UX & UI voor marketeers

Niki Smeets

NCOI LEARNING

1.
Inleiding

Planning

Deel 1

Business value, Link met marketing, deel 1 van UX design process.

Deel 2

Deel 2 UX design process, principes van UI design en UX roles & teams.

Wie is wie?
& housekeeping

- Virtual Classroom aanmelden met voor- en achternaam
- We nemen ook nog een korte koffiebreak wanneer nodig

Niki Smeets

@nikiatdakanani

nikismeets

niki@atelerix.be

KBC

Flanders.jp

POMMEKE
the real belgian fries

Belfius
Bank & Insurance

ZURU ZURU RAMEN

IMMOWEB

Intro game

pomplemoose.be/hero-introductie

PASS: WijZijnLegoHelden!

Wat is UI?

UI

UI is het middel waarmee een mens interactie heeft met een computersysteem. Het is een manier om een gebruiker door visuele weergaven door de interface te leiden.

Achtergrondkleuren, lettertypen, knoppen en pictogrammen vallen dus allemaal onder de gebruikersinterface.

Wat is UX?

UX

Bij UX gaat het erom hoe mensen omgaan met je merk, inclusief hoe ze omgaan met je website en app-ontwerp.

UX is daar echter niet toe beperkt het omvat ook de interacties van een gebruiker met je producten, services, verkopers, enzovoort.

Wat is CX?

CX

Bij CX ga je op zoek naar de klanten beleven deze gaat verder dan alleen je “gebruikers”.

CX is een holistische methode die niet enkel zich afspeelt op het digitale vlak.

2.
Business value

Why should we care?

Goals of the business

Wanneer gebruikers naar je website of app komen zijn er bepaalde doelen die je wilt dat ze bereiken.

Ux taak hierin is uitzoeken en verduidelijken wat deze doelen zijn en een eenvoudige en gebruiksvriendelijke manier zoeken om deze gebruikers hun doelen te bereiken.

The role of UX design is to help users achieve goals. UX designers combine the knowledge of human psychology with research and logical skills, which gives them a superpower — they can discover how to design to achieve the results you want.

Key metrics

Een goede Ux structuur kan ook zorgen voor waardevolle Data!

Je hebt data nodig om de nieuwe functies of implementaties te meten zowel voor als na, en het effect dat het heeft op de business.

Investing in good UX

Des te vroeger je als bedrijf investeert in kwaliteitsvolle UX hoe sneller je mogelijke uitdagingen en problemen oplost. Vaak voor ze naar development gaan.

Het spreekt voor zicht dat als je gebruikers noden en usability links laat liggen dat jee vraagt om problemen.

infragistics study on Business Value of User Experience - By Jim Ross

It has been estimated that for every $1 to fix a problem during design, it would cost 5x more to fix the same problem during development and 30x times more after the product's release! Since software development is always pretty expensive, it just makes sense to invest in UX design.

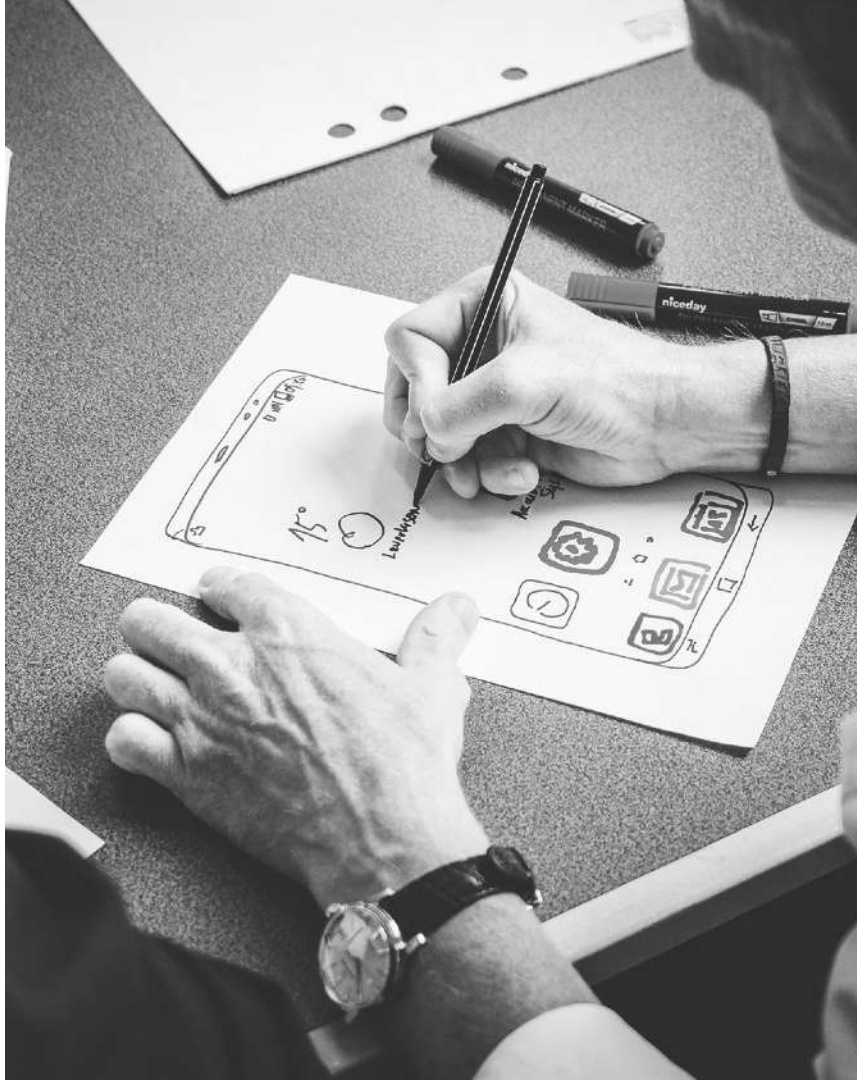
Benefits of UX Design

Meets the users needs

If your users are involved in the design process then your final product should meet their needs. That should deliver a more commercially viable offering and thus higher levels of profit for the company.

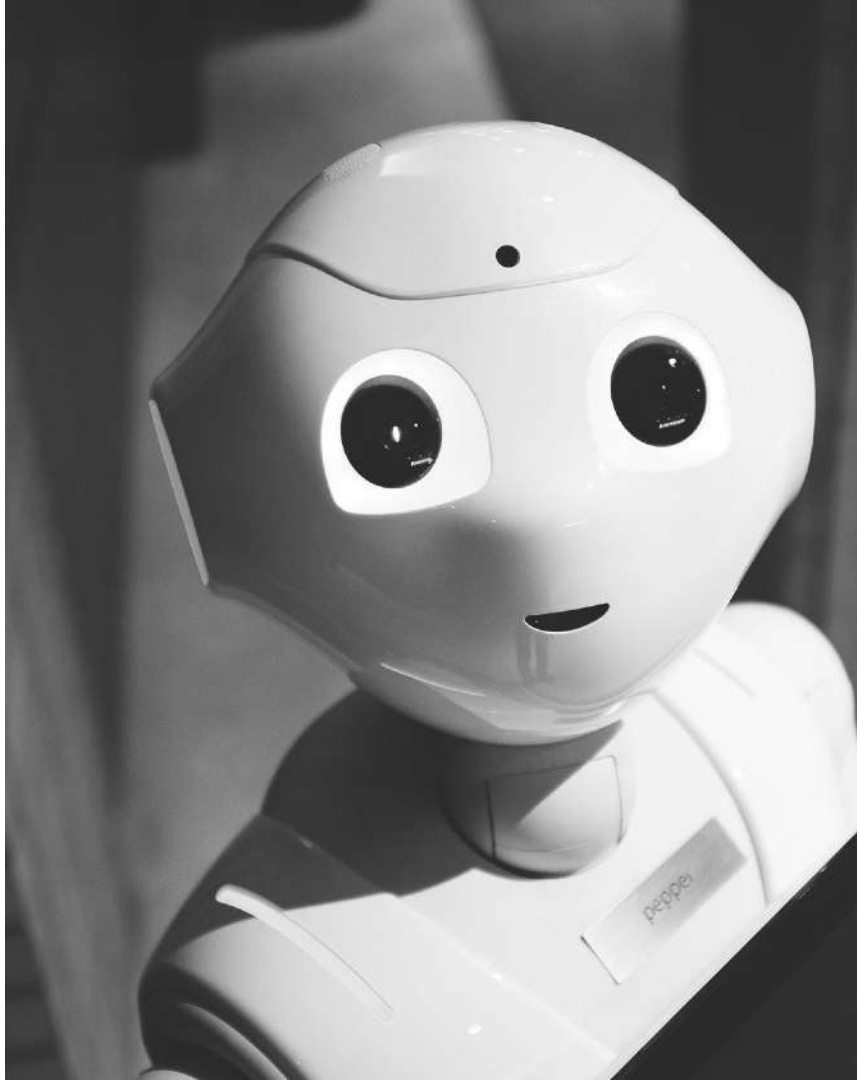
Require less thinking

It's cheaper and easier to tweak sketches, wireframes and prototypes than it is to tweak a product after launch. UX enables a company to work out what doesn't work and then abandon it before the development phase rather than after.



Less risk to the Biz.Rep.

UX is a quality measure. When you release products that users love to use and that meet their needs; your business reputation will grow. Conversely if you don't get things right - your reputation will fall.



Less scope creep

If you define the user's needs and then design with them in mind; there should be a whole lot less scope creep and that makes it easier to budget for a project and to define a delivery timetable.

More competitive

The research phase of UX means that you should know what competitors are doing and how your product will be "better". Design in this manner is based on the evidence and not on the "gut instincts" of the development team.

Direct benefits of UX

1. Meets the users needs
2. Require less thinking
3. Less risk to the Biz. Reputation
4. Less scope creep
5. More competitive

Indirect benefits

Lower costs of pro.dev.

Well defined projects which are on time and on budget are less expensive than those that are continually redefined.

Customer satisfaction.

If the UX for a product is high then you'll have happy customers reducing the burden on both support teams and customer services.

3.
Link met marketing

Marketing Communication strategy

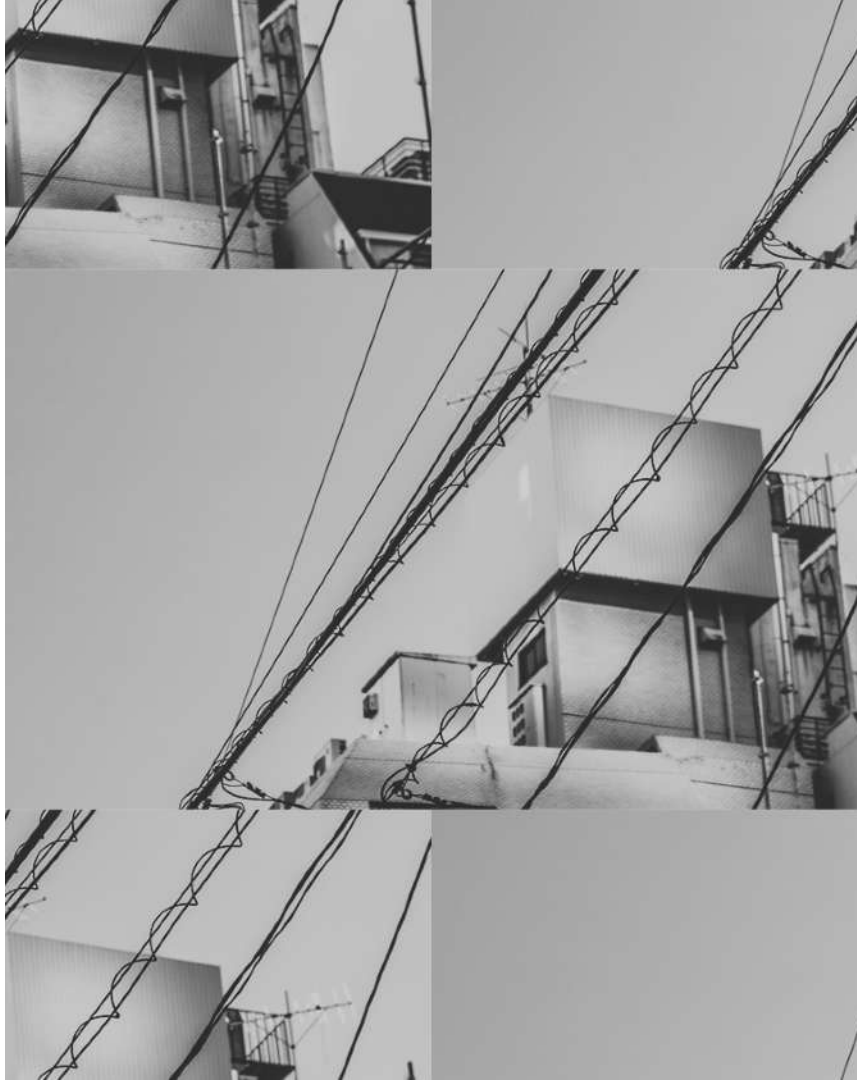
Stap 1 | Research

1. Marktsegmentatie
2. Doelgroepbepaling
3. Differentiatie
4. Positionering

Stap 2 | Creatie

Doelstelling (door wijze van communicatieplan)

1. Situatie analyse, **Waarom?**
2. Communicatie Doelgroep, **Wie?**
3. Communicatie Doelstelling, **Wat?**
4. Middelen, Technieken, kanalen, media,…
   Hoe en waar?
5. Budgetten, **Hoeveel?**
6. Meten van resultaten, **Hoe effectief?**



UX Strategy

UX Strategy

Stap 1.
Research & Analysis

Stap 2.
Design & Prototyping

Stap 3.
Evaluation & Beta Test

Overlap UX & Marketing

Overlap

Research-driven

Marketing: Customer behaviour, preferences, spending patterns.

UX: User needs, behaviour and preferences.

Tools are also very similar: interviews, focus group discussions, surveys, ethnographic research, formulation of user personas, and many more.

Overlap

Psychology

Making a product as desirable to the customer or user as possible.

Marketing: Spend money to purchase.

UX: Have a great experience.

Overlap

Psychology

A keen understanding of psychology is crucial to appeal to users by delivering value—be it social, economic, or otherwise—and using elements like *typography, colours and imagery to invoke emotional responses*.

Difference

Psychology

Marketing: Design the best campaign for a product.

UX: Design the best product.

Conversion vs UX

Marketing focus

Ultimately increasing the sales of the product, and directly feeds into the bottomline of the company

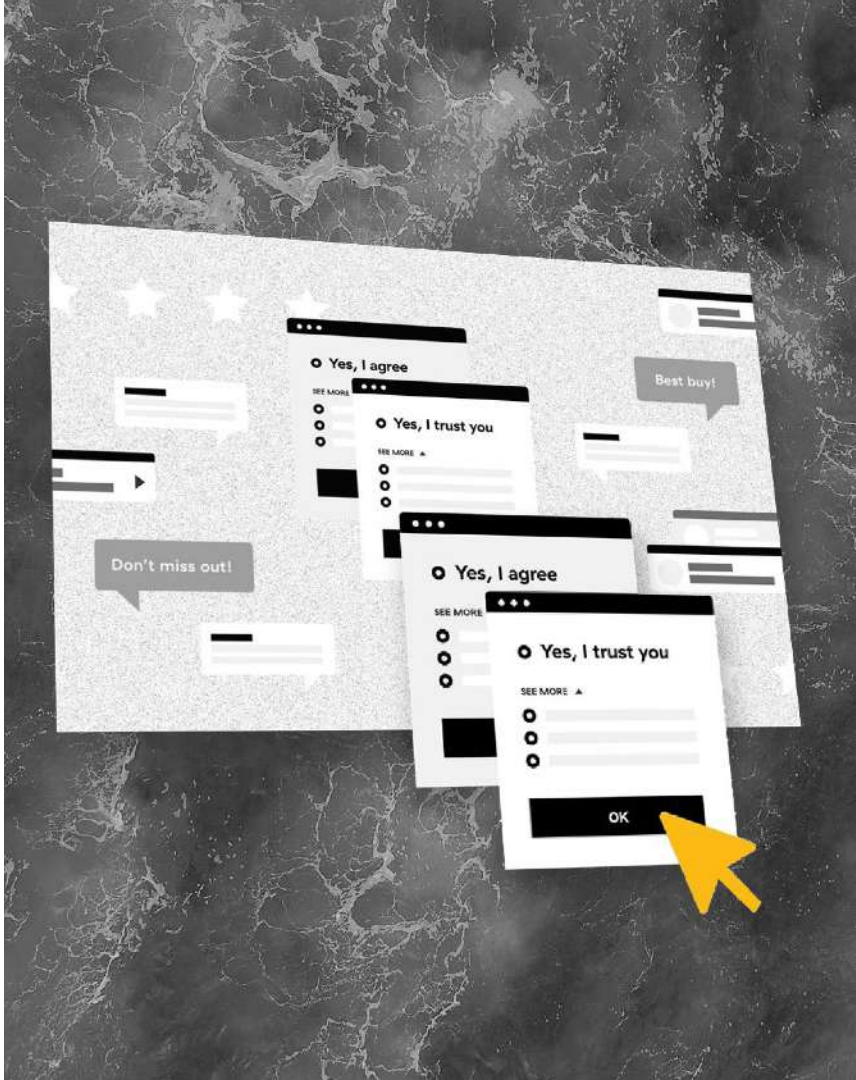
UX focus

Building the best experience for the user, regardless of whether it ultimately adds to the company's bottomline.

Downside

Mixing marketing and UX techniques sometimes creates unwanted side effects.

- ***Dark patterns***
- ***Branded apps***



Big vs individual

Marketing *usually focuses on the big picture, large demographic surveys that show broad consumer trends.*

UX *research is “not about markets, trends” but “what a person feels about using a product or service.” The individual behaviours.*

4.
UX-designproces

UX Strategie & workflow in organisatie

UX Strategy

Stap 1.
Research & Analysis

Stap 2.
Design & Prototyping

Stap 3.
Evaluation & Beta Test

1. Research & Analysis

Brainstorming & best practices analysis
Audience definition
Focus groups
User scenarios

2. Design & Prototyping

Wireframing & (paper) prototype
Usability metrics
Framework
UX design
UI design
Alpha version

3. Evaluation & Beta Test

A/B testing
Custom User Testing
Usage Logs
Analysis & Support Calls

User research Methodes & frameworks

Personas

UX persona (≠) Marketing persona
Meestal zijn dit de oorsprongen:

Marketing persona
> marketing segmentatie > doelgroepbepaling

UX persona
> Gebruikers data > gedrag based

Personas

How do we start?

1. Collect information about your users
2. Use Behavioural patterns from research data
3. Create personas and prioritise them

Personas

Building a persona (min):

- Name
- Service attitude (what type of person)
- Description
- Motivation & demotivation

USER PERSONA - workshop worksheet

Types

Reason to use our products

Reason to buy our products

Personality

Interests

Skills

Tech skills

Atelerix
Creative Consulting

The Player Persona — workshop worksheet

Atelerix
Creative Consulting

Name

Biography

Motivation

Tech Skills

Quote

Goals

Pains

Bartle

Killer	Achievers
Socialites	Explorers

Demographic

Gender

Age

Status

Job

Industry

City

Country

Personality

Extrovert	Introvert
Sensing	Intuitive
Thinking	Feeling
Judging	Receiving

Interests

Archetype

The Player Persona

*Is similar to a **user persona**, but it also examines some **gamification-specific elements** which would not otherwise exist in a standard user persona.*

Bartle Game quadrant

Bartle breaks up the way people play games into four simple categories.

- *the Killer, 1%*
- *the Achiever, 10%*
- *the Socializer, 80%*
- *the Explorer, 9%*

12 Archetypes

Jungian archetypes are defined as universal, primal symbols and images that derive from the collective unconscious, as proposed by Carl Jung.

Hero

CHARACTERISTICS
Strength, courage, stamina, faith, competing against great odds.

CHALLENGES
Arrogance, delusions of grandeur.

Caregiver

CHARACTERISTICS
Compassion, steadiness, loyalty, empathy.

CHALLENGES
Arrogance, delusions of grandeur.

Sage

CHARACTERISTICS
Wisdon, intellegence, clarity of thought, rational decision making.

CHALLENGES
Feeling disconnected, passiveness, arrogance.

Citizen

CHARACTERISTICS
Fairness, stewardship, accountabilty.

CHALLENGES
Righteousness, recklessness.

Innocent

CHARACTERISTICS
Openness to experience, trust, honesty.

CHALLENGES
Naiveté, denial that problems exist.

Sovereign

CHARACTERISTICS
Order, stability, control, tradition, resolute.

CHALLENGES
Entitlement, greed, irrelevance, overconfidence.

Lover

CHARACTERISTICS
Belonging to a group, willingness to sacrafice for others.

CHALLENGES
Lack of own identity, obsession, jealousy.

Magician

CHARACTERISTICS
Surprise, power of perception, intuition, cleverness.

CHALLENGES
Trickery, hubris, manipulation.

Creator

CHARACTERISTICS
Nonconformity, imagination, sense of aesthetics.

CHALLENGES
Over-dramatization, perfectionism.

Jester

CHARACTERISTICS
Humor, originality, irreverence.

CHALLENGES
Cruelty, being misunderstood, inefficiency.

Explorer

CHARACTERISTICS
Independence, testing limits, bravery, non-conformity.

CHALLENGES
Aimlessness, alienation, self-indulgence.

Rebel

CHARACTERISTICS
Leadership, risk taking, individuality, bravery, honesty.

CHALLENGES
Negativity, lawlessness, fanaticism.

Mini workshop time

Let’s make a Player Persona Template

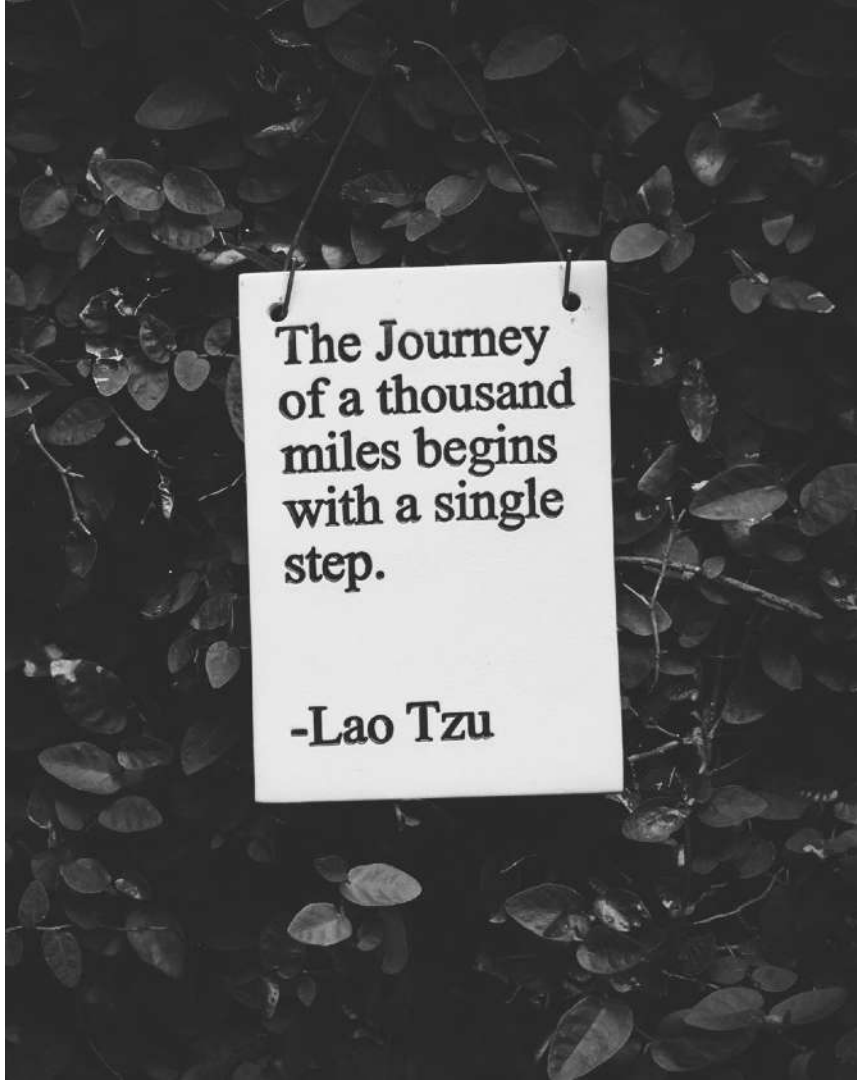
Customer journey

Basic customer journey mapping Stages:

1. Awareness
2. Consideration
3. Purchase
4. First use
5. Ongoing use
6. Discontinue
7. recycle/renew

Journey map variations

- As-is vs To-be journey maps
- User journey vs Customer journey maps
- Journey map vs Service blueprint



Simple CJ map

Hoe beginne we nu hieraan?

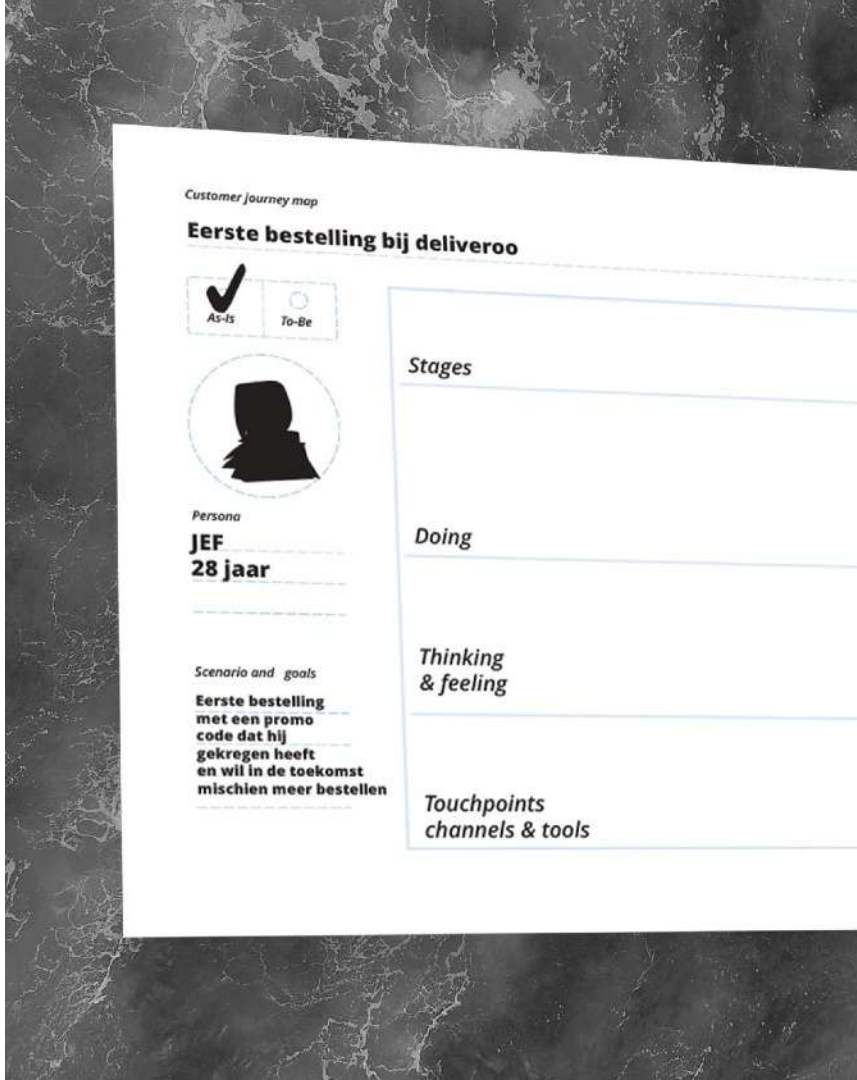
Simple CJ map

First you set the stage

Welke actor of persona gebruiken we?

