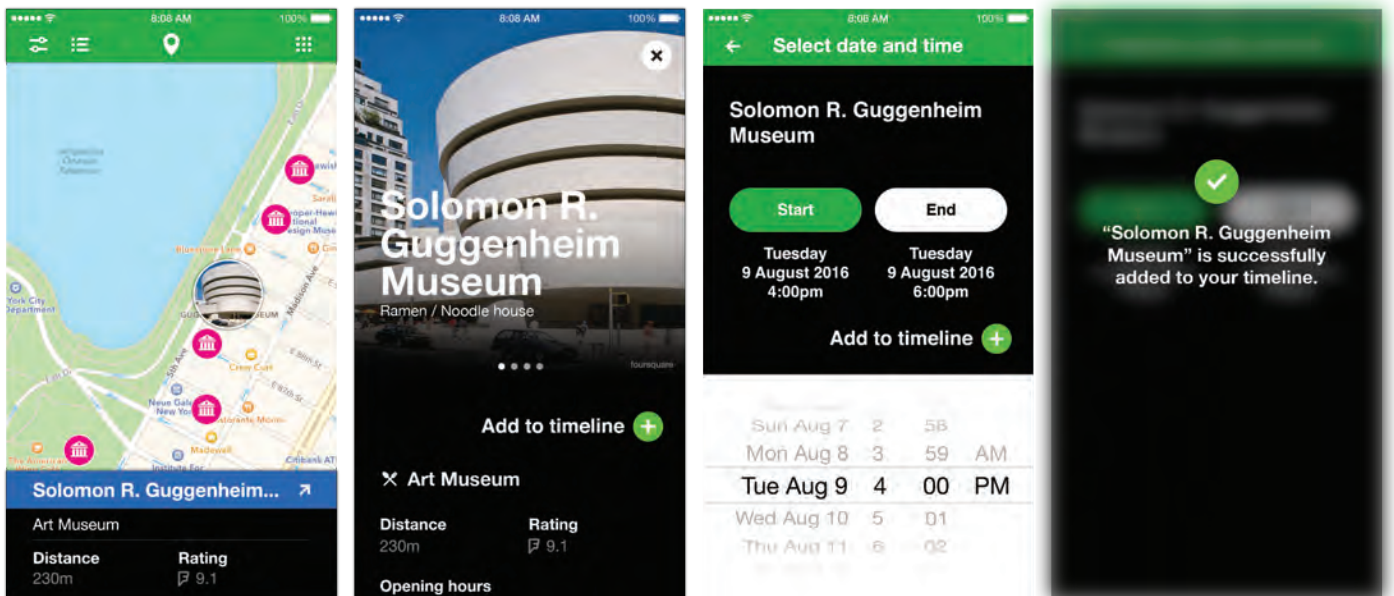
Voor bezienswaardigheden werd een microfoon icoon gebruikt, wat eigenlijk niet geassocieerd wordt met bezienswaardigheden. Dit icoon is naar aanleiding van de feedback veranderd in iets wat wel te maken heeft met het bekijken van bezienswaardigheden, namelijk een verrekijker.



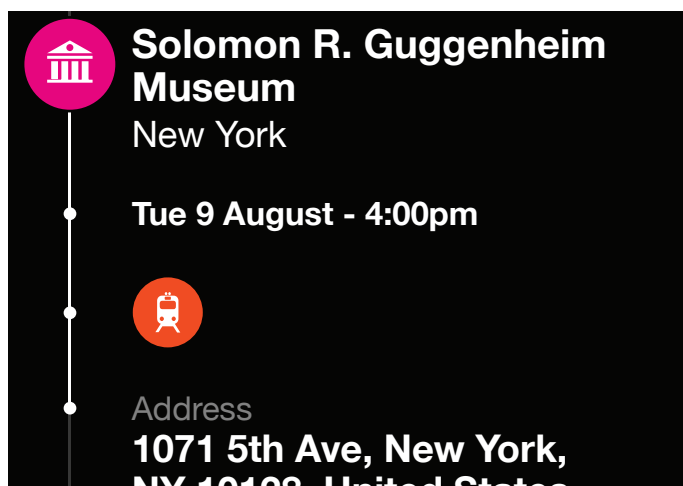
Figuur 10: Voor en na

Er kwam sterk naar voren dat de gebruikers behoefte hebben om hun POI's¹ (restaurants, cafés, bezienswaardigheden enz.) toe te voegen aan hun tijdlijn inclusief het vervoer erheen. Daarom is er aan een manier gewerkt om POI's toe te kunnen voegen aan de tijdlijn en hoe zij er dan in de tijdlijn zelf uit zouden komen te zien.

Het voordeel hiervan is dat er vanuit de tijdlijn een completer overzicht van de reis ontstaat. Roadmap kan op deze manier de reiziger beter van dienst zijn d.m.v. het aanbieden van transport opties om zo efficiënt mogelijk van locatie naar locatie te komen.



Figuur 11: Het toevoegen van een POI aan de tijdlijn



Figuur 12: Hoe het eruit ziet op de tijdlijn

De gebruiker kan nu rondom een relevante locatie op de kaart zoeken naar interessante plaatsen. Deze interessante plaats kan worden toegevoegd op een gewenst tijdstip in de tijdlijn.

