



Information Architecture



Ontwerp Document

Versie 7.0



Hogeschool van Amsterdam – Interactieve Media

31-10-2008

Ezra Pool, Nadine Buizert, Stefano Dostmohamed

V1-TDI-2

Inhoudsopgave

Introductie.....	1
Opdracht.....	2
Opdrachtformulering.....	2
Eisenpakket.....	2
Onderzoek.....	2
Doelstellingen.....	2
Diepteonderzoek.....	3
D-reizen:.....	3
Conclusie:.....	4
Breedteonderzoek.....	5
Breakloose.....	5
Beachmasters.nl.....	5
Traxs.nl.....	6
Conclusie:.....	6
Onderzoek web 2.0 mogelijkheden.....	7
Dopplr.com.....	7
Tripit.com.....	7
Conclusie.....	7
Evaluatie.....	8
Advies.....	9
Organisation Schemes.....	9
Wireframes.....	9
Bijlage.....	10
Wireframes uitvergroot.....	10
Aanbiedingen.....	10
Alfabetisch.....	11
Chronologisch.....	12
Geografisch.....	13
Diagrammen.....	14
User Diagram uitvergroot.....	14
Hierarchische structuur.....	15
Moodboard.....	16
Logboek.....	17

Introductie

D-reizen wil uitbreiden naar de jongeren reissector. Wij hebben onderzoek gedaan naar deze sector om ons te oriënteren en daarna gekeken hoe D-reizen het best deze markt in kan stappen. Dit document bevat onderzoeksresultaten en een daarop gebaseerd advies voor D-reizen.

Opdracht

Opdrachtformulering

Ontwerp een nieuw gedeelte van de site voor D-reizen, dit gedeelte is bedoeld voor jongeren. Het nieuwe gedeelte van de D-reizen site is, of een nieuw gedeelte voor de bestaande D-reizen site, of een mini-site alleen voor de jongeren.

Door middel van het analyseren van de originele D-reizen site, andere jongeren sites, de eisen van d-reizen en de behoeften van jongeren hebben we een aantal nieuwe organisation structures en information schemes opgezet. Deze worden allemaal in dit document beschreven.

Eisenpakket

Er zijn verschillende eisen vanuit D-reizen waaraan de nieuwe site moet voldoen.

- Er moet ruimte zijn in de site om via aanbiedingen zoveel mogelijk reizen te verkopen
- De nieuwe site moet een verbetering zijn voor jongeren om een reis te boeken.
- Er moet ruimte zijn om thematisch reizen aan te bieden aan jongeren.

Onderzoek

We hebben onderzoek gedaan naar de huidige D-reizen site en andere jongeren sites die op het moment actief zijn. Ook heb we de mogelijkheden van web 2.0

We hebben de volgende sites onderzocht:

- <http://www.breakloose.nl/>
- <http://www.beachmasters.nl/>
- <http://www.traxs.nl/>
- <http://www.vakantieboekenonline.nl>
- <http://www.jongerentavel.nl>

Doelstellingen

Aan het begin van elk goed advies staat kennis van zaken. We hebben onderzoek gedaan om een beter beeld te krijgen hoe de jongeren reizen markt in elkaar steekt. Allereerst hebben we gekeken naar de bestaande jongerenreizensites. We hebben gekeken hoe de informatie aanboden werd, zodat we op basis daarvan de beste manier voor de nieuwe branche van D-reizen konden vinden.

Uiteraard hebben we ook bekeken hoe de bestaande D-reizen site in elkaar zit, om een continuïteit in stijl te behouden voor het jongeren gedeelte. Ook diende dit diepte onderzoek om te analyseren of er een nieuwe site moest komen of een nieuw gedeelte op de bestaande site. Verder hebben we gekeken naar de sites die gebruik maken van het web2.0 principe. Dit hebben we gedaan om te kijken of deze features omgezet konden worden in toepassingen voor de nieuwe d-reizen branche.

In het kort waren onze doelen:

- Overzicht krijgen van de markt
- De stijl van d-reizen ontdekken
- Mogelijkheden voor het jongeren gedeelte van d-reizen analyseren

Diepteonderzoek

D-reizen:

De website D-reizen.nl heeft een paar belangrijke punten namelijk: “Vakanties, Accommodaties, Vervoer, Services” en D-reizen zelf. Elk van deze punten heeft de volgende subkoppen.