Wat is het scenario dat we doorlopen en wat zijn de gebruiker zijn goals?

Is het nu(as-is) of hoe het moet worden(to-be) ?

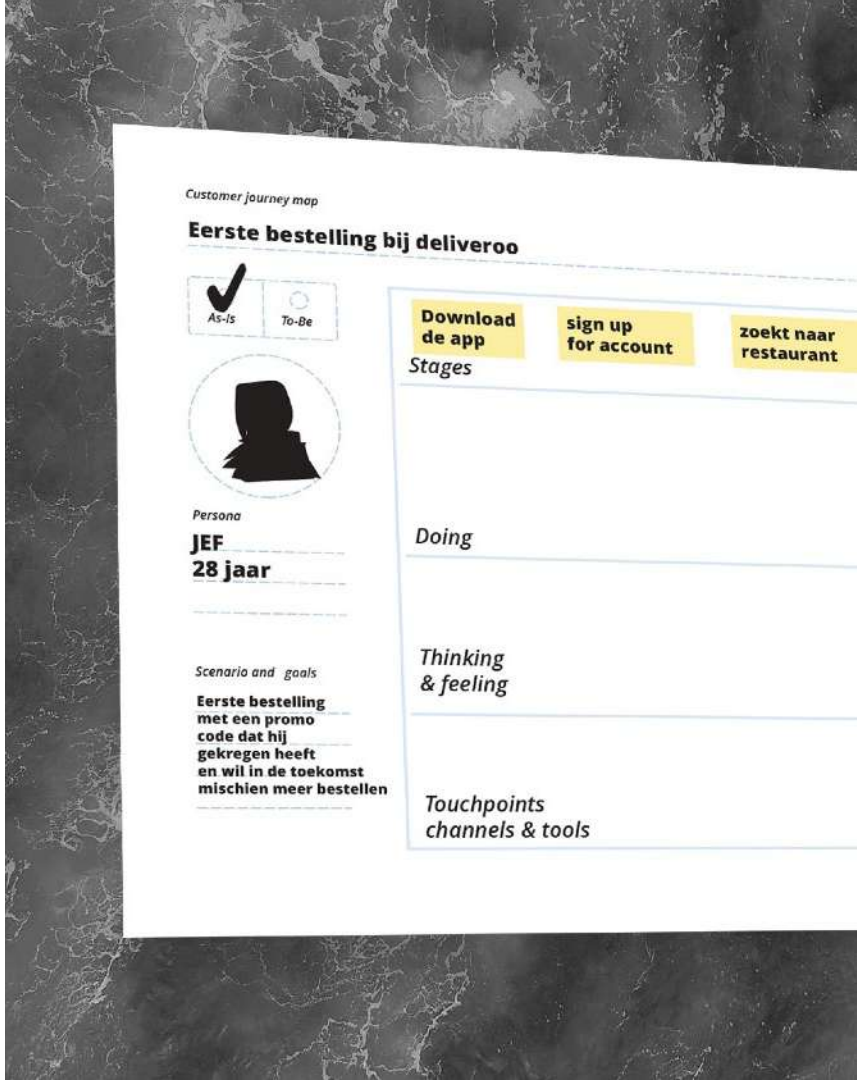


Simple CJ map

Bepaal de stages

Denk aan grote definieerbare blokken :

1. Awareness
2. Consideration
3. Purchase
4. First use
5. Ongoing use
6. Discontinue
7. recycle/renew



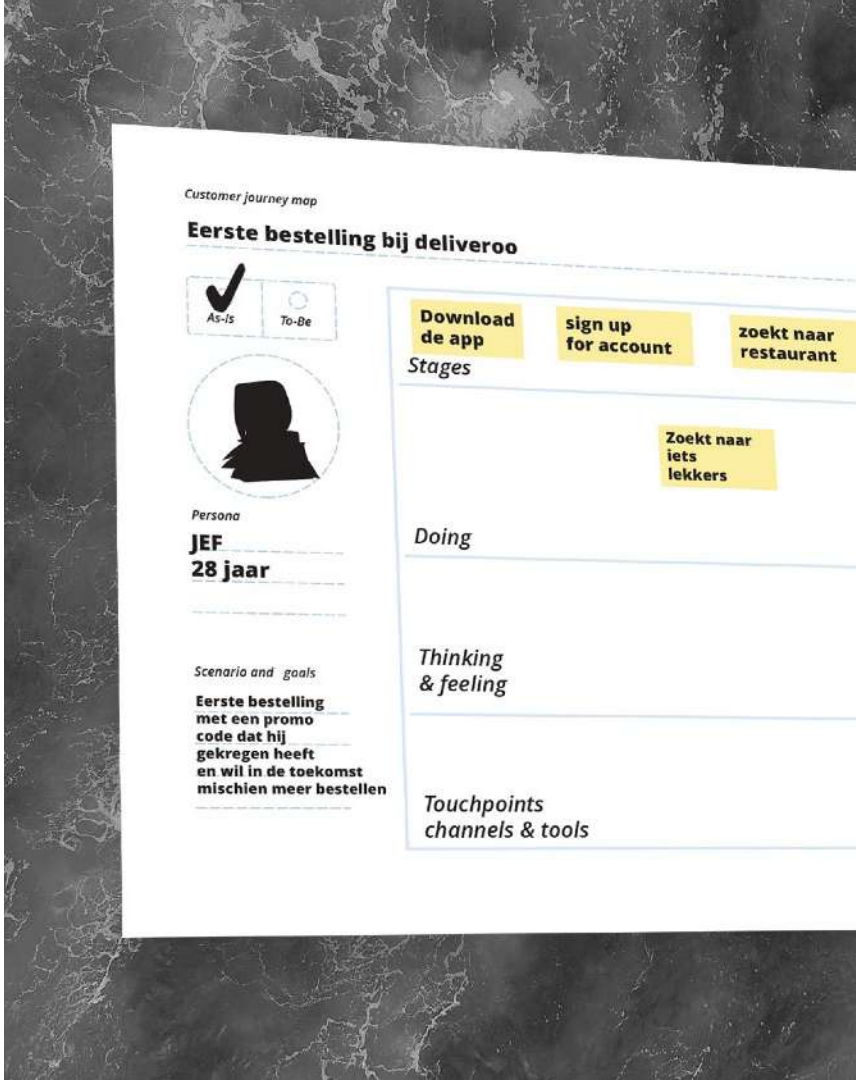
Simple CJ map

What is your user doing ?

Welke acties onderneemt onze gebruiker per fase.

Pro tip

Denk aan key acties niet te ver in detail gaan.



Simple CJ map

Thinking and feeling both different but linked!

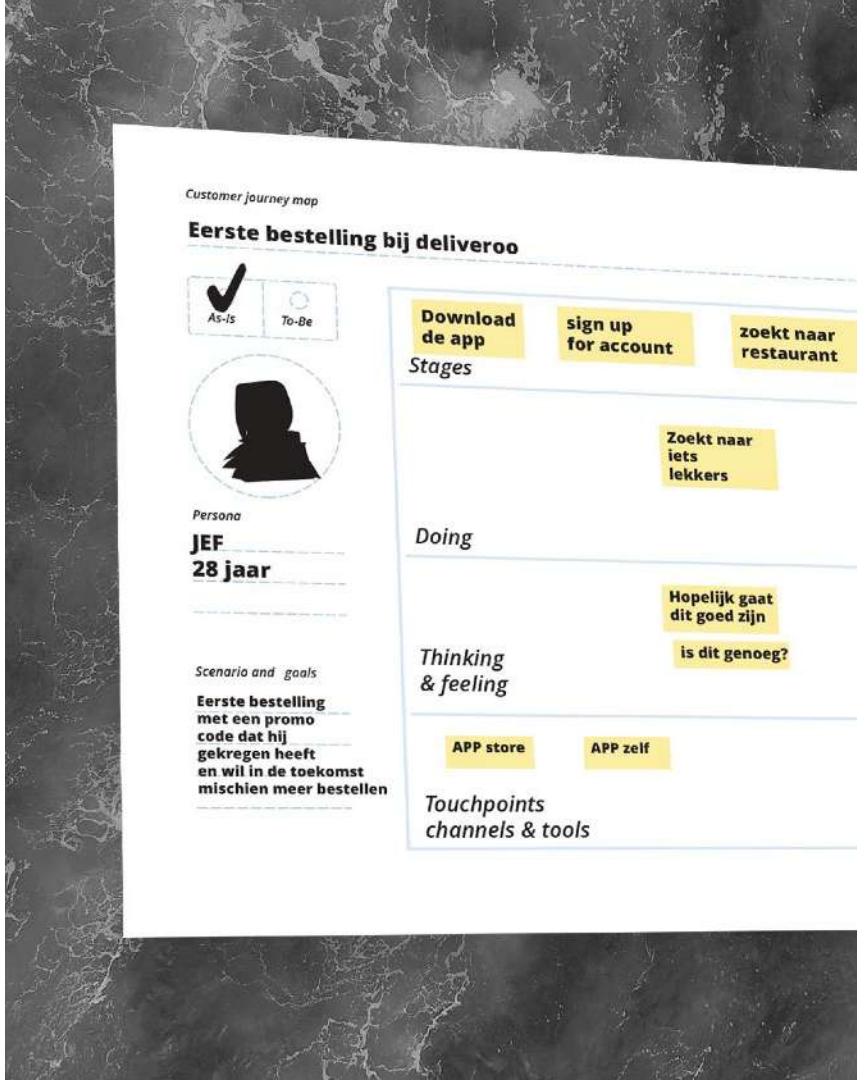
Beschrijf de gebruiker zijn vragen of bedenkingen samen met zijn gevoelens over de taak die hij momenteel aan het doen is.

Simple CJ map

Touchpoints.

Schrijf per actie ook een duidelijk zij het fysiek of digitaal contact punt op.

Mensen, services, apps, tools enz…



Simple CJ map

Finishing touches!

Heb je een empathy mapping gemaakt van je persona bekijk dit ook in functie van je scenario voeg toe wat toepasbaar is.

Een Value proposition canvas kan ook handig zijn dit te verwerken.

Simple CJ map

Finish the phases!

Eens je een duidelijker customer journey hebt kan je de pijn punten gaan identificeren. En op zoek gaan naar verbeteringen.

Mini workshop time

The user journey of a new deliveroo user

Service blueprints

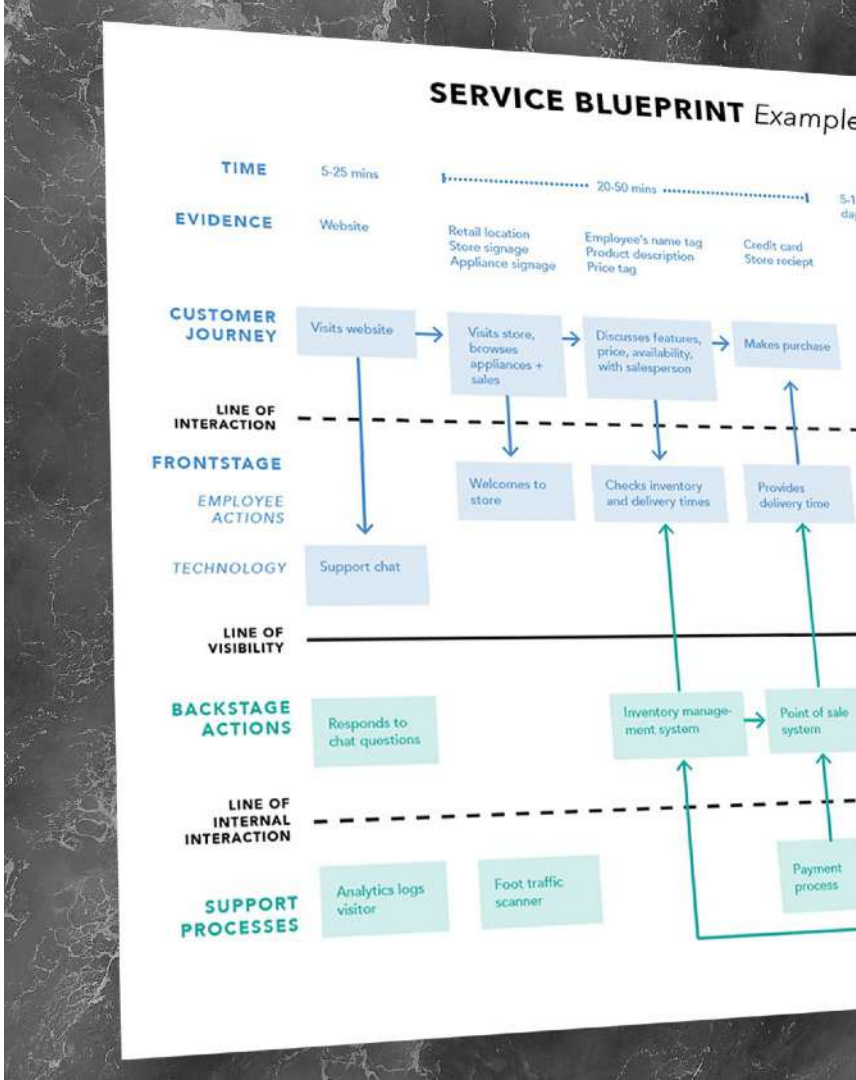
Een Customer Journey neemt plaats “frontstage” of alle aspecten die je eindgebruiker ziet of doorheen moet.

Een Service blueprint gaat zich meer bezig houden met de “Backstage” en alle support acties “behind the scenes” die je eindgebruiker niet ziet.

Service blueprints

Line of visibility

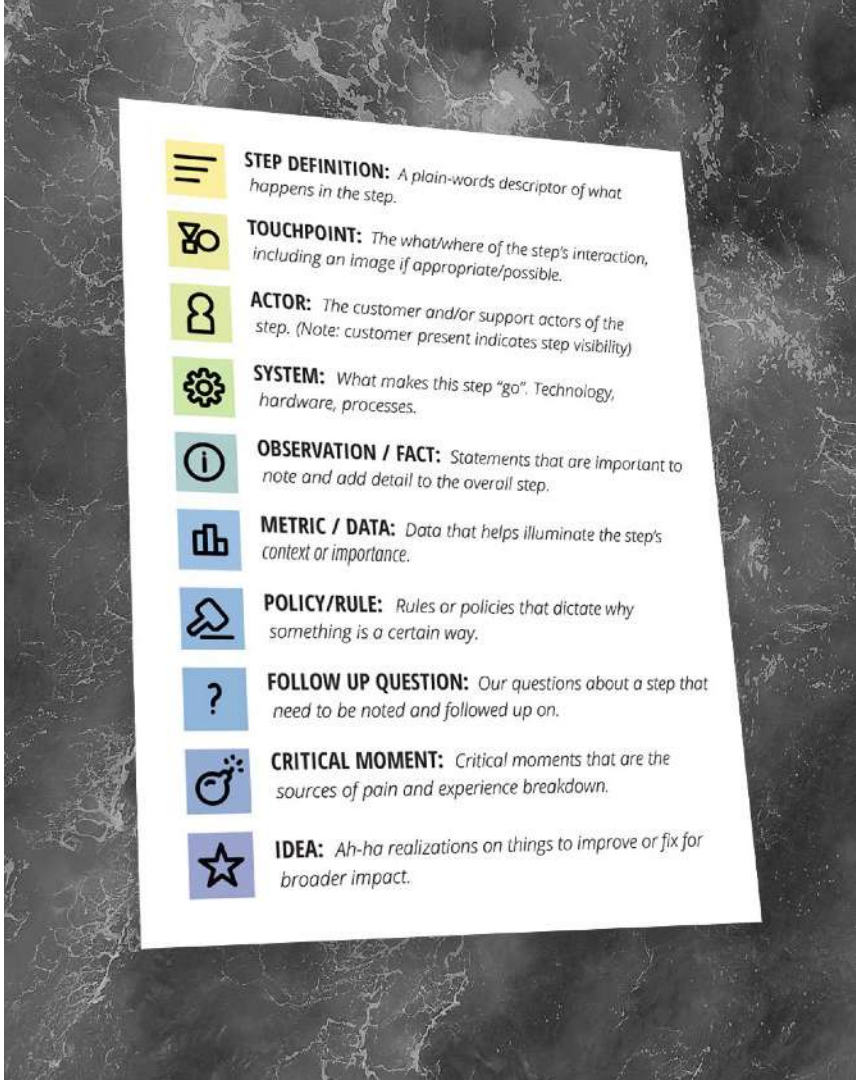
Tussen wat onze gebruikers of klanten zien en niet zien.



Practical blueprinting

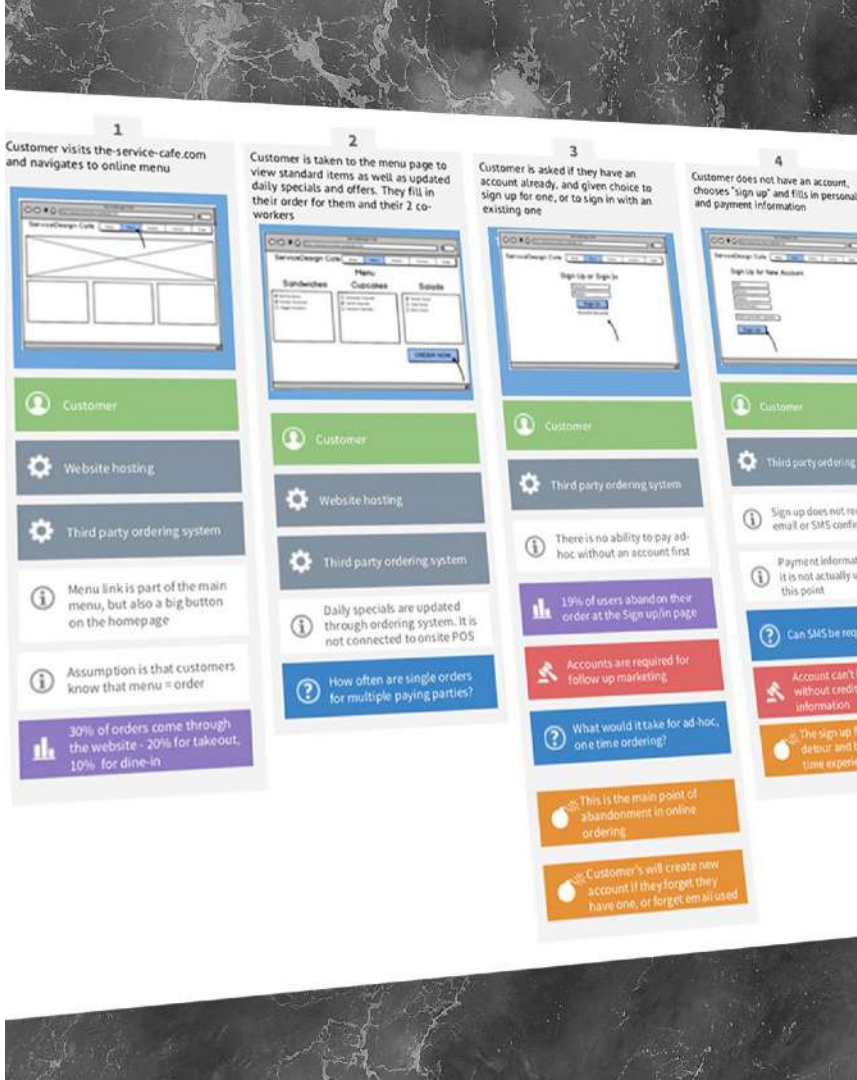
First 7 layers paint the picture of action taking place in the step and provide context for the team to generate insights.

Last 3 layers are the goal of the blueprint these are the insights that will lead to actionable service improvements.



Practical blueprinting

Example and understanding.



Analytics

Eerst een heel belangrijk onderscheid maken tussen Kwaliteit en Kwantiteit in elke analytics die je verzamelt.

Analytics

Wat ga je tracken?
Wat ga je meten?
Hoe ga je het meten (tools)?

Analytics

Kwaliteit (Qualitative) methodes

- Interviews
- Contextual inquires

Kwantiteit (Quantitative) methodes

- Google data studio + analytics (web+app)

Combinatie Qualitative & Quantitative

- Hotjar (website data)

Analytics

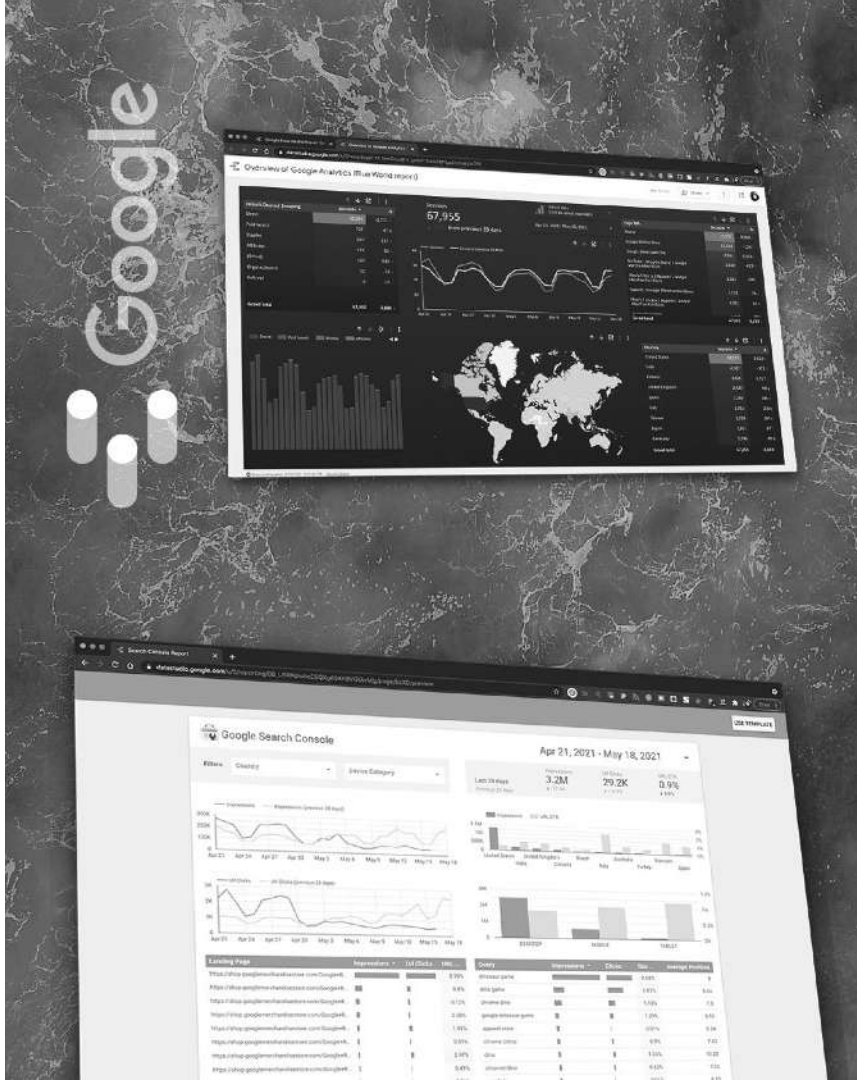
Qualitative

- Usability testing
- Heatmaps
- Focus groups
- Diary studies
- Session recordings
- User feedback

Analytics

Quantitative

- Web analytics
- Form analytics
- A/B testing (for large amount of users)
- Click testing



Contextual inquires

In-depth understanding of problem of challenge. This methode requires you to be a fly on the wall at the participance natural environment , let the participant talk, observe and conduct short style interview.

Also called site visit

Contextual inquires

4 Grounding Principles

Context

Partnership

Interpretation

Focus

Contextual inquires

A few tips

Observe and capture

Build rapport with participant

Master apprentice relationship

Ask for demonstration instead of explanation

Document in notes, sketches, photos and recordings if allowed.

Interviews

How to ask good questions?

Construction

1. Intro
    Goal? Use of data? Permissions?
    No bad answer and warm up!
2. Main part
    Broad overview
    Include questions so that you can validate assumptions
3. Closing
    Do they have Q?

Questions

✖

*Never a **Leading** question*

*Do not ask what **they want.***

*Don't ask if **they would buy …***

*Don't ask how much they would **pay**?*

✔

Past experiences

Show me how you … (complete a task)

Open ended questions

Compare 2 things

Try to understand the motivation behind…

Right mindset

You can Always ask a follow-up!
Ask Why!
You can reframe your question.
Don’t interrupt the participant ever.
Dig deeper if you discover something interesting
Pay attention to body language
It’s a conversation not an examination!

Magic wand trick 🔮

Empathy mapping

2 types of empathy mapping

- Says, thinks, feels, does!
- See, hear, say & do, Think & feel (with pains and gains)!

