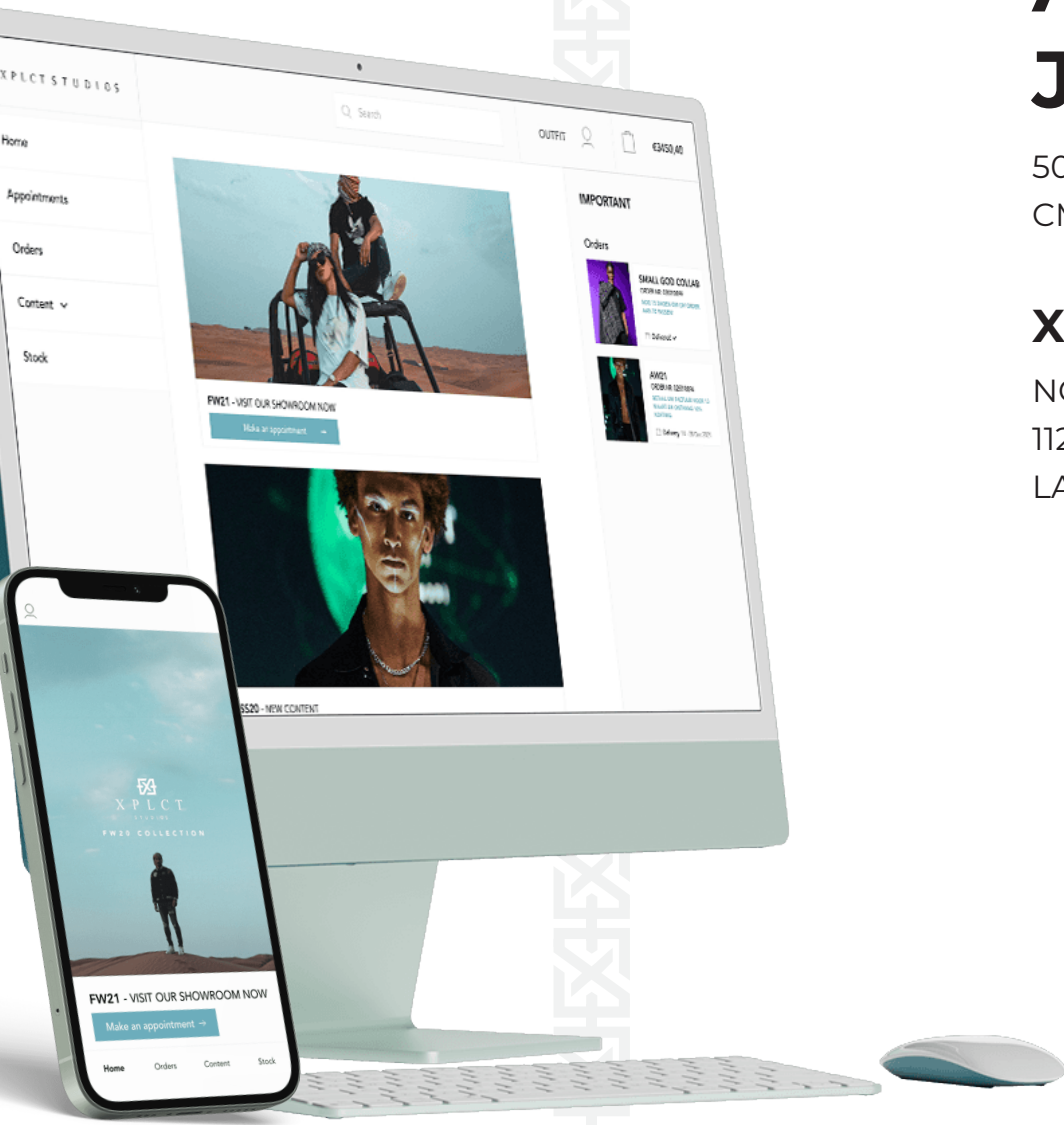


AFSTUDEERPROJECT JAMIL DJABARKHAN

500779034 | JANNIE DIJKSTRA PINTO LEITE
CMD | JAAR 4 | BLOK 3 | 2021 | DESIGN RATIONALE

XPLCT STUDIOS

NOORDEINDE 17D
1121 AA
LANDSMEER



Inhoudsopgave

Intro	blz 3
Retailers & het probleem	blz 5
Design Challenge	blz 6
Persona	blz 8
Customer Journey	blz 9
Belangrijkste functionaliteiten	blz 13
Programma van Eisen	blz 15
Concurrentie Analyse	blz 16
Visueel Onderzoek	blz 17
Schermin ontwerp	blz 21
Design Principles	blz 33
Schermin iteraties	blz 34
Conclusie	blz 38
Bronnenlijst	blz 40

Link naar Product Biografie

<https://www.dropbox.com/scl/fi/41kpxl1lrgnwfxezvrma/Product-Biografie-XPLCT-Studios.paper?dl=0&rlkey=7kd-gelylr9030itagd4ajwoxx>

Link naar Prototype

<https://xd.adobe.com/view/06de4f86-93f1-4c4e-8955-8d5532551cad-538d/?fullscreen&hints=off>





Intro

Aanleiding

Sinds ik jong ben heb ik affiniteit met mode gehad, het is mijn droom om ooit zelf een kledinglijn te beginnen.

Ik wou daarom graag mijn afstudeerproject met kleding combineren, zo ben ik op zoek gegaan naar merken die mij aanspreken en ben ik bij XPLCT STUDIOS uitgekomen.

XPLCT STUDIOS

XPLCT STUDIOS is een kledinglijn ontstaan in 2014 uit de vriendschap van twee jongens uit Amsterdam, Garezi Septara & Shaquille Gunther. De twee vrienden ontdekken een tekort aan innovatieve, hoogwaardige kleding voor een betaalbare prijs en startten daarom hun bedrijf XPLCT Studios.

De collecties slaan aan en worden snel populair. Bekende artiesten en atleten als Lil Pump, Lil Baby, Soolking, Sevn, Alias, Josylvio, Boef, Lil Kleine, Hakim Ziyech en Arturo Vidal dragen de nieuwste collecties XPLCT.

XPLCT Studios maakt kleding van hoge kwaliteit en stelt comfort en een eerlijke prijs voorop. De collecties geven de consument de keuze tussen een luxe stijl en streetwear. Elke collectie is uniek en expliciet met de mogelijkheid om zowel kleding voor een avondje uit in de stad als kleding voor de actieve dag te dragen.

<https://www.xplctstudios.com/>



Persoonlijke focus

Visual Interface/ UI Design

Met dit afstudeerproject wil ik als Visual interface designer afstuderen. In deze 4 jaren op CMD heb ik altijd mijn volle focus gericht om een goeie visual designer te worden, tijdens de profilering in het 2e jaar heb ik blok Visual gevolgd en tijdens mijn minor heb ik Visual Interface design gevolgd.

Hier heb ik geleerd hoe ik door middel van visuele elementen een concept/ ontwerp kan versterken.

Tijdens dit project is het mijn doel om door middel van visuele elementen, zoals grids, fonts, vormtaal, illustraties, foto's, kleur-gebruik, animaties en interacties een ontwerp te creëren wat een unieke product ervaring bied voor de doelgroep van XPLCT.

Dit met ondersteuning van een goede UX/UI design, waarin de gebruiker makkelijk door de schermen van de digitale oplossing heen navigeert en gemakkelijk zijn doel behaald.

Retailers & Het probleem

Retailers

XPLCT heeft op dit moment 55 retailers, waarvan 80% van hun omzet wordt verkocht. De winkels zijn de showroom en het gezicht van het merk. Daarom is het belangrijk dat de retailers het merk zo goed mogelijk tentoonstellen en doorverkopen aan hun klanten. XPLCT is een premium kledingmerk en dit willen zij ook aan de buitenwereld uitstralen.

Daarom is XPLCT op dit moment het aantal retailers aan het afschrappen naar 15 retailers. XPLCT wilt alleen nog maar met de beste retailers werken, degene die afvallen passen niet bij het merk of kopen te klein in.

XPLCT verkoopt 4 collecties per jaar, met daartussen in nog kleinere releases of samenwerkingen.

De retailers van XPLCT komen daarom minimaal 4 x per jaar langs de showroom om deze collecties te bekijken en vervolgens in te kopen voor hun eigen winkel.

Product Biografie

[Zie hoofdstuk Interviews XPLCT - Resultaten](#)

[Zie hoofdstuk Deskresearch](#)

[Zie hoofdstuk Design Brief](#)

Het probleem

Het probleem speelt zich af tijdens het gehele inkoop proces tussen XPLCT en hun retailers. Al het contact verloopt via Whatsapp of email, wat persoonlijk aanvoelt maar wat niet professioneel is en wat er vaak in resulteert dat er veel onduidelijkheden zijn betreft dit inkoop proces. Retailers hebben vaak vragen over wanneer hun order wordt geleverd, weten niet meer wat ze besteld hebben bij welk seizoen, kunnen geen re-stocks van goedlopende items aanvragen en betalen facturen te laat.

Een digitale B2B oplossing

XPLCT wilt een digitale oplossing hebben dat het gehele inkoop proces voor zowel hunzelf als voor hun retailers ondersteund. Denk hierbij aan functionaliteiten, zoals meldingen krijgen van nieuwe collecties, orders bijhouden, het bijhouden van dit bestelling proces en herinneringen krijgen van openstaande facturen.

Zowel XPLCT maar vooral de retailer zal zo overzicht houden van het inkoop proces. Op deze manier wilt XPLCT de verkoopervaring van het merk versterken, wat uiteindelijk ook zal leiden tot een groei in de verkoopcijfers.

Dit is een B2B oplossing. B2B staat voor business to business, oftewel bedrijven aan bedrijven. Dit betreft bedrijven die specifiek gericht zijn op de zakelijke markt en dus enkel zakendoen met andere bedrijven ([Nanning, 2020](#)).



Design Challenge

Design Challenge

Hoe kan een digitaal product het gehele inkoop proces voor de retailers van XPLCT ondersteunen, waardoor de inkoop ervaring versterkt wordt?

Stakeholders

- 1 XPLCT
- 2 De retailers van XPLCT

Doelgroep

Er zal een digitale oplossing ontworpen worden voor de retailers van XPLT. De retailers zijn de doelgroep en uiteindelijk ook degenen voor wie de oplossing ontworpen zal worden, maar omdat het een B2B oplossing is en er dus 2 kanten betrokken zijn, zal XPLCT ook gebruik maken van de oplossing.

De belangen en wensen van XPLCT tellen ook mee in dit project en worden dus meegenomen in het onderzoek wat volgt.

Focus

Ik zal tijdens de focus leggen op het ontwerpen van de uiteindelijke schermen voor de retailer kant.

XPLCT heeft op dit moment 55+ retailers verspreid over Europa. Dit willen ze tegen het einde van dit jaar afbouwen naar 15 retailers, om hun merk exclusief te maken.

De focus in dit project zal dus gefocust zijn om deze 15 retailers.

Product Biografie

[Zie hoofdstuk: 'Design Brief'](#)

[Zie hoofdstuk: Interviews XPLCT - Resultaten](#)



ONDERZOEK



Persona



Afbeelding 1: Persona

Robin Badi

Retailer van XPLCT

28 jaar oud

Eigenaar van kledingzaak: OUTFIT

Verkoopt 20+ merken in zijn winkel

Product Biografie

Zie hoofdstuk: 'Interviews Retailers' >

'Interview 1 - Resultaten' &

'Interview 2 - Resultaten'

Algemeen

Heeft het vaak druk, heeft geen zin om al zijn berichtjes te openen en kijkt hier vaak overheen. Heeft geen zin en tijd om moeite te doen om informatie over het inkoop proces op te zoeken.

Context

Komt heel graag naar de showroom van XPLCT om de collectie te zien in het echt, te voelen en om zo de gehele inkoop ervaring mee te krijgen.

Persoonlijk contact

De retailer heeft een goede band met Garezi & Shaquille en hebben veel persoonlijk contact met elkaar wat vertrouwd aanvoelt voor de retailers, maar wat wel resulteert in onprofessionaliteit in de zaken.

Knelpunten

De retailers zijn vaak het overzicht kwijt rondom het inkoop proces bij XPLCT.

Doel

Wilt een digitale oplossing waarbij ze gemakkelijk overzicht kunnen houden van het inkoop proces bij XPLCT. Dit zal tijd en moeite besparen, omdat alle informatie op 1 plek beschikbaar zal zijn. Ze willen meer professionaliteit gecombineerd met het persoonlijke contact wat ze al hebben met XPLCT.