¹ Point of interest

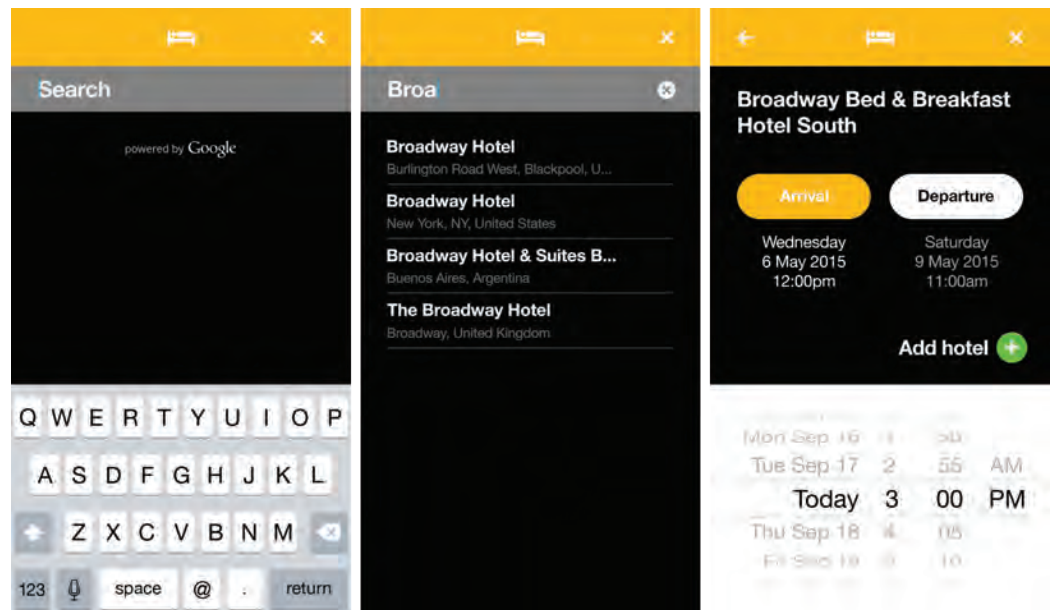
“Hotel name” in plaats van “search” bij hotel toevoegen

Producttest 1 t/m 5

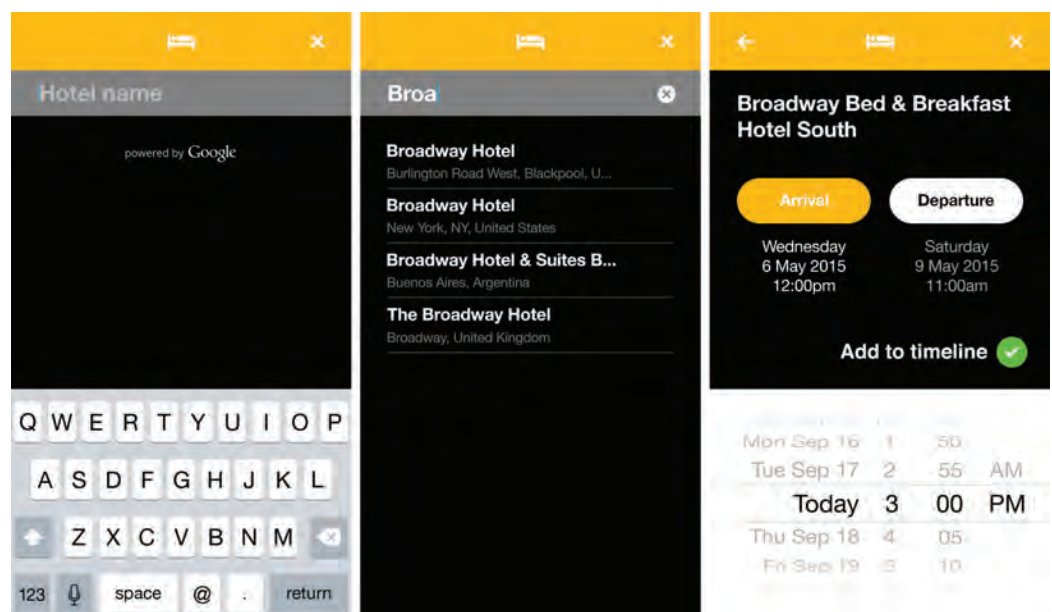
Naar aanleiding van de producttesten is besloten om twee dingen aan te passen. Ten eerste werd het woordje “Search” niet geïnterpreteerd zoals het bedoeld was. De gebruikers typten in de zoekbalk namelijk de plaats in waar ze een hotel nodig hadden en niet de naam van een hotel. Daarom is ervoor gekozen om “Search” te veranderen in “Hotel name”.

Maar dit was niet het enige wat verkeerd begrepen werd. Wanneer alles ingevuld en ingesteld is, wil je dit opslaan en het hotel aan de tijdlijn toevoegen.

‘Add hotel’ werd gezien alsof je dan nog een hotel kan gaan toevoegen. Maar dat wilden ze niet, ze wilden bevestigen dat deze info goed is ingevuld en het aan hun tijdlijn toevoegen. Daarom is ‘Add hotel’ vervangen door ‘Add to timeline’.

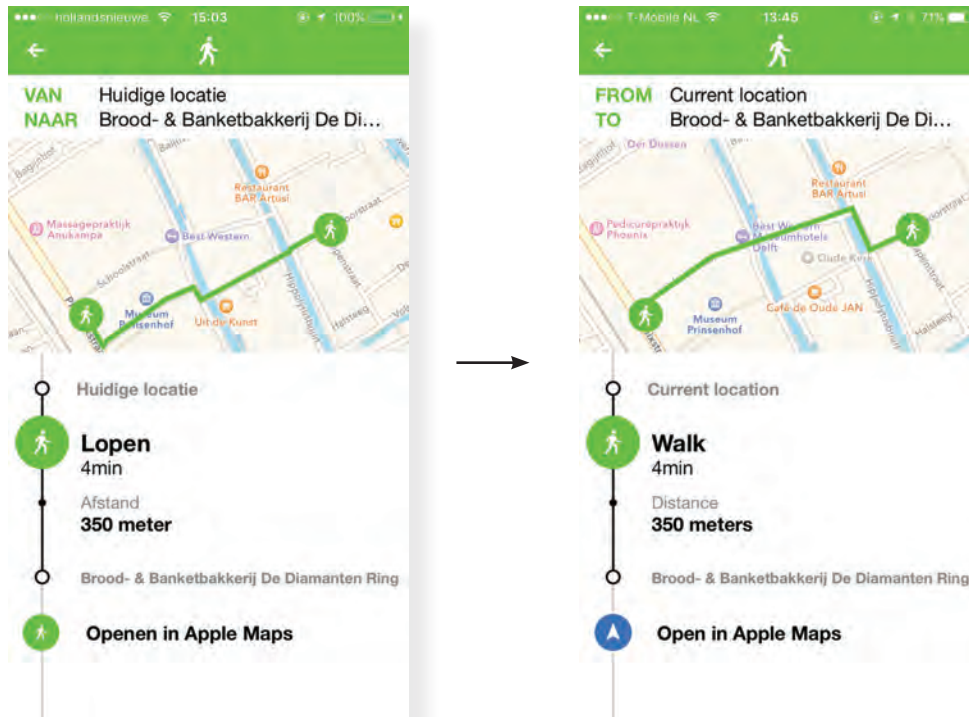


Figuur 13: Voor



Figuur 14: Na

Eerst viel het Apple Maps icoon niet op doordat het allemaal dezelfde kleur groen had. Nu is het veranderd in het icoon van Apple Maps.