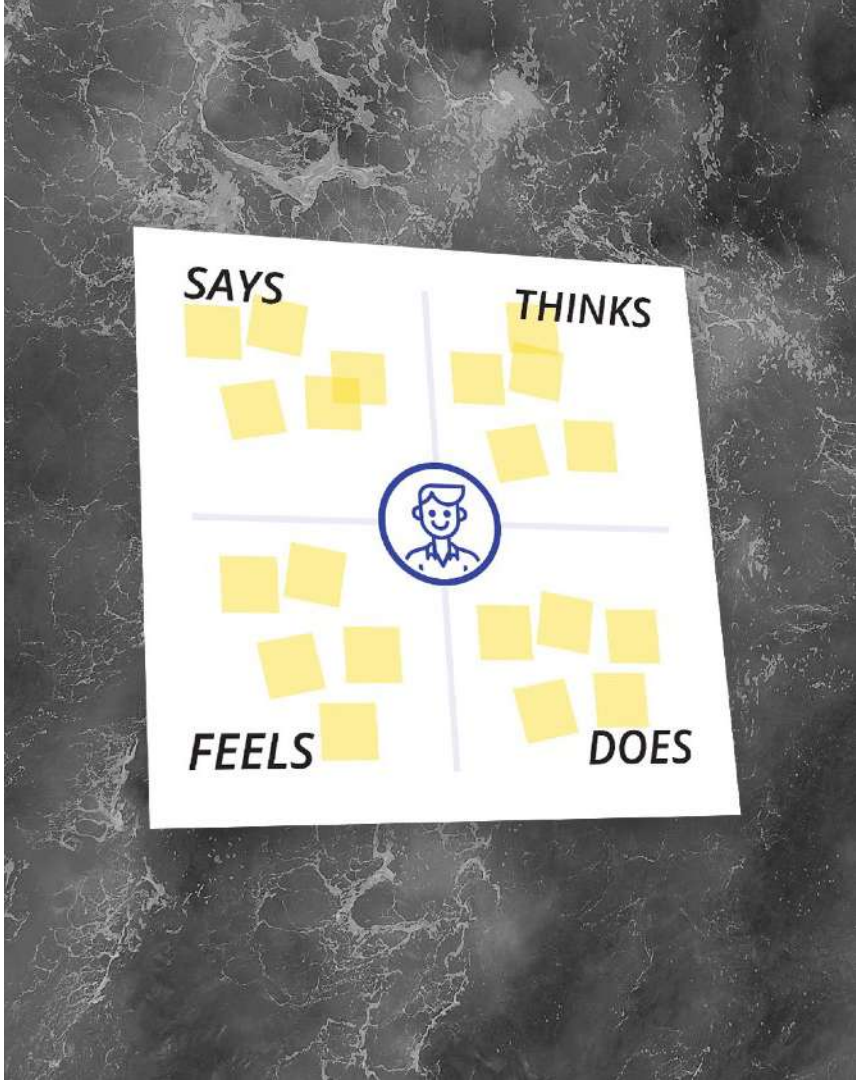
Why Empathy map?

Good starting point for mapping the user’s thoughts, feelings, needs, motivations, attitude, beliefs and issues.

A way to synthesise a users needs.
Helps create a user-centric mind in the team!

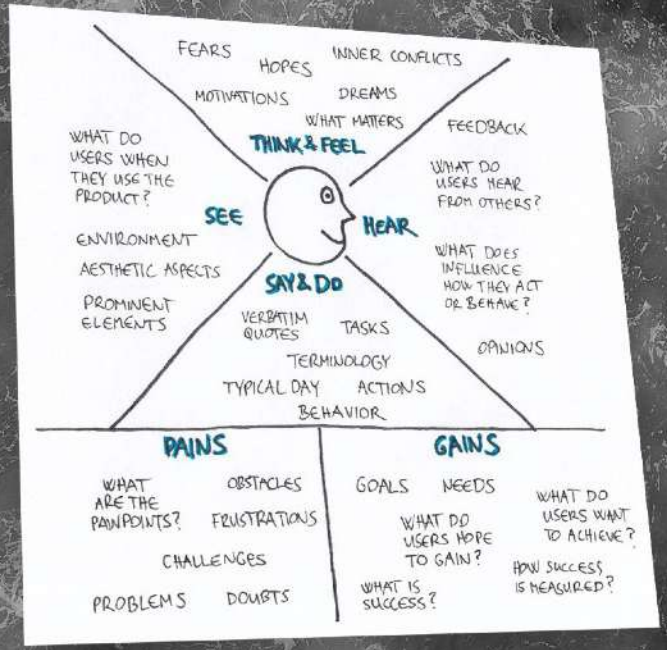
How to start?

Simplified version: Says, thinks, feels, does!



How to start?

UX standard: See, hear, say & do, Think & feel (with pains and gains)!



Mini workshop time

From our “first timer” deliveroo persona

UX & UI voor marketeers PART 2

Niki Smeets

NCOI LEARNING

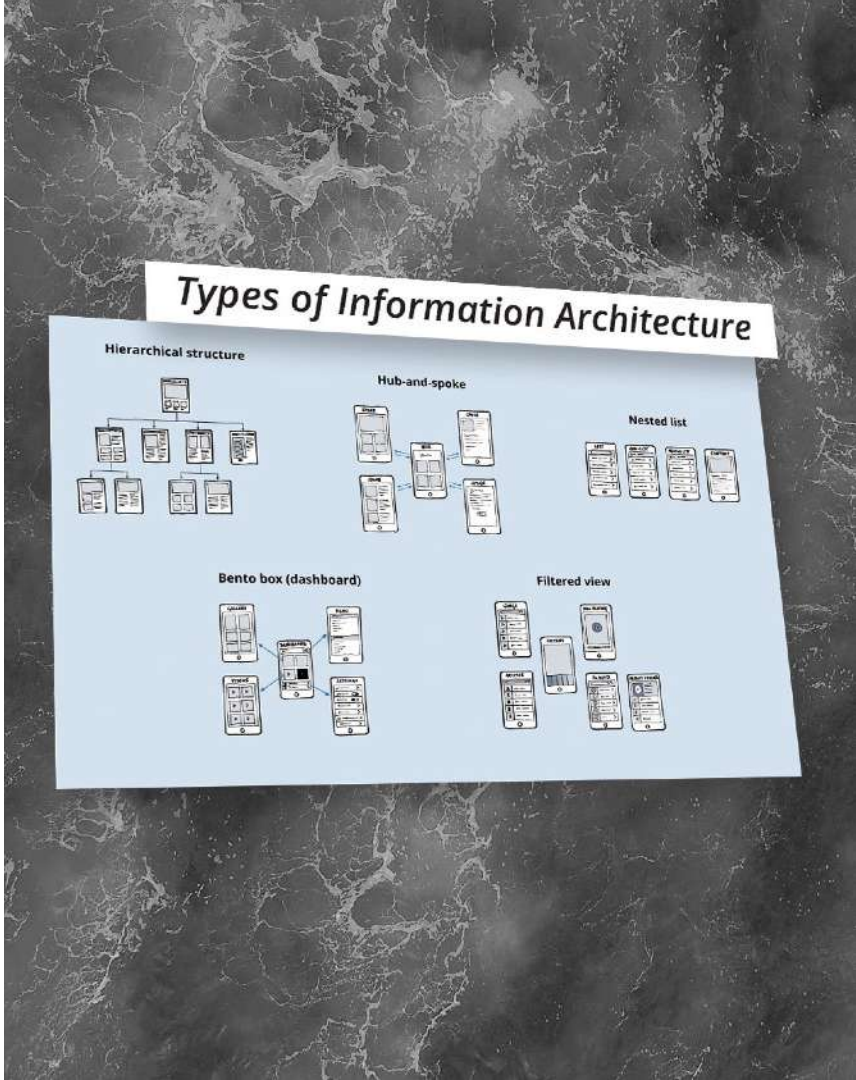
Opwarmer

Information architecture

Information Architecture

Structural design of shared information environments. Combination of organisation, labeling, search & navigation systems.

The art & science of shaping information products & experiences to support usability and find-ability.



Peter Moreville

Information Architects are the Architects of Understanding. They “help users to understand where they are, what they’ve found, what to expect, and what’s around.”

Information architect

Bouwt letterlijk bruggen:

Users & content

Strategy & tactics

Units & disciplines

Platform & channels

Research & practice

Information architecture

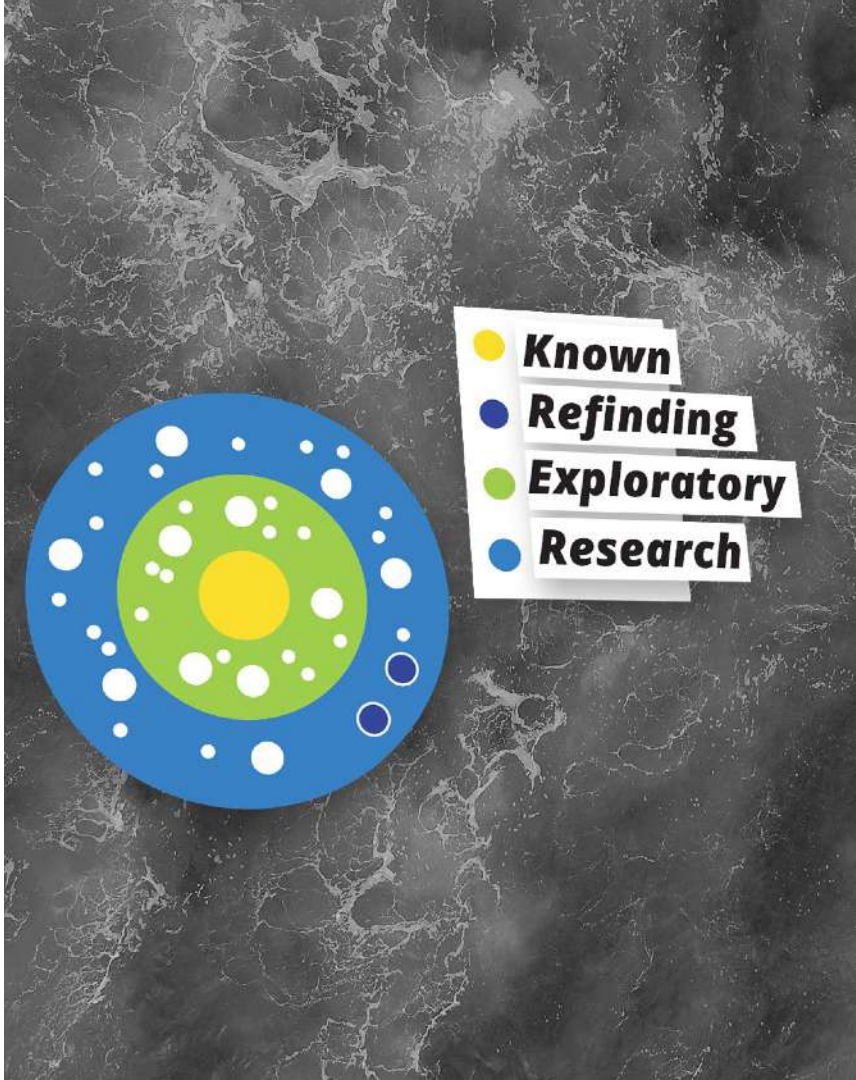
Je vind dit overal als je goed kijkt.
Bibliotheken, metro map, woordenboek, menukaar, bus schema, ziekenhuis documenten, luchthaven …

Doel:

Ons sneller en efficiënter informatie te vinden en begrijpen.

4 types of information

1. The right thing | Known item
2. Need it again | Refinding
3. Few good things | Exploratory
4. Everything | Exhaustive research

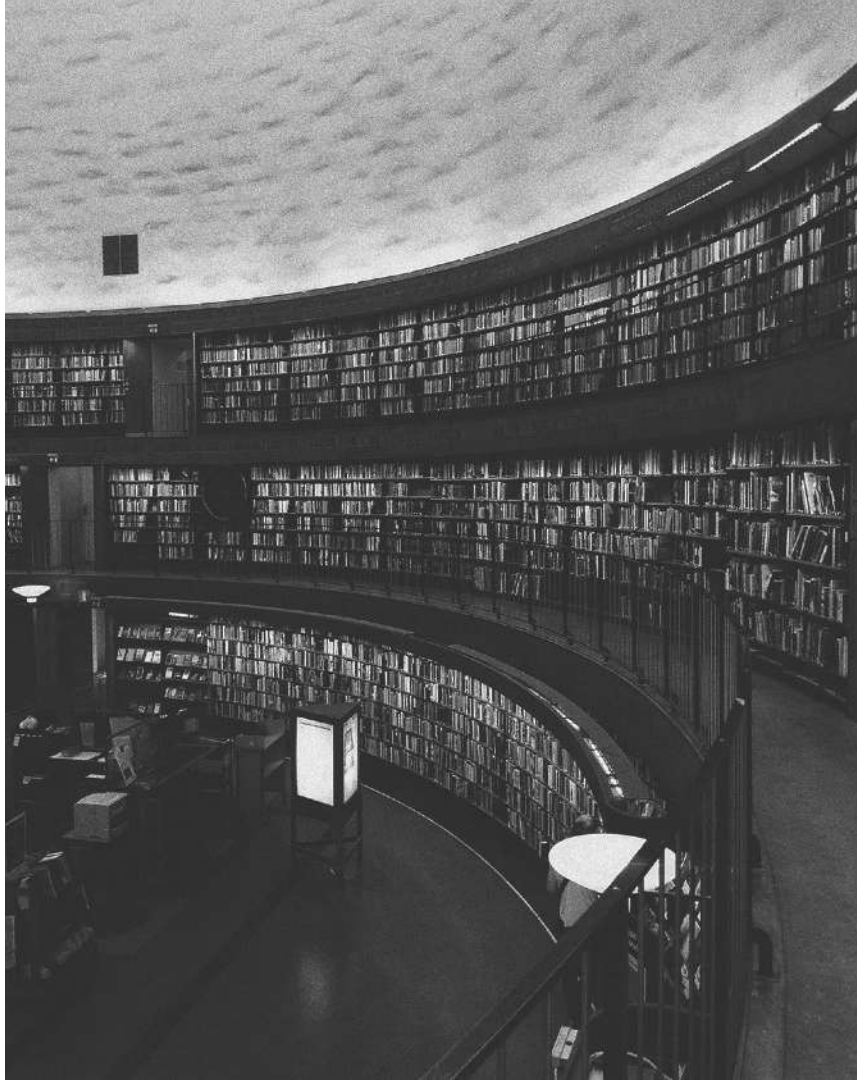


Information Architecture

Hoe start je hier aan?

IA is geen navigatie het is een logische structurering van informatie.

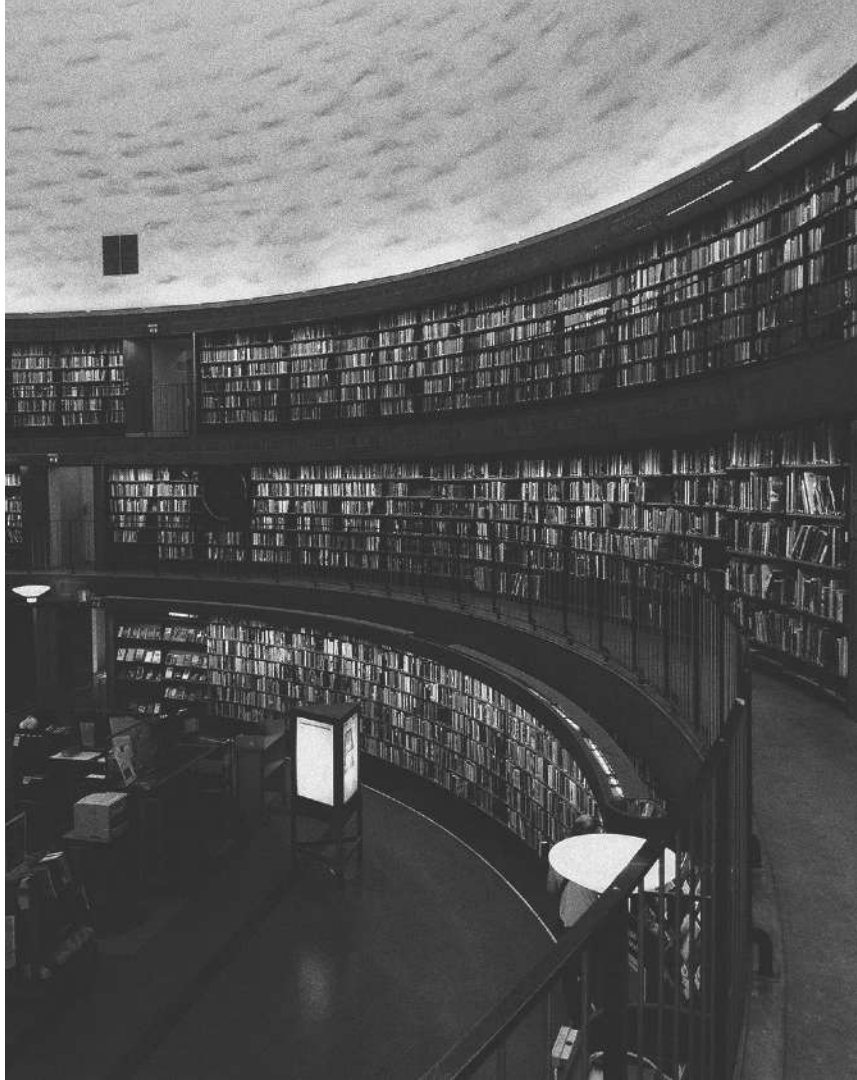
Stap 1.
Maak een index van alle info die getoond moet worden



Information Architecture

Stap 2.

Groepeer en zoek naar een logische menselijke ordening van informatie en categorieën.



Terminologie

Content inventory*: Examination of a website to locate and identify existing site content.*

Content audit*: Evaluation of content usefulness, accuracy, tone of voice, and overall effectiveness.*

Information grouping*: Definition of user-centered relationships between content.*

Terminologie 2

***Taxonomy development**: Definition of a standardized naming convention (controlled vocabulary) to apply to all site content.*

***Descriptive information creation**: Definition of useful metadata that can be utilized to generate "Related Link" lists or other navigation components that aid discovery.*

Card sorting

Weet je niet waar te beginnen, *information overload een perfecte techniek hiervoor is card sorting*

Stap 1. | *Post its*
Stap 2. | *Sorteer in groepen*
Stap 3. | *orden elke groep op belangrijkheid*

Design process

Design thinking principe

Een strategie moet haalbaar zijn en je workflow sturen, maar we moeten oppassen dat we strategie niet verwarren met het proces.

Het helpt je niet om je product te begrijpen, een doel te stellen of de kloof te overbruggen van waar je bent tot waar je wilt zijn.

Empathize
Define

Ideate
Prototype

Test
Implement

Real life design process

Een echt design proces is vaak een zoektocht.

Maar kan deze design thinking principes wel gebruiken voor een basis te vormen in jouw bedrijf.

1. STRATEGY

Stakeholder discussions
Project goals
Brand Strategy

2. DISCOVERY

Analysis
Content Audit
User Interviews
Surveys
User testing

3. ANALYSIS

Use cases
Persona creation
Storyboarding
Wireframing
Workflow diagrams

4. DESIGN

Wireframing
Style check
Prototyping
User testing

5. PRODUCTION

Protoype
BETA
User testing
Launch

Service design

Er is een reden waarom dit principe in een cirkel wordt getoond.

Thanks for all the fun!

UX-design

Wireframing

Concept

Voor je met een wireframe start:

Welke informatie is belangrijk om te tonen?

Wat triggert er iemand?

Hoe en welke informatie visualiseer ik?

Hoe ga ik om met filters?

…

Wireframe

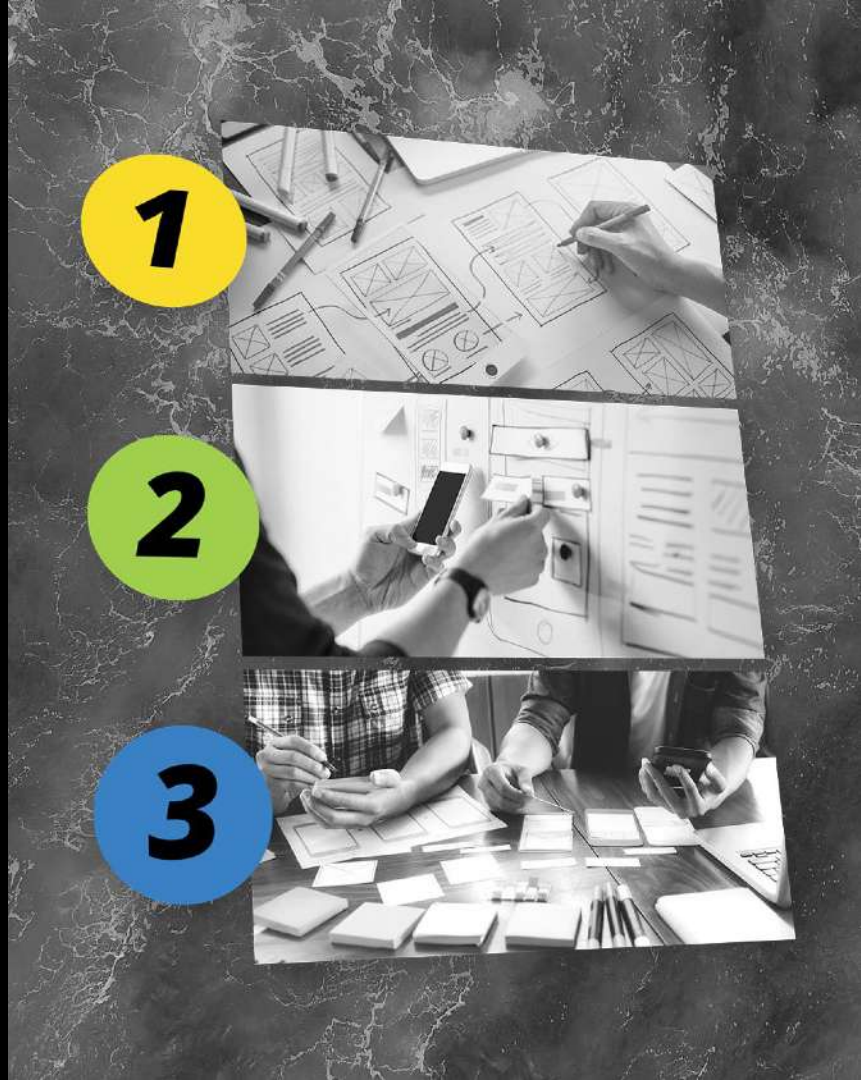
Hoe gaan we van start?
Co-working concept in de praktijk.
Schetsen in groep hoe werkt dat nu?
Bespreken
…

Wireframe

Step 1.
Basic Flow

Step 2.
Create interaction elements on the pages in blocks.

Step 3.
Discuss and refine



Zelf aan de slag?

Prototype & Mockups

Wireframe

Finaliseren en Optimaliseren
hoe doen we dat?

Papieren prototype of digitaal prototype ?

Prototype

Overgaan naar design …

Design flow aanmaken
Omzetten in klikbaar prototype!

Tools

DESIGN SYSTEMS

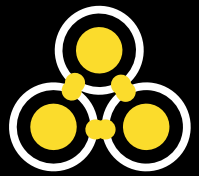
Atomic Design

In real life…

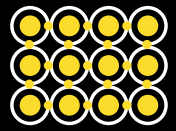
Brad Frost's Atomic Design

Create design systems, not pages or Screens.

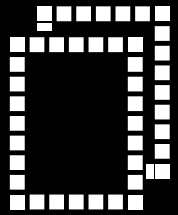
ATOMS



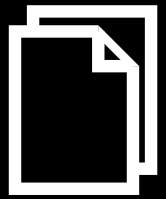
MOLECULE



ORGANISMS



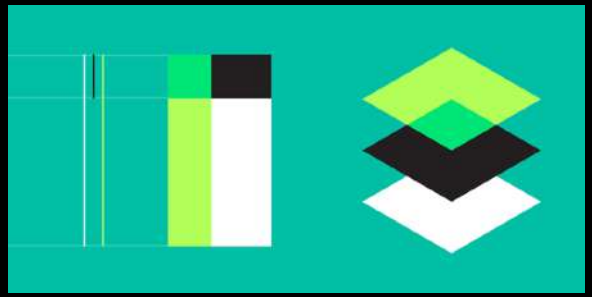
TEMPLATES

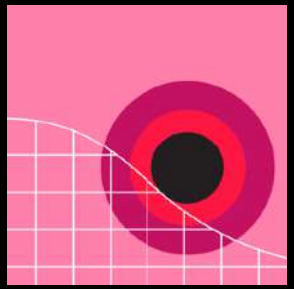


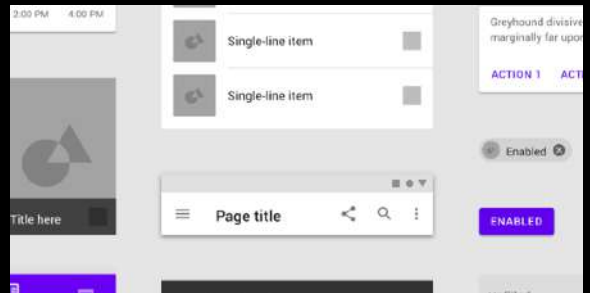
PAGES

Material design style guide

Material is a design system created by Google to help teams build high-quality digital experiences for Android, iOS, Flutter, and the web.