Onder Vakanties zien we de volgende subkoppen: Zonvakanties, Wintersport, Stedentrips, Autovakanties en Cruises. Hier worden dus alle volledige vakanties aangeboden.

De Zonvakanties kop is vervolgens weer ingedeeld in meerdere information schemes. Je kan een Thema kiezen of zoeken in alle thema's, je kan op land en tijd zoeken een hybride systeem dus. De landen zijn alfabetisch gesorteerd en de data op chronologische volgorde.

De Wintersport kop is ingedeeld in de volgende information schemes: Je kan op thema kiezen of zoeken in alle thema's. Je kan op land en tijd zoeken een hybride systeem dus. De landen zijn alfabetisch gesorteerd en de data op chronologische volgorde.

De Stedentrips kop is ingedeeld in de volgende information schemes: Je kan op thema zoeken of zoeken in alle thema's. Je kan op land en tijd zoeken een hybride systeem dus. De landen zijn alfabetisch gesorteerd en de data op chronologische volgorde.

De Autovakanties kop is ingedeeld in de volgende information schemes: Je kan op thema zoeken of zoeken in alle thema's. Je kan op land en tijd zoeken een hybride systeem dus. De landen zijn alfabetisch gesorteerd en de data op chronologische volgorde.

De Cruises kop is ingedeeld in de volgende information schemes: Je kan op thema zoeken of zoeken in alle thema's. Je kan vervolgens op land en tijd zoeken in een hybride systeem, waarbij de landen op alfabet zijn gesorteerd en de data op chronologische volgorde, of je kijkt in de lijst van rederijen die ook op alfabet is gesorteerd.

Het volgende grote punt is Accommodaties. Hier kan je los een accommodatie huren zonder vervoer of een vakantiewoning kopen.

Accommodaties is ingedeeld in 2 subkoppen, hotels en vakantiewoningen.

Hotels kunnen gevonden worden op meerdere manieren, je kan zoeken op de naam van het hotel of in een alfabetische lijst kijken. Ook kan je op datum zoeken.

Vakantiewoningen kunnen gevonden worden door te zoeken op plaats en tijd in een bepaald thema of in alle thema's. De plaatsen zijn hierbij alfabetisch gesorteerd en de data chronologisch.

Het volgende grote punt is Vervoer. Hier kan je losse trein- en vliegtuig-tickets kopen, ook kan je hier auto's huren.

Vervoer is in 3 stukken ingedeeld, trein- en vlieg-tickets en autohuur.

Vliegtickets kunnen gevonden worden door in een alfabetische lijst van bestemmingen te zoeken of door op plaats en tijd te zoeken waarbij de plaatsen alfabetisch ingedeeld zijn en de data chronologisch.

Treintickets kunnen gevonden worden door in een alfabetische lijst van bestemmingen te zoeken of door op plaats en tijd te zoeken waarbij de plaatsen alfabetisch ingedeeld zijn en de data chronologisch.

Auto's kunnen gehuurd worden door op plaats en tijd te zoeken, waarbij de tijd chronologisch ingedeeld is.

Het volgende punt is Services. Hier kunnen verschillende services gevonden worden.

Services is ingedeeld in 3 delen, Verzekeringen, Taxi Service en Parkeer Service.

Verzekeringen kunnen gevonden worden door het type verzekering te kiezen.

Een taxi kan gevonden worden door te kiezen naar welke luchthaven je moet, deze kan gevonden worden in een alfabetische lijst.

Een parkeerplek kan gevonden worden door te kiezen waar je je auto wilt parkeren en vervolgens op te geven wanneer, de data is chronologisch gesorteerd, de plaats chronologisch.

Het laatste grote punt is D-reizen zelf. Hier is informatie over D-reizen te vinden, zoals contactinformatie maar ook vacatures.

Conclusie:

De site van D-reizen is met name thematisch en subjectief in gericht. Dit is vaak een groot voordeel, omdat je de voorkeur van de doelgroep beter kan accommoderen. Hier zullen we rekening mee moeten houden in ons uiteindelijke advies met oog op de vorm keuze, jongeren hebben immers niet dezelfde voorkeur als de huidige doelgroep van d-reizen. Ook spreekt het zeer uitgebreide menu het jongere publiek niet aan, er staan veel labels tussen die de meesten zelden to nooit zullen gebruiken.