Figuur15: Voor en na

De functionaliteit 'Give feedback' zit verstopt in het menu onder de optie 'Meer'. Dit wordt nauwelijks gevonden door de gebruikers tijdens het testen van de applicatie. Om dit te verbeteren wordt nagedacht over een directe knop in het menu.

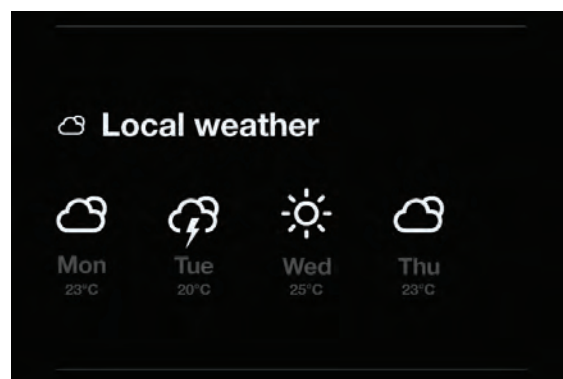
Geen van alle respondenten kon het detailscherm vinden zonder uitleg. Ook na een eerste keer swipen werd dit vaak vergeten in het verdere gebruik van de app. De gebruikers vonden deze beweging niet intuïtief. Op het moment van schrijven wordt er gewerkt aan een verbetering van deze beweging. De gebruiker kan in de toekomst drukken op een item in de tijdlijn, het detail scherm zal dan tevoorschijn komen. Simpel, maar effectief!

De weersvoorspelling terugplaatsen in de app

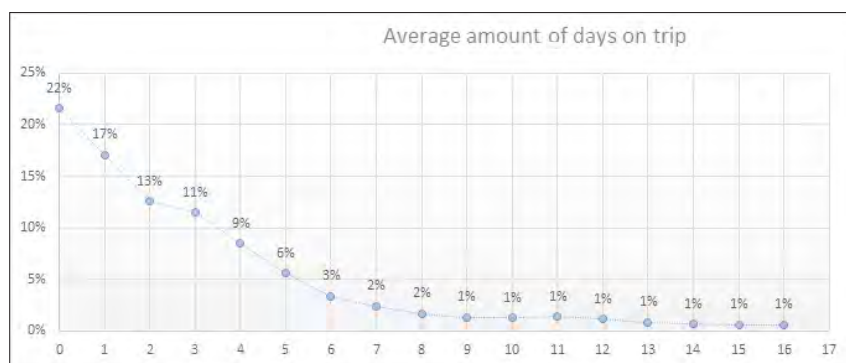
Veldonderzoek Milaan en Turkije

Door de gebruikers werd de weersvoorspelling als erg prettig ervaren. Vooral ook omdat (als business reiziger) je niet heel lang op de bestemming bent, meestal tussen de 1 en 4 dagen.

Hieronder zijn lengtes van de business reizen weergegeven waarvan na juli 2015 een boeking gemaakt is. Gebaseerd op 42.5K trips, heeft 22% een terugvlucht op dezelfde dag, 17% één dag tussen de twee vluchten, enz. Dus met vier dagen is Roadmap het grootste deel van de reizigers (63%) van dienst. (0 betekend dat de trip minder dan 24 uur is.)