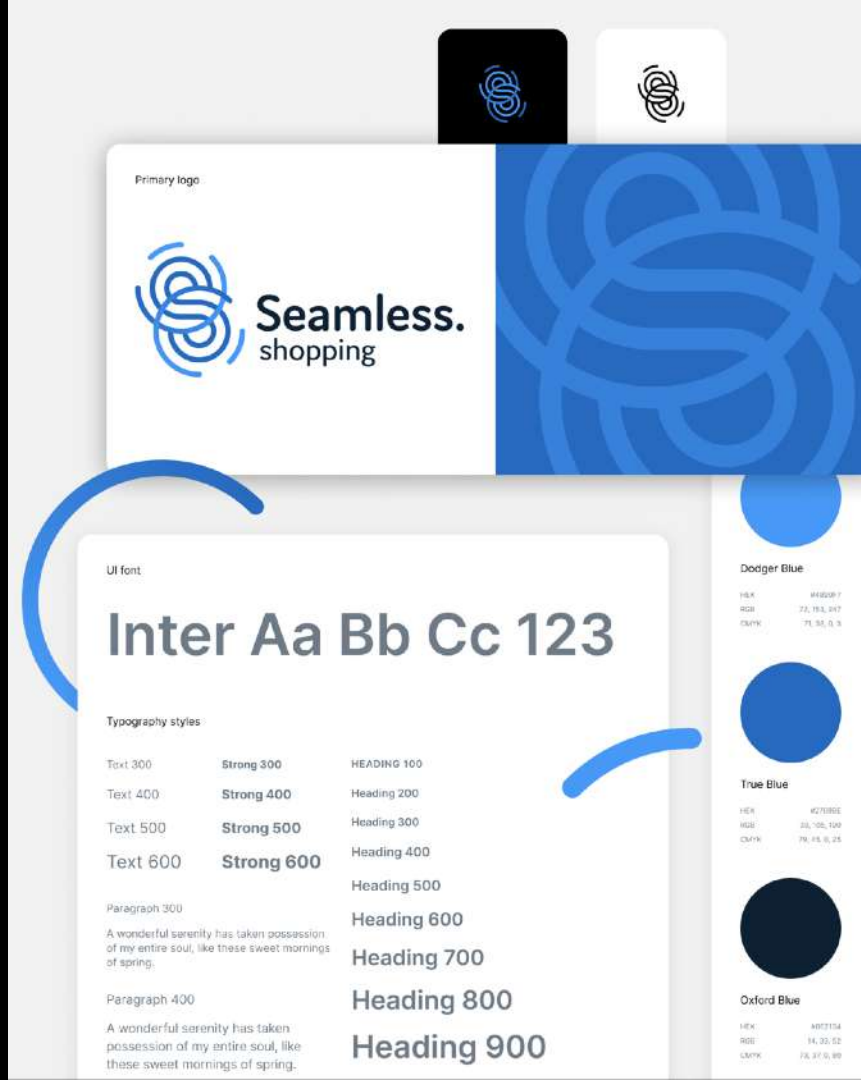


Style Guide

In real life…

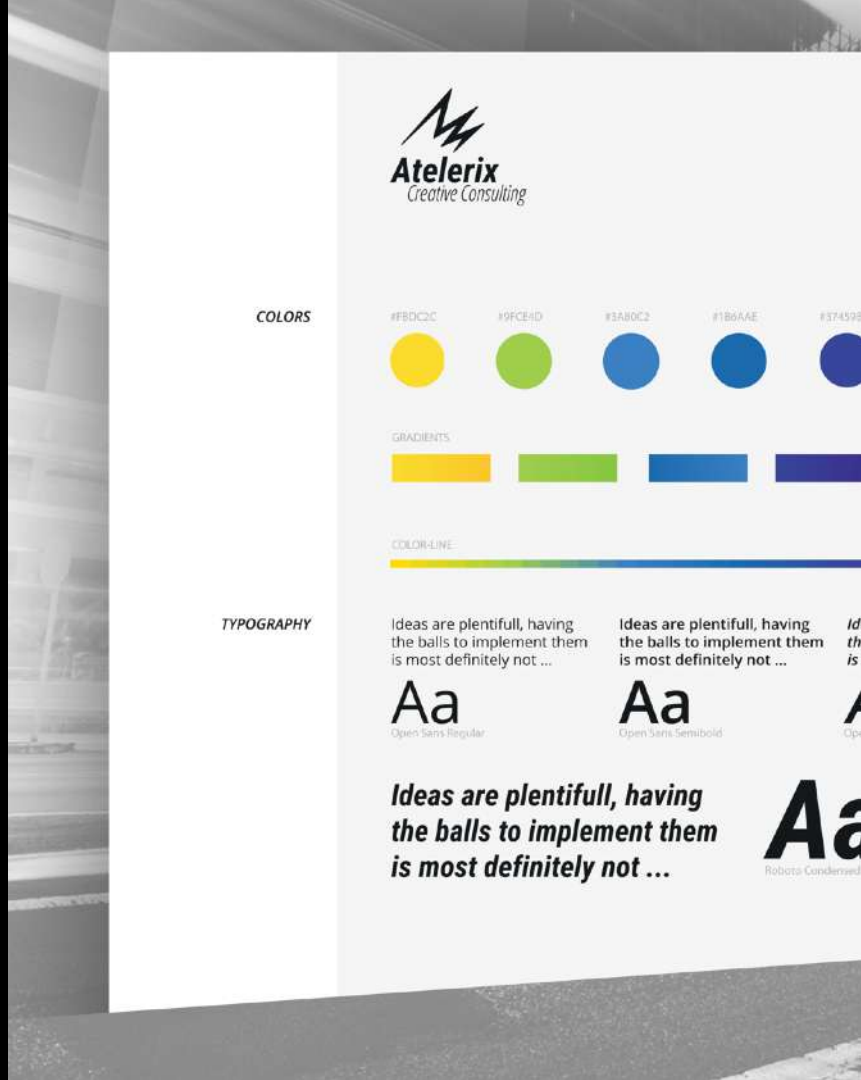
What is it?

Een style guide is niet meer of minder dan een stijl opsomming van Kleur, Typography, iconen, illustraties, merk(brand) kenmerken, foto guidelines enz…



How to start?

1. Visuele inventory
2. Beslis op een Visuele taal
3. Creëer een UI Library
4. Documenteer elk component en niveau



John Maeda 2017

“When a technology matures, design moves to the foreground because the underlying machinery has been commoditized.”

StyleGuide – UI KIT – Design system – Brand guide – ...

Gebruik de juiste taal?!

Whats the difference?

Design system

Brand guidelines
Themes & architecture
Sample pages
Design Principles

UX recommendations
How to's
Resources
Documentation

Patterns library

UI library
All UI elements

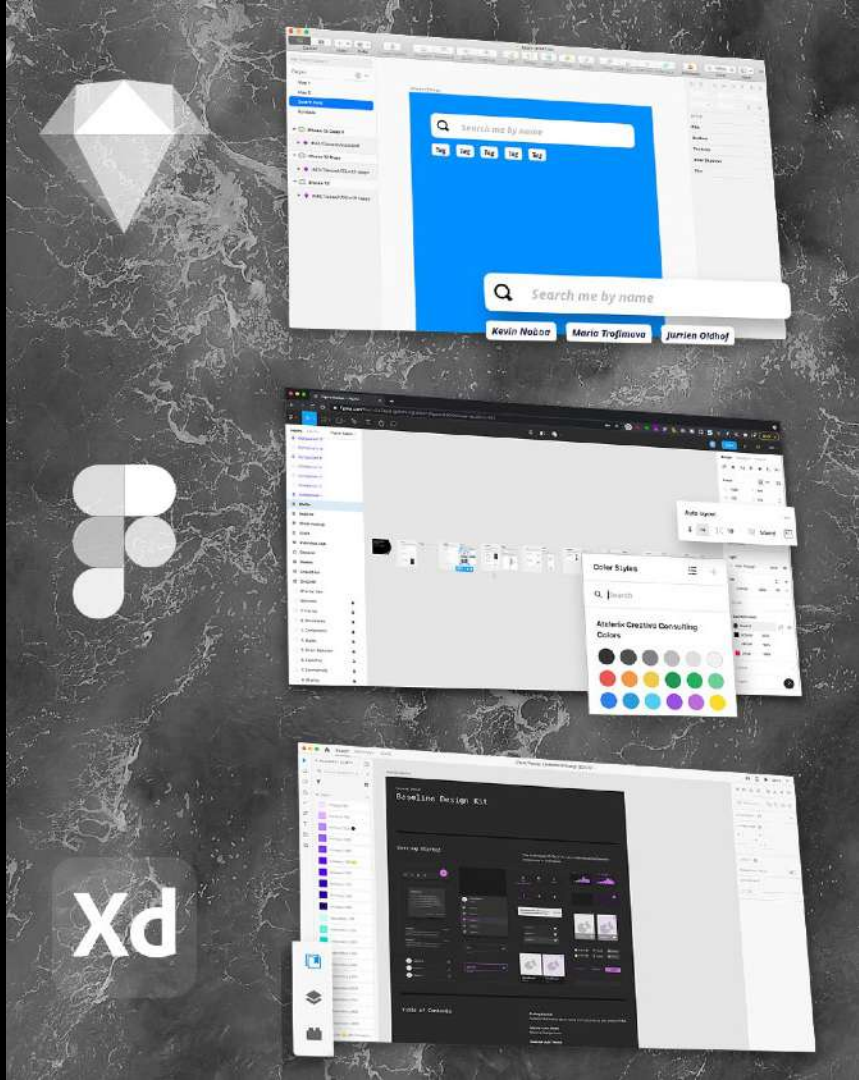
Components lib.
Code snippets

Style guide

Typography
Colors
Icons
Illustrations
General guidelines
Brand

Tools – Creation

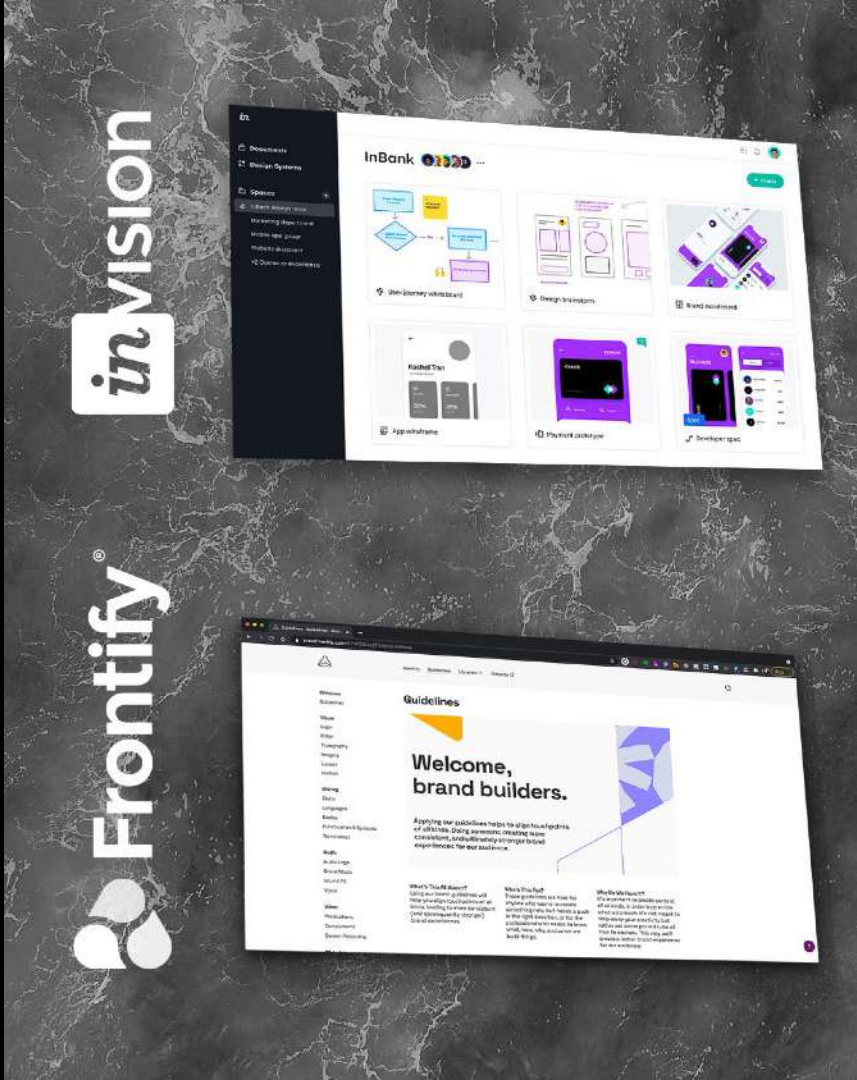
- Sketch
- Figma
- Adobe XD



Tools – Management

- ***InVision***
  Design system & prototyping tool

- ***Frontify***
  Brand management & Design system



Deliverables

Wat zijn nu deliverables zou je je kunne afvragen?

Usability testing

Types

In-person / remote
LAB / Natural environment
Moderated / Unmoderated
Eye-tracking / No eye tracking
Problem discovery / benchmark
Competitive / learnability
Synchronous / Asynchronous

Think Aloud protocol

The **basic idea** of Usability Testing is that you observe someone perform tasks using a digital product or a prototype.

Think Aloud is a moderating technique, when you ask the participant to verbalise thoughts and her/his experience. It is important to mention, that this method is not about asking opinions!

Main idea | Usability test

Observe 1 participant perform tasks using …

Goals:

- Evaluate the product
- Identify UX problems
- Gather qualitative data
- Understand how users interact with your product

Main idea | Usability test

Use the Think Aloud protocol

Concurrent

Task completion 2 TA simultaneously

Retrospective

Task completion in silent, commenting after

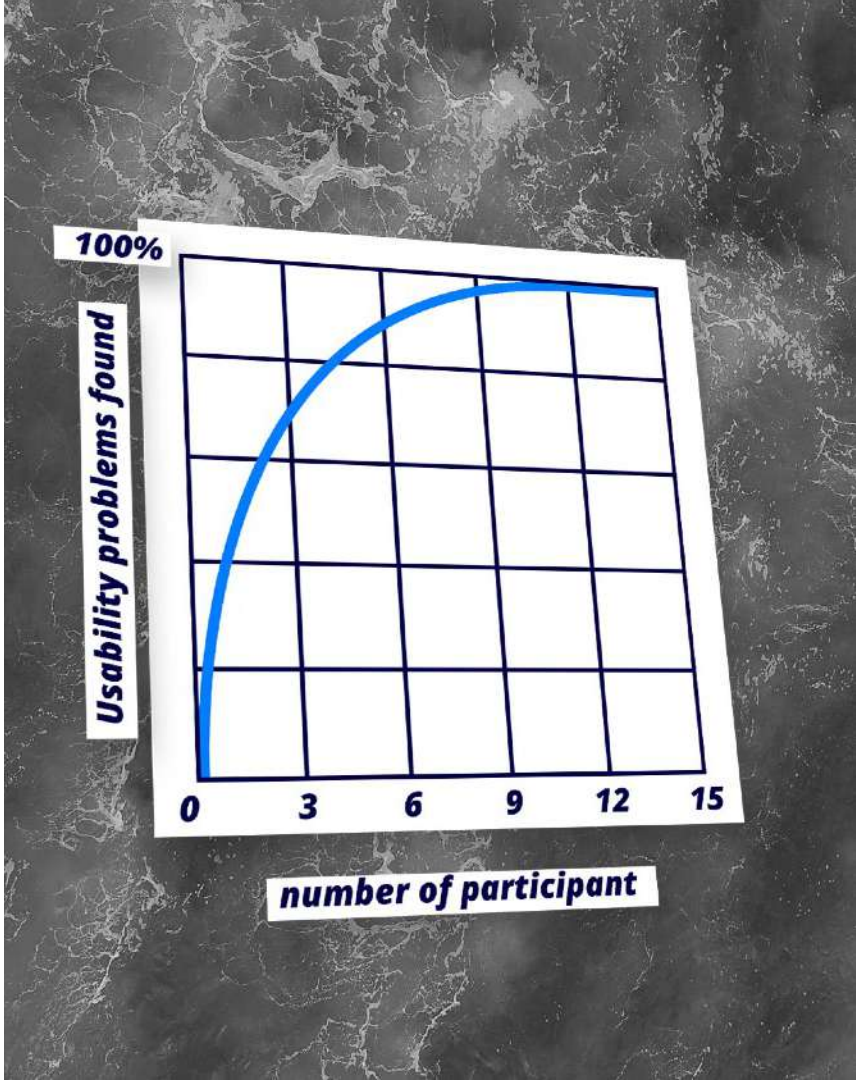
When?

The sooner the better
As often as possible

In case of a redesign, as part of the first stage using the existing product.

How Many?

NN recommends no more than 5 but have multiple rounds.



Recruitment

Issues that can be observed
Use people in your target audience and outside.

Hallway / Guerrilla / “do-it-yourself” -tests

If there is budget and time:

- Proper screening (ie agency)
- Social media or beta test group audience

Compensation

Linked to recruitment

Options could be:

- Money
- Coupons
- Merch.
- Free subscription
- Exclusive Community membership
- …

5.
Principes van UI design

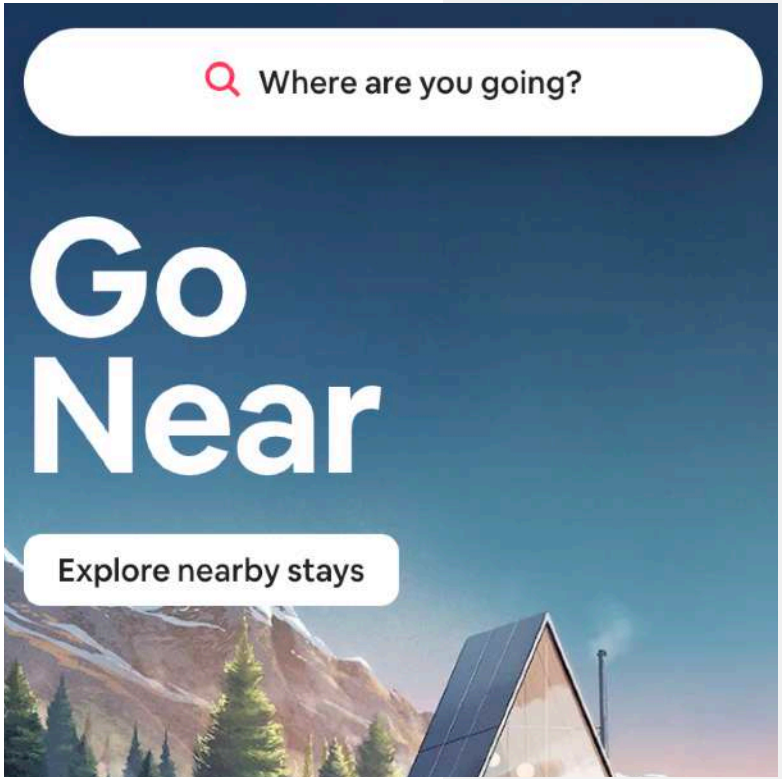
10 principes Van UI design

1. Make it easy
2. Don’t make your problems the users issue
3. Put users in control of the interface
4. Reduce cognitive load
5. Clarity over complexity
6. Be human
7. The devil is in the detail
8. Make user interfaces consistent
9. Error prevention
10. Progressive disclosure

Maak het de gebruiker makkelijk

Het design moet er moeiteloos uitzien, met een duidelijk focuspunt.

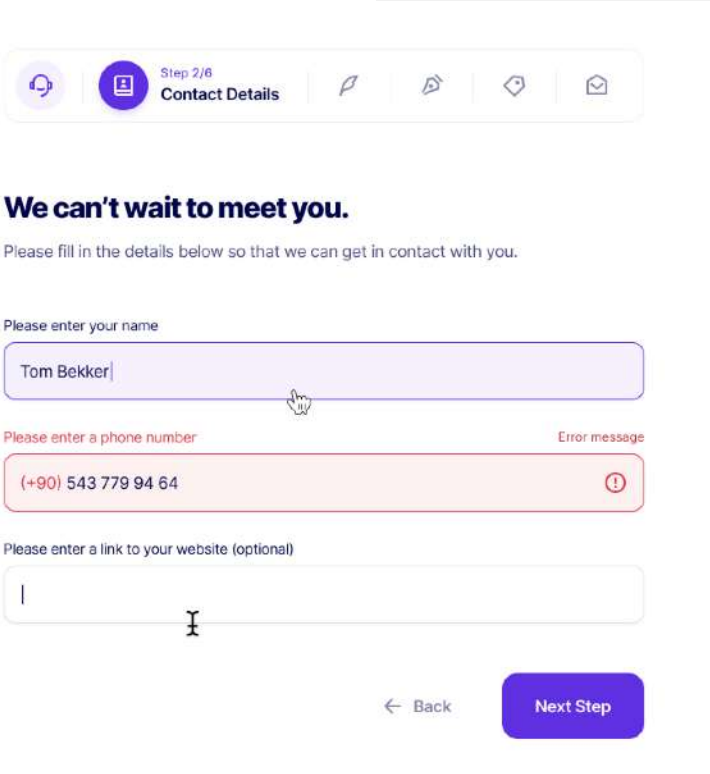
Je gebruiker zijn verwachtingen liggen hoger dan ooit. Veel organisaties en bedrijven hun focus ligt vaak op het nieuwste fancy design, maar dit is niet noodzakelijk het belangrijkste. Want een trend is een trend.



Je problemen
≠ gebruiker probleem

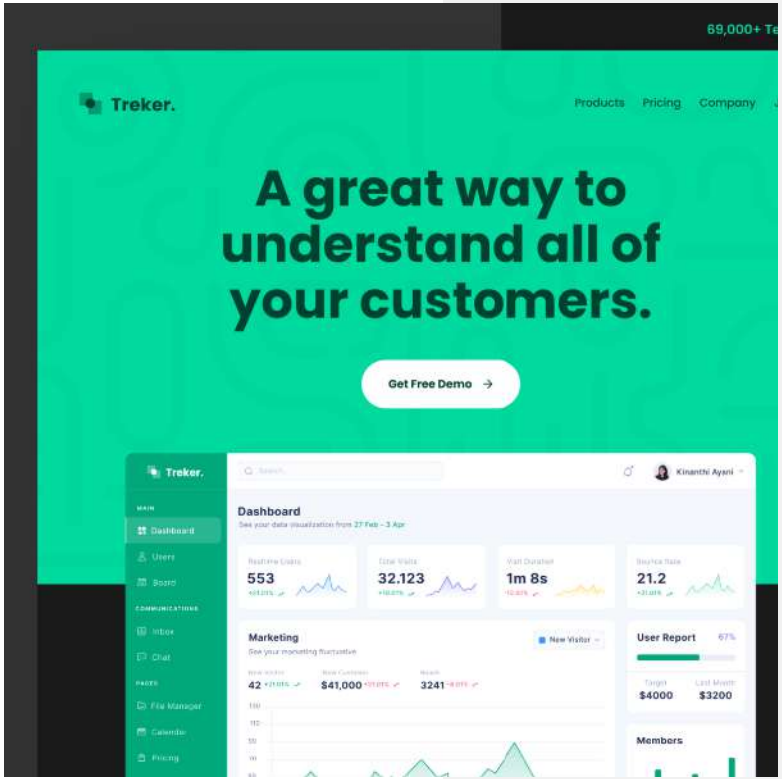
Interface design kan al snel subjectief worden, designers tegen elkaar, en vandaag de dag is iedereen designer dus iedereen heeft ook zijn mening.

Conflicten tussen gehaaste prioriteiten en deadlines. Focus moet liggen op de gebruikerservaring te beter een niet op interne problemen.



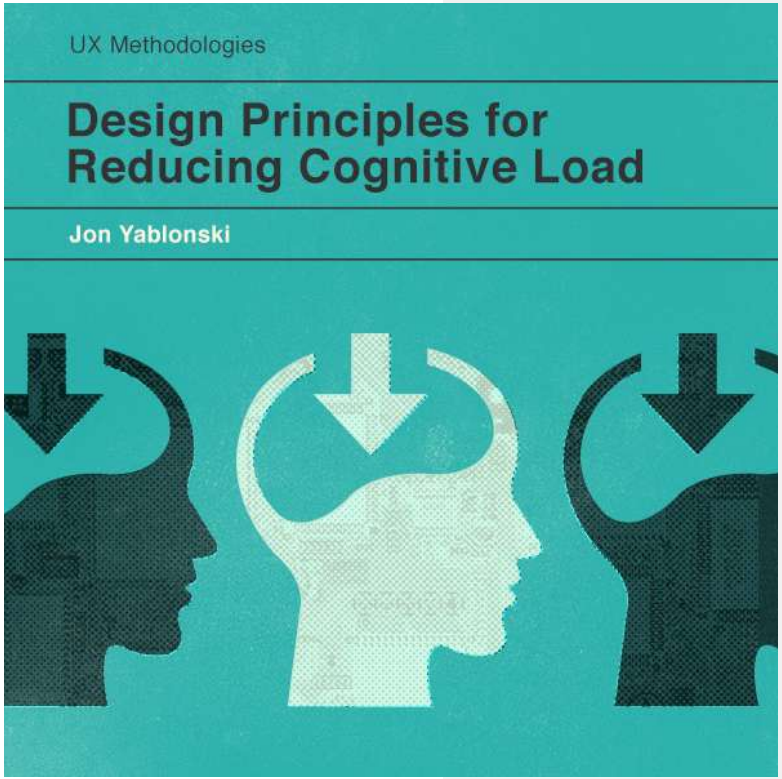
Je gebruiker in controle, van de interface.

Een goed ontworpen gebruikersinterface wekt een gevoel van controle bij hun gebruikers - comfort komt van controle. Door gebruikers de controle over de interface te geven, kunnen ze snel leren en een gevoel van macht krijgen.



Verminder de cognitieve belasting

Kort samengevat, vermijd het presenteren van teveel informatie tegelijk op één scherm - oude links, irrelevante afbeeldingen, betekenisloze tekst. Pas in plaats daarvan algemene principes van de informatiearchitectuur toe, zoals het groeperen van gerelateerde items, opsommingstekens, duidelijke koppen en duidelijke call-to-actions.

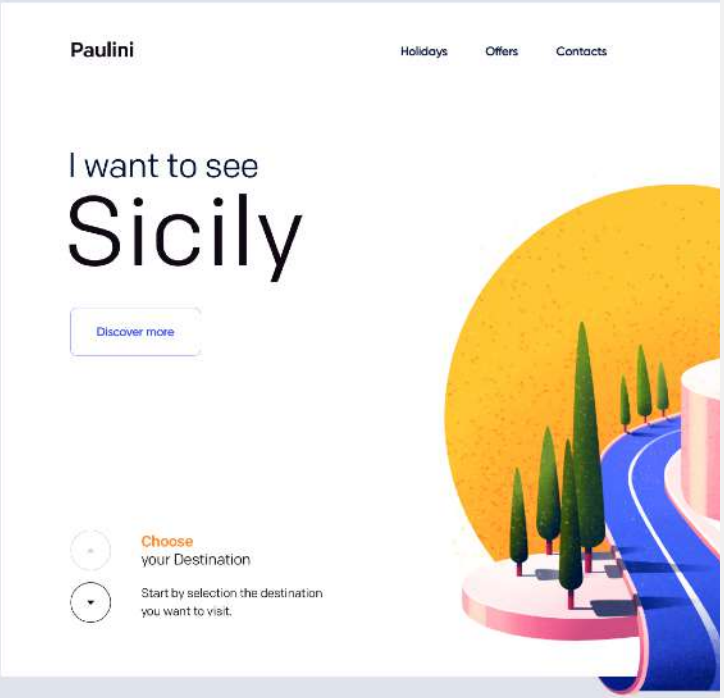


Duidelijkheid over complexiteit

Een interface zou niet mogen vol staan met onnodige informatie dat amper of zelfs nooit zal geraadpleegd worden.

Duidelijkheid over complexiteit

Deze heuristiek betekent niet dat je een “flat design” moet gebruiken - het gaat erom te zorgen dat je de inhoud en het visuele design gericht houdt op de essentie. Zorg ervoor dat de visuele elementen van de interface de primaire doelen van de gebruiker ondersteunen.

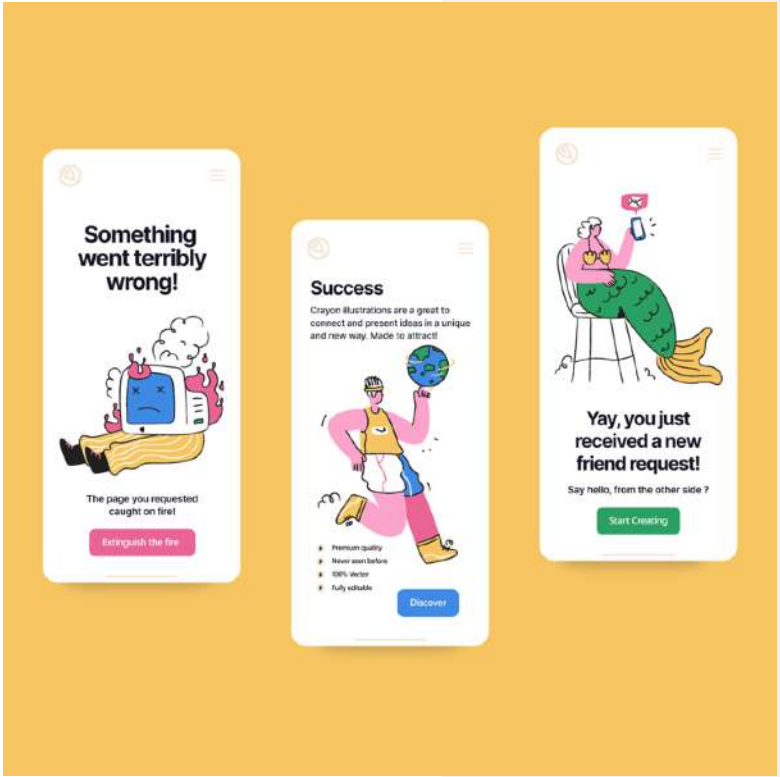


NN Group

“The first requirement for an exemplary user experience is to meet the exact needs of the customer, without fuss or bother. Next come simplicity and elegance that produce products that are a joy to own, a joy to use.”