Breedteonderzoek

Voordat je een branche in gaat, moet je weten wat daar de huidige situatie van is. Om een goed beeld te krijgen van deze markt, hebben we gekeken naar de structuur van de bestaande jongeren reissites.

Hier onder een overzicht van hoe de andere jongeren sites in elkaar steken.

Breakloose

Vakanties

Zomer

Surfvakantie

Winter → andere minisite

Groepsvakantie

Last-minute

Extras

Vervoer

Surfpakket

Breakloose zelf.

Forum

Nieuwsbrief

Contact

Vacatures

Beachmasters.nl

Vakantie

Alfabetisch – Kies het land

Task – zoekmachine

Chronologisch

Geografisch

Monetair (Prijs)

Alfabetisch - Lijst

Beachmasters zelf

-Topic

- Brochure
- Nieuwsbrief
- About – vragen

Traxs.nl

Vakantie

Brochure

ReisbureauZoeker (task)

Lijst van dichtsbijzijnde reisbureaus (geografisch & alfabetisch)

Online checkin (Task)

Traxs.nl zelf

Contact

Jobs

Over

Conclusie:

De jongeren reissites zijn over het algemeen niet te uitgebreid. Voor de mainstream zijn maar vier soorten vakantie waar zij zonder ouders heen gaan, zomer, strand, winter, en misschien een stedentrip. De schemes die veelal gebruikt worden zijn chronologisch, alfabetisch of monetair(prijs). Het is te concluderen dat jongeren van simpel en snel houden. Ze weten met wie ze gaan, hoeveel geld ze hebben en wat voor soort vakantie ze willen. Soms weten ze ook precies naar welk land ze willen.

Onderzoek web 2.0 mogelijkheden

Dopplr.com

Dit is een site, voor mensen die regelmatig reizen. De site heeft de functie om voor jezelf aan te geven wanneer je de komende tijd waar bent. Anderen kunnen hetzelfde doen en door mensen aan je kennissen-lijst toe te voegen kan je zien waar zij zijn en zij kunnen zien waar jij bent. Ook kun je snel zien of mensen tegelijkertijd met jou op dezelfde plek zullen zijn.

Deze site is vooral gericht op zakenmensen, maar het idee kan in theorie natuurlijk best opgaan voor andere doelgroepen. Echter denk we niet dat het echt opgaat voor de doelgroep van deze opdracht. Jongeren gaan vaak al op vakantie met hun vrienden dus hebben ze niet echt de behoefte te weten wie er nog meer is.

Ook gaan jongeren vaak maar een keer per jaar op vakantie, waardoor de waarde van de service ook verminderd. Op vakantie zijn jongeren vaak vrijer en losser. Bijna niets is te gek en alles is leuk. Een gedeelte hiervan rust ook op anonimiteit. Niemand kent je en je *hoeft* ze nooit meer tegen te komen. Hierdoor zou je je moeten afvragen of jongeren wel de behoefte hebben om hun privacy van locatie op te geven.

Tripit.com

Tripit is vooral een service die orde biedt in de chaos van de internet reisplannen. De service ondersteunt de meeste boekingen en maakt er een overzichtelijk geheel van. Daarnaast biedt het automatisch nuttige informatie over de bestemming, en nog de extra mogelijkheid om dingen te boeken of te reserveren op locatie.

Deze functie zou, in een aangepaste vorm, nuttig kunnen zijn voor de doelgroep. Het komt niet vaak voor dat jongeren bij verschillende bedrijven boeken, maar een goed overzicht van de reis en een heldere mogelijkheid tot het bij boeken van de nodige verzekeringen, kan wel het gebruikersgemak aanzienlijk verbeteren.

Ook kan er eventueel veel geld verdient worden met het aanbieden van activiteiten op locatie. Bedrijven zouden een plekje bij aanraders kunnen kopen, waardoor de mogelijkheid tot extra boekingen voor hun activiteiten kunnen stijgen. Ook doen de jongeren misschien dingen waar ze in eerste instantie niet aan gedacht zouden hebben, waardoor ze een uniekere vakantie mee maken. De kans dat ze het jaar daarna weer boeken stijgt dan. Er is echter wel een risico dat men het ontvangt als spam, en dus geïrriteerd van word of het negeert. Als een dergelijke mogelijkheid gebruikt wordt, moet het betrouwbaar gepresenteerd worden en niet als reclame.