Figuur 16: Weersvoorspelling



Figuur 17: Aantal nachten van een trip op locatie





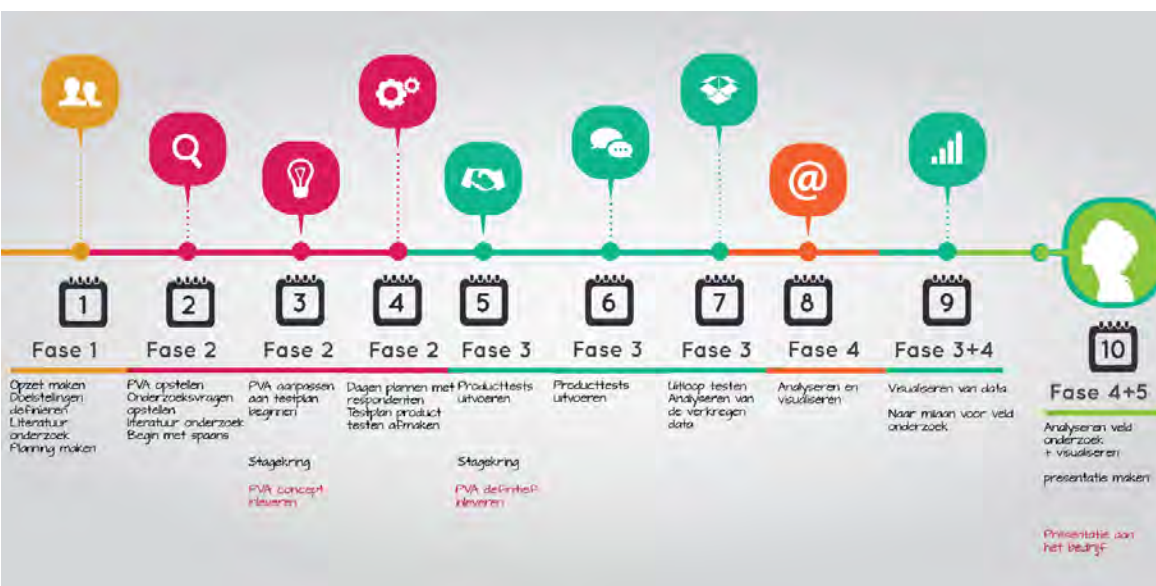
7 Evaluatie

Plannen en organiseren

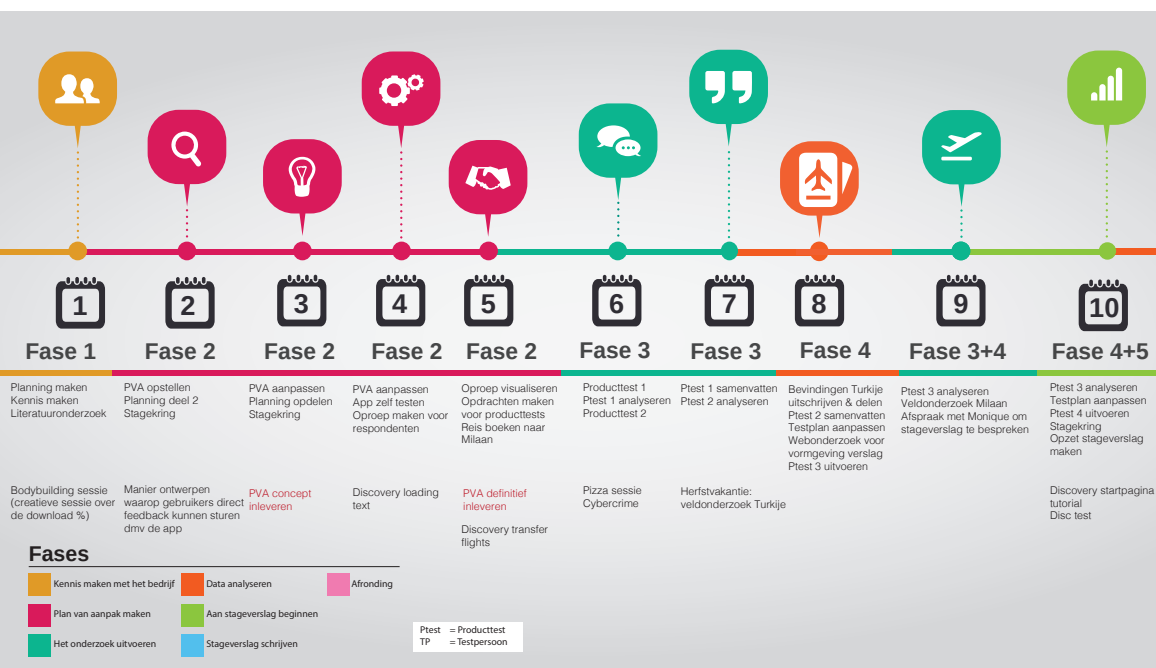
Er is in de eerste weken een planning gemaakt voor de stage, dit bleek toch anders uit te pakken dan verwacht. Dit kwam door verschillende factoren;

- Testpersonen werden niet aangeleverd.
- Audio analyseren van de producttesten nam meer tijd in beslag dan er in eerste instantie voor was ingepland.
- Er was geen creatieve sessie mogelijk door het drukke schema van de doelgroep.
- De kans kwam om veldonderzoek uit te voeren.

In figuur 18 is de planning die aan het begin van de stage gemaakt is en in Figuur 19 en 20 is de echt gebeurde planning weergegeven.



Figuur 18: Planning eerste 10 weken



Figuur 19: Realiteit eerste 10 weken

Planning 2de 10 weken;

Fase 1 Terugkoppeling:

- Planning updaten
- Stageverslag bijwerken

Tweede sessieplan schrijven

- Fase 2:
- (Sensitizer maken)
 - (Sensitizer uitdelen)
 - Methode document maken
 - Sessieplan schrijven

Fase 3:

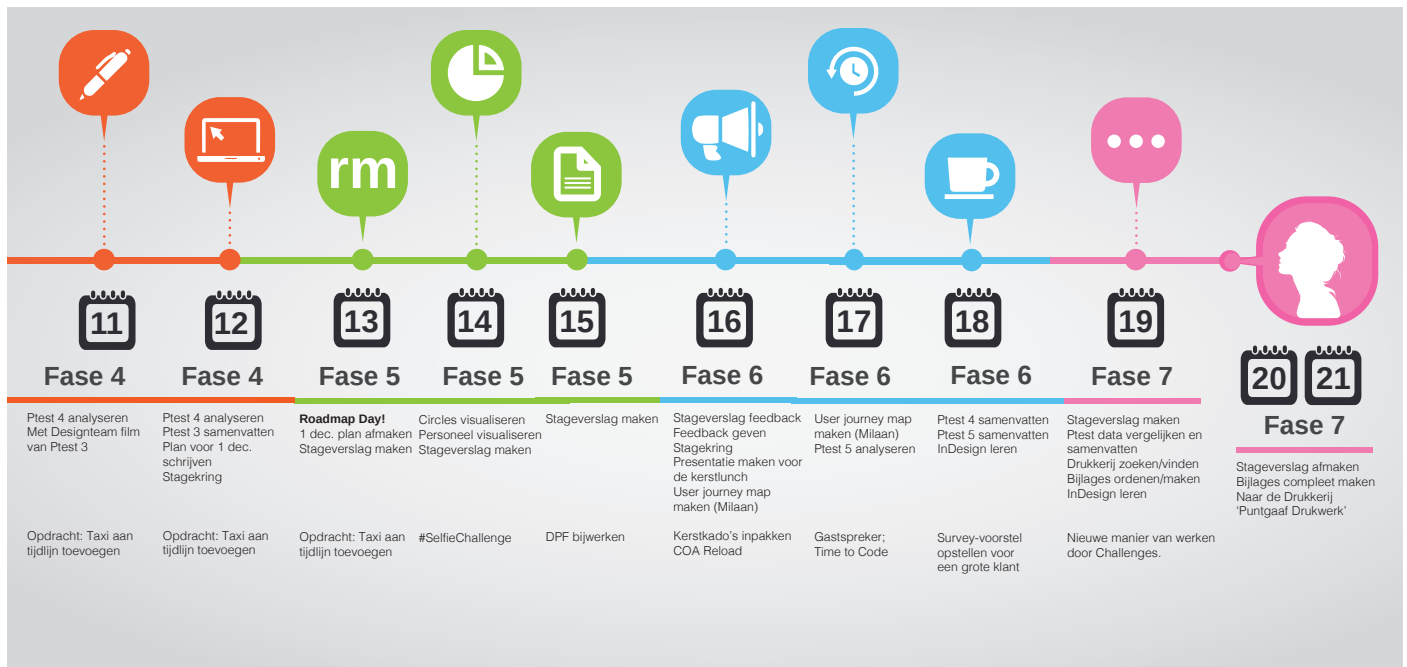
- Data verwerken
- Data visualiseren
- Stageverslag concept maken