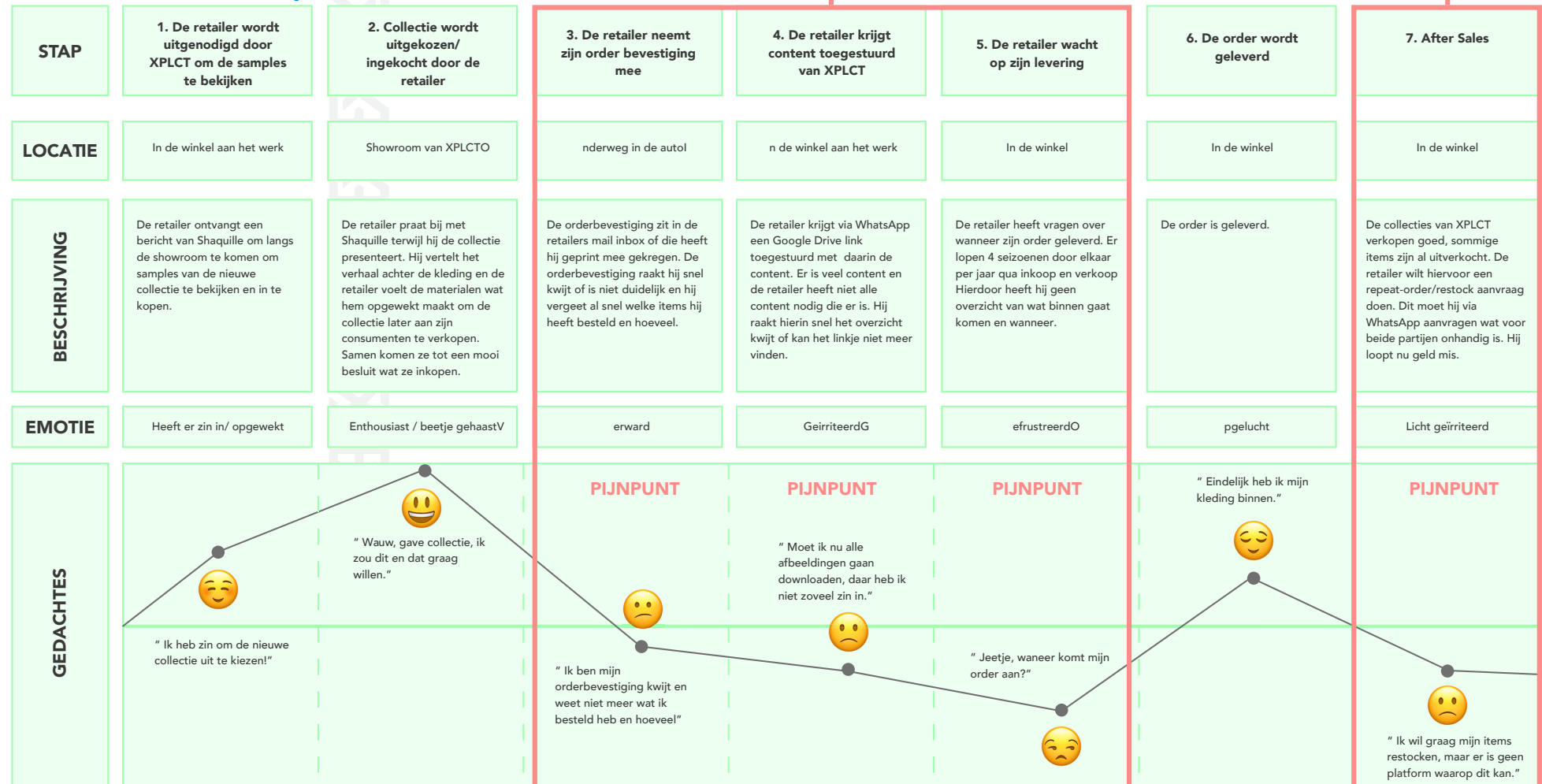
Customer Journey - Retailers

Zie volgende bladzijde voor een verdere toelichting.

Product Biografie

Zie hoofdstuk: 'Inkoopproces'

Zie hoofdstuk: 'Customer Journey'



Pijnpunten Retailers

Hoe verloopt het inkoopproces nu?

Het inkoopproces voor zowel XPLCT als de retailer is in stappen opgedeeld en geheel in kaart gebracht en gevisualiseerd tot een Customer Journey om een goed beeld van dit proces te krijgen.

Op de voorgaande pagina zie je de Customer Journey van de retailers. Er zijn 4 pijnpunten in dit proces vastgesteld:

Product Biografie

[Zie hoofdstuk: 'Enquête Resultaten'](#)

[Zie hoofdstuk: 'Interviews Retailers' >](#)

['Interview 1 - Resultaten' &](#)

['Interview 2 - Resultaten'](#)

1. De retailer heeft geen overzicht van zijn order

Er zijn 4 seizoenen per jaar, waardoor er veel collecties met inkopen en verkopen door elkaar heen lopen. Hierdoor weten veel retailers niet meer welke stuks ze hebben ingekocht bij welk seizoen. De verkoopbevestiging van hun order zijn ze ook kwijt of is vaak onduidelijk.

2. De retailer kan de content niet vinden

Terwijl de productie op gang is wordt er content gecreëerd door XPLCT. Dit is beeldmateriaal zoals webshop foto's, campagne foto's & video's en foto's voor Social media.

Deze content wordt in een Google Drive linkje gestuurd naar de retailers, die het kunnen gebruiken om hun kleding te promoten aan hun consumenten.

Er wordt erg veel content gemaakt, de Google Drive wordt onoverzichtelijk, waardoor de retailer erg lang moet zoeken naar de juiste content die hij nodig heeft. Hier heeft hij geen zin in en ervaart hij als vermoeiend.

3. De retailer wacht op zijn levering

Er zijn veel onduidelijkheden over wanneer de levering aankomt. Er zijn 4 seizoenen per jaar, waardoor er veel collecties met inkopen en verkopen door elkaar heen lopen. Hierdoor heeft de retailer geen overzicht van welke collectie wanneer geleverd wordt. Hij moet XPLCT hier continu over bellen of Whatsappen.

4. De retailer wilt een repeat-order doen

De retailer wilt van goedlopende items die uitverkocht zijn een repeat-order doen. De aanvraag hiervan komt niet altijd binnen bij XPLCT, waardoor de retailer deze items niet meer kan verkopen aan zijn consument en hierdoor dus geld misloopt.

Customer Journey - XPLCT

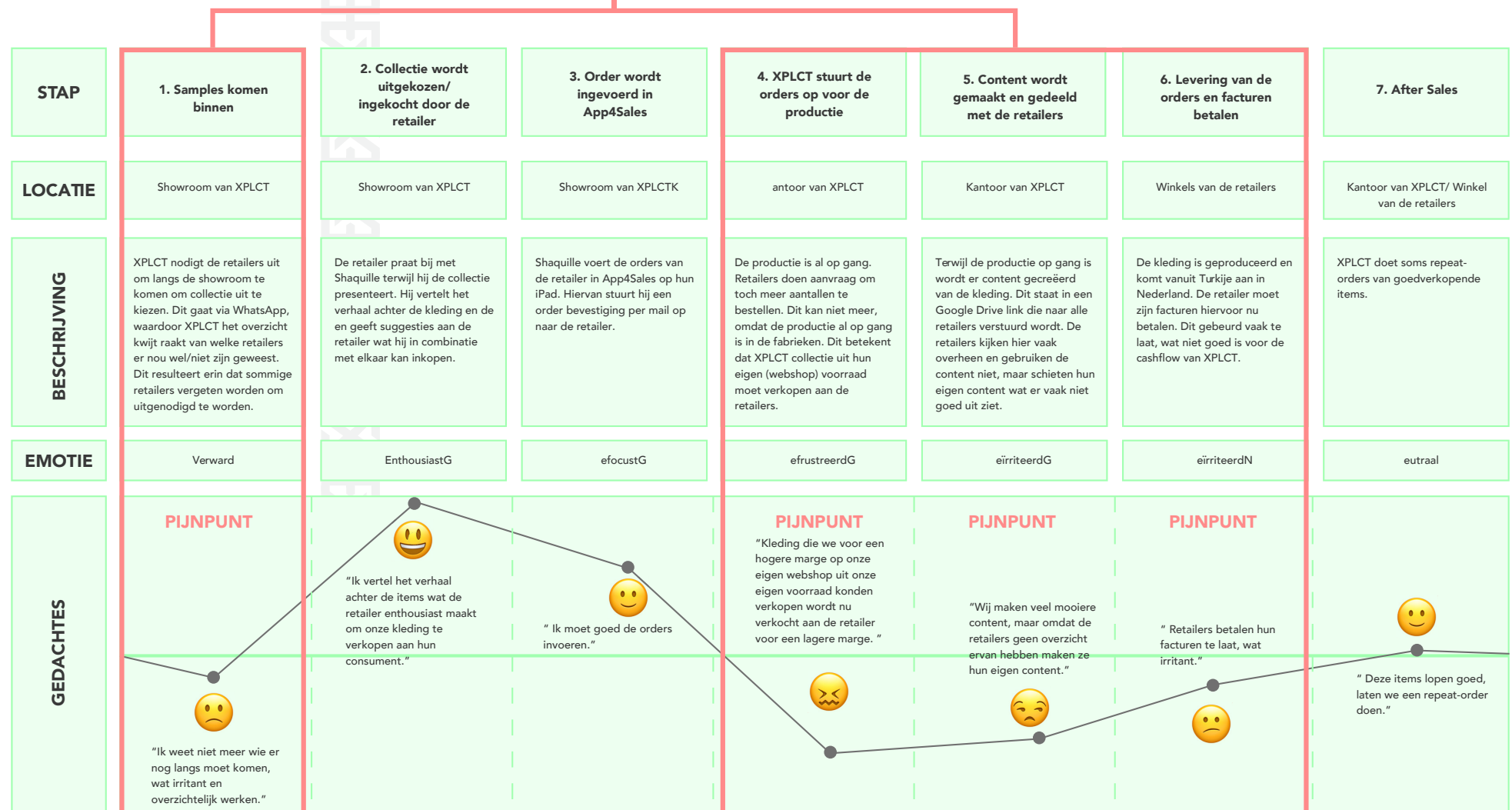
Zie volgende bladzijde voor een verdere toelichting.

Product Biografie

Zie hoofdstuk: 'Inkoopproces'

Zie hoofdstuk: 'Customer Journey'

OP DEZE MOMENTEN GA IK
INSELEN MET MIJN DIGITALE PRODUCT.



Pijnpunten XPLCT

Customer Journey -> Pijnpunten

Aan de hand van de Customer Journey zijn er ook bij XPLCT tijdens het inkoopproces 4 stappen vast gesteld waar zich pijnpunten afspelen. Omdat de digitale oplossing ook door XPLCT gebruikt zal worden, zullen er ook oplossingen voor hun problemen in voor komen. Hier worden deze pijnpunten nog extra toegelicht.

Product Biografie

Zie hoofdstuk: 'Inkoopproces'

1. XPLCT heeft geen overzicht van welke retailers wel/niet langs de showroom zijn gekomen

XPLCT nodigt de retailers uit om langs de showroom te komen om collectie uit te kiezen. Dit gaat via WhatsApp, waardoor XPLCT het overzicht kwijt raakt van welke retailers er al wel of niet zijn geweest.

Dit resulteert erin dat sommige retailers vergeten worden om uitgenodigd te worden, de productie al op gang is in de fabrieken en de retailers niets heeft ingekocht.

2. Retailers willen hun order aanpassen wat niet meer kan

Retailers bedenken zich nog vaak en willen toch meer stuks hebben dan dat ze besteld hadden. De productie is al op gang en kan niet meer veranderd worden, wat betekent dat XPLCT items uit hun eigen voorraad aan retailers moet verkopen.

Dit is nadelig voor XPLCT, omdat ze via hun webshop een hogere winstmarge pakken dan als ze een item via een retailer verkopen.

3. Content wordt niet gebruikt door de retailers

Terwijl de productie op gang is wordt er content gecreëerd van de kleding. Dit staat in een Google Drive link die naar alle retailers verstuurd wordt. De retailers kijken hier vaak overheen en gebruiken de content niet, maar schieten hun eigen content.

Deze content ziet er niet goed uit en past niet bij het imago van XPLCT.

4. Facturen worden niet betaald door de retailers

XPLCT moet vaak achter de retailer aan gaan, omdat hij zijn facturen niet op tijd betaalt. Dit resulteert in een negatieve cashflow voor XPLCT.



Belangrijkste Functionaliteiten

Enquête resultaten

Aan de hand van de enquête resultaten zijn de belangrijkste functionaliteiten bepaald die de retailers terug willen zien in de digitale oplossing.

Functionaliteiten

- 1 Overzicht houden van alle seizoenen
- 2 Orderbevestiging per order binnen krijgen.
- 3 Op de hoogte worden gebracht van de levering van mijn order.
- 4 Content voor social media downloaden/delen
- 5 Een order kunnen aanpassen
- 6 Repeat-orders doen
- 7 Afspraak voor in de showroom van XPLCT inplannen.

Apparaten

Retailers gebruiken zowel hun smartphone als hun computer om zaken rondom het inkoop proces bij te houden.

Op hun smartphone zullen ze continu door middel van notificaties herinnerd worden aan belangrijke zaken. Desktop wordt vaak in hun eigen winkel gebruikt.

De digitale oplossing wordt een applicatie die dus op zowel mobiel als op desktop gebruikt kan worden door de retailers, met als uitgangspunt het mobiele formaat.

Product Biografie

Zie hoofdstuk: 'Enquête Resultaten'

Zie hoofdstuk: 'Interview Retailers > Interview 2 resultaten'



Bezoek aan de showroom

Showroom bezoek is uniek en belangrijk

In de [enquête](#) is de vraag opgesteld of de retailers direct de collectie online in willen kopen in plaats van fysiek langs de showroom te gaan.

Hieruit bleek dat de retailer dit wel als functionaliteit wilt zien.

Wat echter daarna bleek uit [conclusies van de interviews met de retailer](#) is dat een bezoek in de showroom van XPLCT de inkoop ervaring van XPLCT uniek maakt ten opzichte van andere merken.

Om dit unieke gevoel in het inkoop proces te behouden, zal het inkopen van een nieuwe collectie geen functionaliteit worden binnen het digitale product. Alles wat zich ervoor en erna afspeelt zal wel gedigitaliseerd worden.

Het digitale product zal dus het inkoop proces bij XPLCT ondersteunen, maar niet volledig vervangen.

XPLCT APP

Naam van de digitale oplossing: XPLCT APP

Product Biografie

Zie hoofdstuk: 'Interview Retailers > Interview 2 resultaten'



Programma van Eisen

Programma van Eisen

Aan de hand van de voorgaande pijnpunten en interviews van beide partijen is er een Programma van Eisen opgesteld.

Programma van Eisen Retailers

- 1 Retailers willen met een account kunnen inloggen op zowel hun computer als hun smartphone.
- 2 Retailers willen meldingen krijgen als er nieuwe collecties uitkomen. Retailers willen per collectie een orderbevestiging met daarin een overzicht van welke items ze besteld hebben.
- 3 Retailers willen gemakkelijk content downloaden en kunnen delen.
- 4 Retailers willen op de hoogte worden gehouden over hun order levering proces.
- 5 Retailers willen een repeat-order kunnen doen van goedlopende items.