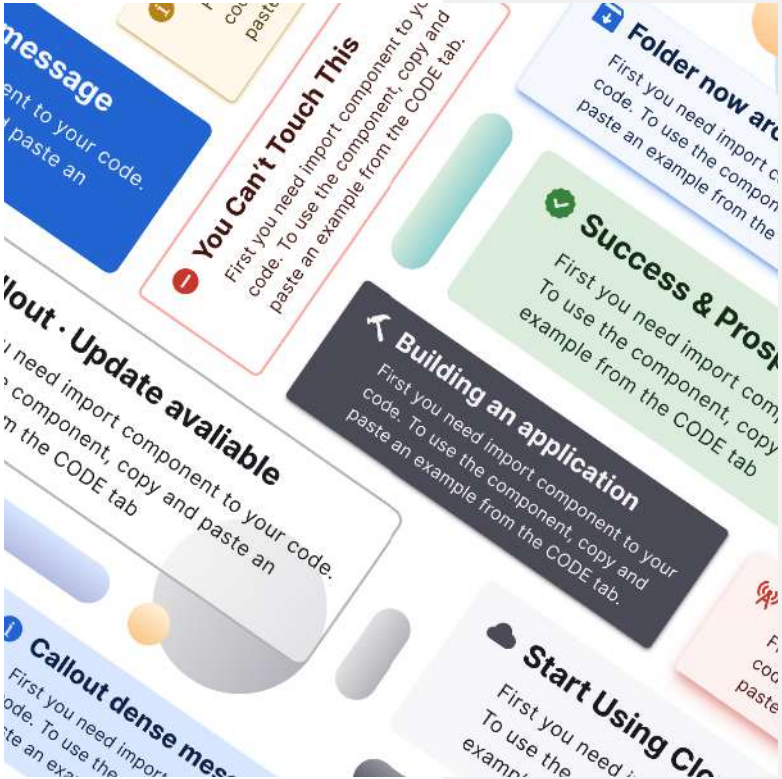
Denk echt “human centred”

Dit klinkt misschien gek, maar ik zie steeds meer mensen in robots veranderen. Als UX-ontwerpers willen we voorkomen dat gebruikers fouten maken en een fundamenteel onderdeel van websites is de inhoud.



Denk echt “human centred”

Om een onbekende reden, wanneer de interne teams samen zitten om een webkopie op te stellen of een gebruikersinterface te ontwerpen, houden ze op mensen te zijn.

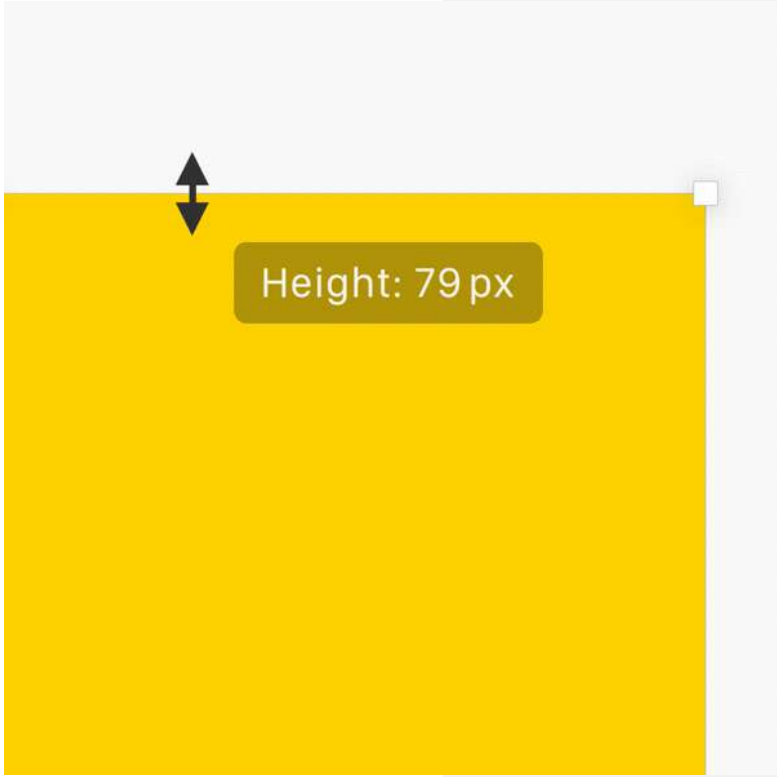


Jakob Nielsen

“On the average web page, users have time to read at most 28% of the words during an average visit, 20% is more likely.”

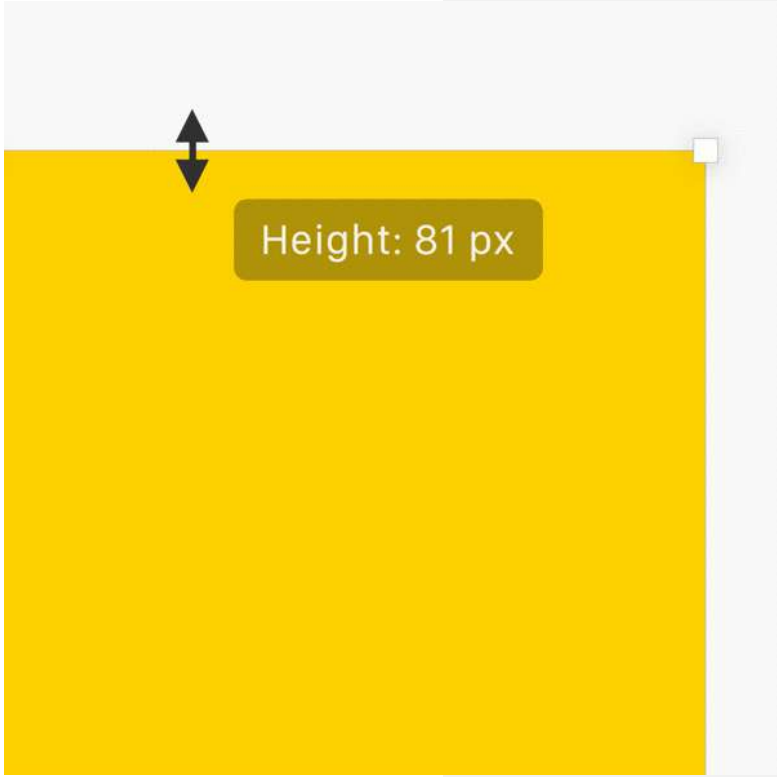
The devil is in the details

(UI)Designer zijn vaak perfectionisten en dit is een deel van het probleem met het ontwerp van de gebruikersinterface - het is gemakkelijk om iets ‘er goed uit te zien’, maar dat komt niet altijd overeen met de naadloze gebruikerservaring die je wenst.



The devil is in the details

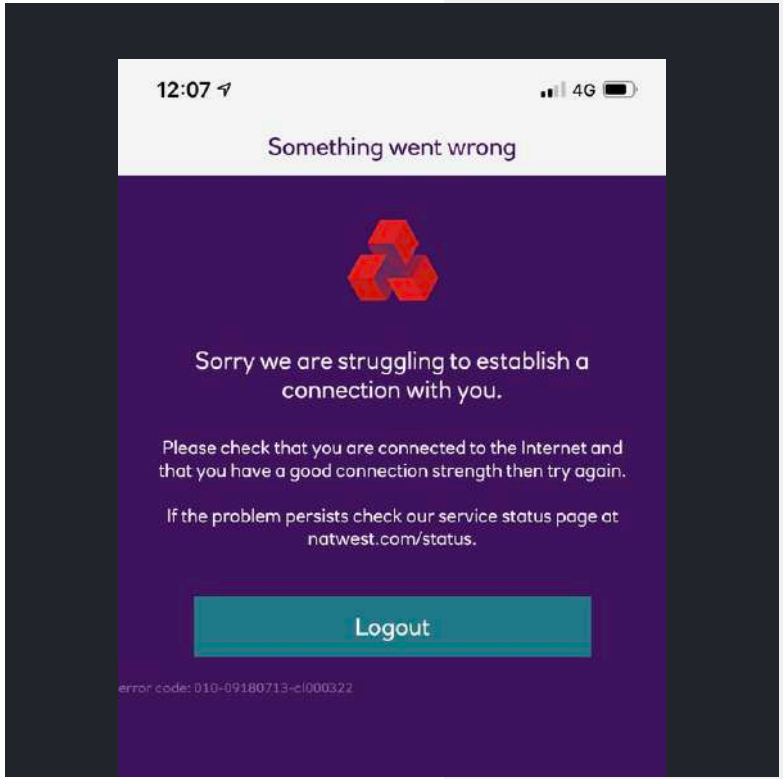
Kleine foutjes in de interface zijn niets in het geheel gezien, maar deze kleine problemen kunnen zich snel ophopen om een zeer frustrerende ervaring te creëren.



The devil is in the details

Laten we als voorbeeld een bank-app nemen: een gebruiker zal waarschijnlijk dagelijks met deze app communiceren en die kleine ergernissen zullen snel uitgroeien tot een groot probleem.

Het kan er zelfs voor zorgen dat de gebruiker naar een concurrent gaat.



The devil is in the details

Websites + help buttons + tool buttons is ook geen goede combinatie meestal …

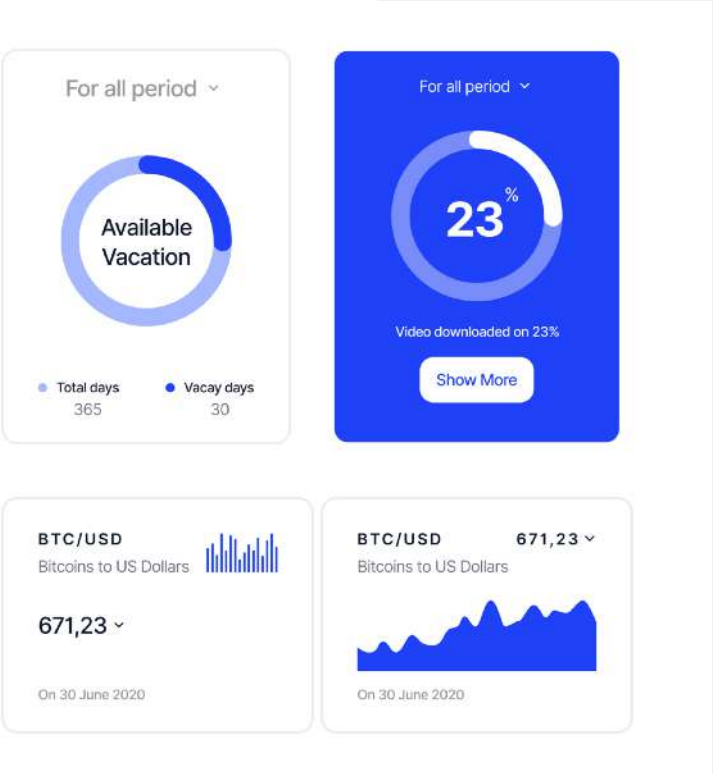
Laat staan als er nog chatbots bij komen

Consistentie & onbewuste duidelijkheid

Consistentie is een van de belangrijkste principes van het ontwerp van gebruikersinterfaces - waarom? omdat het bruikbaarheid en leerbaarheid ondersteunt. “usability and learnability”

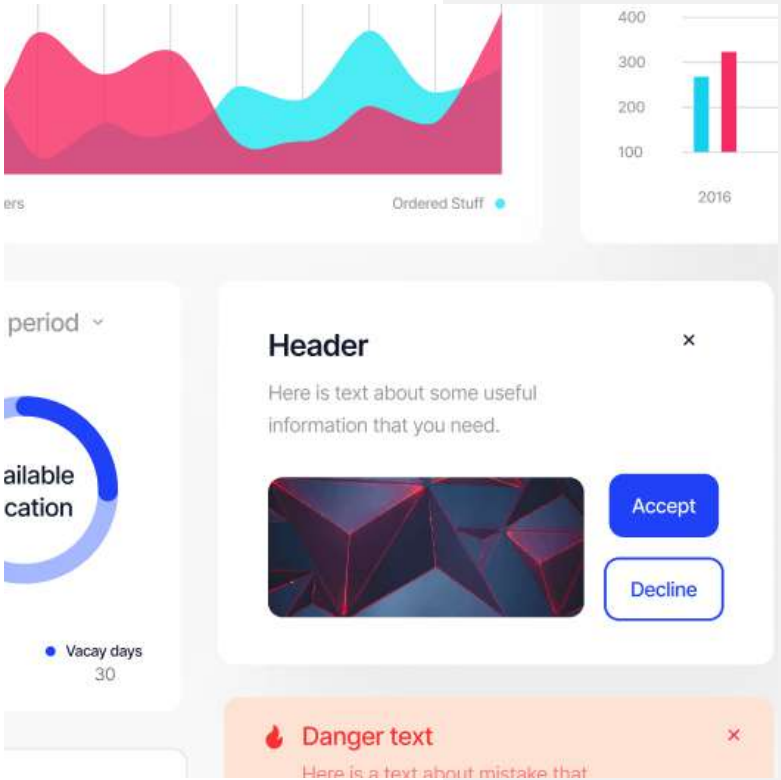
Consistentie & onbewuste duidelijkheid

Zonder consistentie wordt een website/app al snel een puinhoop. Ik heb zoveel bedrijven nieuwe functies zien introduceren zonder de huidige design systems of style guide te erkennen. Zonder consistentie in het ontwerp zal de site binnenkort extreem ingewikkeld worden.



Consistentie & onbewuste duidelijkheid

Het komt allemaal terug op het beroemde gezegde: “don’t reinvent the wheel”. Consistentie is ontworpen om gebruikers te helpen bij interactie met meerdere verschillende apps. We moeten niet verwachten dat gebruikers elke keer dat ze een app openen nieuwe vaardigheden moeten leren.



Verbeter doorheen.

Als Designer creëer je constant verbeteringen, ontwikkel je nieuwe of bestaande functies en optimaliseer je de gebruikerservaring. Een website/app is een “work in progress” en daarom is het zeer waarschijnlijk dat een gebruiker niet altijd de gewenste reactie krijgt, dit is geen storing, maar een goed ontwerp van de gebruikersinterface moet zich kunnen aanpassen aan het onverwachte.

Verbeter doorheen.

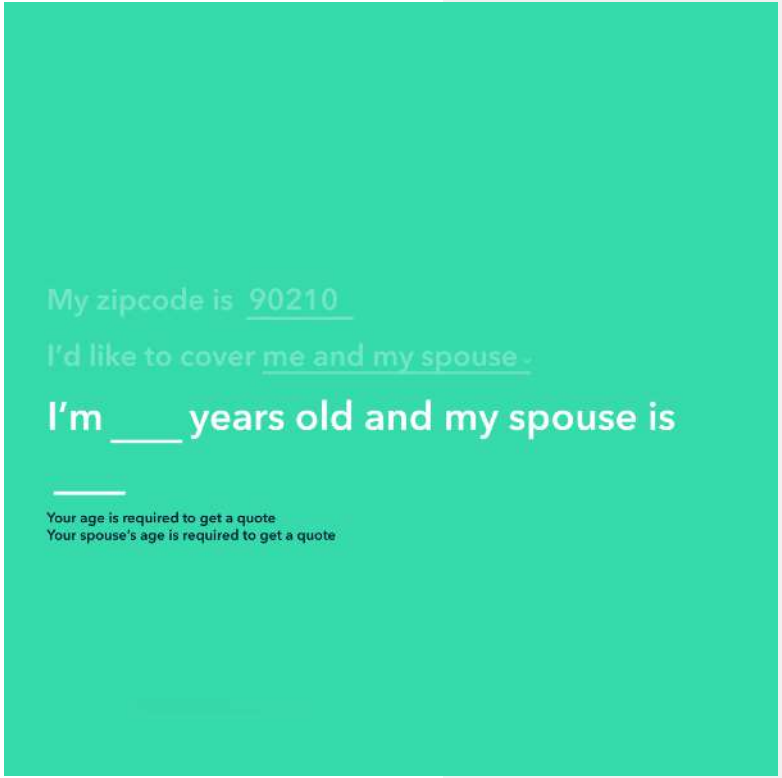
Ik zie te veel obscure foutmeldingen die de gebruikers de schuld geven van het probleem.

Menselijke toon en taal zullen gebruikers helpen zich beter te verhouden tot de situatie en vervolgens de gebruikerservaring te verbeteren.

Stap per stap

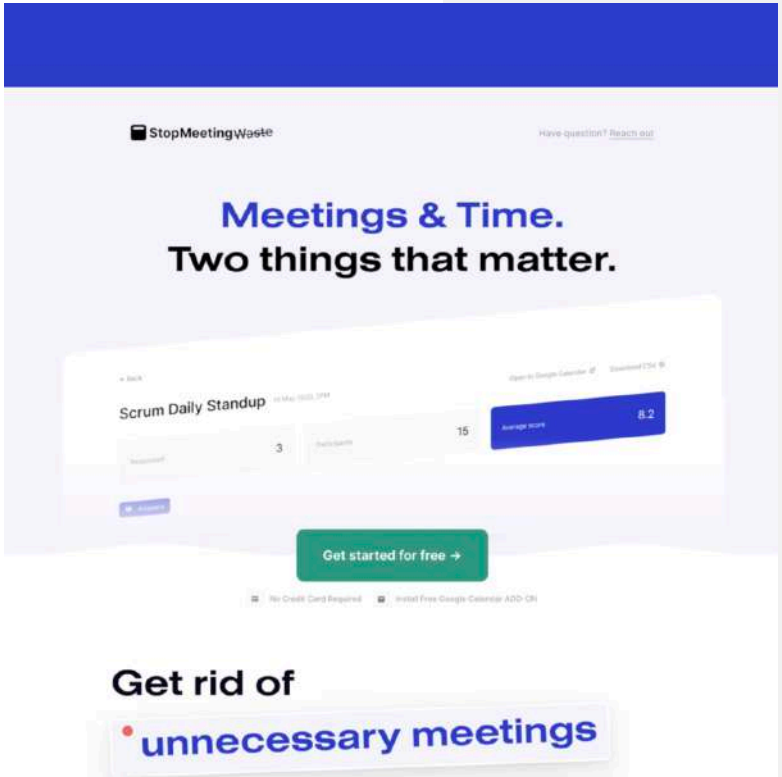
Een van de grootste irritaties als het gaat om het ontwerp van de gebruikersinterface, is wanneer sites alles in één keer proberen te laten zien.

Alleen laten zien wat nodig is op elk “scherm”.



Stap per stap

Er is nog steeds een misvatting dat elke gebruiker op de startpagina van een website terechtkomt. Marketing, sociale media en mensen die links delen, kunnen een gebruiker naar elke pagina op uw website leiden. Een ideale interface zal definitieve beslissingen uitstellen naar volgende schermen door geleidelijk informatie vrij te geven.



Brand consistentie

Design System

Bewaak je Brand consistentie.

Consistentie

Documenteer afspraken rond gebruik van modules, pagina's, iconen, kleurgebruik (digitaal en offline) beeldgebruik enz…

Consistentie

Ook Copy is belangrijk in het bewaken van je consistentie:

- Brand + tone of voice
- Begrijpbaar voor je user
- Past in de context

Brand > digital products

Brand features

Is there a style guide if not start one immediately!

Start using the basic branding building blocks for your visual design. But be careful when using fonts and colours!

Readability & usability

Key factors to think of when applying visual styling to the app or website.
Some platforms have certain interaction patterns to take into account.

Fonts & colors!

Conversie & behaviour

Behaviour design?

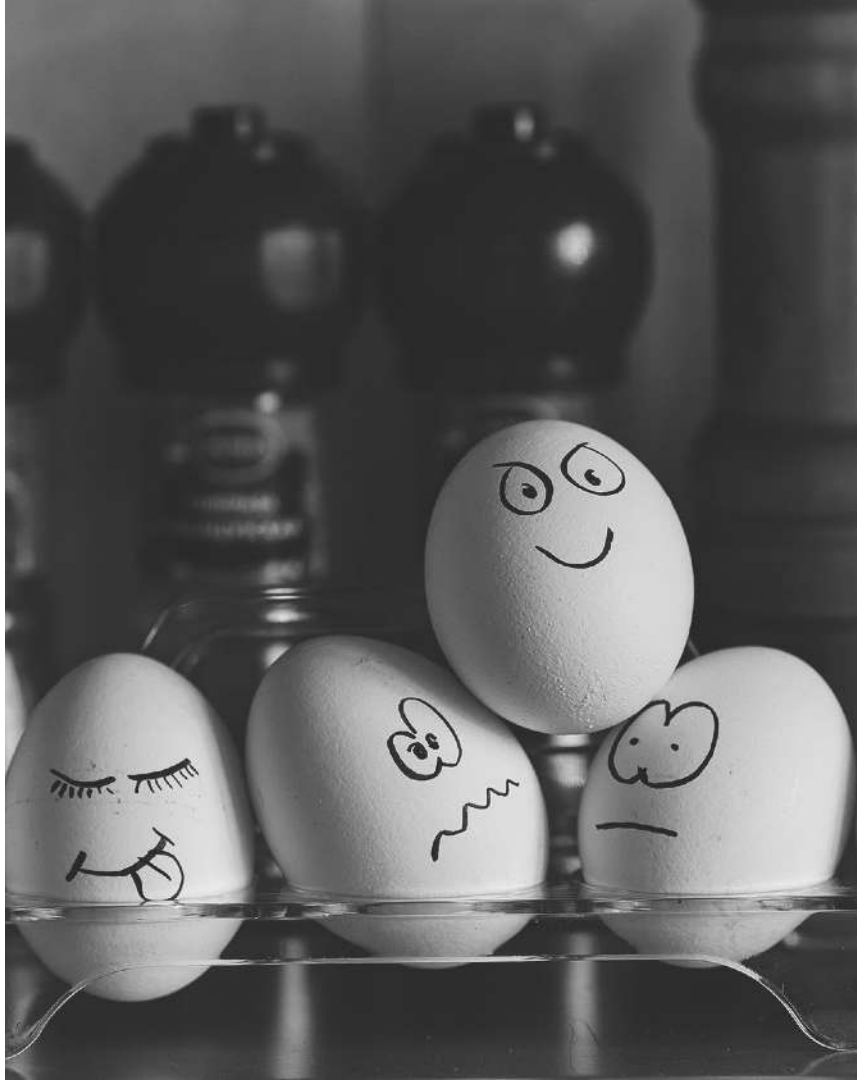
Hoe mensen zich gedragen bij het gebruiken van een product? Dit is de vraag die behaviour science zich stelt.

Dit is dan ook een perfecte match met een goed UX profiel.

Biases

Wij als mens zijnde nemen bepaald mentale shortcuts of we er nu bewust van zijn of niet.

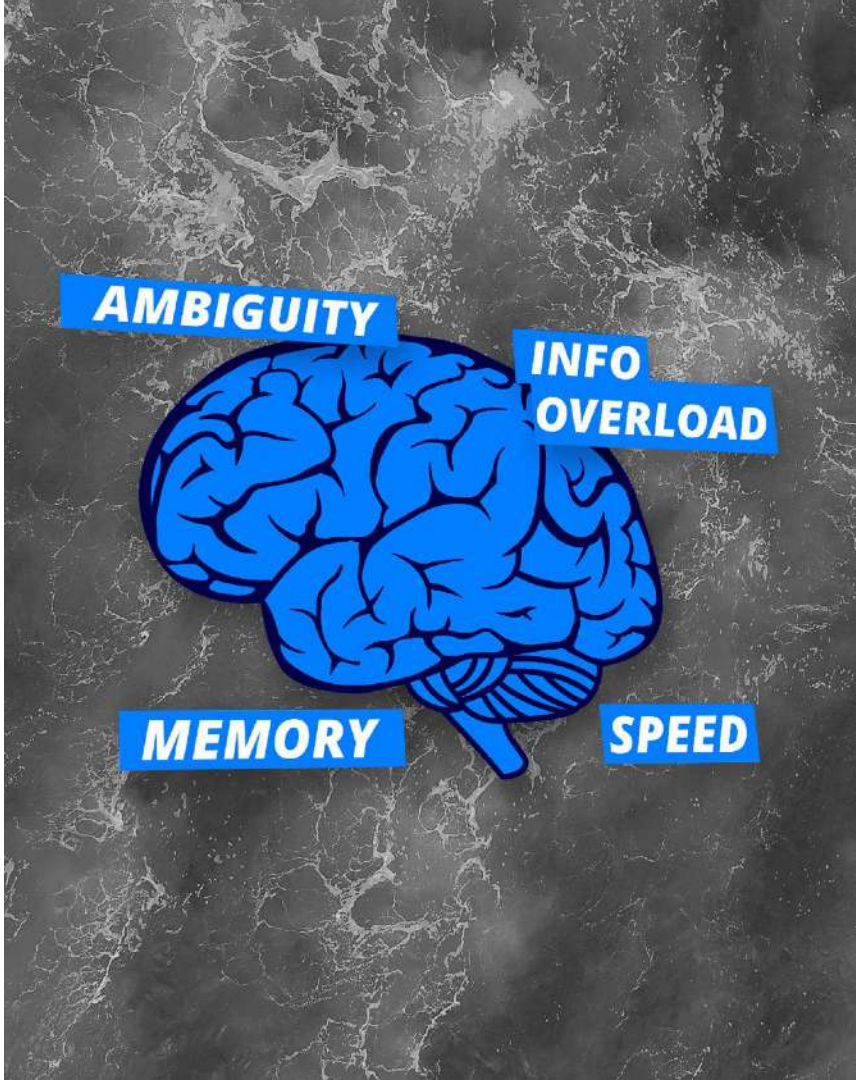
Hoe maken we nu een keuze, hoe speelt ons gedrag hier in mee, en hoe kunnen we in deze tak van de psychologie onze weg vinden.