Fase 4

- Stageverslag schrijven
- Presentatie maken en oefenen

Fase 5

- Stageverslag inleveren
- Presentatie geven op het bedrijf
- Presentatie geven op school



Figuur 20: Realiteit tweede 10 weken

Het onderzoek

Wanneer er gekeken wordt naar de data die uit de twee soorten van onderzoek zijn gekomen is te concluderen dat de meest waardevolle data komt uit het observeren van gebruik/gedrag binnen de context waar het product bedoeld is. Aan de lijst met tips en verbeteringen uit Milaan tegenover de data uit de vijf producttesten heeft Milaan zeker meer opgeleverd. Toch zijn producttesten heel belangrijk doordat daar vergelijkbaar materiaal uitkomt. Ze worden allemaal getest met dezelfde opdrachten en vragen. Ook kunnen producttesten vaker uitgevoerd worden dan veldonderzoek dit komt door een aantal factoren:

Veldonderzoek

- Relatief hoge kosten
- De onderzoeker moet de persoon waarmee hij/zij meeloopt vertrouwen. (Vooral wanneer er spraken is van een reis naar het buitenland met overnachting)
- Zijn veel manieren waarop de data verwerkt kan worden om er vervolgens conclusies uit te trekken

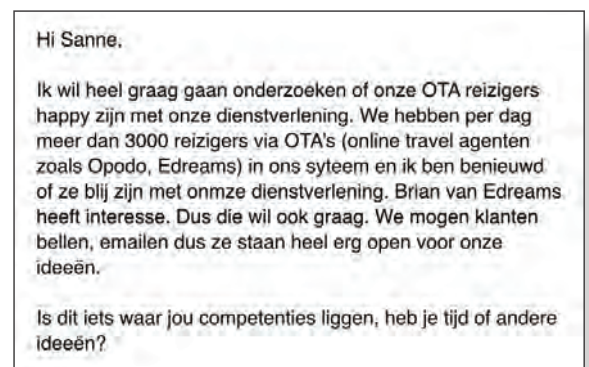
Producttesten

- Relatief lage kosten
- Kan in principe met alle mensen die binnen de doelgroep vallen worden uitgevoerd.
- Data wordt verwerkt tot een audioscript met video erbij. Hieruit kunnen conclusies getrokken worden. Ook kan de data van de ene test vergeleken worden met voorgaande testen.

Extra kansen

Tijdens de stage zijn er ook extra kansen naar voren gekomen die benut zijn. Namelijk:

- Een klanttevredenheidsonderzoek opzetten naar een grote klant van Roadmap (zie figuur 21).
- Het meewerken aan het ontwikkelen van nieuwe functionaliteiten in de app.
- Het uitvoeren van het veldonderzoek in Milaan.
- Een (part-time) baan aangeboden krijgen voor na de stageperiode.



Figuur 21: Vraag om onderzoek op te zetten

8 Reacties van Collega's

Beste Sanne,

Ik was verrast door je enthousiaste en vrolijke verschijning. Je sprong met passie en plezier ons Roadmap Designteam binnen. Dit bevorderde de sfeer op de werkvloer en gaf een frisse blik op onze werkzaamheden. Je hielp ons team betere inzichten te krijgen over het gebruik van de app door middel van gebruikerstesten met echte personen. Ik was erg blij met jouw ontdekkingen van de gebreken van de app zowel als de positieve ervaringen. Je hebt veel interessante waarheden over onze user experience boven tafel weten te brengen, hier maken wij dan ook goed gebruik van. Het stukje user research ontbrak nog binnen onze organisatie, daarom ben ik ook blij dat jij hier onze organisatie in kwam versterken. Ik ben blij dat je zelf hebt aangegeven om ons graag van dienst te willen blijven zijn. Ik verheug me er dan ook op onze samenwerking voort te zetten en onze briljante Roadmap app de wereld doen laten veroveren. Blijf jezelf en je komt heel ver! High five!

- Jordy

Binnen het Roadmap team is Sanne assertief, doortastend, eigenwijs, vastberaden, energiek, gedreven en klaar voor uitdagingen. Vernieuwende ideeën en inzichten weet zij met veel enthousiasme over te brengen op het team. Haar directheid en proactieve houding helpen haar om het team te enthousiasmeren en dingen snel voor elkaar te krijgen. Overleggen in teamverband en de situatie nuanceren of in breder verband trekken ontwikkelde ze gedurende haar stage steeds beter. Ze neemt geen genoegen met een sociaal wenselijk antwoord, maar is kritisch over het geen ze te horen krijgt en ziet.

Binnen het Designteam gaat Sanne professioneel te werk. Haar UX-Research bracht waardevolle feedback teweeg welke zij actief deelde binnen het team. En met haar frisse blik wijst zij het team op elementen die ons inmiddels 'gewoon' zijn geworden. Heel fijn om jou in het Designteam te hebben Sanne!