Programma van Eisen XPLCT

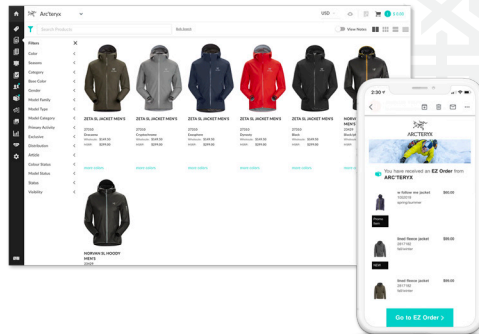
- 1 XPLCT wilt dat de digitale oplossing de feeling van het merk door communiceert.
- 2 XPLCT wilt deadlines inlassen voor de retailers om een collectie aan te passen/ extra bij te bestellen.
- 3 XPLCT wilt kortingen (lagere marges) op collecties kunnen invoeren als een factuur binnen een tijdslimiet betaalt wordt door een retailer.
- 4 XPLCT wilt dat retailers een afspraak maken om de showroom te bezoeken, zodat ze overzicht hebben wie wel/niet is langs geweest.

Product Biografie

Zie hoofdstuk: 'User Requirements list'

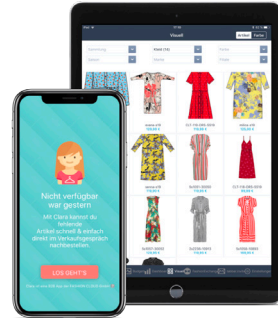
Zie hoofdstuk: Enquete Resultaten

Concurrentie Analyse



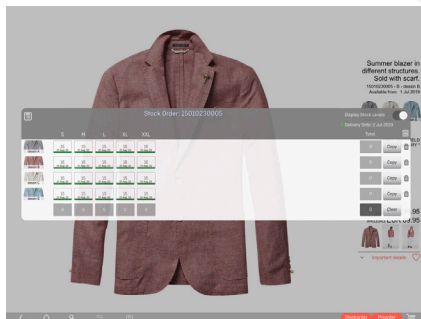
NuOrder

Afbeelding: NuOrder



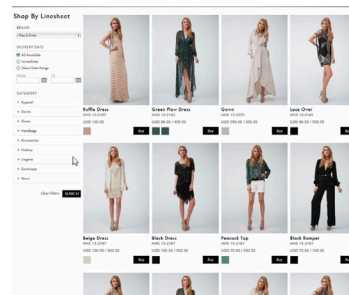
Fashion Cloud

Afbeelding: Fashion Cloud



Colect IO

Afbeelding: Colect IO



JOOR

Afbeelding: JOOR

Product Biografie

Zie hoofdstuk: 'Concurrentie analyse'

Soortgelijke bestaande oplossingen

Er is onderzoek gedaan naar soortgelijke bestaande B2B -retail platformen die oplossingen voor de problemen van XPLCT en hun retailers aanbied.

Hieruit zijn de 4 grootste bedrijven benaderd en met alle een live demo ingepland om te ervaren hoe hun product werkt.

Voordelen

- 1 Platforms zijn beschikbaar voor Desktop, iPad en soms mobiel formaat.
- 2 Het biedt een oplossing op alle problemen waar XPLCT en hun retailers tegen aan lopen
- 3 Systeem is volledig geïntegreerd en aangesloten op de programma's die XPLCT gebruikt.
- 4 Er zijn al retailers van XPLCT die een van deze programma's gebruikt.
- 5 De software wordt maandelijks ge-updated.

Nadelen

- 1 De platformen zijn te duur voor XPLCT.
- 2 De platformen zien er achterhaald uit en niet mooi uit.
- 3 De platformen bieden geen gevoel van exclusiviteit. Ze kunnen het imago van XPLCT niet uitstralen.
- 4 Retailers kunnen geen afspraak in de showroom inplannen.

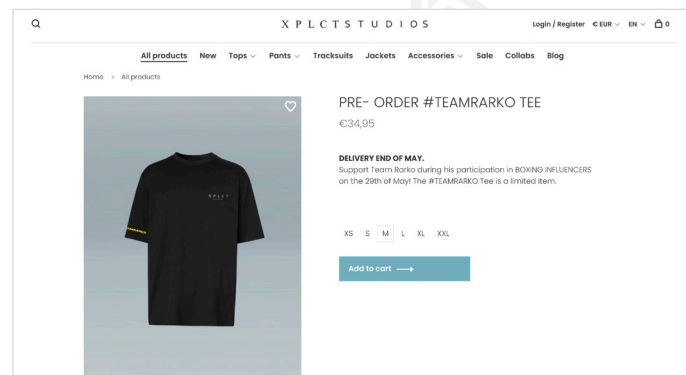
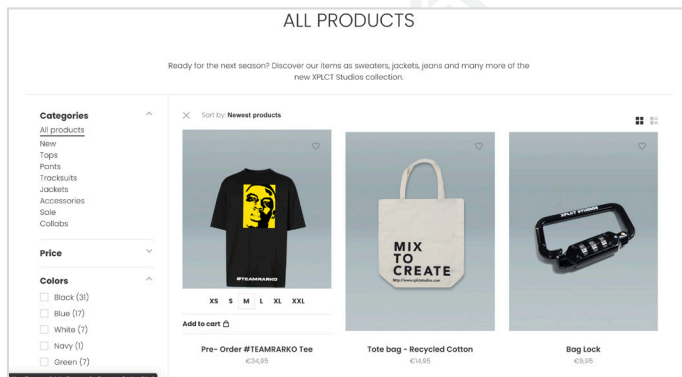
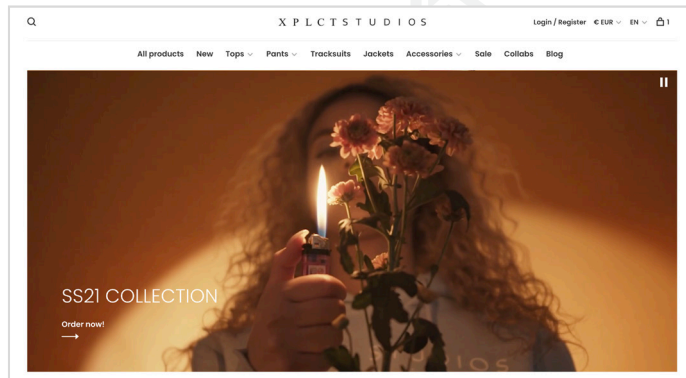
Conclusie

Er bestaan al veel platformen die een oplossing voor het probleem aanbieden.

Omdat deze platformen het gevoel van XPLCT als merk niet kunnen uitstralen, zal ik tijdens dit project kijken hoe ik dit wel kan uitstralen in de applicatie die ik voor XPLCT ga ontwerpen.

VISUEEL ONDERZOEK

XPLCT: Webshop Analyse



Afbeeldingen: XPLCT Webshop

Huisstijl XPLCT

De huisstijl van XPLCT is clean, duidelijk, simpel en minimalistisch. Dit kan je overal terug vinden op hun website.

XPLCT maakt gebruik van veel zwart en wit samen met een licht blauwe kleur uit hun huisstijl wat in de buttons op de webshop terug komt.

XPLCT maakt ook veel gebruik van fotografie op de webshop, dit zorgt voor een visuele ervaring voor de consument. Deze fotografie zal ik meenemen in het ontwerpen van de schermen.

Vormtaal

De vormtaal van XPLCT is uitdrukkelijk, hoekig en scherp. Dit kan je terug vinden in hun logo, maar ook op hun website. Alle vormtaal zoals buttons, sliders en filters zijn rechthoekig. Nergens is er een border radius.

Product Biografie

Zie hoofdstuk 'Styleguide' voor een uitgebreidere onderzoek naar XPLCT.

Zie hoofdstuk 'Brandbook XPLCT' voor de pdf van de huidige brandbook van XPLCT.

Styleguide

Tekst

Header

Avenir Heavy 22 pt

Header slider

Avenir Heavy 14 pt

Body

Avenir Light 14 pt

Footer

Avenir Light 13 pt

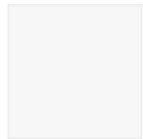
Footer

Avenir Heavy 18 pt

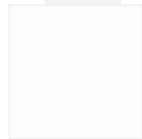
Kleuren



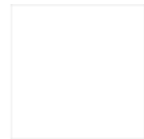
#6FB0BF
Accent color:
- buttons
- highlight
important
information



#F8F7F7
Filter-
Active color



#FDFDFD
Background color



#FFFFFF
Header/footer/
content blokjes



#000000
Text

Iconen

Icons



Navigation icons



Sub-menu icons



Product Biografie

Zie hoofdstuk: Styleguide voor de volledige versie van de Styleguide.

Font

The huisstijl font van XPLCT is Avenir. Op hun website gebruiken ze de font Poppins. Ik heb beide fonts gebruikt en getest en hier kwam uit dat Avenir het best aansloot bij de huisstijl van XPLCT.

Avenir heeft ook veel verschillende diktes, van al deze diktes is gebruik gemaakt om visueel hiërarchie in tekst aan te duiden.

Kleurgebruik

Alle kleuren van de huisstijl van XPLCT zijn meegenomen in het prototype. Er zijn tinten van grijs toegevoegd voor meer variatie en om duidelijke hiërarchie in de content te brengen.

Iconen

Alle iconen heb ik ontworpen in Adobe Illustrator. In het ontwerpen is rekening gehouden met de strakke, hoekige, cleane en duidelijke stijl van XPLCT. Dit zie je terug in deze iconen. Het doel was om simpele iconen te ontwerpen die toch een duidelijke boodschap aan de gebruiker bieden.

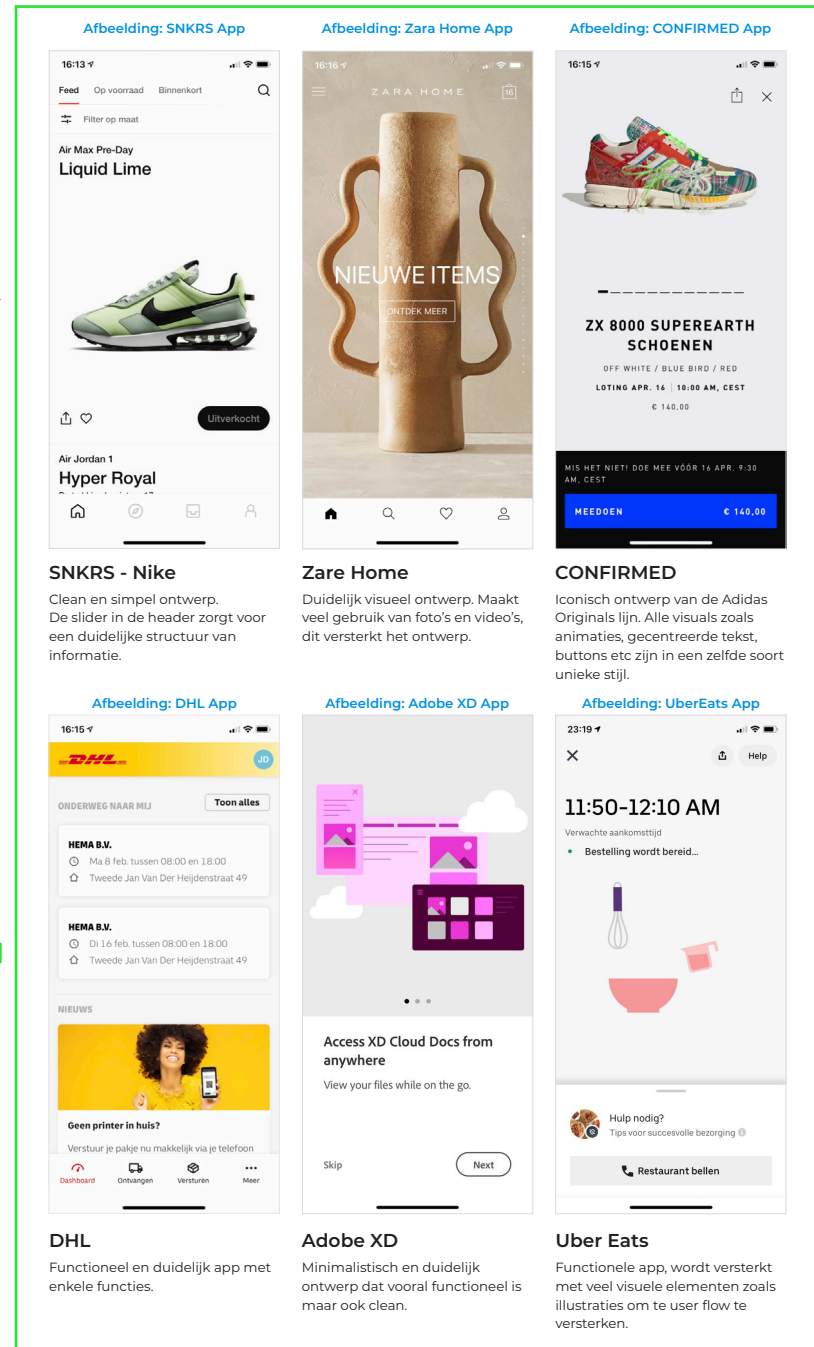
Inspiratie/moodboard

Ervaringseigenschappen XPLCT

Aan de hand van onderzoek naar XPLCT op de vorige bladzijde zijn er enkele begrippen opgesteld, die het beeld van XPLCT moeten vertegenwoordigen: **minimalistisch, clean, duidelijk, simpel en iconisch**.

Er is onderzoek gedaan naar bestaande applicaties (niet categorie gebonden) die deze 5 woorden het beste uitstralen ter inspiratie.

Eerste scherm ontwerp: XPLCT APP





SCHERM ONTWERP

Concept: Schermen + Uitleg

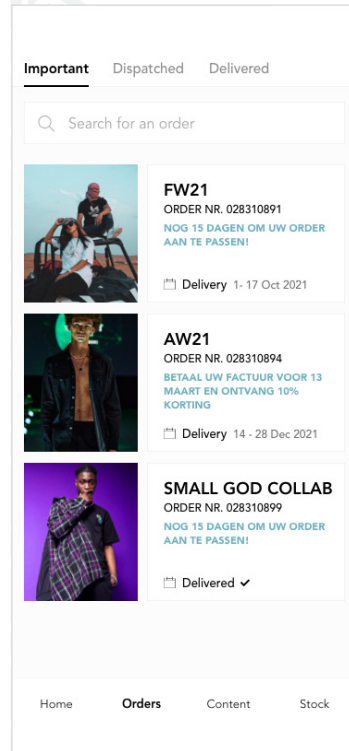


Home

Een dashboard pagina, waar de retailer constant herinnerd wordt aan belangrijke zaken, zoals een melding krijgen dat er nieuwe content beschikbaar is of dat er een nieuwe collectie beschikbaar is in de showroom om inkoop te doen.