Conclusie

Web 2.0 creëert vele nieuwe mogelijkheden. Er zou gebruik van gemaakt kunnen worden om een ervaring met een organisatie als D-reizen unieker en klantvriendelijker te maken. Echter men moet er wel voor waken dat het een uitbreiding van de service is, en niet een nutteloze feature of iets dat overkomt als spam.

Evaluatie

De site van D-reizen zoals hij nu is, heeft in het hoofd menu te veel kopjes die de jongeren niet aanspreken, of die de jongeren niets zeggen. Jongeren zoeken vaak hun vakantie uit op seizoen, budget en activiteit. Locatie is soms belangrijk, maar vaak weten ze wat ze willen doen en hoeveel ze te besteden hebben, waar dat gebeurt maakt minder uit.

Bij diverse jongeren sites zien we dat gestreefd wordt naar simpelheid. Heldere labels en niet te veel verdelingen lijken het best te werken. Het zoeken gebeurt veelal op prijs en chronologie, soms op geografie.

Hoewel met het web 2.0 principe een hoop leuke features gemaakt kan worden, vermoeden wij niet dat het een echte meer waarde creëert voor de site. De meeste jongeren gaat het puur om de mensen met wie ze gaan en het geld.

Advies

Wij raden aan om een nieuwe site op te zetten. Wij zijn van mening dat het makkelijker is om onze nieuwe information schemes te integreren in een nieuw ontwerp. Daarbij kan ook de lay-out aangepast worden aan de doelgroep waarbij de look en feel ze goed aanspreekt.

Ook is de bestaande site van D-reizen nogal chaotisch, op de mini-site hebben wij daar dan geen nadeel aan. De jongeren willen gewoon een simpele structuur. Vaak weten ze niet met wie ze willen gaan, hoeveel het mag kosten en wat voor soort vakantie ze zoeken. De benaming van de d-reizen is voor hun niet specifiek genoeg en wat nietszeggend.

Er kleven natuurlijk ook een aantal nadelen aan, de naamsbekendheid onder andere, er moet een goede manier worden gevonden om de nieuwe site bekend te krijgen bij de doelgroep. Ook zullen de kosten hoger liggen, maar deze vallen in het niet met het verwachte inkomen van de nieuwe site.

Daarom de mini-site, compleet ingericht voor de doelgroep (jongeren) om snel en makkelijk een reis te boeken.

Organisation Schemes

We categoriseren de site vooral op topic, daarnaast ook een task namelijk de zoekmachine. Onder elke topic zijn dezelfde exact schemes te vinden, namelijk Alfabetisch⁴, Geografisch¹ en Chronologisch², daarnaast zijn er ook aanbiedingen³ te vinden bij de topics, maar ook op de hoofdpagina. Dit is een ander topic scheme.

Wireframes

Zie bijlage voor vergrote versie.