'Try, fail, and hug afterwards' is een van de Roadmap motto's. Dit is op haar lijf geschreven. Niet praten maar doen. Ik vind je een TOPPER Sanne!

- Rosanne

The research Sanne conducted for Roadmap was very useful for us as organization. It helped us to gain more insights into the actual value of the product to our travelers and also to unveil the flaws we didn't notice ourselves after all this time. Next to the results, it also changed our way of working. We now focus a lot more on the end user than we did before.

- Micha

Open minded en nieuwsgierig als Sanne is, is zij een belangrijke aanwinst voor onze organisatie.

Ze deelt haar vele ontdekkingen en ideeën graag met ons wat ons weer inspireert en leert om op een andere manier naar dingen te kijken. Hierdoor is ze in staat om op een natuurlijke manier onze eeuwenoude gewoontes, gebruiken en keuzes in no time om te buigen, te veranderen of te doorbreken.

Om maar 2 'kleine' voorbeelden te noemen:

We gaan onze app begrijpelijk maken voor de westerse gebruiker door vooruit te swipen in plaats van achteruit en we gaan als softwareorganisatie massaal offline met onze Passion Planner.

- Wendy

Sanne staat met haar beide benen op de grond en doet dit met een twist die je direct doet ontgooien, luisteren, brengt de fun factor en pakt door naar de concrete vraag of informatie waar ze de aandacht voor vraagt. Ondanks dat ze een verlegen indruk kan geven qua lichaamshouding, weet ze verbaal sterk uit de hoek te komen. Een bijzonder fijne, vrolijke en enthousiaste collega om mee werken. Blijf vliegen..

- Frank

Sanne heeft een onuitwisbare indruk gemaakt bij Roadmap. Binnen Roadmap willen we graag dat mensen zichzelf kunnen zijn en we proberen geen hiërarchie te hebben. Niet op basis van functie, niet in leeftijd en niet op basis van dienstjaren. De reden hiervoor is heel erg simpel. We willen iedereen in staat stellen Roadmap te helpen vooruit te komen. Dat lukt volgens ons het beste als mensen zich veilig voelen en thuis.

Nu echt over Sanne:

Sanne heeft een brok energie gebracht daar zeg je u tegen. Ze heeft ongelooflijk veel bijgedragen aan het product doormidden van haar onderzoek en door middel van haar ongecensureerde mening. Heerlijk.. Daarnaast is ze met talloze ideeën gekomen waarvan er een aantal is geïmplementeerd. Heel erg verfrissend om met zo iemand te mogen werken.

Sanne je bent echt een ster!!

- Markus

Sanne was doing valuable research for Roadmap product, which revealed a lot of customer experience insights. This information is used extensively by Roadmap company in order to improve existing functionality and building new features.

- Myroslava

Sanne is a very pro-active and outspoken person. A real joy to work with, honest and very creative. She knows what has to be done, and makes sure that it will be done. Human interaction is something she knows by heart, and she is capable to share that knowledge within the company. She already got a lot of interesting feedback from our users, what we already have improved to the app.

- Niels

Sanne heeft binnen Roadmap er vooral aan bijgedragen dat we er bewust van zijn wat de reiziger van onze app vindt. Dat is bijzonder waardevol, zeker omdat dit de eerste keer is dat we zulke nauwkeurige feedback hebben gekregen. Dit heeft ervoor gezorgd dat we beter weten wat de gebruiker wil en denkt. En dat wordt natuurlijk verwerkt in verbetering van huidige functies en design, maar ook in nieuwe functionaliteit. Daarbij was haar proactieve houding erg handig en ze liet altijd haar mening weten. Dat past goed bij de cultuur binnen Roadmap. Haar feedback werd dan ook erg gewaardeerd.

- Jan

De feedback die Sanne verzameld heeft door middel van de gebruiker tests is erg waardevol. Ondanks dat ik hier zelf nog niet veel van heb doorgevoerd in de app, zie ik er zeker de waarde van in. Wij testen en gebruiken de app zelf ook allemaal, maar wij kennen het product te goed. Dankzij Sanne's onderzoek zijn we op inzichten gekomen, die we zelf niet zouden kunnen bedenken. Ook haar initiatief met de Passion Planner heb ik met open armen ontvangen.

- Paul

Sanne is finally making the voice of the traveler heard by Roadmap! The information she brings is invaluable for our business.

- Dries

Het effect van Sanne op het team, het product en mij. Sanne is kort te omschrijven als een bries van frisse lucht door de organisatie. Sanne heeft het hart op de tong, een goede "rauwe" kijk op de wereld: "What you see is what you get". Als Sanne een vertegenwoordiger is van een nieuwe generatie professionals zie ik de toekomst zeer rooskleurig tegemoet. Gedreven door passie, creativiteit en ambitie met een kritische kijk op de wereld en ons product. Om het beter te willen maken, omdat het kan (en omdat het dan ook eigenlijk (liefst meteen) moet). Jonge honden gedrag dat je eigenlijk nooit kwijt mag raken.

Go Crazy!

- Jeroen

It has been a great pleasure working with Sanne in the past few months. Her positive attitude and creativity made her a wonderful colleague to be around. The user research organized by Sanne was of great value to Roadmap. Based on this research, we were able to collect some valuable user feedback. Sanne's role requires strong communication skills, and she has shown that she not only has these skills, but that she also has the ability to inspire cooperation of the teammates in bringing the product to another **level**.

- Yulia

Voor Roadmap is het heel belangrijk om de meningen van onze klanten en hun reizigers te weten. De usability onderzoeken die Sanne uitvoert zijn daarom erg waardevol. De filmpjes en documenten en samenvattingen die ze maakt worden gebruikt om nieuwe user stories te maken om het product te verbeteren. In het team stelt ze kritische vragen, geeft ze een frisse blik en komt ze met leuke initiatieven zoals het "Available/Do Not Disturb" viltje en de Passion Planner.