Biases

4 categorieën :

- ***Ambiguity***
- ***Info Overload***
- ***Memory***
- ***Speed***



Ambiguity

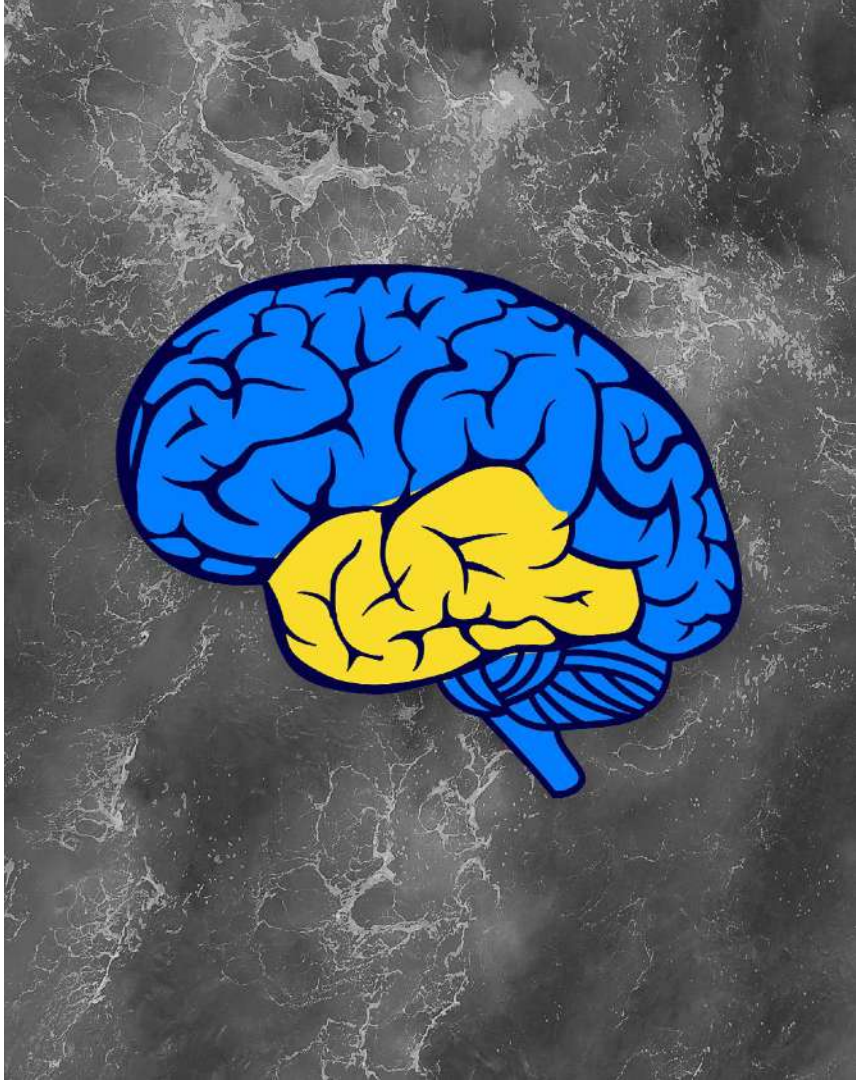
Waar gebruikers opties mijden omdat er bepaalde informatie ontbreekt, waardoor de keuze als riskant wordt beoordeeld.

Info overload

Wanneer je face-to-face komt met teveel informatie zijn er 2 effecten van belang, niet genoeg tijd om dit te verwerken en te veel keuze dus je weet niet wat te doen.

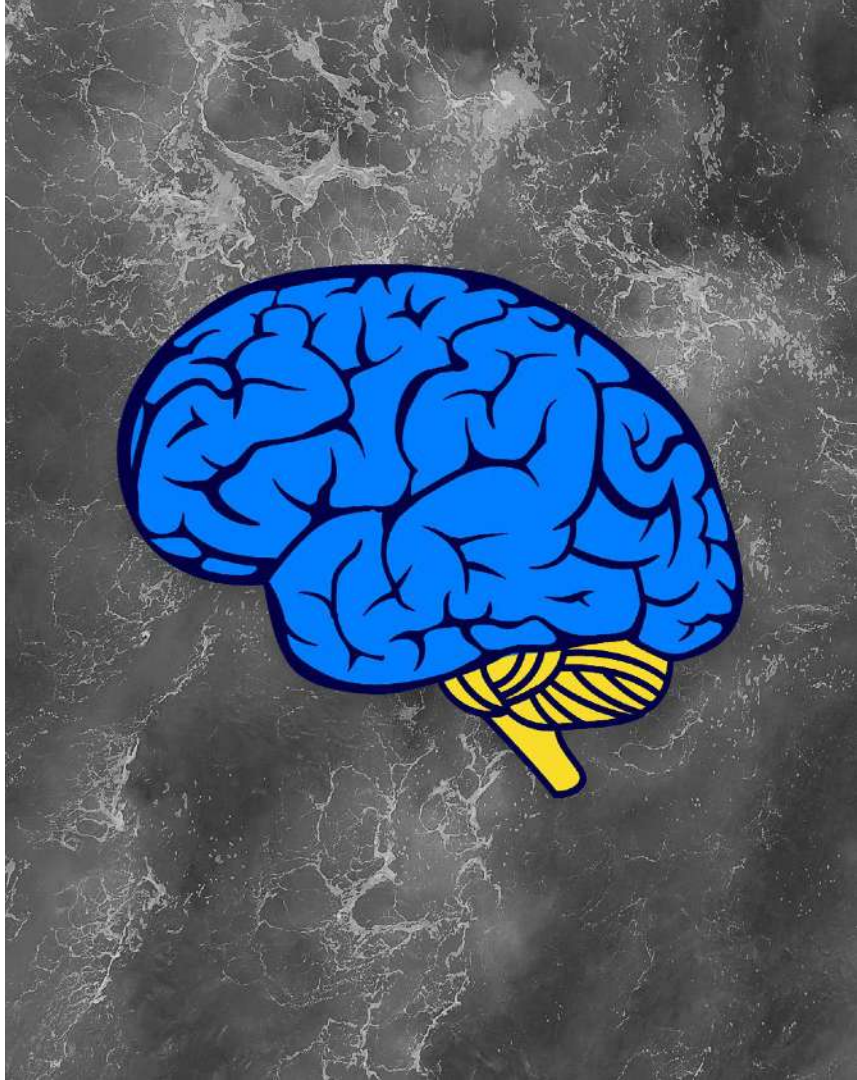
Memory

Alle effecten die gerelateerd zijn aan het herinneren van bepaalde gebeurtenissen of andere info die opgeslagen is in onze hersenen.



Speed

Alle effecten gerelateerd aan het verwerken van info op heel korte tijd. Confirmation Bias, Jumping to Conclusions Bias zijn zo wat de bekendste vormen hier.



Behaviour
Biases
Effects

Ambiguity

The Illusion of Explanatory Depth

Why do we think we understand the world more than we actually do?

Ambiguity

Category Size Bias

Why do we think we're more likely to win at the big casino versus the small one?

Ambiguity

The Cashless Effect

Why does paying without physical cash increase the likelihood that we purchase something?

Ambiguity

Bottom-Dollar Effect

Why do we transfer negative emotions about being broke on items that we purchase?

Ambiguity

Just-world Hypothesis

Why do we believe that we get what we deserve?

Ambiguity

Other effects:

Representativeness Heuristic
Why do we use similarity to gauge statistical probability?

Affect Heuristic
Why do we rely on our current emotions when making quick decisions?

Bundling Bias
Why do we value items purchased in a bundle less than those purchased individually?

Gambler's Fallacy

Halo Effect
Why do positive impressions produced in one area positively influence our opinions in another area?

Declinism
Why we feel the past is better compare to what the future holds

Dunning–Kruger Effect
Why can we not perceive our own abilities?

Noble Edge Effect
Why do we tend to favor brands that show care for societal issues?

Info overload

Anchoring Bias

Why we tend to rely heavily upon the first piece of information we receive

Info overload

Choice Overload

Why do we have a harder time choosing when we have more options?

Info overload

Decoy Effect

Why do we feel more strongly about one option after a third one is added?

Info overload

Framing Effect

Why do our decisions depend on how options are presented to us?

Info overload

Other effects:

Empathy Gap
Why do we mispredict how much our emotions influence our behavior?

Observer Expectancy Effect
Why do we change our behavior when we're being watched?

Suggestibility
Why is yawning contagious?

Decision Fatigue
Why do we make worse decisions at the end of the day?

Base Rate Fallacy
Why do we rely on specific information over statistics?

Survivorship Bias
Why do we misjudge groups by only looking at specific group members?

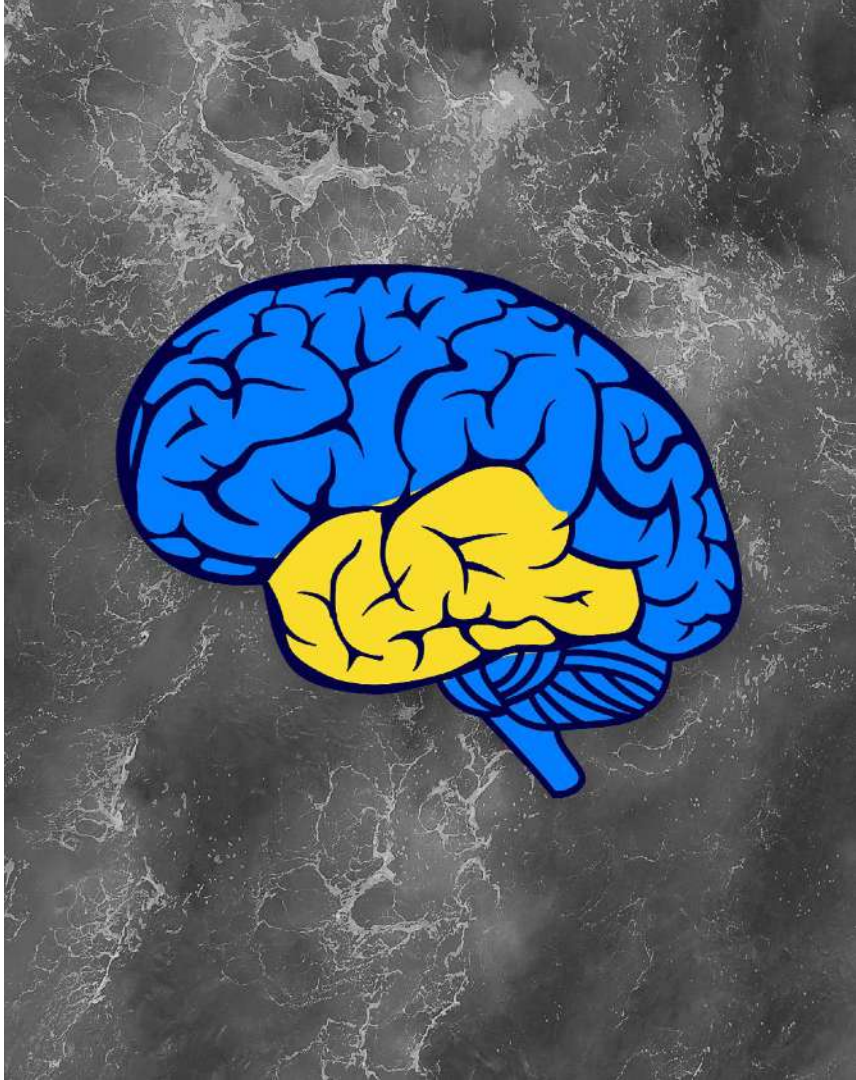
Salience Bias
Why do we focus on items or information that are more prominent and ignore those that are not?

The Pygmalion effect
Why do we perform better when someone has high expectations of us?

Memory

Serial Position Effect

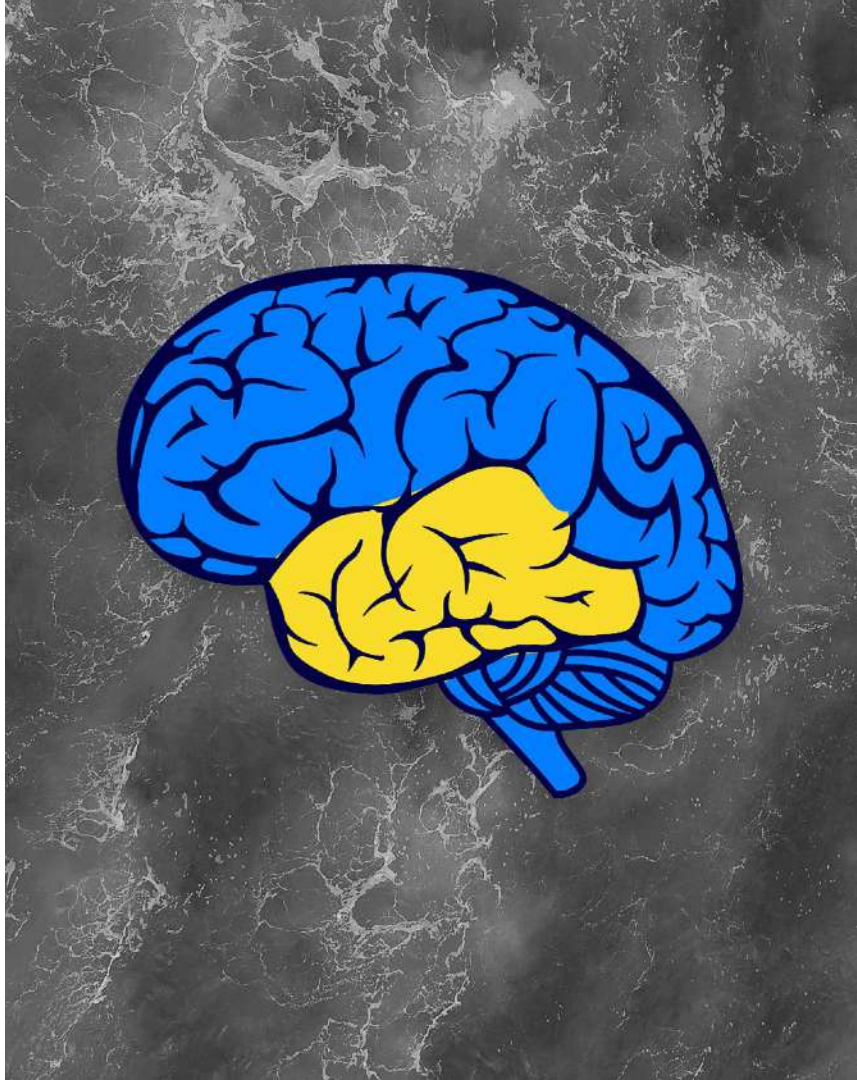
Why do we better remember items at the beginning or end of a list?



Memory

Rosy Retrospection

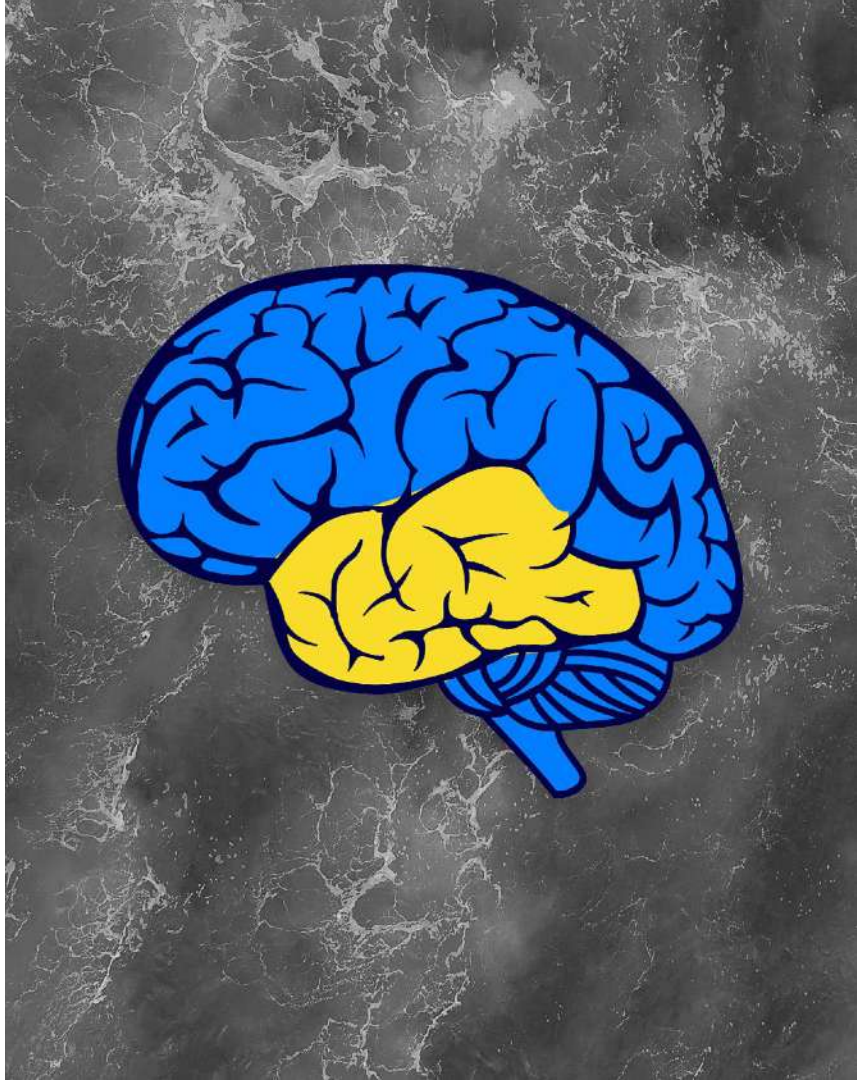
Why do we think the good old days were so good?



Memory

Bye-Now Effect

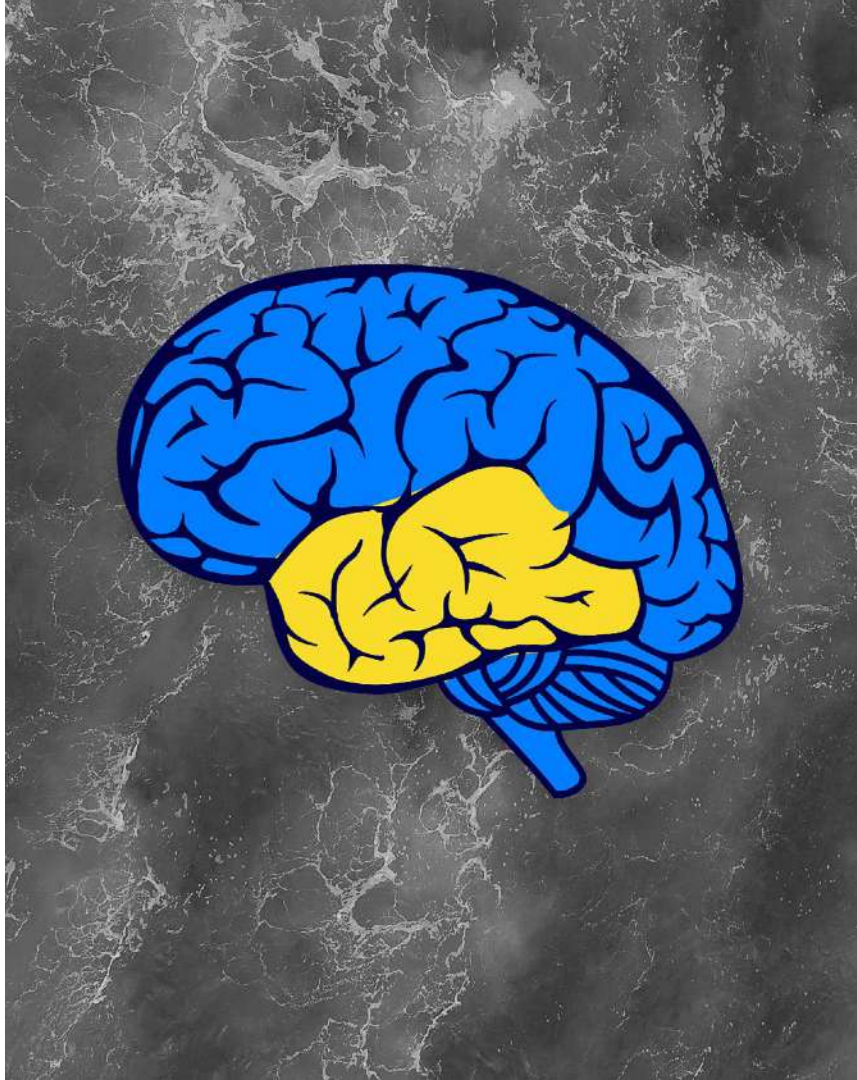
Why are we likely to spend more after reading the word “bye”?



Memory

Illusory Truth Effect

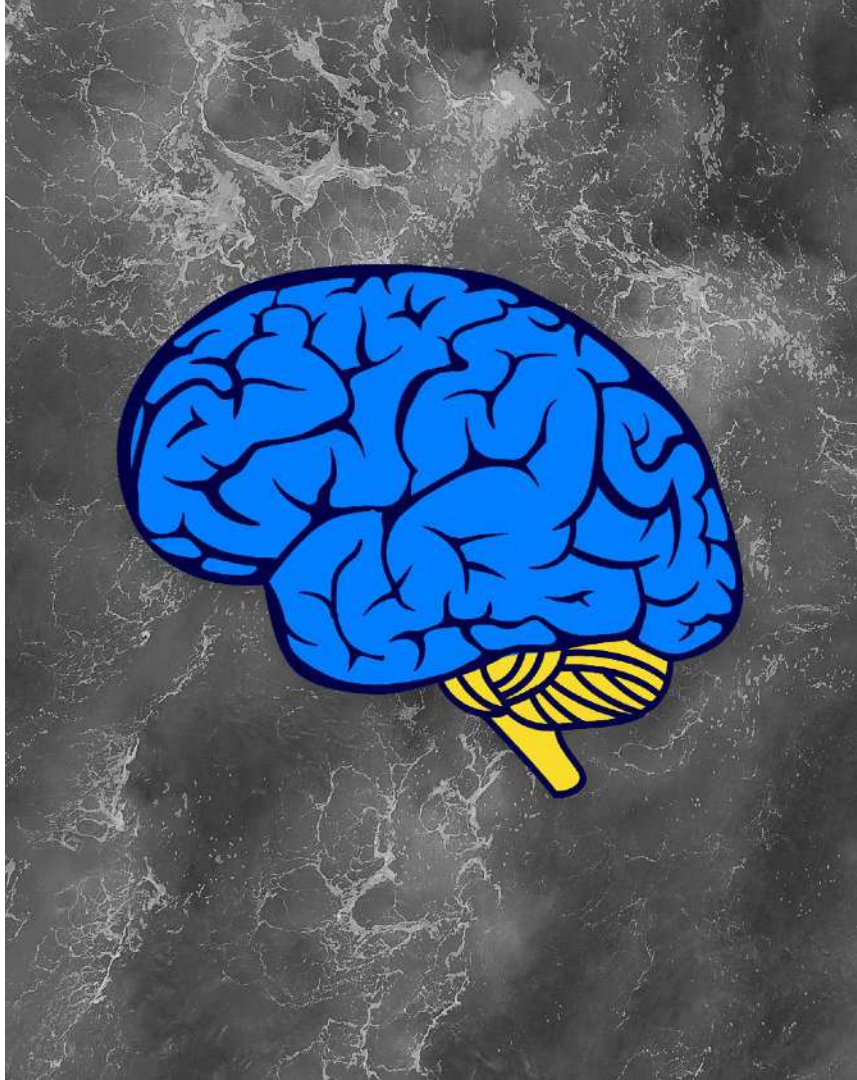
Why do we believe misinformation more easily when it's repeated many times?



Speed

Heuristics

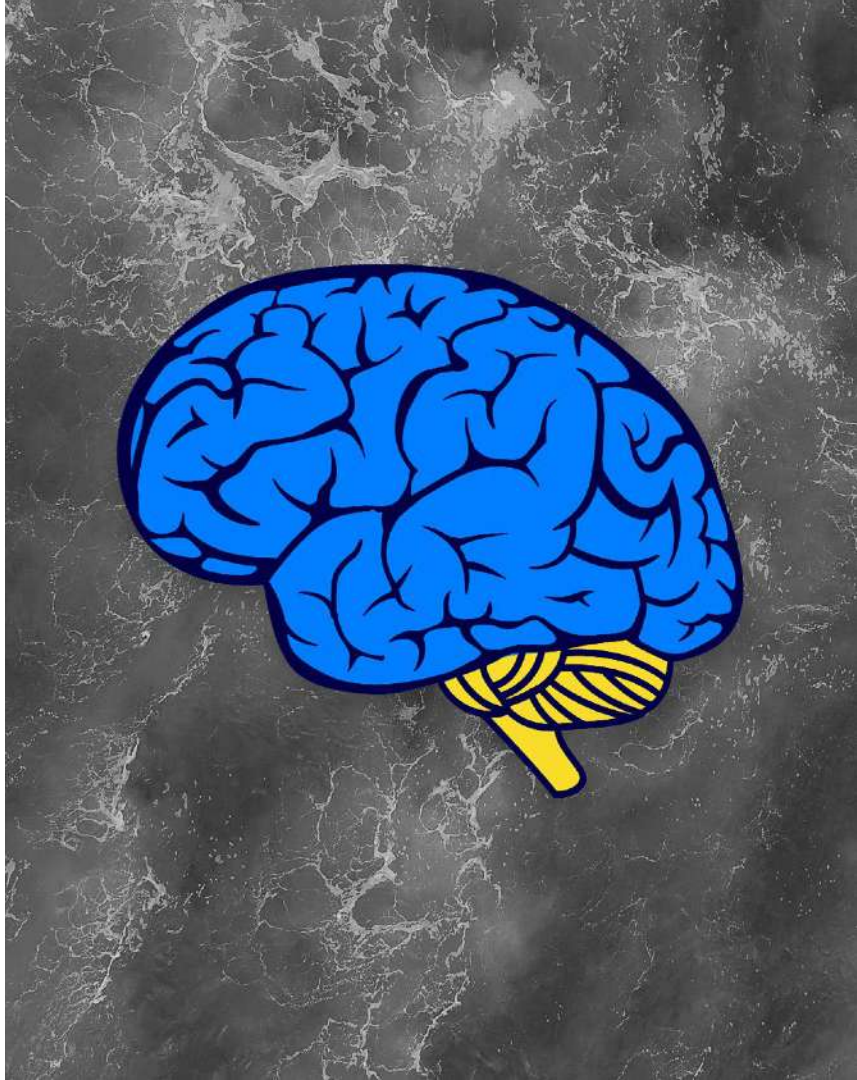
Why do we take mental shortcuts?