De retailer krijgt dan een preview van de collectie te zien om hem enthousiast te maken. Hij kan dan in de app een afspraak inplannen in de showroom van XPLCT zodat hij de samples van de nieuwe collectie kan bekijken en inkoop kan doen.

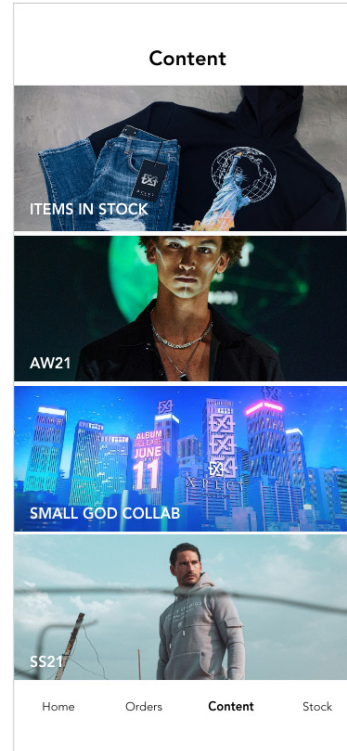
Zo houdt XPLCT via de app overzicht van welke retailers er wel/niet langs de showroom zijn geweest.



Orders

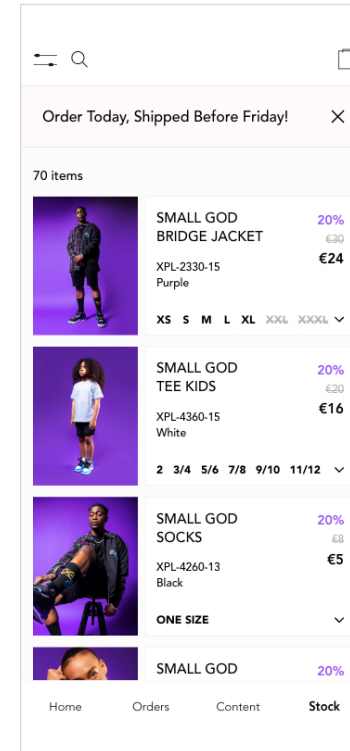
De retailer heeft hier een overzicht van al zijn orders. Hij krijgt meldingen van orders waar actie bij vereist is. Deze orders staan onder 'important'. Verder kan hij onder 'dispatched' en 'delivered' zien welke orders al geleverd zijn en welke nog aankomen.

Zodra hij op een order klikt, kan hij hier meer over zien, zoals welke items er bij horen, de gegevens hiervan, wanneer het besteld is, voor welk bedrag etc.



Content

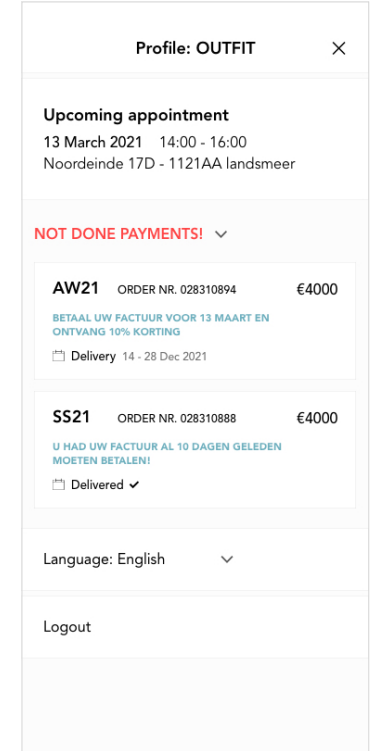
Een pagina, waarop de retailer alle content kan vinden per seizoen. Hij kan dit bekijken, het downloaden en het via de app direct op social media delen.



Stock

Dit zijn alle items die XPLCT op voorraad heeft en beschikbaar stelt voor de retailer om ten alle tijde te bestellen.

Dit zijn de zogehete 'repeat-orders'. Als goedlopende items uitverkocht dreigen te raken, kan de retailer dat item hier opnieuw bestellen. Hij krijgt direct te zien welke maten er op voorraad zijn en wanneer zijn order geleverd wordt.



Profiel

Via de home pagina kom je op de profiel pagina. Hier kan de retailer belangrijke gegevens vinden:

Important

Aankomende afspraken met XPLCT en openstaande facturen die nog betaald moeten worden.

Dit is handig voor XPLCT, zo hoeven ze niet achter retailers aan te gaan die openstaande facturen hebben liggen.

Home



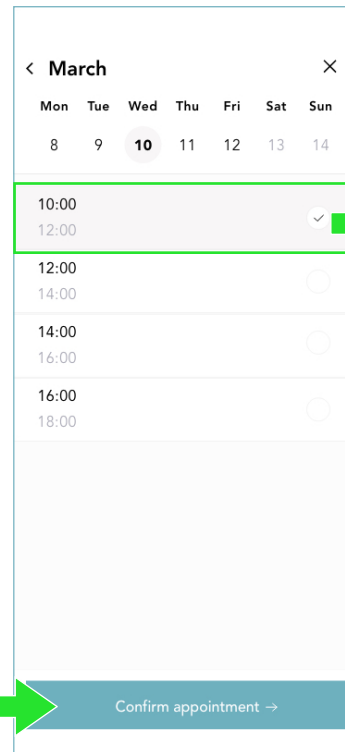
Dashboard

Er is een nieuwe collectie beschikbaar in de showroom van XPLCT. Klik op het content blokje of op de button.



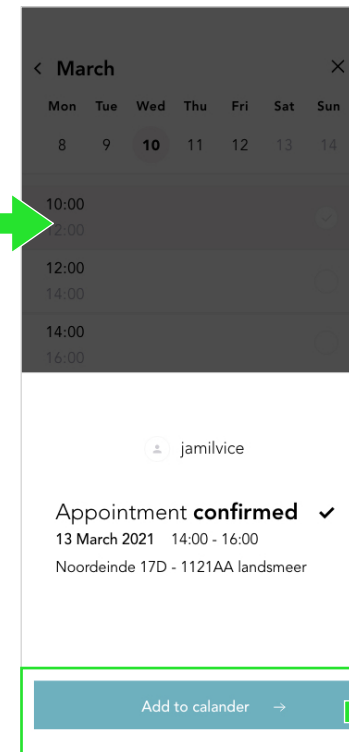
Preview

De retailer krijgt een preview van de nieuwe collectie te zien, waardoor hij enthousiast wordt. Hij klikt op de button om een afspraak in de showroom te maken.



Kies datum & tijd

De retailer kiest een datum uit wanneer hij langs wilt komen en een tijd dat hem schikt.



Afspraak bevestigd

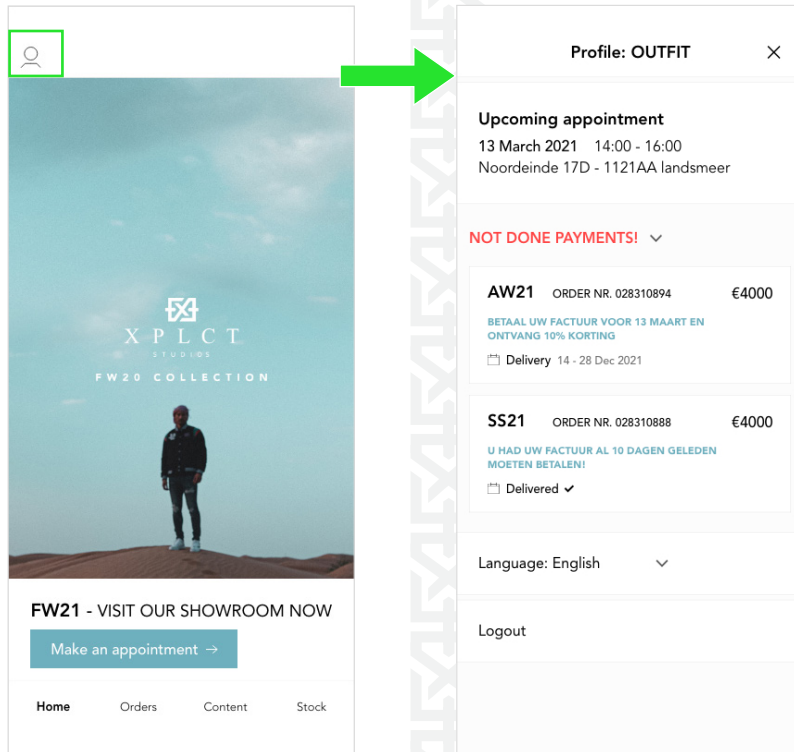
De retailer krijgt een melding dat zijn afspraak bevestigd is. Hier kan hij kiezen om de afspraak toe te voegen aan zijn kalender.



Dashboard

De afspraak is bevestigd, er staat een melding bovenaan de pagina ter herinnering. Dit kan de retailer weg klikken. De afspraak bevestiging kan hij ook terug vinden onder 'profiel'.

Schermen: Profiel



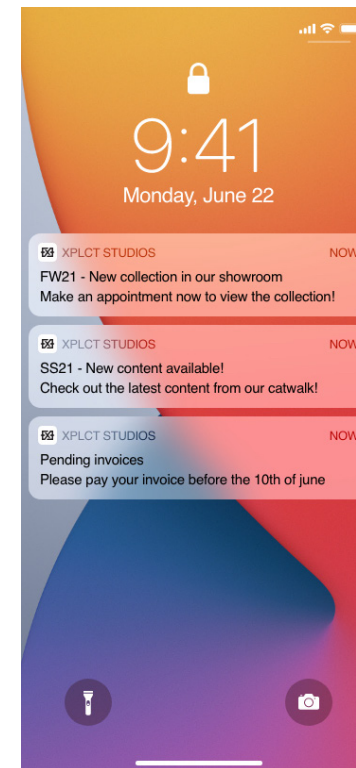
Dashboard

Op de home pagina, kan de retailer links-boven in de header een button vinden die hem naar de profiel pagina leidt.

Profiel

Hier kan de retailer belangrijke gegevens vinden:
Aankomende afspraken met XPLCT en openstaande facturen die nog betaald moeten worden.

Notificaties



Product Biografie

Zie hoofdstuk: 'Interviews Retailers' >
'Interview 1 - Resultaten' &
'Interview 2 - Resultaten'

Notificaties

Uit de resultaten van de interviews met de retailer is gebleken dat de retailers een druk leven leiden. Het is dus essentieel om ze te herinneren aan belangrijke openstaande zaken waar actie is vereist.

Daarom zal de applicatie notificaties naar de retailer sturen voor belangrijke meldingen zoals je hier boven kan zien.

Schermen: Order overzicht

Afbeelding: Order XPLCT

Order				
Klant - 331124	X P L C T STUDIOS			
Naam	Eddy's Eindhoven B.V.			
Contact	Eddy			
Afleveradres	Vrijstraat 46			
Postcode, Plaats, Land	5611 AW, Eindhoven, NL			
Verzenddatum	8-1-2021			
Uw referentie		SS21 maart levering		

Artikelcode	Omschrijving	Aantal	Klantprijs	Totaal
1120 - Brand H Black/Black	XPL-2330-15 Brand Hoodie Black/black - 3xs 4s 6m 4l 2xl 1xdl	20	€ 42,29	€ 845,80
1120 - Brand J black/black	XPL-2330-15 brand jogger black/black - 3xs 4s 6m 4l 2xl 1xdl	20	€ 34,60	€ 692,00
brand hoodie aqua	XPL-2102-03 brand hoodie aqua - 3xs 4s 6m 4l 2xl 1xdl (11 gratis)	20	€ 43,98	€ 879,60
brand jogger aqua	XPL-2102-02 brand jogger aqua - 3xs 4s 6m 4l 2xl 1xdl	20	€ 35,98	€ 719,60
calma jeans blue	XPL-2102-10 calma jeans blue - 2:28 2:29 3:30 4:31 4:32 3:33 2:34 1:36	21	€ 43,98	€ 923,58
creator tee beige	XPL-2102-08 creator tee beige - 2xs 3s 4m 3l 2xl	14	€ 27,98	€ 391,72

Order overzicht (Origineel)

Dit is hoe een originele order bevestiging eruit ziet van XPLCT. Dit krijgt een retailer mee van XPLCT digitaal of geprint mee nadat inkopen heeft gedaan van een collectie. Hierin staan alle gegevens betreft de order.

In de schermen rechts zie je hoe ik dit heb gedigitaliseerd en heb onderverdeeld in 2 schermen in de digitale oplossing.

< FW21 ord. 028310891 ...	
Items	Order Details
Search for items	
32 items	
	LINK HOODIE XPL-2330-15 Aqua blue €25 UNITS 54 Total €1350 XS 6 S 6 M 6 L 6 XL 6 XXL 6 XXXL 6
	REFLECTOR JACKET XPL-2330-16 Beige €40 UNITS 50 Total €1230 XS 6 S 6 M 6 L 6 XL 6 XXL 6 XXXL 6
	STUDIO HOODIE XPL-2330-17 Mint green €25 UNITS 60 Total €1500 XS 6 S 6 M 6 L 6 XL 6 XXL 6 XXXL 6
	VARSITY JACKET XPL-2330-18 €25 UNITS 54 Total €1350

Order: items

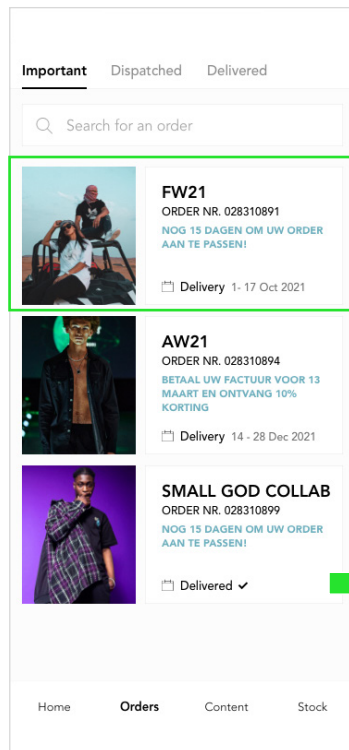
Alles in het groen is informatie over de items. Er is een item overzicht gemaakt precies als hoe het op de originele order vermeld staat.

