

Wat heb ik gedaan

Gedurende de laatste 15 weken binnen het project heb ik in groepsverband aan Zaya Men gewerkt vanuit Fontys minor Digital Marketing. Vanuit Zaya hebben wij de opdracht gekregen om voor Zaya Men onderzoek te doen hoe zij als nieuw bedrijf klanten kan aantrekken.

Om deze vraag zo goed mogelijk te beantwoorden is verschillend onderzoek uitgevoerd. Hierbij is dan ook gefocust op deskresearch zowel als marktonderzoek. Deze verschillende onderzoekstrajecten heeft de groep geholpen om een concreet beeld neer te zetten voor Zaya Men, waar de opdrachtgever verder op kan borduren.

Aan het einde van het project heeft elk groepslid een individuele reflectie geschreven over de ervaring met de minor, project en de groepsleden. Zelf heb ik ook een individuele reflectie geschreven waarin mijn persoonlijke bijdrage aan het project wordt behandeld en mijn ervaring met het project en de projectgroep wordt beschreven.

Hoe heb ik dit gedaan?

Projectdocument

In het begin van het project hebben we als groep voorgesteld om een projectdocument op te zetten. Dit omdat het prettig is om een stok achter de deur te hebben. Door een goed document op te stellen, kan er goed bijgehouden of eventueel bijgesneden worden wat er nog gedaan moet worden binnen een project. Binnen het document zijn ook de belangrijkste punten genoteerd om het project in goede banen te laten varen.

Enquête#

Als eerst zijn we gaan brainstormen over de verschillende opdrachten, we moeten onze doelgroep eerst leren kennen. Wie is de doelgroep en waar liggen nog de eventuele kansen die Zaya Men kan benutten om te groeien binnen de wereld van Zaya Men. Daarbij hebben we eerst een algemene enquête opgezet, om een beetje in het diepen te springen. Vanuit dat punt hebben we als groep een concretere enquête opgesteld, zodat we een specifiek totaal beeld kregen.

Hierbij hebben we voornamelijk gekeken wie de persoon is en wat de beweegredenen kunnen zijn om via MaxiMondo producten aan te schaffen. Deze ondervindingen zijn vervolgens meegenomen binnen de persona's. Na verloop van tijd werden die steeds aangepast met meer relevantere data zodat er een steeds completer beeld ontstond van de persoon.

Persona

Vanuit de vorige stap zijn de persona's ontwikkeld, hiervoor waren eerst de enquêtes uitgezet. Fatima en Nadia hebben toen der tijd de data verzameld vanuit de vragenlijst. Vervolgens zijn Annicke en ik aan de slag gegaan om een drie tal persona's op te stellen vanuit de verzamelde data. Door deze stappen te doorlopen hadden we in een overzicht, wie de persoon is die MaxiMondo volgens de enquête zou bezoeken.

Onderzoek keywords

Binnen dit onderzoek heb ik alle stappen zelf gezet, in het begin heb ik er voor gekozen om mijn kennis te verbreden met een gratis Yoast! cursus. Na deze cursus ben ik door middel van verschillende online tools te testen een duidelijk onderzoek samen weten te stellen met keywords die vervolgens in de teksten gebruikt konden worden binnen de Zaya Men webshop. Dit stukje gaat hand in hand met de SEO optimalisatie.

FAQS

De webshop was al in de maak, echter miste er het een en ander. De faqs is voor een webshop een belangrijke pagina, dit is de eerste pagina die een bezoeker bezoekt als hij of zij vragen heeft over

bijvoorbeeld de levering / retourbeleid. Omdat Zaya Men zich ook in het buitenland wilt gaan vestigen met haar webshop, is deze volledig in het Engels uitgewerkt. Hierbinnen hebben Annicke en ik in detail de belangrijke punten uitgewerkt, zodat bezoekers daar alle informatie kunnen vinden op een gezamenlijke plek.

Sociale media

Omdat Zaya Men een volledig nieuwe tak was van Zaya, was er dus geen sociale media plan of uberhaupt iets. De klant had alleen de kanalen aangemaakt en wilde ons vragen hoe wij deze zouden invullen, aangezien wij de doelgroep waren vanuit de enquête. We gingen hier dus volop mee aan de slag, zo hebben Sven, ik en Nadia hier 3 verschillende feeds ontworpen, een aantal story interactie mogelijkheden en een eventuele FaceBook post.

Deze hebben andere groepsgenoten getest in een zogenoemde groeps discussie. Dit is een groep met ongeveer 6 personen, binnen deze groep legde we alle voorstellen zoals bijvoorbeeld het kleur, font gebruik voor, maar ook de social posts. Via deze weg wisten we precies wat de voorkeur had voor de doelgroep en konden we hierdoor weer beter op de klant beleving inspelen.