Speed

Action Bias

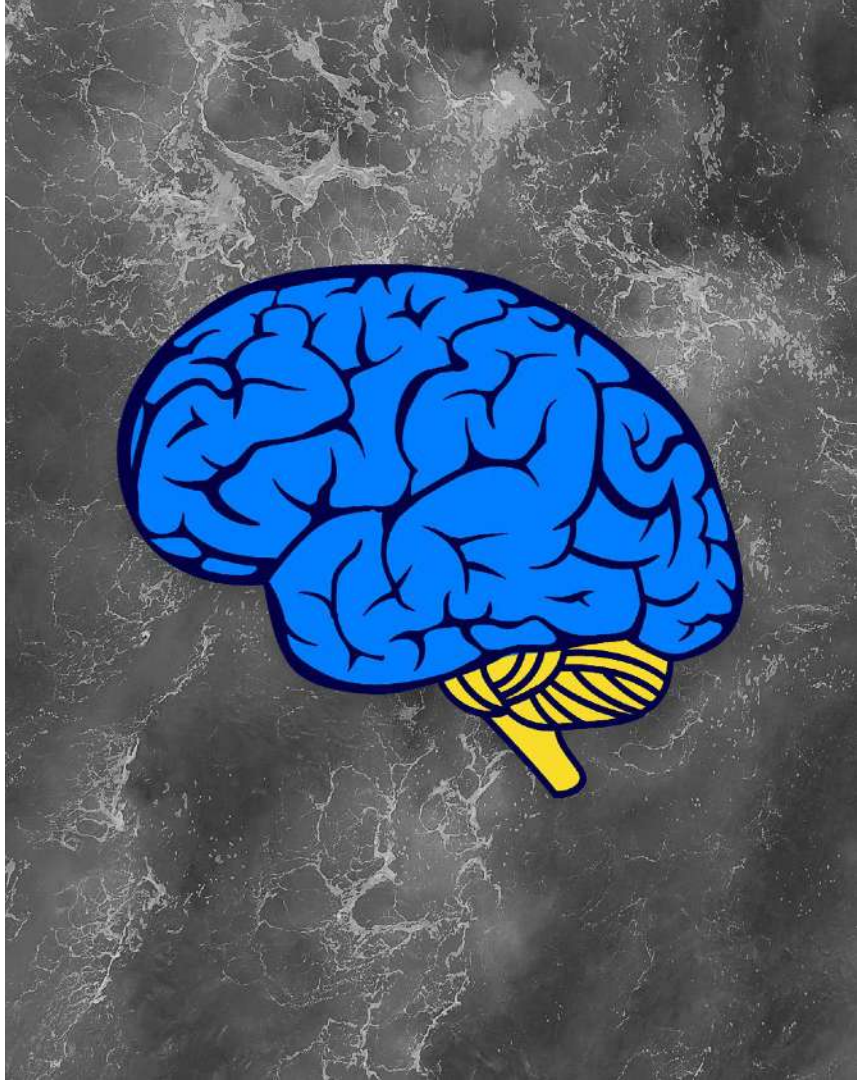
Why do we prefer doing something to doing nothing?



Speed

Endowment Effect

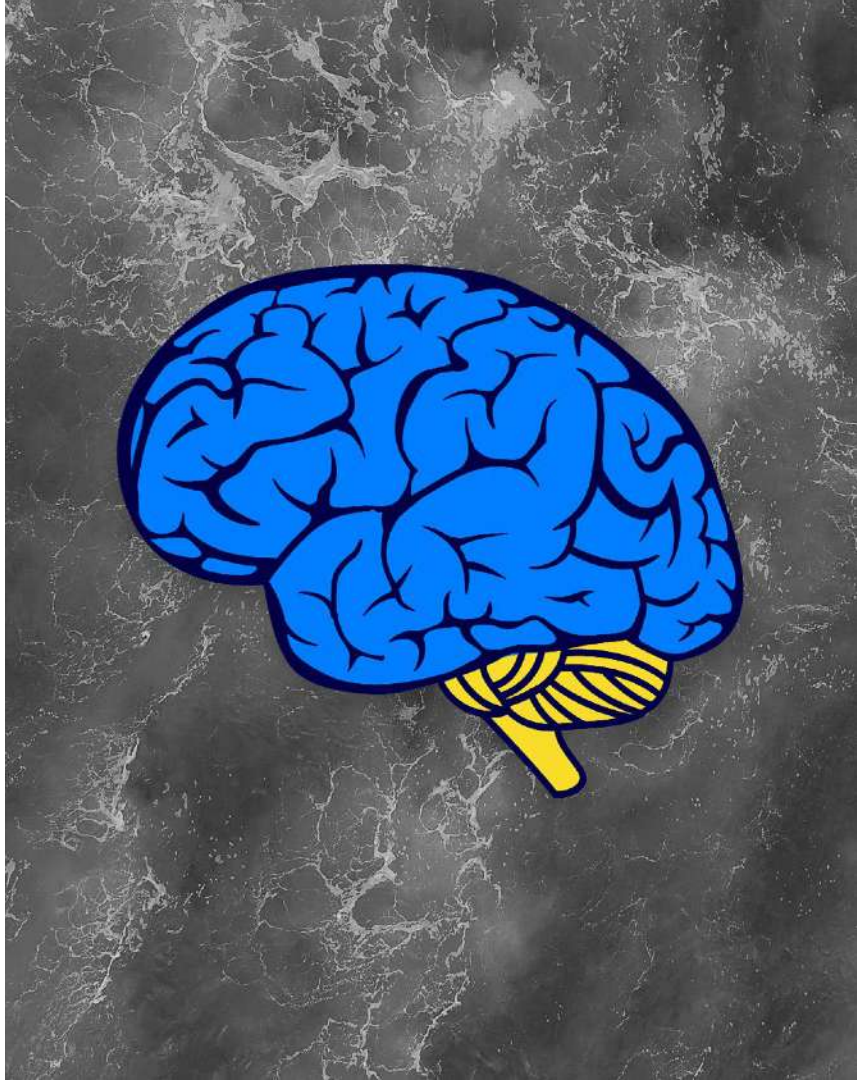
Why do we value items more if they belong to us?



Speed

Regret Aversion

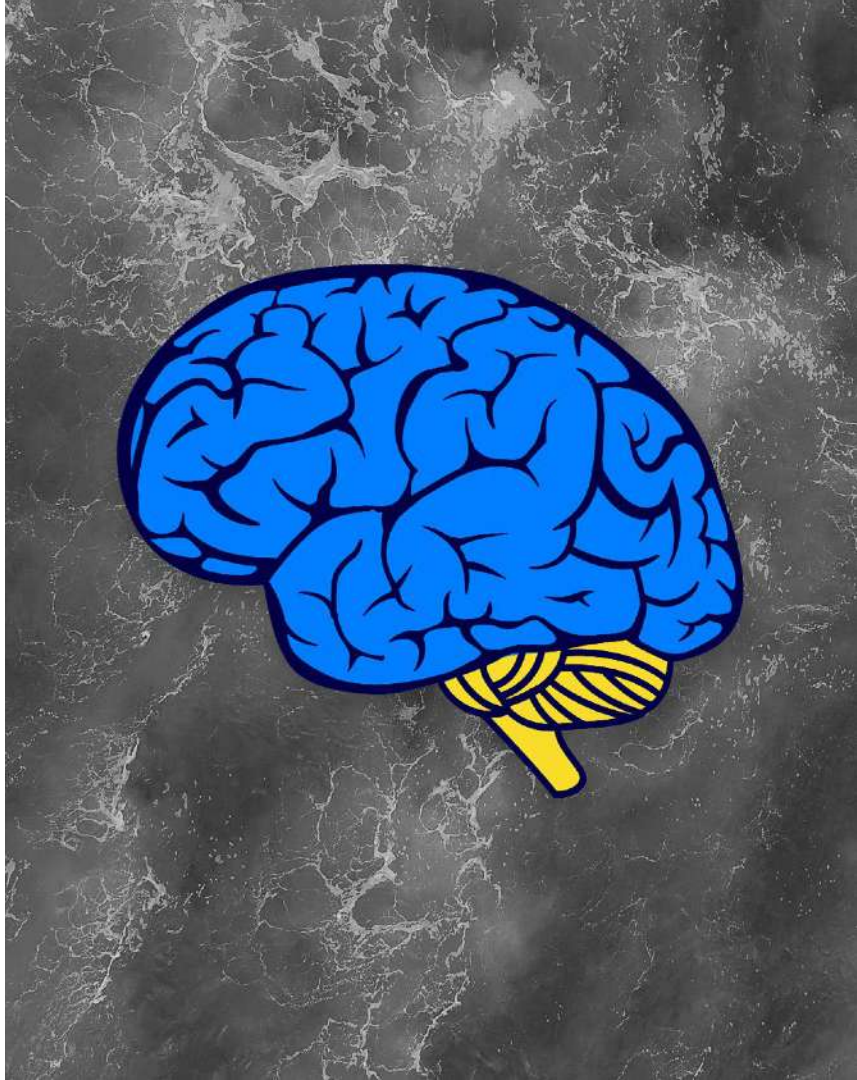
Why do we anticipate regret before we make a decision?



Speed

IKEA effect

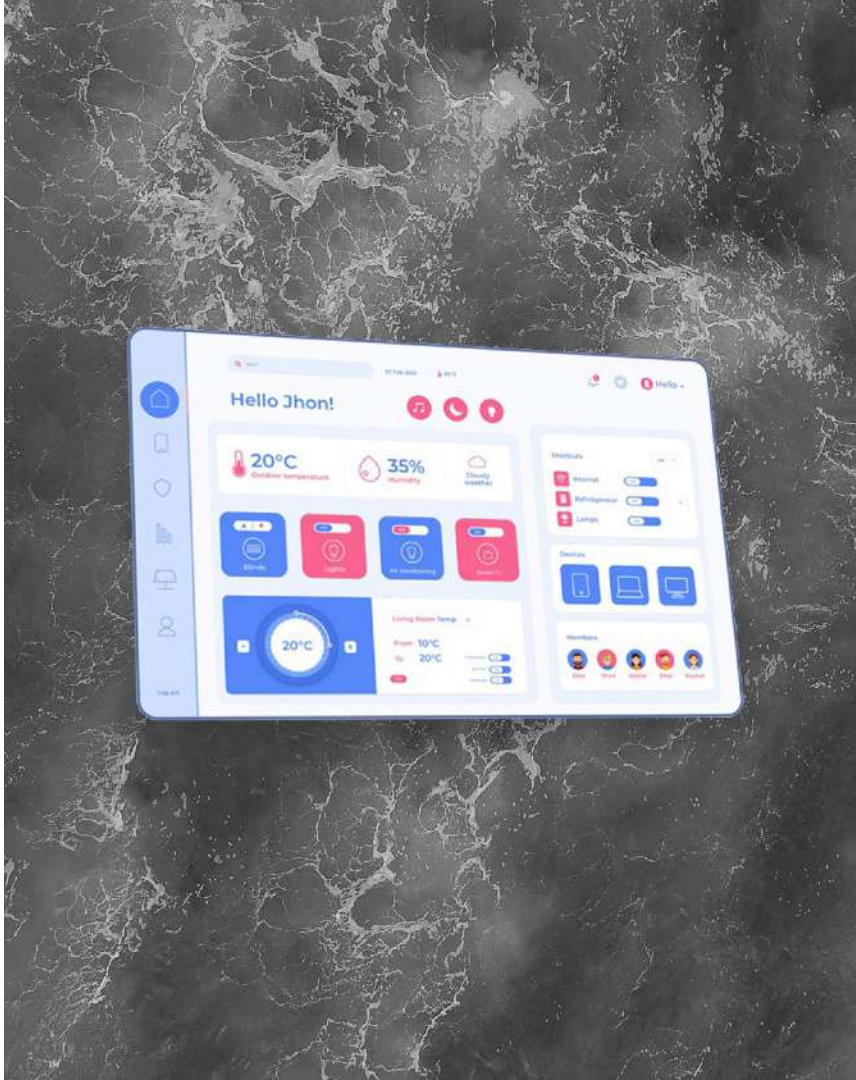
Why do we place disproportionately high value on things we helped to create?



Smart interface

Smart interface

A better conversion is almost guaranteed when you apply yourself to study the user needs and test these in various scenarios.

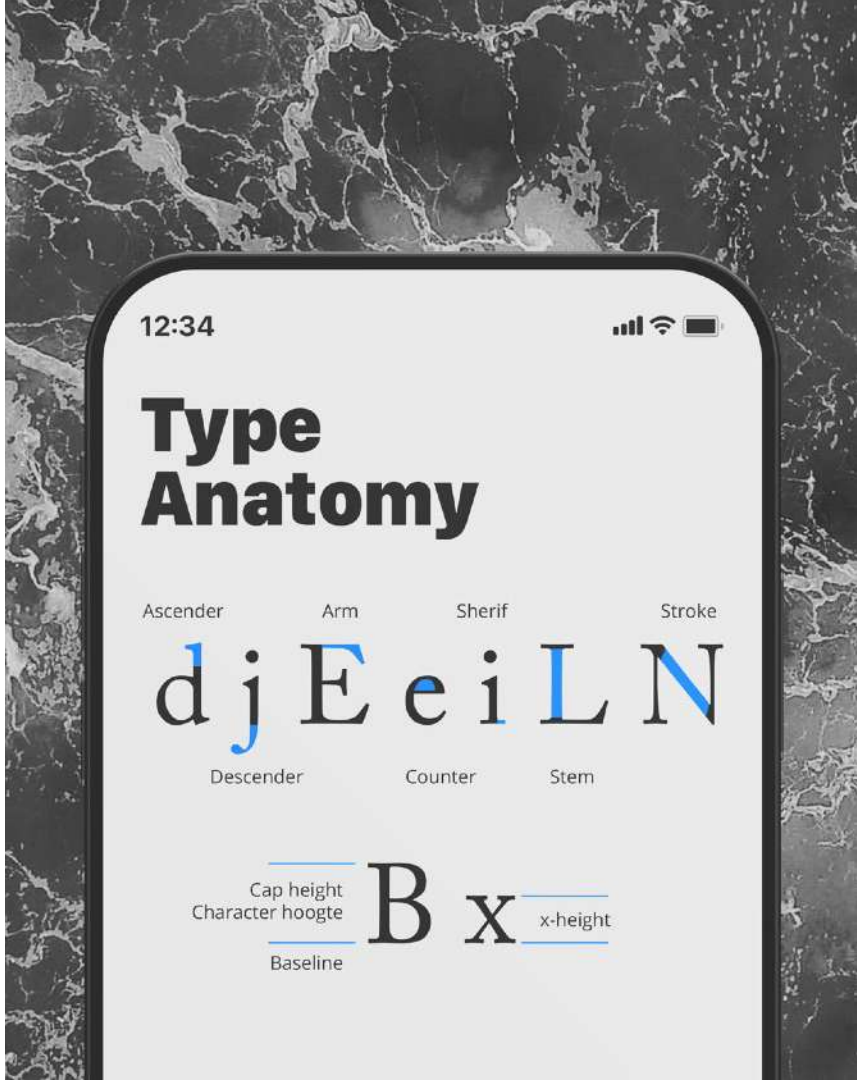


Visual design

Typografie

Anatomy

Elke letter is uniek en kan worden opgesplitst in hun kern-anatomie. Als je de constructie van elke glyph begrijpt, krijgt je meer inzicht in wat elk lettertype anders maakt, en wordt het gemakkelijker om een lettertype te kiezen dat geschikt is voor wat je nodig hebt.



Classificatie

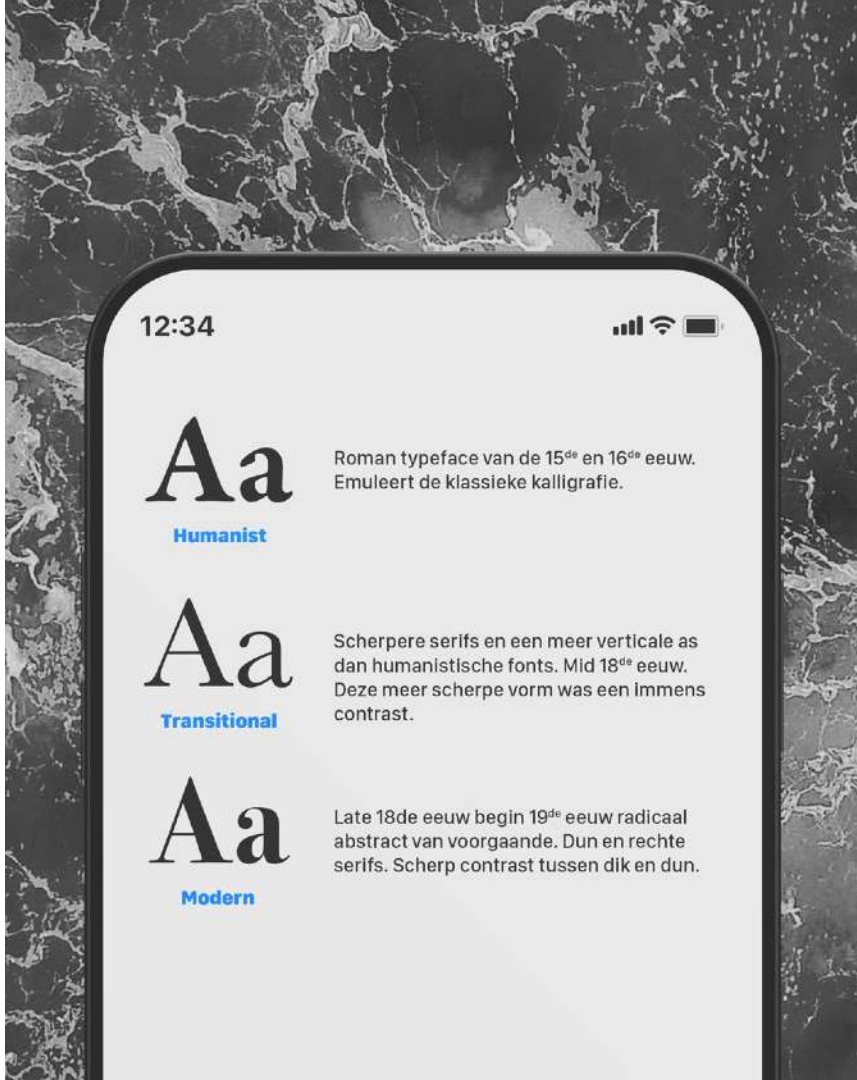
Er zijn 7 primaire classificaties om te helpen beschrijven en kiezen. Deze werden bedacht in de 19e eeuw en zijn nog steeds de basis.

Classificatie

Humanist : *Sabon, Garamond etc.*

Transitional : *Baskerville, Times Roman etc.*

Modern : *Bodoni etc.*



Classificatie

Slab : *Clarendon etc.*

Humanist sans : *Gill sans etc*

Transitional sans : *Helvetica etc*

Geometric : *Futura etc.*

Serif of schreef fonts.

Deze lettertypen hebben kleine extensies, die de basisstructuur van een lettertype verfraaien. Serif-fonts bestaan al sinds het begin. Ze zijn zichtbaar in oude stijl en humanistische schreven zoals Garamond. Baskerville, een ander schreef-fonts, behoort tot het transitional fonts. Bodoni en Rockwell maken deel uit van moderne en Slab serif (Egyptische) fonts.

Sans-serif of schreefloos.

Sans als in “zonder”. Deze lettertypen hebben die kleine uitbreidingen niet, dus zonder serif. Voorbeelden hier zijn onder meer Gill sans dat een humanistische connotatie heeft, Helvetica met zijn transitional kenmerken, etc.

UI Fonts

Best practices.

Laten we starten met systeem fonts.

San Francisco *is het systeem font voor iOS.*

Roboto *het systeem font voor Android.*

Font families

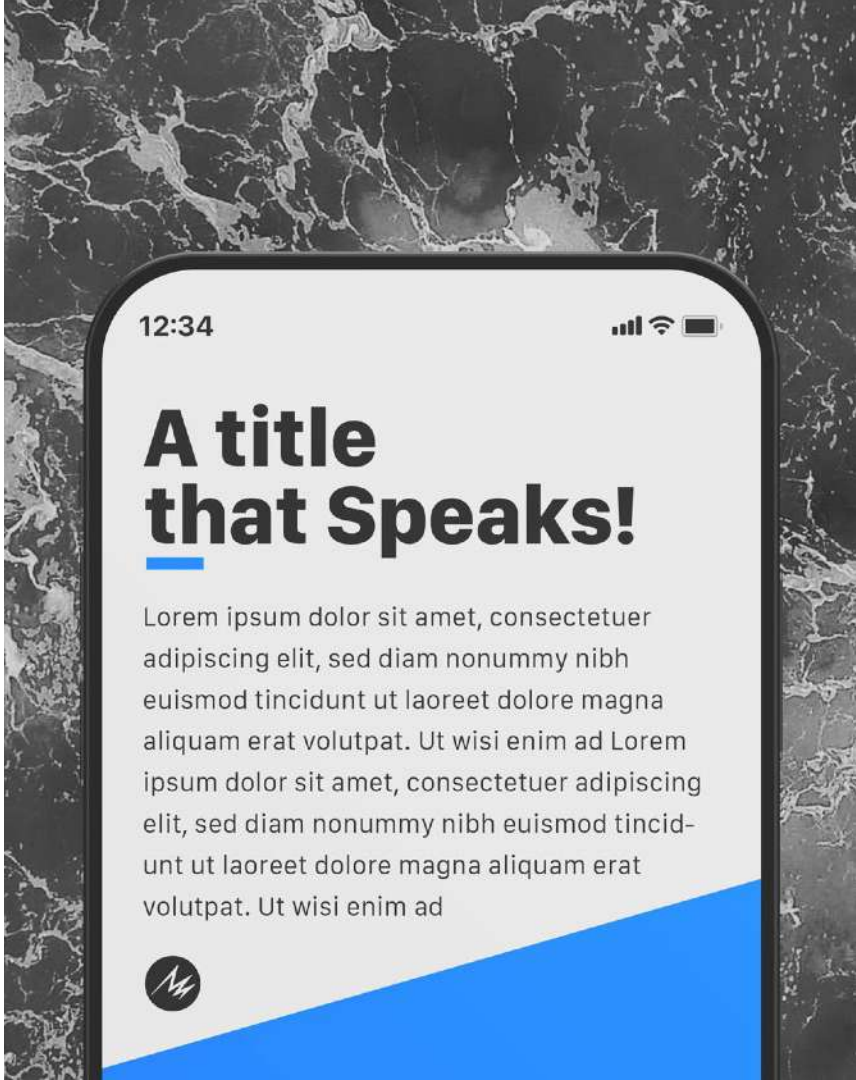
Best practices.

Elk font dat je gebruikt heeft een familie; regular, bold, italic zijn meestal de basis maar andere hebben ook light, narrow of black bevoordeeld.

Display of text?

Best practices.

Niet elk font is geschikt voor titles en niet elk font is geschikt voor body tekst.



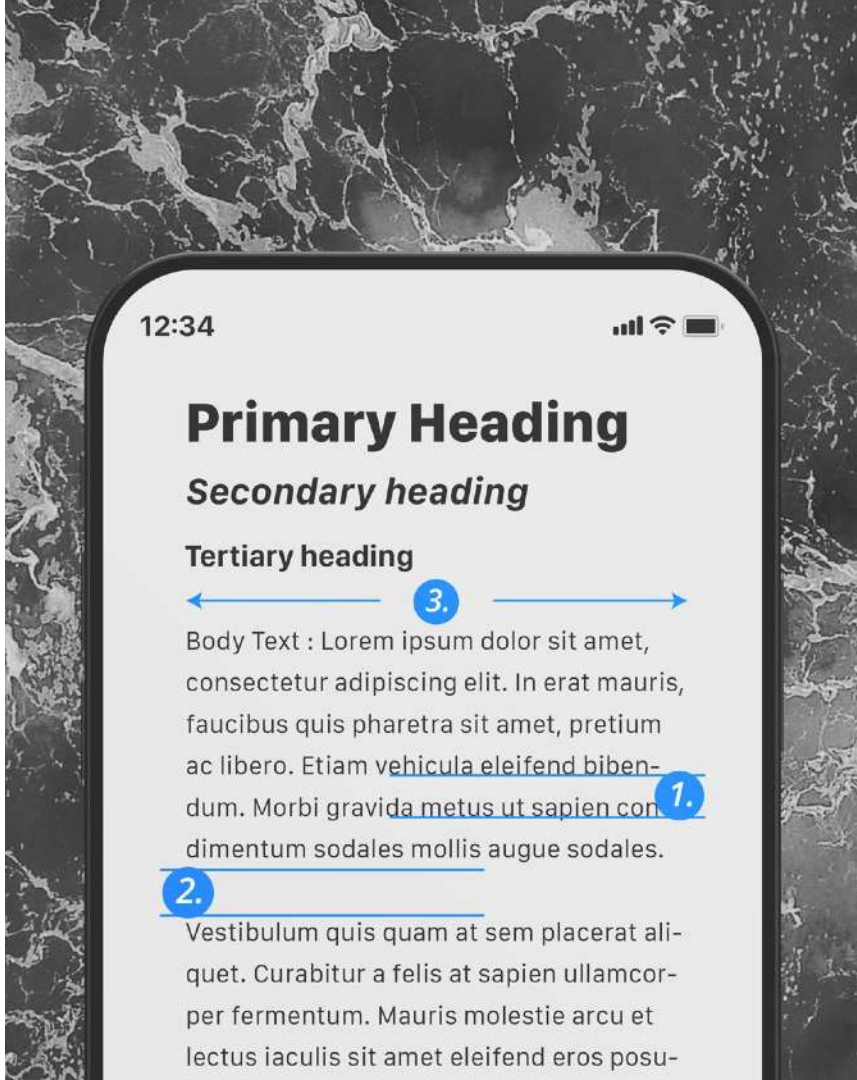
Leesbare tekst

Best practices.

1. Line-height (± 1,6 voor goede leesbaarheid)

2. Paragraph height

3. (container)Length



Kleur

Hoe werkt kleur?

Kleur is essentieel voor een Brand. Maar wat is kleur precies, en hoe simuleren wij kleur op scherm en papier ?

Hoe werkt kleur?

Eerst en vooral moet je weten hoe kleur werkt:

Lichtkleuren (RGB waarden)
Additief model

Drukkleuren (CMYK waarden)
Subtractief model

Ik ben geel!

Ja dit is geel maar welk geel ?