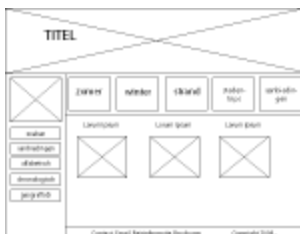


Illustration 3:
Aanbiedingen

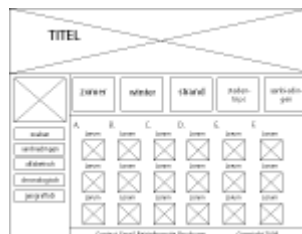


Illustration 4:
Alfabetisch

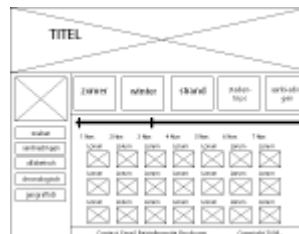


Illustration 2:
Chronologisch

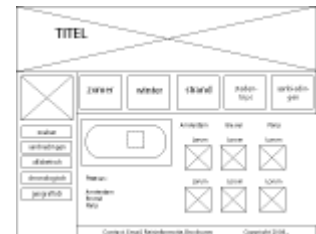
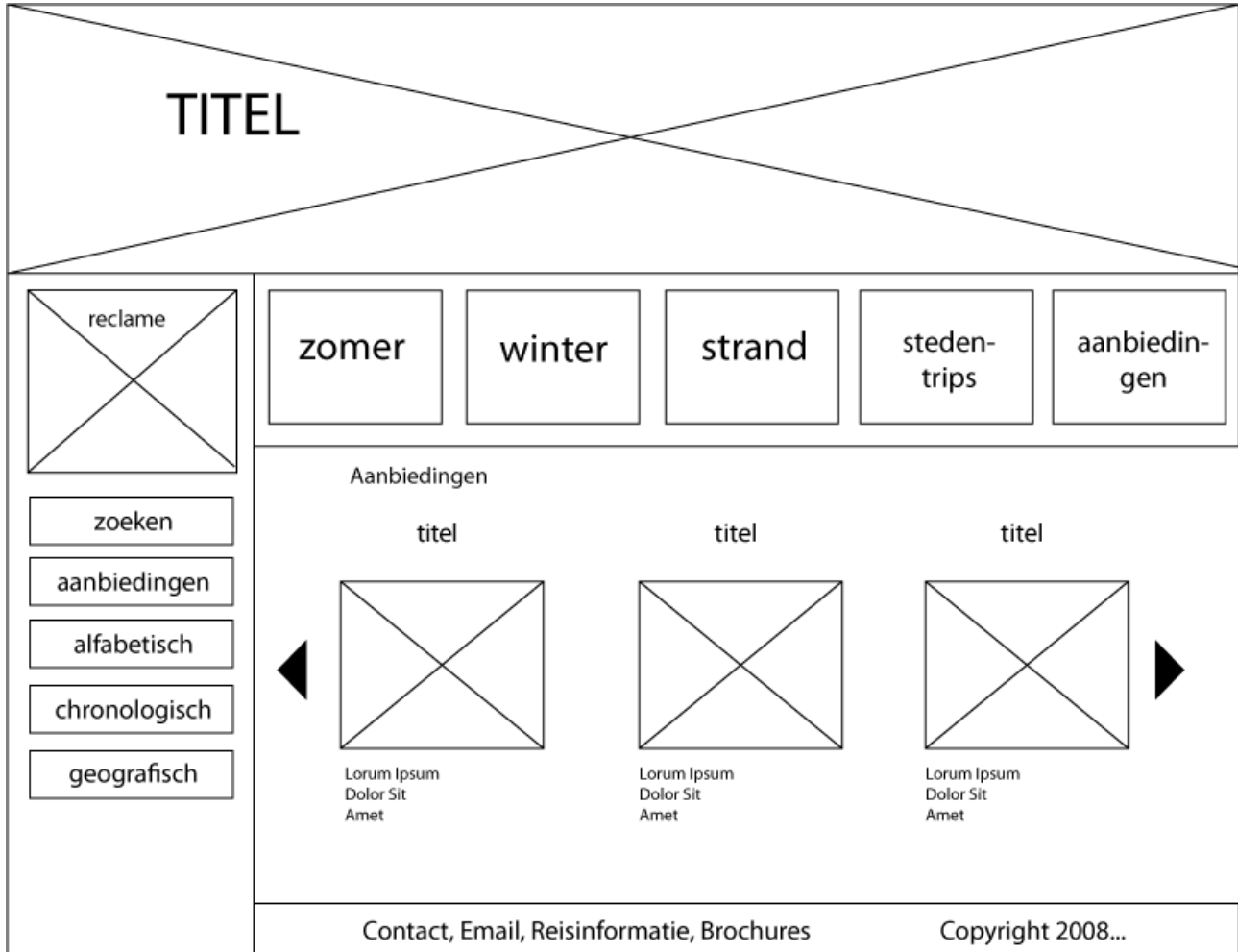


Illustration 1:
Geografisch

Bijlage

Wireframes uitvergroot

Aanbiedingen



Alfabetisch

TITEL

reclame

zoeken

aanbiedingen

alfabetisch

chronologisch

geografisch

zomer winter strand stedentrips aanbiedingen

Alfabetisch

A. B. C. D. E.

titel	titel	titel	titel	titel
titel	titel	titel	titel	titel

Contact, Email, Reisinformatie, Brochures Copyright 2008...