< FW21 ord. 028310891 ...	
Items	Order Details
	
THE REVOLUTION COLLECTION	
Order date 25 Feb 2021	
Delivery date 03-10 Aug 2021	
Total quantity 300 Units	
Total amount €10.500	
Order status Approved	
Shipping address Dubbele Buurt 9 1441 Ct Purmerend Netherlands	

Order: order details

Belangrijke informatie over de order zelf is op deze pagina ingedeeld.

Schermen: Orders

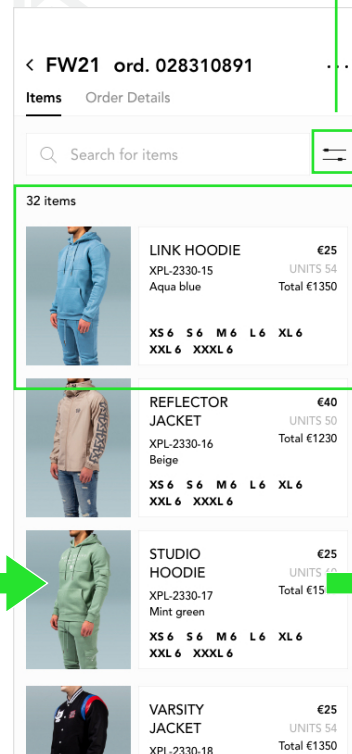


Orders

Per order staat de belangrijkste informatie; seizoensnaam, order nummer, wanneer het geleverd wordt en nog eventueel een melding met een te vereiste actie in het blauw.

Er is een zoek balk toegevoegd, zodat de retailer snel een order kan vinden als hij geen zin heeft om lang te zoeken.

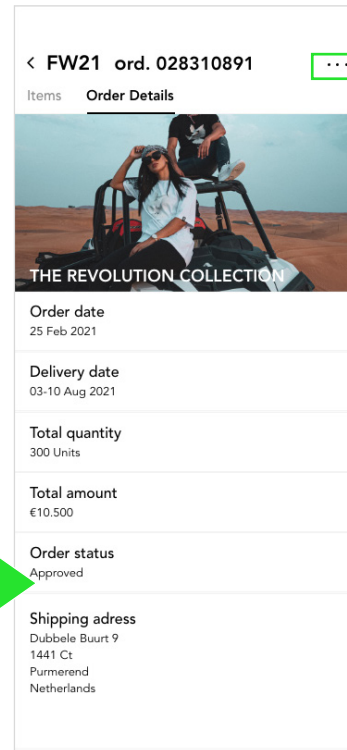
De retailer klikt op een order.



Order: units

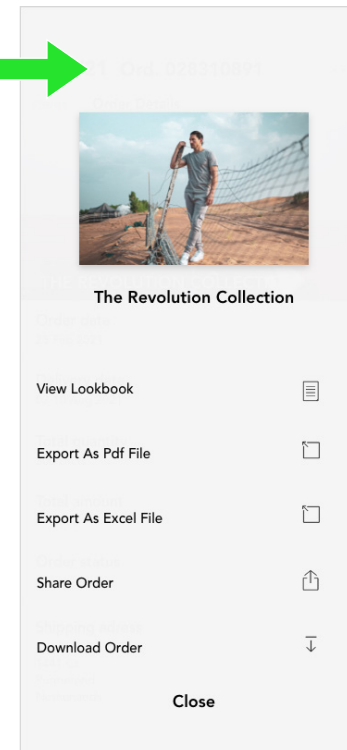
De retailer heeft een overzicht van alle items die hij besteld heeft bij zijn order. Hij kan zoeken naar een item, aangezien er soms wel 60 items per collectie zijn. Ook is er een filter optie.

Per item staat belangrijke informatie zoals: een foto, item naam, item product nummer, kleur, aantal stuks besteld per maat, item prijs per stuk en de totale prijs.



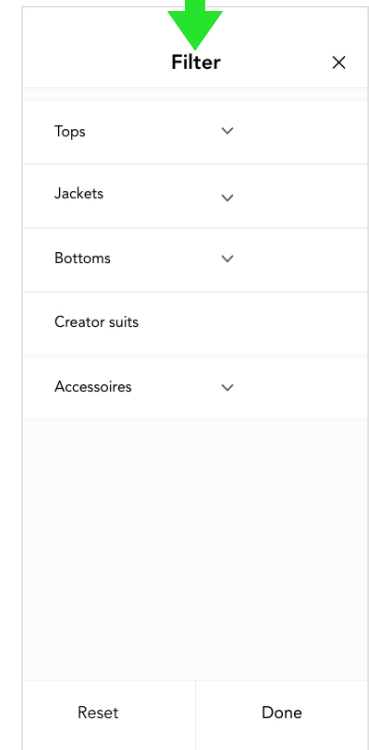
Order: details

Een overzicht van alle details van de order.



Deel functie

De retailer heeft de optie om zijn order te delen, te downloaden, te exporteren of om de lookbook ervan te zien.

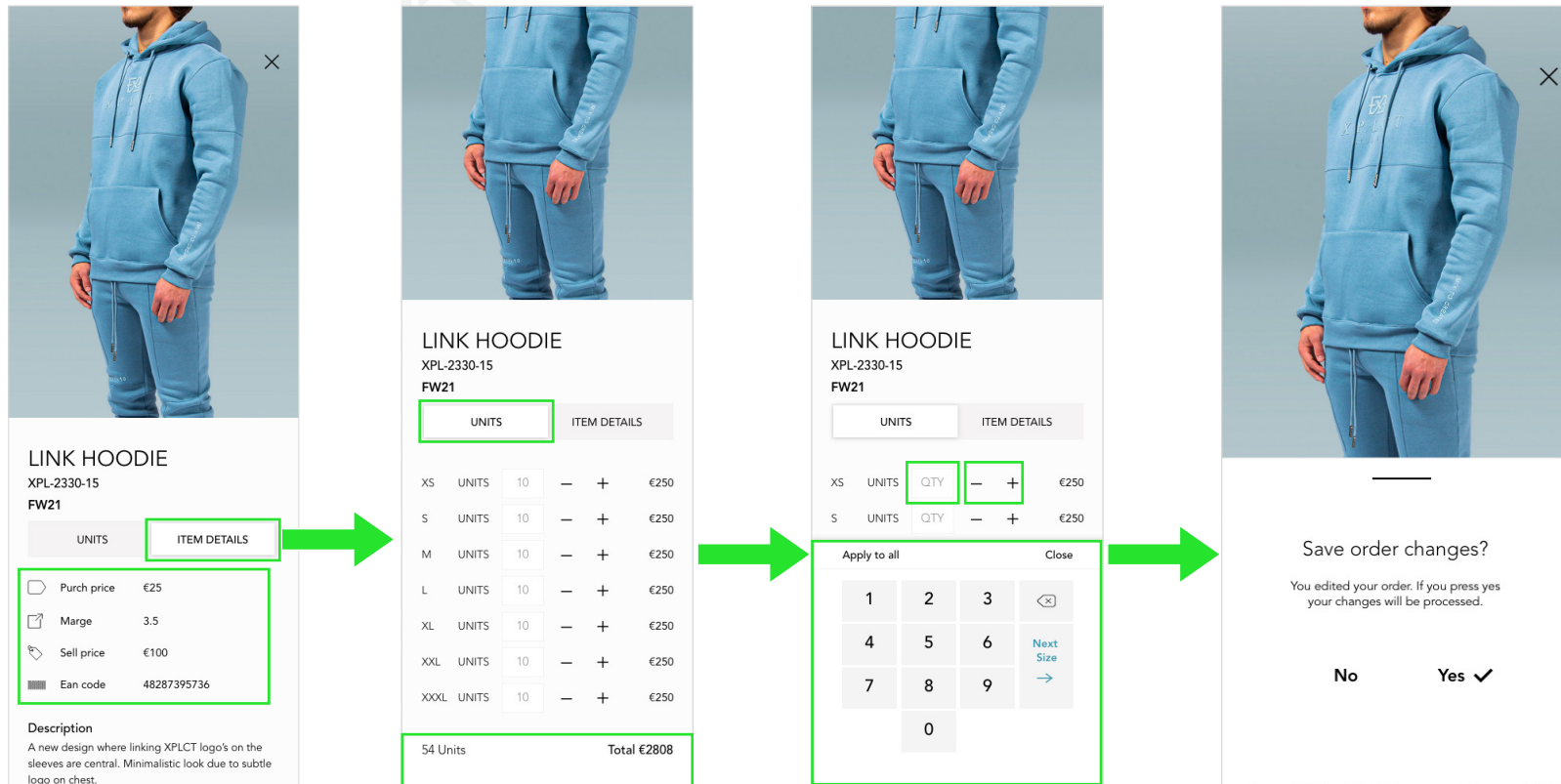


Filter functie

Filter op categorieën, zodat de retailer makkelijker kan vinden waar hij naar op zoek is.

Zodra hij op iets klikt, verschijnt er een checkbox en kan hij de filter toe laten passen,

Schermen: Product informatie



Link Hoodie: details

Bij 'ITEM DETAILS' vind de retailer belangrijke informatie over een item zoals, de inkoop prijs, de marge, de EAN-code, maar ook een advies verkoopprijs, zodat de retailers dezelfde verkoopprijzen voor hun consumenten aanhouden als die van de webshop van XPLCT.

Link Hoodie: units

Bij "UNITS" vind de retailer een overzicht met hoeveel stuks er per maat is besteld door de retailer. In de footer bevind zich een content blok, waarin er het totale aantal units en de totaal prijs staat van dat item. De footer is sticky, dus blijft altijd in zicht.

Edit order

Door op de - en + icoontjes te klikken kan de retailer het aantal stuks per maat aanpassen.

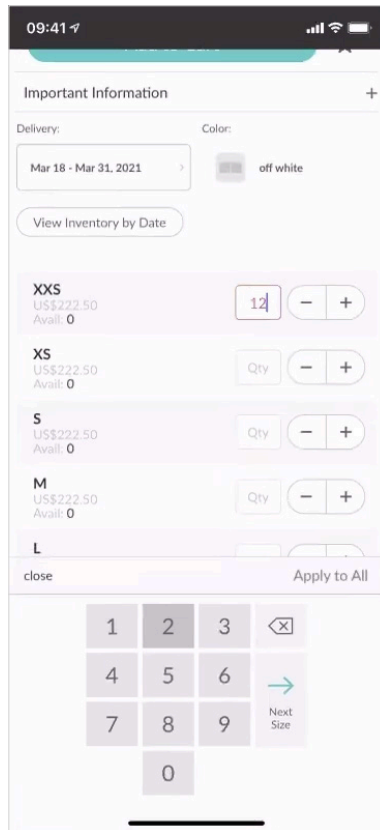
Als de retailer een grote wijziging in het aantal stuks wilt doorvoeren, kan hij op het vakje klikken, waardoor er een numeriek toetsenbord te voorschijn komt.

Save order changes?

Zodra de retailer de wijzigingen doorvoert verschijnt er een melding om de wijzigingen te bevestigen.

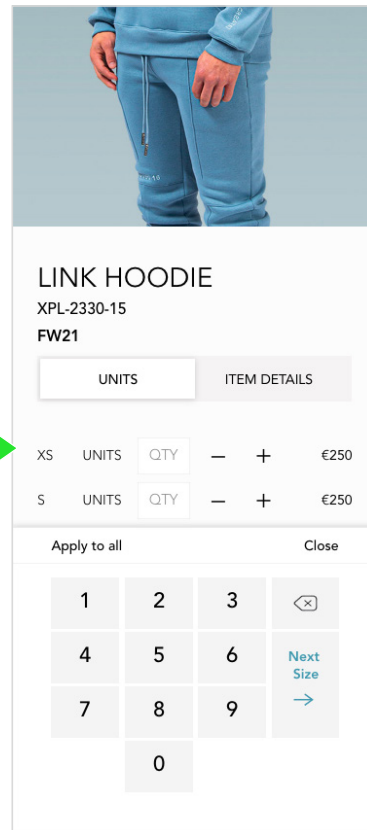
Inspiratie: Item edit

Afbeelding: NuOrder Screenshot



NuOrder - inspiratie

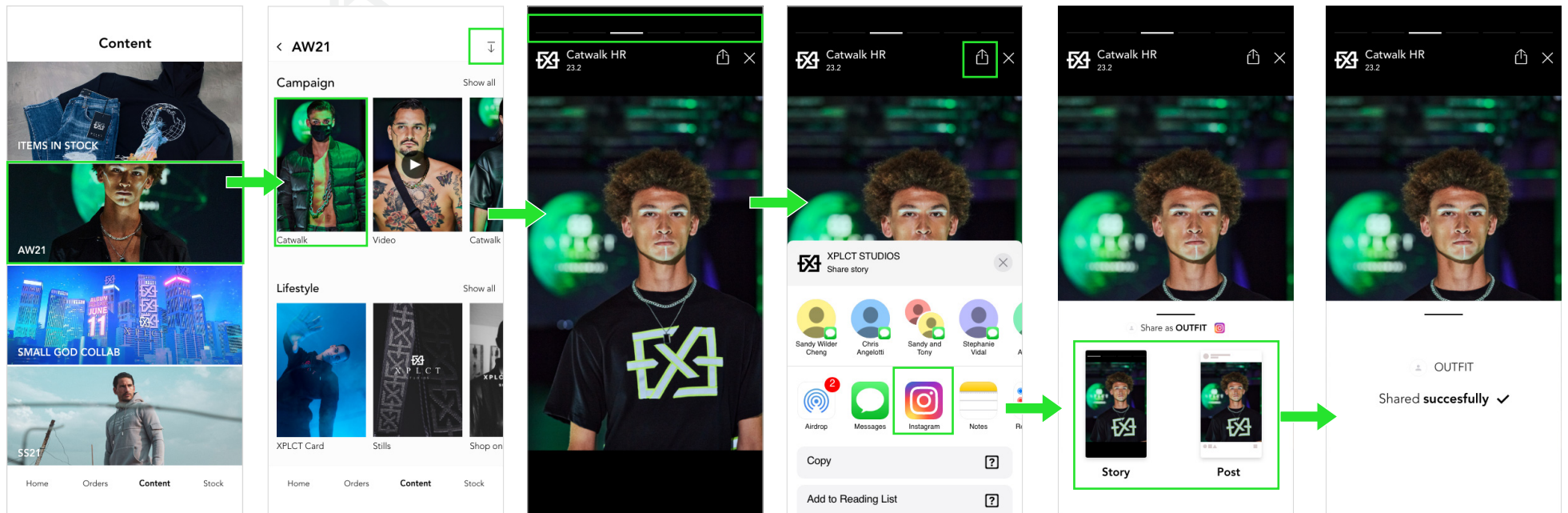
Dit is een scherm van NuOrder, waar de retailer zijn units kan aanpassen voor een item door middel van een numeriek toetsenbord.