- Tamara

Roadmap will now forever know a pre-, and post-Sanne era in it's already rich history. By channeling her copious amounts of energy Sanne is able to fully realize her ambitions and delivers. Sanne is well informed and opinionated on a plethora of subjects, but nothing unlocks her interest like Human Technology. As the embodiment of our user's voice Sanne quickly resonated with all aspects connected to product development and far beyond. Sanne's critical, no bullshit attitude, swiftly dealt with all traditional naysayers that might have exist within the organization. Converting them to our new religion that is 'User Centered Design' with her sparkling personality.

Sanne's diligent research is now the basis for improvements and innovative new additions to Roadmap's products and services. Being the highly engaged and creative individual that Sanne is she has, without compromise, defined her success in an authentic way that's very promising for any future company that might be fortunate enough to experience her magic.

It was my pleasure to have been able to work with Sanne.

She is a loving and caring woman on her way to great success.

Sanne. Researcher. User Centered. Critical. No Bullshit. Proactive. Creative. Informed. Opini-onated. Engaged. Ambitious. Caring. Sanne.

- Patrick

Referentielijst

- App in the Air - CrunchBase. (2012, May 1). Retrieved January 19, 2016, from <https://www.crunchbase.com/organization/app-in-the-air#/entity>
- App in the air. Retrieved January 19, 2016, from <http://www.appintheair.mobi>
- Crew, T., Cadden, R., & Manager, D. C. (2015, December 10). TripCase travel App: Manage Itineraries, trips & flights. Retrieved January 25, 2016, from <http://travel.tripcase.com>
- FAQs I TripSource. Retrieved January 21, 2016, from <http://tripsource.com/faq/>
- Grit, R. (2008). Projectmanagement: Projectmatig werken in de praktijk (5th ed.). Groningen [etc.]: Wolters-Noordhoff.
- Hipmunk.com. Retrieved January 25, 2016, from <https://www.hipmunk.com>
- Marcus, J. A., IVONNE, P., & N H M van Dam (2009). Een praktijkgerichte benadering van organisatie en management (6th ed.). Groningen [etc.]: Noordhoff Uitgevers.
- Roadmap. Retrieved September 2015, from <https://www.getroadmap.com>
- The MTT Mobile Travel Platform and Product Suite. Retrieved January 19, 2016, from <http://mttnow.com/products-details/#platform>
- Travel itinerary - trip planner. Retrieved January 25, 2016, from <https://www.tripit.com>
- Traxo: Travel organized. Retrieved January 21, 2016, from <https://www.traxo.com/travelers>
- Traxo for business. Retrieved January 21, 2016, from <https://www.traxo.com>
- TripCase (for iPhone). (2014, June 23). Retrieved January 25, 2016, from <http://www.pcmag.com/article2/0,2817,2459921,00.asp>
- Triplt! (for iPhone). (2014, January 28). Retrieved January 25, 2016, from http://www.pcmag.com/article2/0,2817,2413512,00.asp#disqus_thread





Beoordelingsformulier stagebedrijf

Stageperiode: sep 2015 – jan 2016
Stagiair(e): Sanne Celia van Alphen
Stagedocent: Monique Jansen
Stagebedrijf: Roadmap
Bedrijfsmentor(en): Patrick de Jong

Beoordeling

S.v.p. aangeven wat van toepassing is en alles toelichten, de stagiair draagt zorg voor het inleveren van het formulier bij de stagedocent.

Inzicht in de opdracht(en): onvoldoende / matig / voldoende / goed / uitmuntend

Toelichting:

Kort samengevat waren er geen concrete opdrachten voor Sanne. Bij aanvang van de stageperiode was de wens van Roadmap om “onderzoek op ons product te verrichten”. Sanne heeft de organisatie onder haar vleugels genomen door onze wensen binnen research kristalhelder te krijgen en vervolgens een opdracht hieromheen te formuleren dat voldoende aanvulling op haar studie bracht alsmede de basis vormt voor research binnen Roadmap. Ik ben van mening dat wanneer je de essentie correct weet te formuleren, je op uitmuntende wijze inzicht hebt gedemonstreerd.

Werkhouding: onvoldoende / matig / voldoende / goed / uitmuntend

Toelichting:

Sanne is zeer gemotiveerd en steekt haar ambitie niet onder stoelen of banken. Haar werkhouding omschrijf ik als kritisch, pro-actief en geëngageerd. Waarbij ze op geheel authentieke wijze de organisatie met haar “no bullshit attitude” in beweging weet te krijgen. Concepten als ‘een 9-tot-5 baan’ hebben geen betekenis voor haar, waarbij werk en sociaal verkeer moeiteloos in elkaar overlopen.

Werktempo: onvoldoende / matig / voldoende / goed / uitmuntend

Toelichting

Sanne houdt van pragmatisch en doorpakken. Als het vandaag kan, hoeft het dus niet tot morgen te wachten. Als het makkelijk kan, hoeft je er dus niet moeilijk over te doen. Door middel van resultaatgericht werken en zelfsturing heeft Sanne de lat hoog gelegd voor eventuele opvolgers. Met een kwalitatief hoogwaardig stageverslag (drukwerk) en ruim voor de deadline opgeleverd toont Sanne aan dat haar werktempo uitmuntend is.

HT-Vakkennis onvoldoende / matig / voldoende / goed / uitmuntend

Toelichting

Naast het *uitdragen* van vakkennis past Sanne deze kennis effectief toe in de praktijk. Human Technology sijpelt uit al haar poriën en daar is geen ontkomen aan. Dit uit zich o.a. door het delen van slidedecks over methoden & technieken vanuit HT, het beschikbaar stellen van lectuur op kantoor en delen van relevante artikelen op ‘Slack’ die raakvlak hebben met de actualiteit. In haar werk refereert ze regelmatig naar HT als motivatie voor gekozen onderzoeksmethodieken en vanuit haar pro-activiteit legt ze binnen het designteam praktische oplossingen op tafel voor de uitdagingen die voortvloeien uit haar research.