Ontwerp huisstijl

Nadia & Tessa hebben in grote lijnen de huisstijl in elkaar gezet vanuit de focusgroep, echter moest dit wel op een net presenteerblaadje komen. Hierbij kwam ik om de hoek kijken. Zelf heb ik al een aantal jaar grafische kennis, dus dit is voor mij in een ease te maken en tot slotte vind ik dit altijd een leuke side klus om te doen. Dus hierbij heb ik Nadia geholpen om alles in een nette schil te gieten, zodat de opdrachtgever een nette PDF heeft met alle huisstijl onderdelen.

SEO Advies

Na aanleiding van Google Analytics analyse ben ik verder gegaan op het SEO gebied. Hierbinnen heb ik mijzelf vooral gefocust op mobiel gebruik, omdat hier het bounce percentage het hoogst was. Uit verschillende testen met onder andere Page Speed Insights van Google kwam naar voren dat de site ontzettend traag was. Er zat veel te veel ongebruikte JS files in, ze gebruikte verouderde technieken op het gebied van images. Voorheen was PNG the way to go', echter is er tegenwoordig een nog kleiner bestandsformaat genaamd WebP, dit formaat verkleint een huidige PNG tot 45%. Aangezien een webshop ontzettend veel IMG's gebruikt, is dit al een goed begin punt, vooral voor de mobiele bezoekers die op mobiel internet zitten.

Echter gebruikt Zaya Men een shopify theme, hierdoor kunnen bepaalde dingen niet gedaan worden omdat je daar aanvast. Echter de dingen die wel gedaan konden worden hebben Nadia en ik voorgesteld aan de klant. Hierbij hebben we dan ook de meta teksten vervangen, volgens de richtlijnen van Google en het nieuwe formaat van afbeeldingen aangeleverd. Hierdoor scoorde voorheen Zaya Men een 65% bij SEO insights en nu scoort Zaya Men een 77% dat is al een aardige verbetering met nihile aanpassingen. We hebben dan nog meer advies gegeven en dit zou de klant in verloop van tijd zelf gaan verwerken bnnen de webshop.

Tussenpresentatie

Binnen dit gedeelte heb ik een groot aandeel gehad in het opzetten van de tussenpresentatie van dit project. De invulling op het gebied van tekst is samen met de groep ingevuld, net zoals met de afbeeldingen. Het presenteren heb ik vervolgens online gedaan via teams, een ander groepslid maakte aantekeningen van de bevindingen van de klant.

Reflectie

Voor mij was dit een leerzaam project, ik ben hierbinnen meer een duizendspin geweest. Ik heb aan veel dingen geholpen om mensen op weg te helpen en zelf niet zoveel opdrachten in handen

genomen. Toch ben ik veel bezig geweest om daar te hulp te schieten. Normaliter vond ik het moeilijk om opdrachten van mij los te laten en wilde dan ook vaak meewerken binnen iedere opdracht. Dit heb ik bij mijn vorige project ontzettend veel gedaan, wat veel energie vergde, dit heb ik dan ook anders aangepakt tijdens dit project. Ik nam opdrachten op mij op, maar wilde niet volledig met ook nog andere opdrachten bezig te zijn.

Aangezien dit project aardig wat sociale media in beslag heeft genomen, heb ik hier ook mijn kennis op bijgewerkt. Hoe kan je het beste bijvoorbeeld een instagram feed testen bij gebruikers. Dit had ik voorheen nooit gedaan, dus het was een eye opener om te zien hoe dit aangepakt werd binnen een zogenoemde groepsdiscussie. Zelf vond ik het een interessant project om toch mijn UX skills op los te laten voornamelijk op het gebied van de persona.

De webshop was al groot en deels klaar, vanuit hier hebben Teun en ik wel wat adviezen doorgegeven voor een later moment, als er een webshop vanuit scratch wordt gebouwd. Hoe kan je bijvoorbeeld klanten triggeren om iets kopen? Dit was dan weer precies in mijn straatje.

Zelf heb ik dan ook mijn kennis mogen uitbreiden met een extra techniek om dingen te testen, namelijk de focusgroep. Voorheen had ik nog nooit van deze manier gehoord, dus het was een enorm leerzame ervaring om dit mee te mogen helpen opzetten en vervolgens om de antwoorden te analyseren om de huidige onderzoeken / producten te verbeteren aan de hand van de resultaten vanuit de focusgroep.

Al met al verliep dit project dus enorm soepel en was de klant ook erg te vreden met het eindresultaat wat wij als groep hebben geboekt. Ik kan daarom ook met een opgeheven hoofd terug kijken binnen Zaya Men. De groep functioneerde subliem, het waren allemaal harde werkers en wilde ook echt het beste resultaat boeken. Door deze mentaliteit is denk ik dan ook het project zo goed verlopen.