Units pagina

De structuur van de NuOrder pagina heb ik ter inspiratie genomen voor het design wat ik heb gemaakt. Voornamelijk het toetsenbord heb ik overgenomen.

Schermen: Content



Orders

De retailer kiest van welke collectie hij de content wilt zien.

XPLCT heeft vaak doorlopende items die door de seizoenen heen verkocht worden.

De retailer kan ervoor kiezen alleen de content te zien te krijgen van deze doorlopende items door te

Content - AW21

Content van de AW21 collectie. Content is opgedeeld in 3 categorieën:

1. Campagne's
2. Lifestyle
3. Webshop foto's

Elke foto representeert een reeks met foto's die in dezelfde content subcategorie behoren. Klik op een van de foto's om de bijbehorende foto reeks te bekijken.

Met de download button rechtsboven in, kan de retailer alle content in 1 klik downloaden.

Content

De retailer ziet hier alle foto's van de Catwalk Campagne in een reeks voorbij gaan. Dit is gemaakt in een story formaat, door op een foto te klikken, ga je naar de volgende foto.

Bovenin de pagina is een progress balk, zodat de retailer weet hoeveel foto's er van die campagne zijn en bij welke foto hij nu is in de reeks.

Content - deel

Rechts bovenin bevindt zich een deel button. De retailer kan ervoor kiezen om de foto direct op de Instagram pagina van zijn winkel te delen.

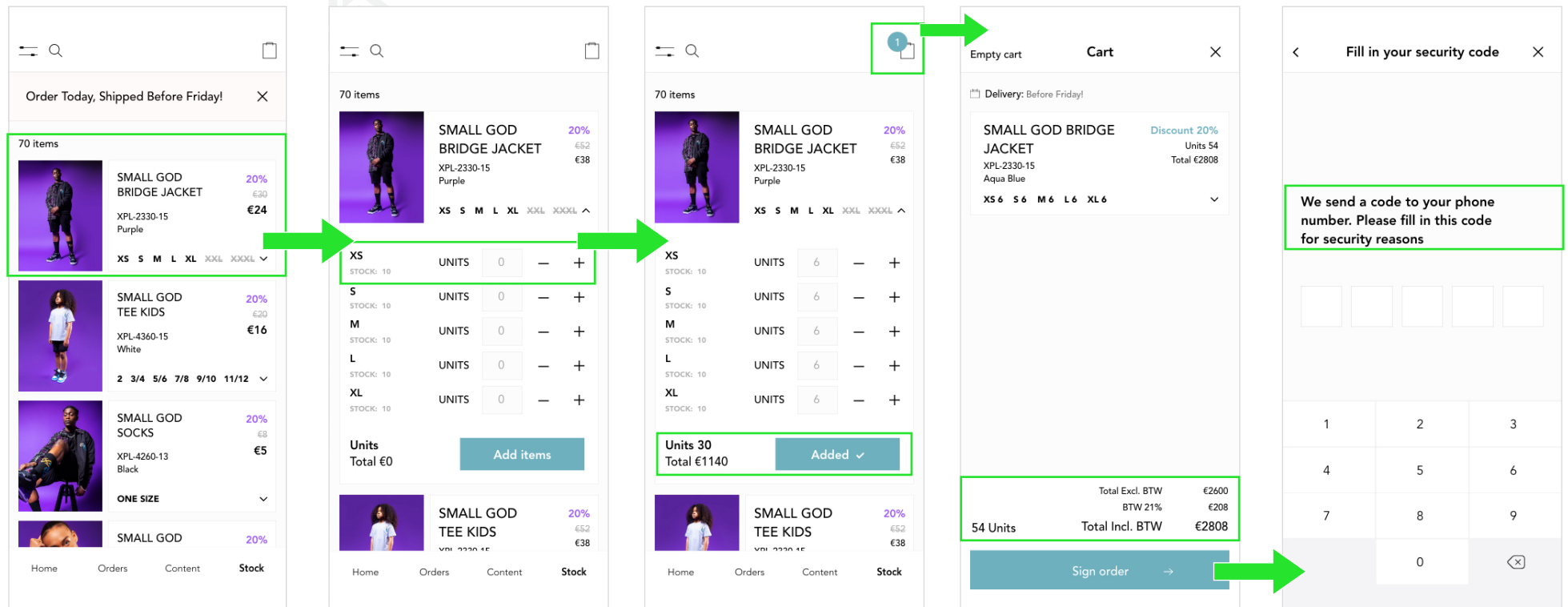
Story of post?

De retailer kan kiezen of hij zijn foto als een post formaat of als een story formaat op zijn Instagram wilt delen.

Content - gedeeld

De retailer heeft de foto op zijn Instagram gedeeld en krijgt hiervan een bevestigings melding.

Schermen: Stock/Repeat order



Stock

Per item staat er onderin het content blokje welke maten er nog beschikbaar zijn om te bestellen. Als er een grijze streep door een maat heen staat, is die maat uitverkocht. Door op een item te klikken kan de retailer meer informatie over die item zien. De retailer kan ook op het pijltje rechts onder klikken, hij kan dan op hetzelfde scherm selecteren welke items hij wilt bestellen.

Selecteert units

De retailer ziet per maat hoeveel stuks er nog op voorraad zijn en selecteert welke maten hij wilt bestellen.

Add to cart

Klik op 'add items' om de order aan je winkelmand toe te voegen. Links onder het content blokje heeft hij een overzicht van hoeveel units hij in totaal heeft geselecteerd en hoeveel het gaat kosten.

Winkelmand

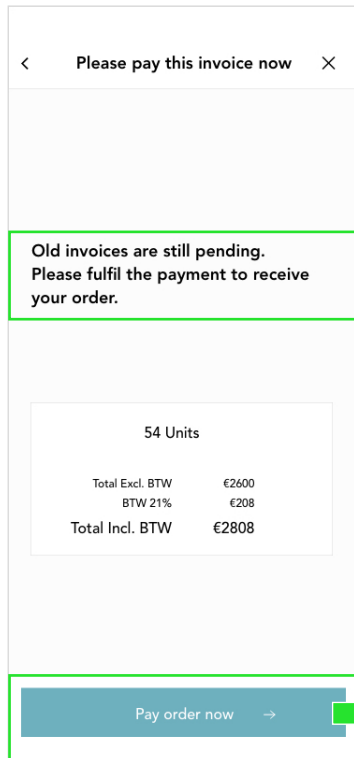
Een overzicht van alles in je winkelmand. De foto per item is weg gehaald zodat er meer informatie kwijt kan in het content blokje. Bovenin de body staat vermeld wanneer de order wordt geleverd.

Onderaan de pagina staat het totale bedrag van de order vermeld inclusief het BTW bedrag. Door op de button onderin te klikken gaat de retailer naar de volgende stap toe.

Bevestig order

De retailer krijgt een bevestigingscode naar zijn email of telefoon nummer toege-stuurd. Deze moet hij invullen in de app voor veiligheidsredenen.

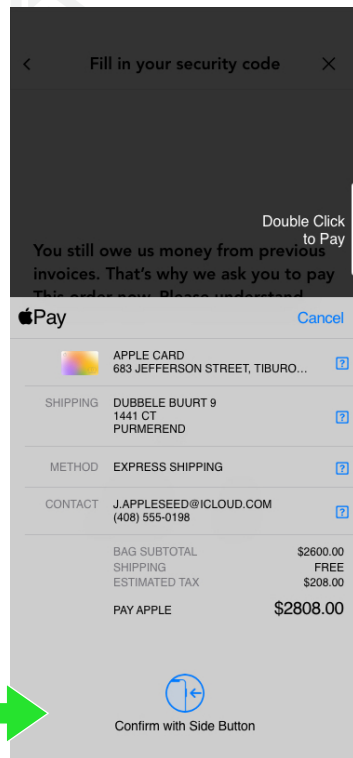
Schermen: Order betalen



Openstaande facturen

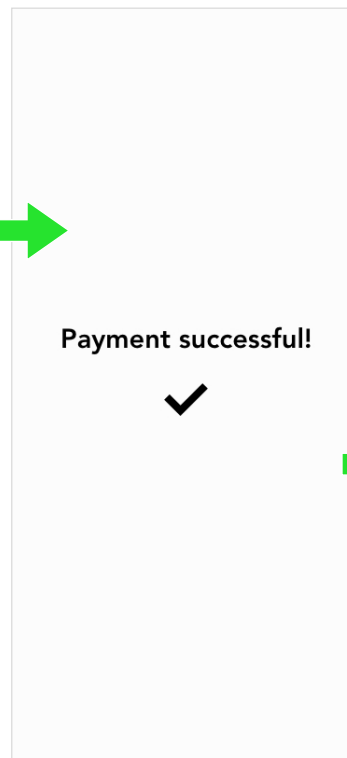
Als de retailer nog openstaande facturen heeft bij XPLCT wordt er gevraagd om de repeat-order direct in de app te betalen.

Als de retailer geen openstaande facturen heeft, kan hij de repeat-order doen zonder te betalen. Hij zal dan later een melding krijgen voor openstaande facturen.



Betaling

De retailer betaalt de repeat-order met; credit card, ideal of Apple pay.

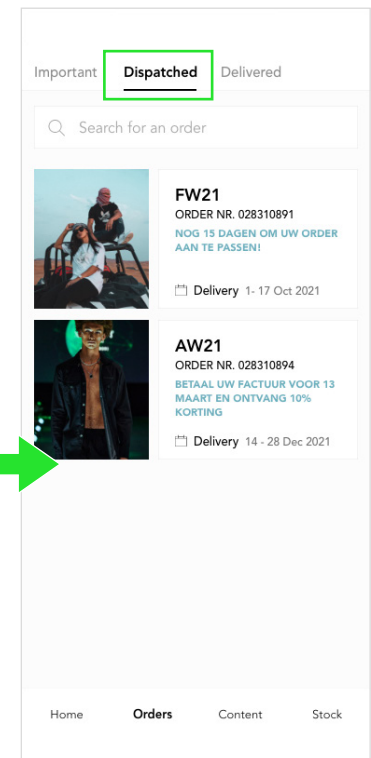


Betaling gelukt



Loading scherm

De order wordt bevestigd, ondertussen vind er een 'loading screen' plaats met een kleine animatie van het XPLCT logo samen met een progres balk.



Dispatched

De order is bevestigd en toegevoegd aan de orders. De retailer wordt door gelinkt naar de 'orders' pagina en kan hier dus zijn gedane repeat-order terug vinden.

Schermen: Desktop

Home: Mobiel --> Desktop

Op basis van het design van de mobiele schermen zijn er hier 2 schermen uitgewerkt op Desktop formaat.

Menu

Het menu van het mobiele scherm is verplaatst naar een linker kolom menu links in het scherm.

Header

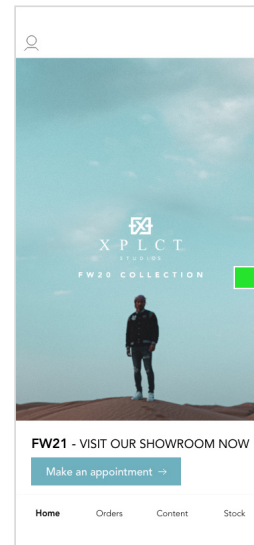
Bovenin het scherm bevindt zich een header. Het winkelmandje is rechtsboven in de header gezet, omdat de retailer ook veel repeat-orders via zijn computer zal doen.

Important

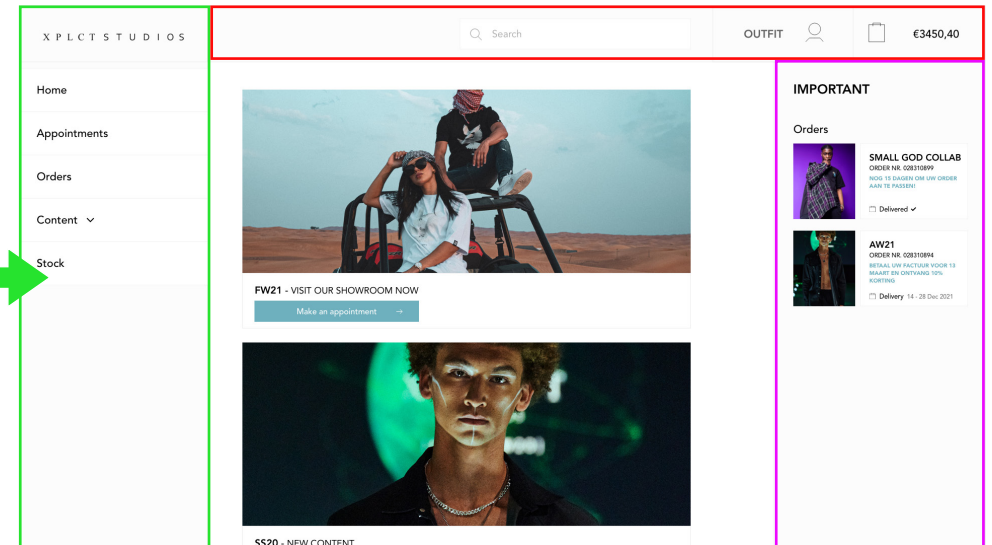
Rechts in het scherm bevindt zich een balk met belangrijke meldingen over orders of openstaande facturen.