Chronologisch

TITEL

reclame

zomer winter strand steden-
trips aanbiedin-
gen

Chronologisch

November 5 10 15 20 25

1 Nov. 2 Nov. 3 Nov. 4 Nov. 5 Nov. 6 Nov. 7 Nov.

titel	titel	titel	titel	titel	titel	titel
titel	titel	titel	titel	titel	titel	titel
titel	titel	titel	titel	titel	titel	titel

zoeken
aanbiedingen
alfabetisch
chronologisch
geografisch

Contact, Email, Reisinformatie, Brochures

Copyright 2008...

Geografisch

TITEL

reclame

zomer winter strand stedentrips aanbiedingen

zoeken
aanbiedingen
alfabetisch
chronologisch
geografisch

Geografisch

Amsterdam Brussel Parijs

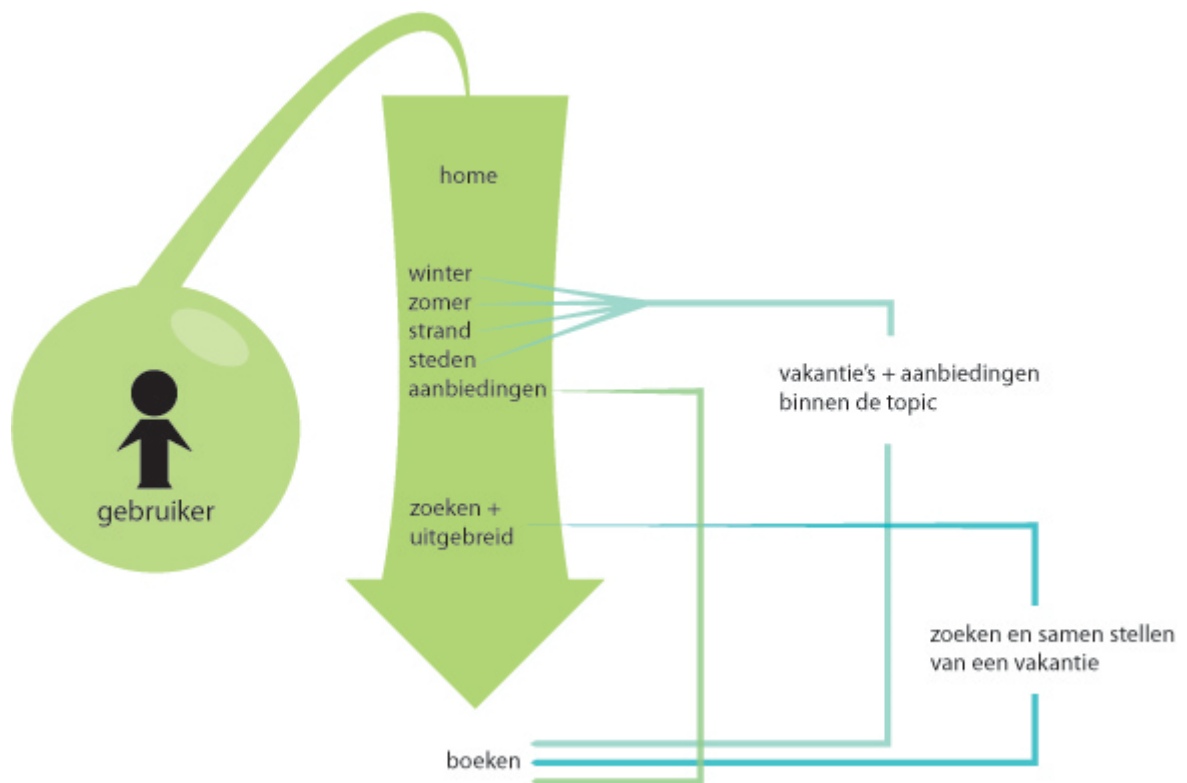
Lorum Lorum Lorum

Lorum Lorum Lorum

Contact, Email, Reisinformatie, Brochures Copyright 2008...

Diagrammen

User Diagram uitvergroot



Moodboard



Logboek

Wat?	Door wie?
Diepte Onderzoek	Ezra
Breedte Onderzoek	Stefano
Web 2.0 Onderzoek	Nadine
Conclusies	Nadine
Wireframes + Hierarchische structuur diagram	Ezra
User diagram	Stefano
Moodboard	Nadine
Advies	Ezra
Eindredactie	Nadine