Ontplooiing van initiatieven onvoldoende / matig / voldoende / goed / uitmuntend

Toelichting

Naar mijn mening is Sanne volledig geslaagd in het introduceren en ontplooiën van haar initiatieven. In haar veldonderzoek heeft zij volledig zelfstandig en succesvol respondenten gevonden, op locatie interviews afgenomen, en resultaten zodanig verwerkt dat de organisatie gemakkelijk met haar bevindingen aan de slag kon. Hierbij schroomt Sanne niet om respondenten op reis richting buitenland te “schaduw”, lange dagen te draaien, om zodoende de beste inzichten boven tafel te krijgen. Niets is te veel voor Sanne om het maximale uit haar initiatieven te kunnen halen.

Houding t.o.v. medewerkers onvoldoende / matig / voldoende / goed / uitmuntend

Toelichting

Sanne ervaar ik als een liefdevol, gedreven en intelligente vrouw. Ze is zeer geëngageerd en altijd op zoek naar een mogelijkheid om bij te dragen, zowel op professioneel als sociaal vlak. Medewerkers worden actief door Sanne ‘gechallenged’ en wanneer je dit combineert met haar “no bullshit attitude” haalt ze het beste uit de mens. Sanne heeft zich bewezen als een goeie luisteraar en is effectief in haar communicatie. Roadmap is een innovatieve organisatie dat gedijt bij professionals zoals Sanne.

Houding t.o.v. leiding onvoldoende / matig / voldoende / goed / uitmuntend

Toelichting

Zie medewerkers.

Productiviteit onvoldoende / matig / voldoende / goed / uitmuntend

Toelichting

Zoals ook terug te lezen is in Sanne haar stageverslag heeft ze naast de uitmuntende invulling van haar stageopdracht vele extra werkzaamheden naar zichzelf toe getrokken. Ze is betrokken geweest bij de ontwikkeling van surveys van grote klanten, het uitwerken van User Stories met het designteam, invulling geven aan een ‘pizza sessie’ en vele overige activiteiten. Hierbij is ze compromissloos geweest in kwaliteit en inzet om haar steentje bij te kunnen dragen binnen de organisatie.

Samenwerking onvoldoende / matig / voldoende / goed / uitmuntend

Toelichting

De samenwerking met Sanne is zo goed bevallen dat Roadmap haar een baan heeft aangeboden en ik kan met trots melden dat Sanne nu voor 8 uur in de week onderdeel uitmaakt van ons team.

Kwaliteit van het werk onvoldoende / matig / voldoende / goed / uitmuntend

Toelichting

Sanne heeft een houding die blijkt geeft van serieuze aandacht in alles wat ze aanraakt en dat zie je terug in het geleverde werk. Interviews zijn volledige uitgewerkt met het transcript in zowel Nederlands als Engels. Aan de hand van deze uitwerkingen geeft Sanne samenvattingen, correleert deze terug aan voorgaande onderzoeken en markeert bevindingen met kleurcodering voor verdere verduidelijking. Dit voorbeeld geeft nogmaals aan hoe hoog Sanne de lat voor zichzelf en onze organisatie heeft gelegd.

Kwaliteit van verslaggeving onvoldoende / matig / voldoende / goed / uitmuntend

Toelichting

Het stageverslag dat Sanne geleverd heeft vind ik van uitstekende kwaliteit. Je ziet direct dat er uitgebreid aandacht is besteed aan de kwaliteit waarin ze haar resultaten presenteert. Inhoudelijk zet ze de organisatie analyse accuraat uiteen, waarbij ze zelf theorieën aandraagt die buiten het curriculum van de HT-opleiding vallen. Door middel van het gebruik van infographics weet Sanne de boodschap met een universeel en inspirerend beeld goed te omschrijven. Uit haar verslag blijkt dat Sanne te allen tijde in controle was binnen haar cirkel. In haar evaluatie demonstreert Sanne dat ze bewust is van de waarde dat haar onderzoek onze organisatie heeft gebracht. Het verslag is begrijpelijk en goed leesbaar voor zowel de leek als de professional.

Presentatie onvoldoende / matig / voldoende / goed / uitmuntend

Toelichting

Tegen het eind van ieder jaar heeft Roadmap een unieke samenkomst voor alle (toekomstige) medewerkers waarbij een ieder in 10 minuten naar de groep presenteert waar de focus voor het aankomende jaar zal liggen. Sanne heeft dankzij de inhoud en unieke benadering van haar presentatie dermate indruk gemaakt dat haar diezelfde dag nog een baan is aangeboden bij Roadmap. Op structurele basis heeft Sanne iedere week tijdens de zogenaamde '10 over 10' bijeenkomst (voor het gehele bedrijf) verslag gebracht van haar behaalde resultaten en plannen voor de aankomende week. In het Engels en vaak met humor gebracht. Anekdoten of kleinigheidjes (bijv. sneeuwbol uit Rome) voor de organisatie waren geen uitzondering hierin, met ter afsluiting altijd een actiepoint of 'challenge' voor de organisatie.

Eindoordeel (cijfer afgerond op 0,5): **10+**

Overige opmerkingen:

"Roadmap will now forever know a pre-, and post-Sanne era in it's already rich history. By channeling her copious amounts of energy Sanne is able to fully realize her ambitions and delivers. Sanne is well informed and opinionated on a plethora of subjects, but nothing unlocks her interest like Human Technology.

As the embodiment of our user's voice Sanne quickly resonated with all aspects connected to product development and far beyond. Sanne's critical, no bullshit attitude, swiftly dealt with all traditional naysayers that might have exist within the organization. Converting them to our new religion that is 'User Centered Design' with her sparkling personality.

Sanne's diligent research is now the basis for improvements and innovative new additions to Roadmap's products and services. Being the highly engaged and creative individual that Sanne is she has, without compromise, defined her success in an authentic way that's very promising for any future company that might be fortunate enough to experience her magic.

It was my pleasure to have been able to work with Sanne.
She is a loving and caring woman on her way to great success.

Sanne. Researcher. User Centered. Critical. No Bullshit. Proactive. Creative. Informed.
Opinionated. Engaged. Ambitious. Caring. Sanne."

Opgemaakt d.d.: 18-2-2016

Door: Patrick de Jong