Product Biografie

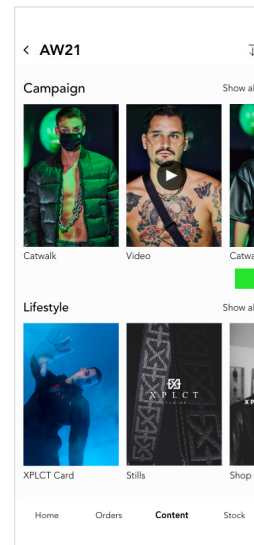
Zie hoofdstuk: Desktop schetsen



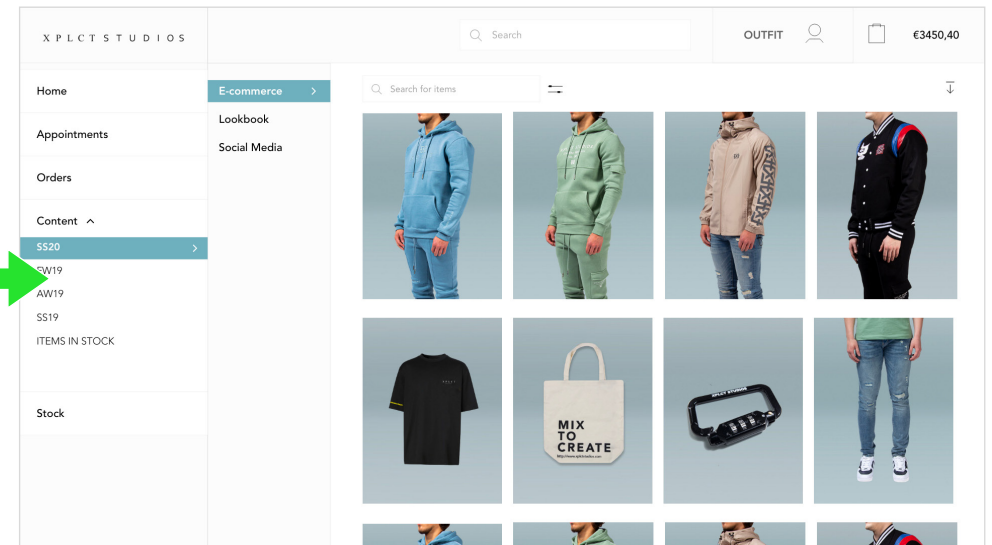
Home: Mobiel



Home: Dekstop



Content: Mobiel



Content: Dekstop

Principles of User Interface Design

Voor het ontwerpen van de schermen heb ik inspiratie gehaald uit de [Principles of User Interface Design](#).

Design Principle 06: One primary action per screen

Elk scherm dat ontworpen wordt moet 1 actie ondersteunen dat van grote waarde is voor de persoon die het gebruikt ([J Porter, 2019](#)).

Scherms 1:

Er is 1 belangrijke actie vereist op het home scherm: een afspraak voor in de showroom inplannen. De melding is full screen zodat het alle aandacht trekt. Als de retailer verticaal scrollt komt hij bij de volgende melding wat ook full screen is.

Design Principle 11: Strong Visual Hierarchy works best

Een sterke visuele hiërarchie wordt bereikt wanneer er een duidelijke kijkvolgorde is voor de visuele elementen op een scherm.) ([J Porter, 2019](#)).

Scherms 4, 5 & 6:

Bijna alle schermen zijn op een zelfde manier ingedeeld.

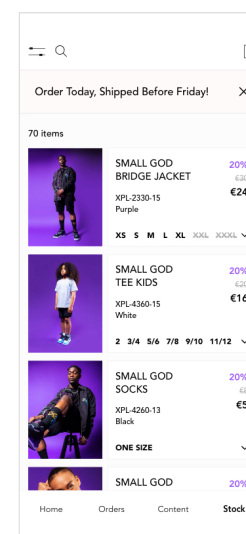
Bovenin een header met daarin eventueel een titel, belangrijke acties of iconen die functionaliteiten ondersteunen zoals; filteren, zoeken, cancel etc.

In de body bij scherm 3 & 4 vind je bij deze schermen informatie over een product. Alle informatie erin is verschillend en wordt dan ook onderscheiden door middel van verschillende font diktes, groottes en kleuren.

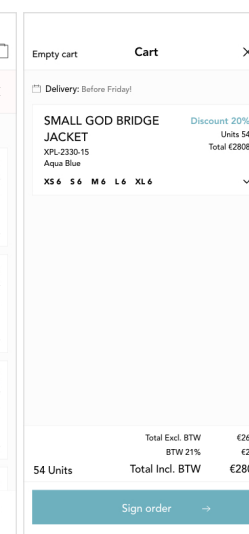
Scherms 1



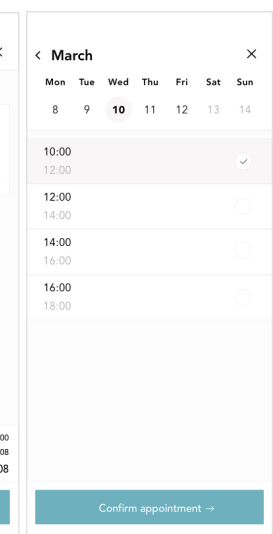
Scherms 4



Scherms 5

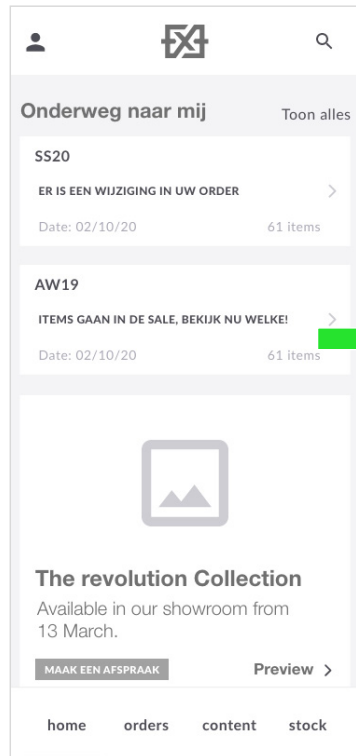


Scherms 6



SCHEM ITERATIES

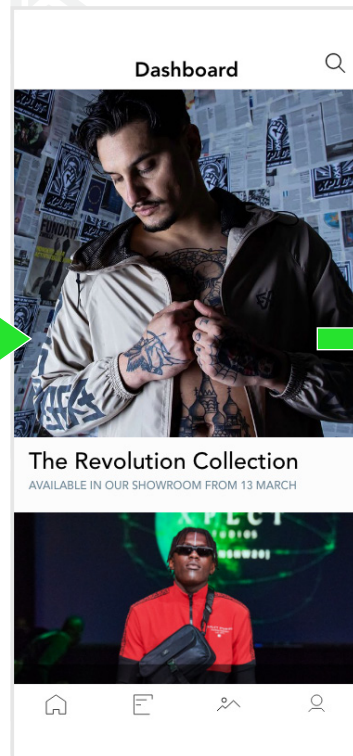
Iteraties - Home/Dashboard



Lofi 2.0

Home figureert als een dashboard, waar de retailer meldingen krijgt van de belangrijkste zaken zoals:

- order levering
- nieuwe collectie
- nieuwe content



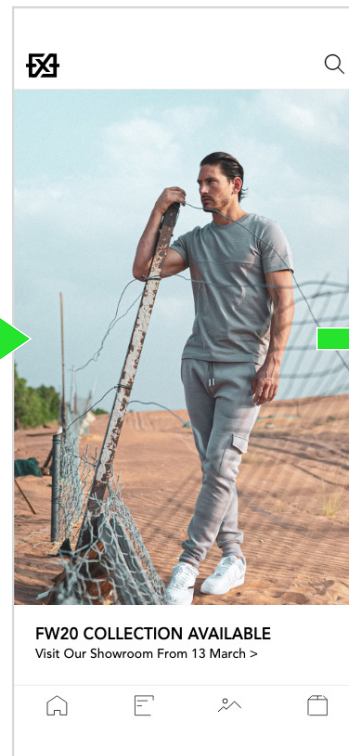
HiFi 1.0

Order leverings meldingen zijn weg gehaald bij home, omdat de retailer dit ook al kan zien op de 'orders' pagina.

Zo is er meer ruimte vrijgekomen voor de nieuwe collectie melding wat nu meer de aandacht krijgt.

'profiel' is weg gehaald en heeft zijn eigen link gekregen in het menu rechts onder. Bovenin de tekst 'dashboard' toegevoegd.

De menu titels zijn vervangen door iconen.



HiFi 2.0

De meldingen hebben nu een full-width screen size gekregen, zodat het beter de aandacht van de lezer pakt. Ook ziet het er visueel aantrekkelijker uit, omdat de foto nu goed in beeld staat.

Het XPLCT logo is toegevoegd linksboven.

Rechtsonder in het menu is 'profiel' vervangen door 'stock'.

Product Biografie

Zie hoofdstuk: LoFi User Test - resultaten

Zie hoofdstuk: Testplan - Feedback

Zie hoofdstuk: Lofi schermen

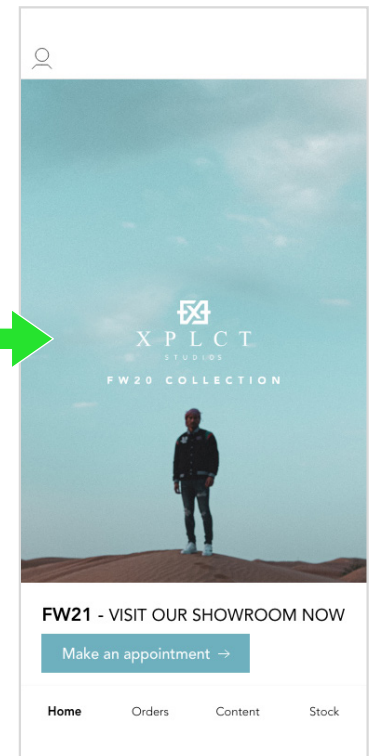


HiFi 3.0

De zoek button bovenin is weg gehaald, dit was niet nodig, omdat op deze pagina enkel belangrijke meldingen worden weergegeven.

'profiel' bevindt zich weer links boven op de home pagina, omdat dit de meest logische plek was.

De menu icoontjes in de footer zijn vervangen door gewone tekst. Dit vond de retailer duidelijker en ook ziet het er visueel cleaner uit zo.



HiFi 4.0

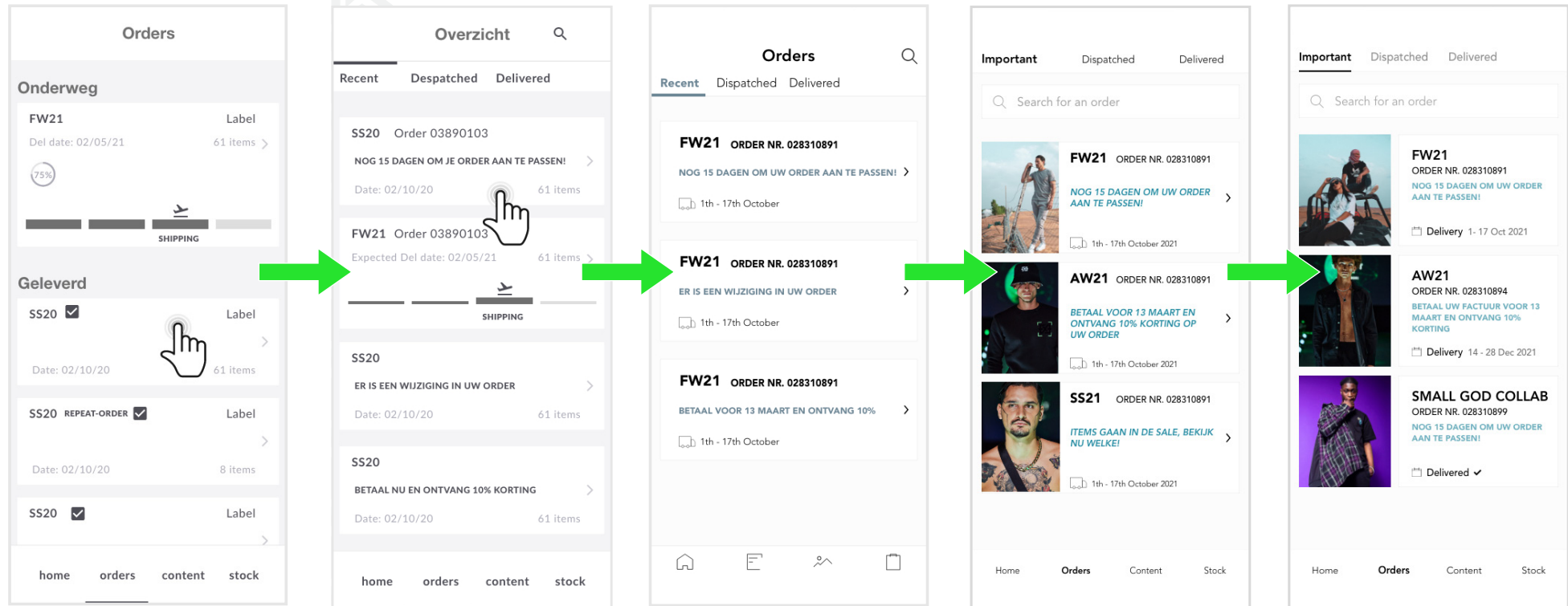
Uit de user test kwam dat de melding niet genoeg opviel. Daarom is het nu groter gemaakt en opgemaakt in een button stijl.

Iteraties - Orders

Product Biografie

Zie hoofdstuk: LoFi User Test - resultaten

Zie hoofdstuk: Testplan - Feedback



Lofi 1.0

Een overzicht van alle gedane orders door de retailer, onderverdeeld in orders die onderweg zijn en orders die geleverd zijn.

Lofi 2.0

De orders pagina was complexer dan verwacht. Veel orders vereisen onmiddellijk aandacht en includeren dus meldingen. Om een beter overzicht van verschillende orders te krijgen is er een slider bovenin de pagina toegevoegd, waarop de retailer zelf kan kiezen welke orders hij wilt zien.

Onder 'recent' staan alle orders met belangrijke meldingen. Zo wordt de retailer eraan herinnerd dat hij actie moet ondernemen bij een order.

HiFi 1.0

De orders pagina heeft de 'bley' tint van XPLCT's kleuren pallet gekregen.

HiFi 2.0

Om de pagina visueel aantrekkelijker te maken zijn er foto's per order toegevoegd. XPLCT maakt per collectie mooie content wat herkenbaar is. Zo is het voor de retailer ook makkelijker om de orders van elkaar te onderscheiden.

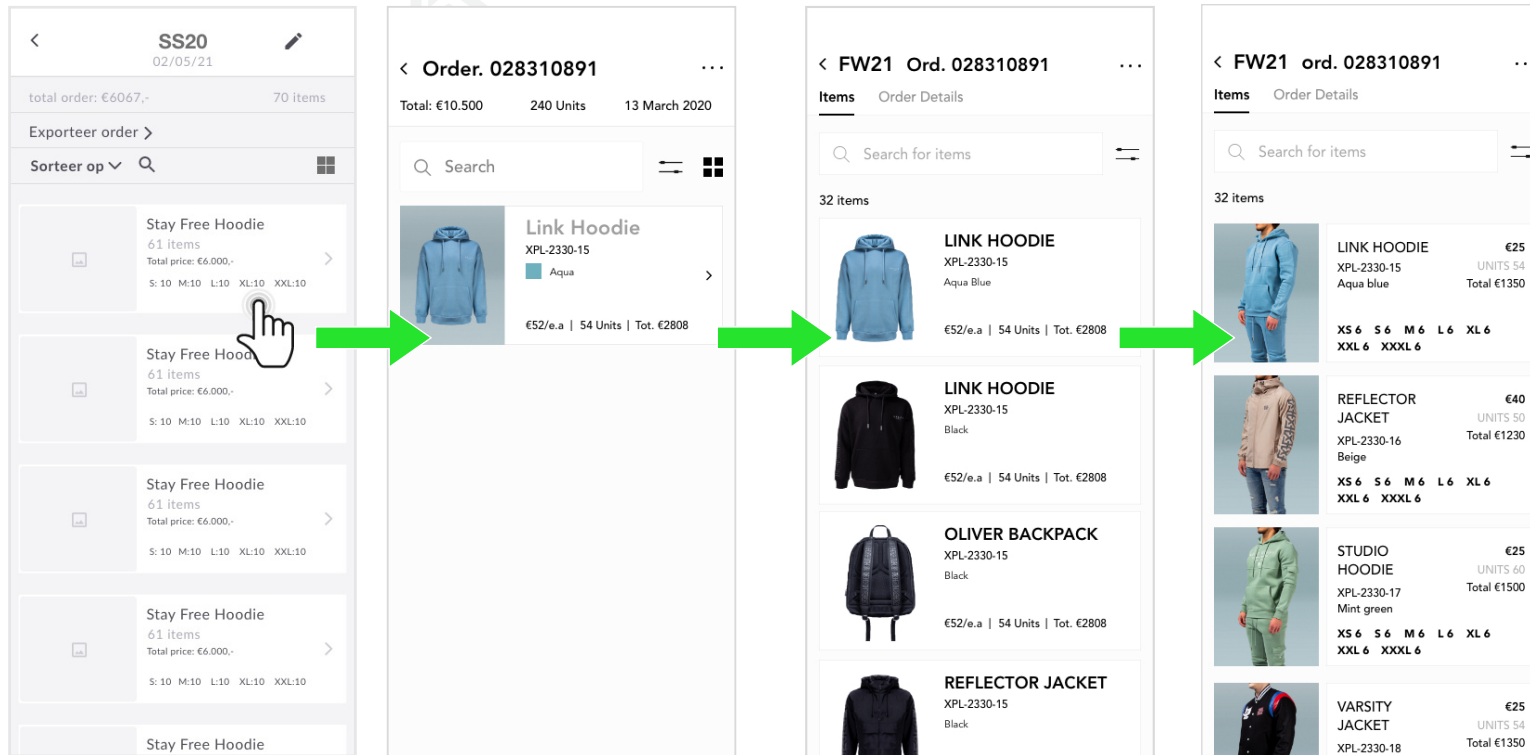
De search balk is in de body toegevoegd.

Om meer consistentie met de webshop van XPLCT te krijgen, is dezelfde blauwe kleur toegevoegd als de webshop.

HiFi 4.0

De delivery tekst heeft een icoontje gekregen om het meer op te laten vallen voor de retailer. De foto's behoren nu niet meer in het content blokje met de tekst, maar staan eraan.

Scherm ontwerp iteraties



Lofi 1.0

Rechts bovenin een 'edit' button waarmee de retailer de order kan aanpassen.

HiFi 2.0

De 'edit' button is weg gehaald. De retailer kan zijn order aanpassen door op een item te klikken en de hoeveelheden per maat handmatig aan te passen. Deze knop is vervangen met een 'meer' button. Er is een filter button toegevoegd aan de pagina. Het aantal bestelde stuks per maat zie je ook niet meer op deze pagina, maar pas als je op een item klikt.

HiFi 3.0

De informatie bovenin de header is weg gehaald. In plaats daarvan is deze informatie samen met andere belangrijke informatie verplaatst naar 'order details'.

De pagina is dus onderverdeeld in 2 categorieën wat je in de slider van de header kunt zien.

HiFi 4.0

Per item kan je in 1 oog opslag zien hoeveel stuks de retailer per maat heeft besteld.

Product Biografie

[Zie hoofdstuk: LoFi User Test - resultaten](#)

[Zie hoofdstuk: Testplan - Feedback](#)

Conclusie

Design Challenge

Hoe kan een digitaal product het gehele inkoop proces voor de retailers van XPLCT ondersteunen, waardoor de inkoop ervaring versterkt wordt?

Conclusie

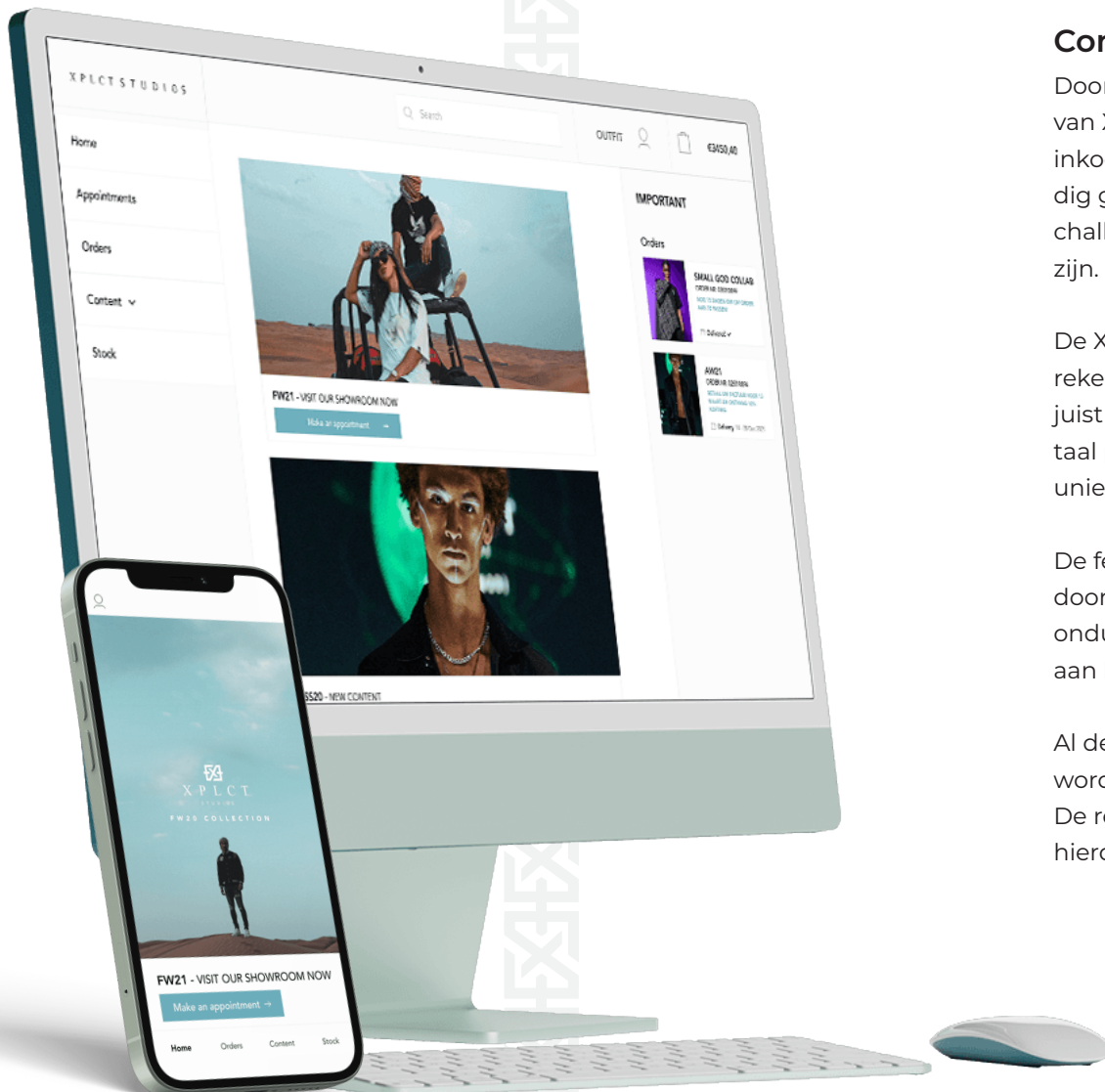
Door nauwkeurig contact te hebben gehad met retailers, in de wereld van XPLCT als kledingmerk & achter de schermen te duiken en het inkoop proces nauwkeurig in kaart te hebben gebracht, kan er volwaardig gezegd worden dat de XPLCT APP een antwoord geeft op de design challenge hier boven en alle eisen uit het programma van eisen voldaan zijn.

De XPLCT APP ondersteund het gehele inkoop proces met daarbij wel rekening te hebben gehouden dat sommige stappen binnen dit proces juist niet vervangen moeten worden, maar ondersteund door een digitaal product, zoals een bezoek aan de showroom, wat de inkoop ervaring uniek maakt.

De feeling en huisstijl van het merk zijn volledig geïntegreerd in de app, door middel van user tests is de app als positief ervaren en er zijn geen onduidelijkheden of problemen meer waar retailers voorheen wel tegen aan liepen.

Al deze factoren zorgen ervoor dat de inkoopervaring bij XPLCT versterkt wordt met de XPLCT APP.

De retailer krijgt zo een professioneler beeld van het merk, en verkoopt hierdoor ook grager de ingekochte kleding aan zijn consumenten.





Aanbeveling

Aanbeveling

Tijdens dit gehele project heb ik me gefocust op het ontwerpen van de schermen voor de retailer kant. De XPLCT APP is echter een B2B oplossing, wat betekent dat XPLCT de app ook zal gaan gebruiken.

In de toekomst zullen er ook schermen ontworpen moeten worden om te laten zien hoe de app werkt als XPLCTer gebruik van maakt. Hier komen andere functionaliteiten bij kijken dan bij de retailer functionaliteiten.

Nawoord

Ik heb dit gehele project met liefde gevolgd en er erg veel plezier en energie uit gehaald.

Ik vond het erg tof om 5 maanden in de wereld van XPLCT te duiken dat veel meer is dan 'gewoon een kleding merk'.

Ik wil de eigenaren van XPLCT, Shaquille Gunther en Garezi Septara bedanken voor het warme ontvangst en fijne contact wat ik met hun heb ervaren.

Ook wil ik mijn afstudeer begeleidster Jannie Dijkstra Pinto Leite bedanken voor het begeleiden tijdens dit project, ik heb veel van haar kunnen leren en kon altijd terecht voor nauwkeurige feedback.

Ook mijn groepje genootjes, Milo Zwemmer en Freek van Santvoord waren goeie sparringspartners tijdens dit project.

Bronnenlijst

Afbeeldingen: Internet

Afbeelding: Persona

Background photo created by katemangostar - www.freepik.com

Afbeelding: NuOrder

<https://www.nuorder.com/wp-content/uploads/2020/09/tab-i-1.png>

Afbeelding: JOOR

<https://images.squarespace-cdn.com/content/v1/5cece4980e->

Afbeelding: Colect IO

<https://images.cmft.io/1115457393585688576/1325727203798945792/13257>

Afbeelding: Fashion Cloud

https://fashion.cloud/wp-content/uploads/2019/09/All-products_mo-

Afbeeldingen: XPLCT Webshop

Screenshots van :<https://www.xplctstudios.com/>

Bronnen internet

What is Business-to-Business?

Nanning, M. (2020, 22 december). Wat is Business-to-Business? | B2B, BtB en wat zijn voorbeelden? B2B Marketing Weblog. <https://www.b2b->

Principles of User Interface Design

Porter, J. (2019). Principles of User Interface Design. Bokardo. <http://bokardo.com/principles-of-user-interface-design/>

Afbeeldingen: Screenshots Apps

Afbeelding: SNKRS App

Screenshot van de app SNKRS met mijn telefoon.

Afbeelding: CONFIRMED App

Screenshot van de app CONFIRMED met mijn telefoon.

Afbeelding: Adobe XD App

Screenshot van de app Adobe XD met mijn telefoon.

Afbeelding: ZARA HOME App

Screenshot van de app ZARA HOME met mijn telefoon.

Afbeelding: UberEats App

Screenshot van de app Uber Eats met mijn telefoon.

Afbeelding: DHL App

Screenshot van de app DHL met mijn telefoon.

Afbeeldingen: Screenshots Internet

Afbeelding: NuOrder screenshot

Screenshot van de recording van de live demo met NuOrder.

Afbeelding: Order XPCLT

Digitale versie van de bestaande order van XPLCT voor een retailer.