RGB

HEX #FBDC2C

RGB (251,220,44)

CMYK

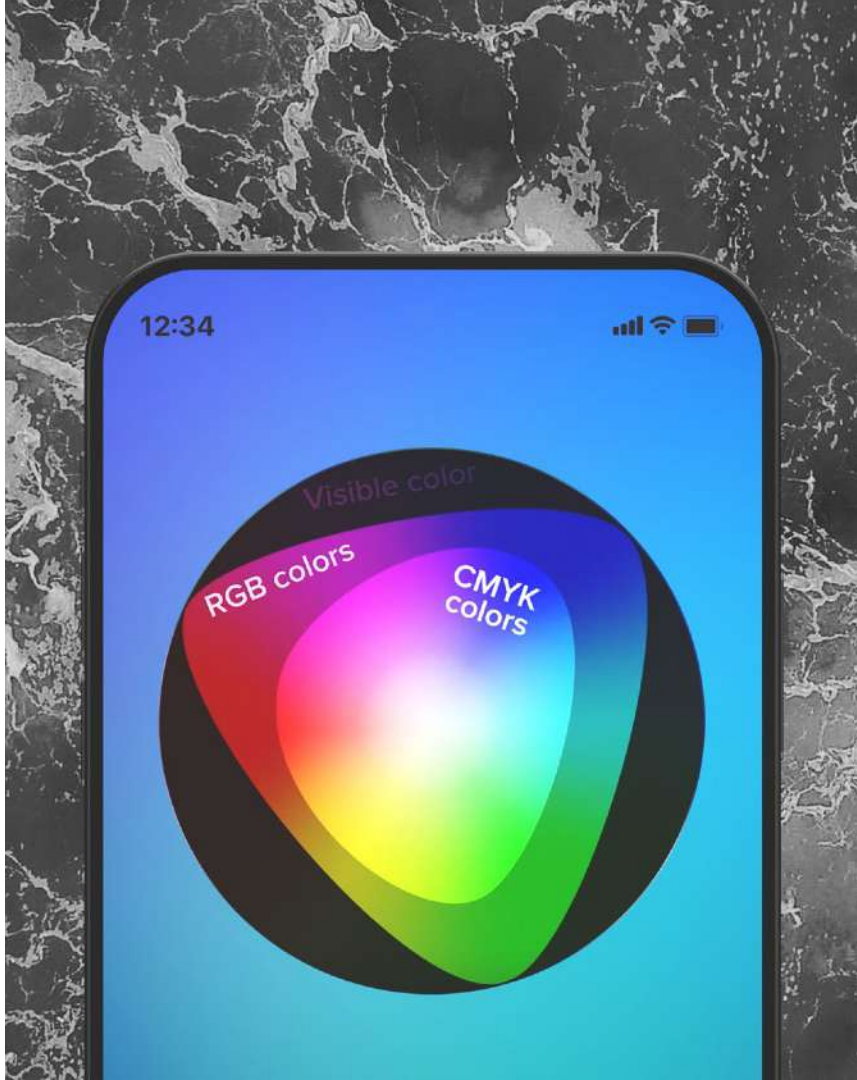
(3,9,92,0)

PANTONE

114C

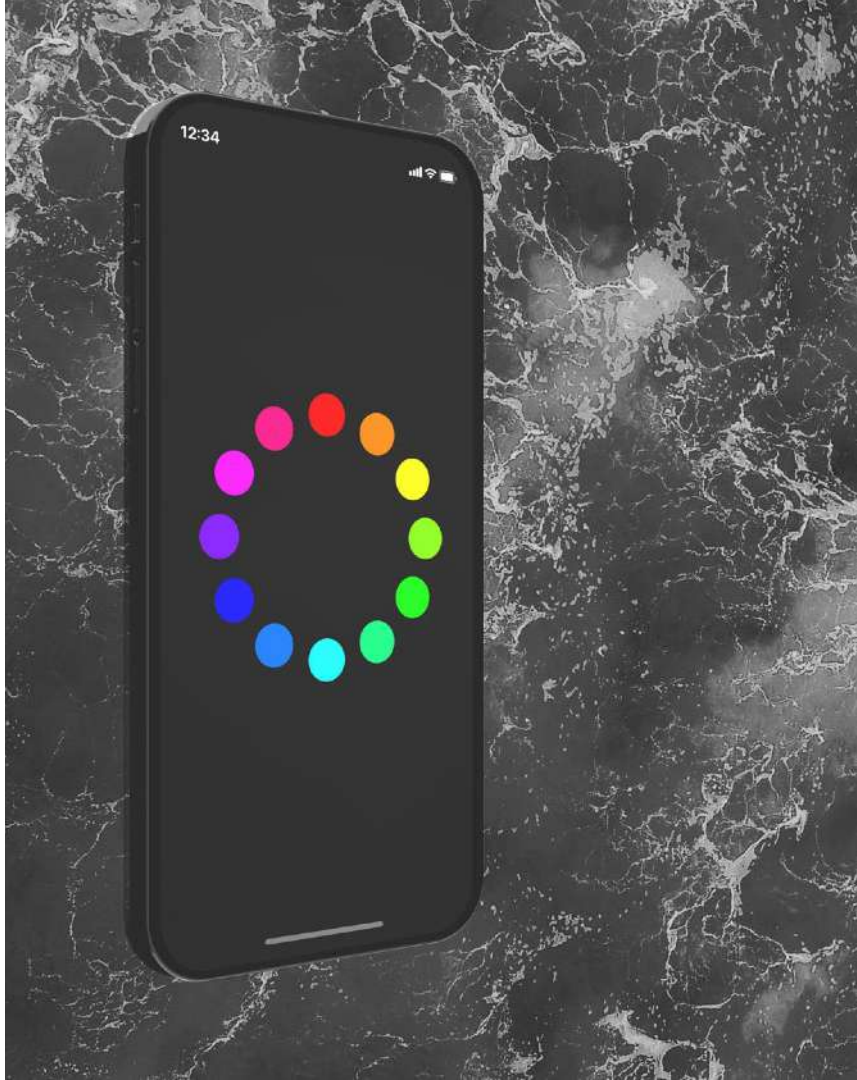
Werken met RGB

Beperkingen treden op als we niet enkel met RGB waarden aan het werken zijn. Als we kleuren moeten matchen met print bevoordeeld.



Hue

Hue is de meest elementaire kleurterm en geeft de kleur van een object aan. Als we 'blauw', 'groen' of 'rood' zeggen, hebben we het over tint. De Hue’s die je gebruikt in je ontwerpen, brengen belangrijke boodschappen over aan de bezoekers van uw website of app.



HSB system

Hue, Saturation, Brightness system.

Zwart is niet het tegenovergestelde van wit

Zwart: ***H*** *0-360°* ***S*** *0-100%* ***B*** *0%*

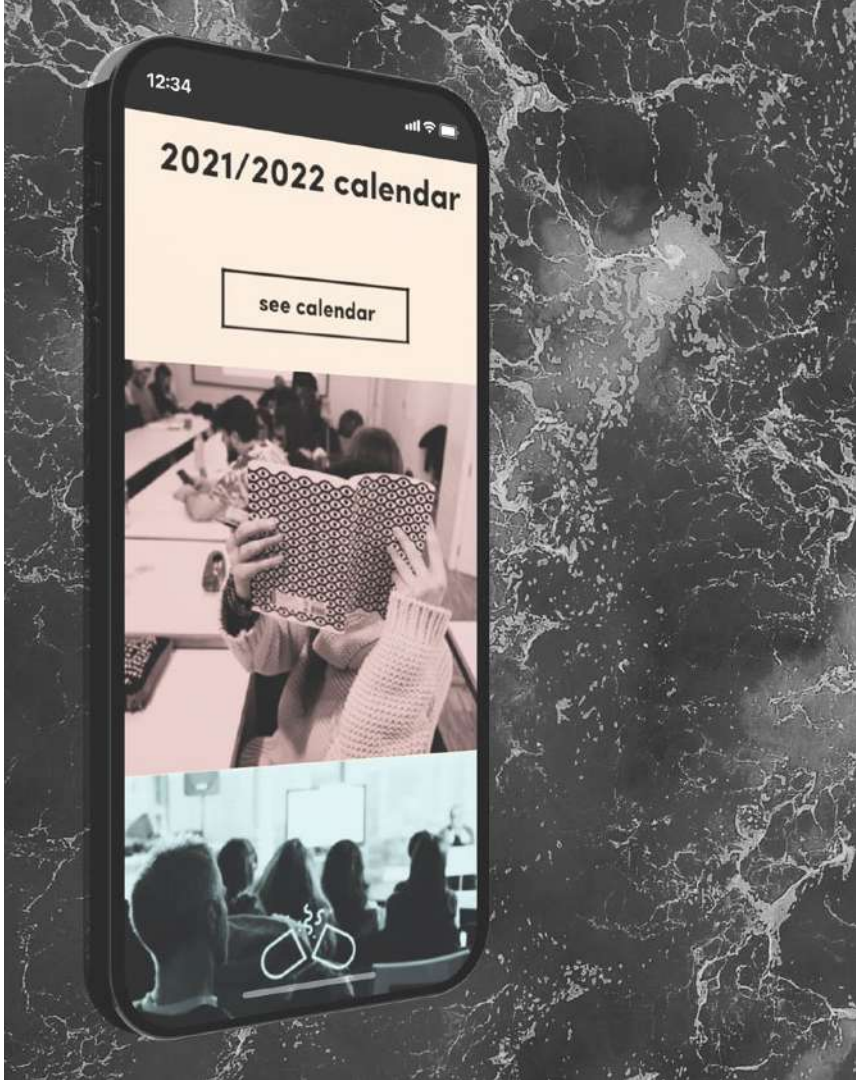
Wit: ***H*** *0-360°* ***S*** *0-100%* ***B*** *100%*

Chroma

Chroma verwijst naar de puurheid van een kleur. Een tint met een hoge chroma heeft geen zwart, wit of grijs toegevoegd. Omgekeerd vermindert het toevoegen van wit, zwart of grijs de chroma. Het is vergelijkbaar met verzadiging, maar niet helemaal hetzelfde. Chroma kan worden gezien als de helderheid van een kleur in vergelijking met wit.

Chroma

Gebruik bij het ontwerp geen tinten die een vergelijkbare (maar niet identieke) chroma hebben. Kies in plaats daarvan voor tinten met chroma's die ofwel exact hetzelfde zijn, of op zijn minst een paar stappen van elkaar verwijderd zijn.



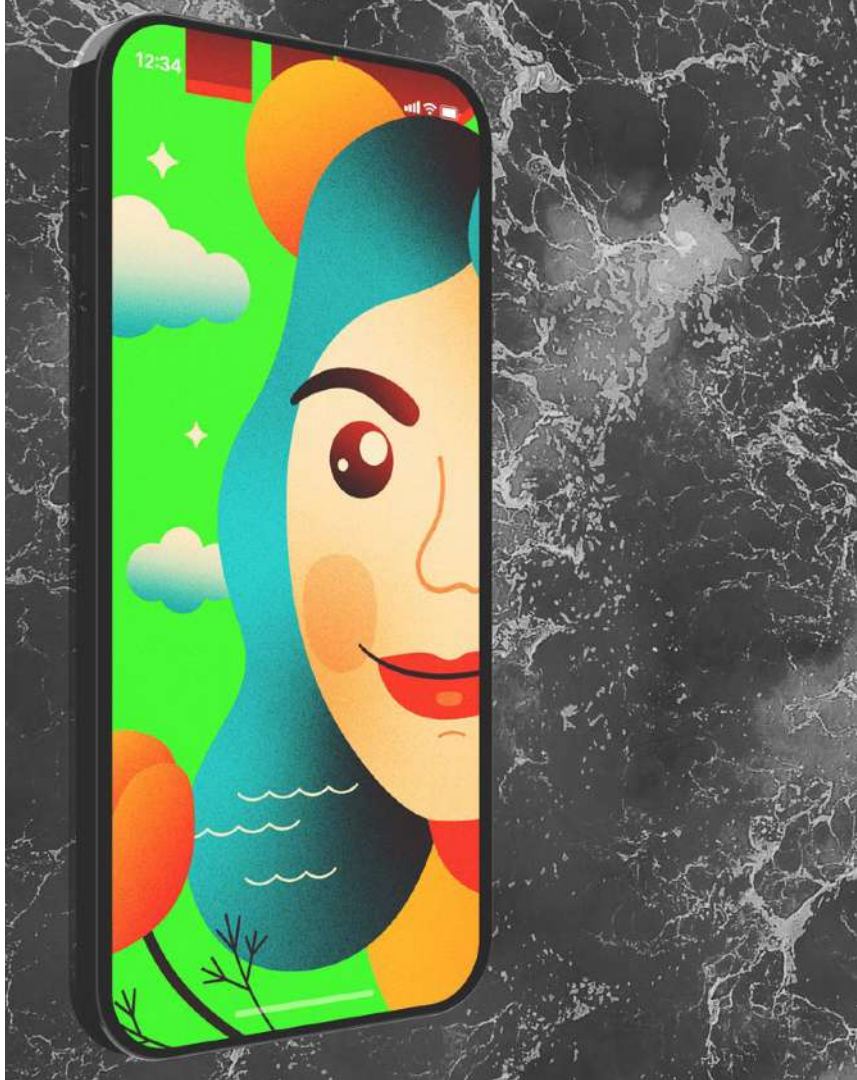
Saturation

Verzadiging verwijst naar hoe een tint verschijnt onder bepaalde lichtomstandigheden. Denk aan verzadiging in termen van zwakke vs. sterke of bleke vs. zuivere tinten.

Saturation

In het ontwerp zorgen kleuren met vergelijkbare verzadigingsniveaus voor meer samenhangende ontwerpen.

Net als bij chroma kunnen kleuren met vergelijkbare maar niet identieke verzadigingen een schokkend effect hebben op bezoekers.



Value/Brightness

Letterijk ***Waarde*** kan ook 'lichtheid' worden genoemd. Het verwijst naar hoe licht of donker een kleur is. Lichtere kleuren hebben hogere waarden. Oranje heeft bijvoorbeeld een hogere waarde dan marineblauw of donkerpaars. Zwart heeft de laagste waarde van elke tint en wit de hoogste.

Value/Brightness

Geef bij het toepassen van kleurwaarden op uw ontwerpen de voorkeur aan kleuren met verschillende waarden, vooral die met hoge chroma. Hoge contrastwaarden resulteren doorgaans in meer esthetisch aantrekkelijke ontwerpen.

Tones

Tonen worden gecreëerd wanneer grijs wordt toegevoegd aan een hue. Tonen zijn over het algemeen doffer of zachter dan pure tinten.

Tones

Tonen zijn soms gemakkelijker te gebruiken in ontwerpen. Meer grijs kan websites een bepaald vintage gevoel geven. Afhankelijk van de tinten kunnen ze ook een verfijnde of elegante uitstraling geven.

Shades

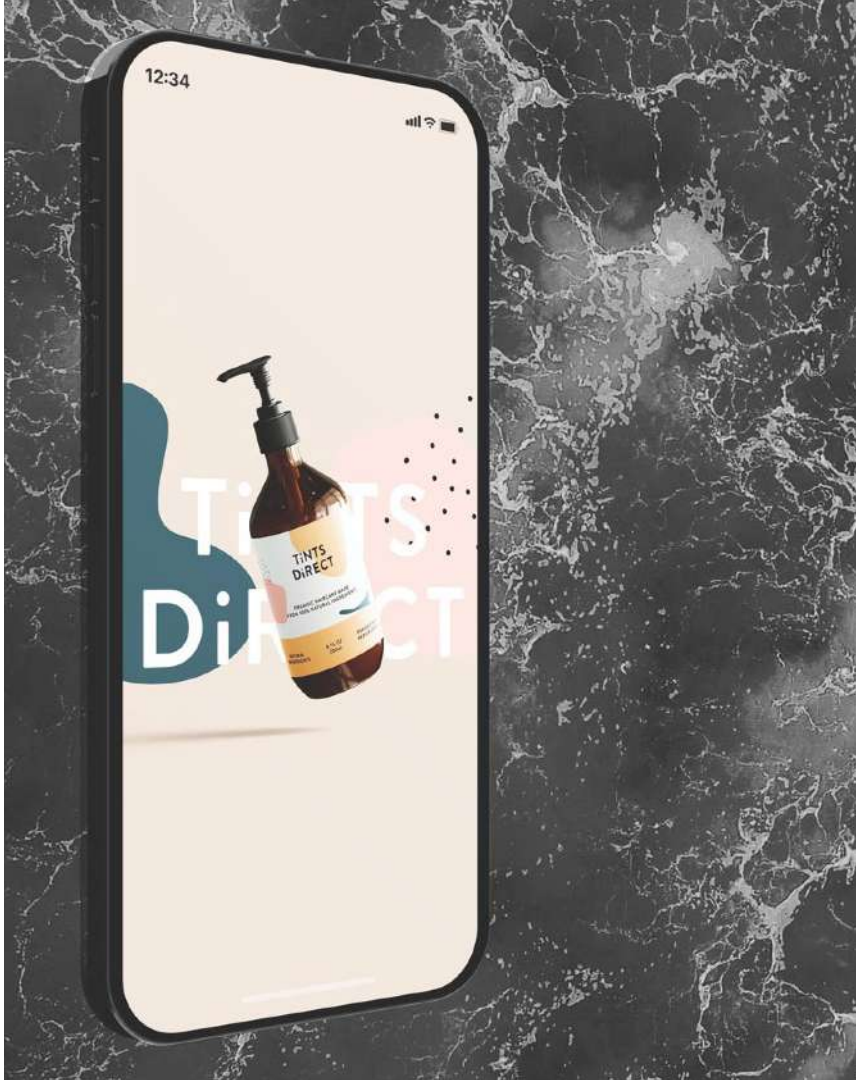
Er ontstaat een ***Schaduw*** wanneer zwart wordt toegevoegd aan een tint, waardoor deze donkerder wordt. Het woord wordt vaak ten onrechte gebruikt om tint of toon te beschrijven, maar technisch gezien is schaduw alleen van toepassing op tinten die donkerder zijn gemaakt door de toevoeging van zwart.

Tints

Een tint wordt gevormd wanneer wit wordt toegevoegd aan een hue, waardoor deze lichter wordt. Zeer lichte tinten worden soms pastelkleuren genoemd, maar elke pure hue waaraan wit is toegevoegd, is technisch gezien een tint, zelfs als de kleur nog vrij helder is.

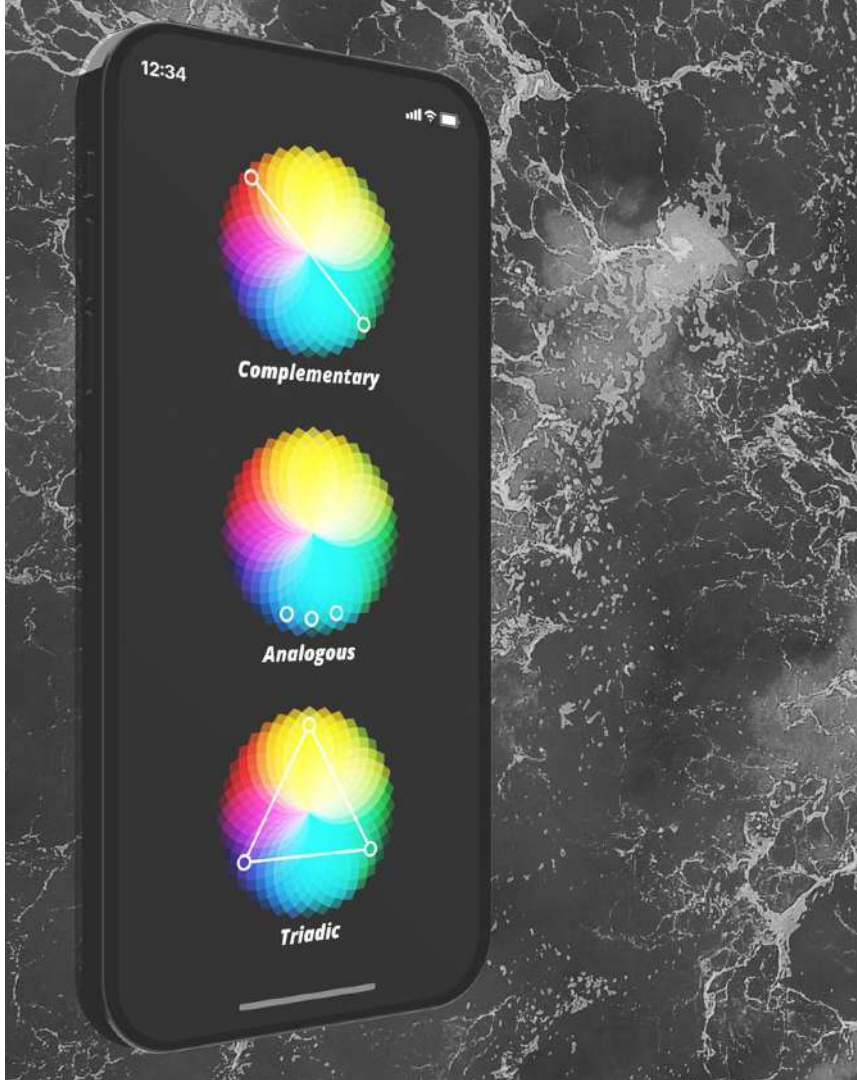
Tints

Tinten worden vaak gebruikt om vrouwelijke of lichtere ontwerpen te creëren. Pasteltinten worden vooral gebruikt om ontwerpen vrouwelijker te maken, hoewel er tal van voorbeelden zijn van andere pastelsites. Ze werken ook goed in vintage ontwerpen en zijn populair op websites die zijn gericht op ouders van baby's en peuters. Ook zijn deze soms cultureel gebonden.



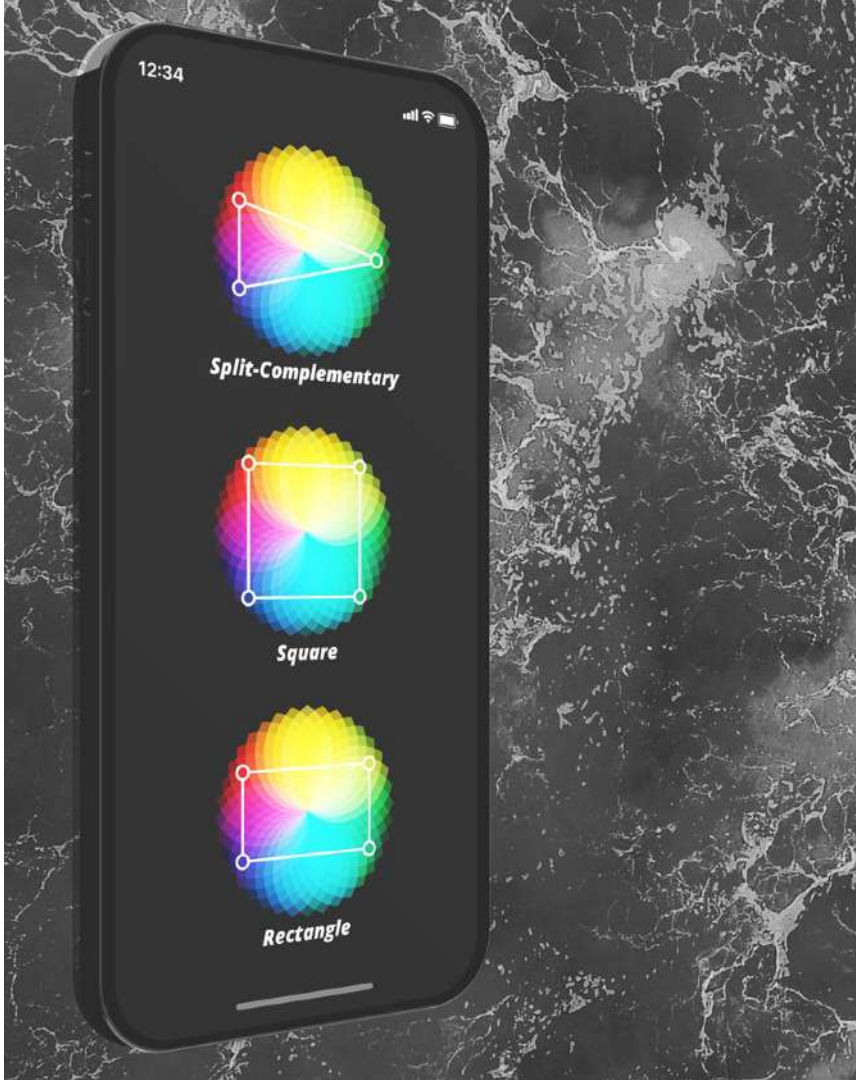
Kleuren combineren.

Sommige kleuren passen goed bij elkaar, andere zullen botsen. Er zijn definitieve regels voor hoe ze zullen communiceren die het beste kunnen worden waargenomen op een kleurenwiel.



Kleuren combineren.

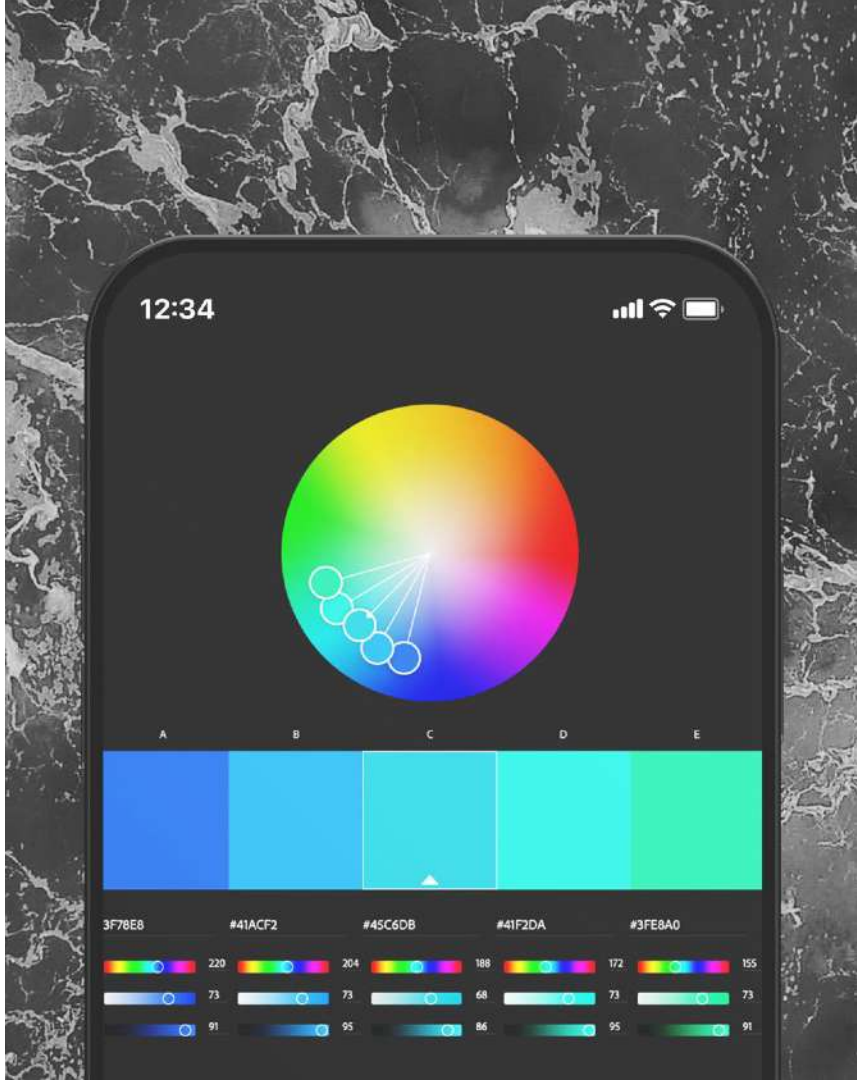
De zogenaamde kleuren harmonie regels.
Je moet van deze methoden op de hoogte zijn, maar het is niet nodig om dit handmatig te doen.



Kleuren combineren.

ANALOGOUS

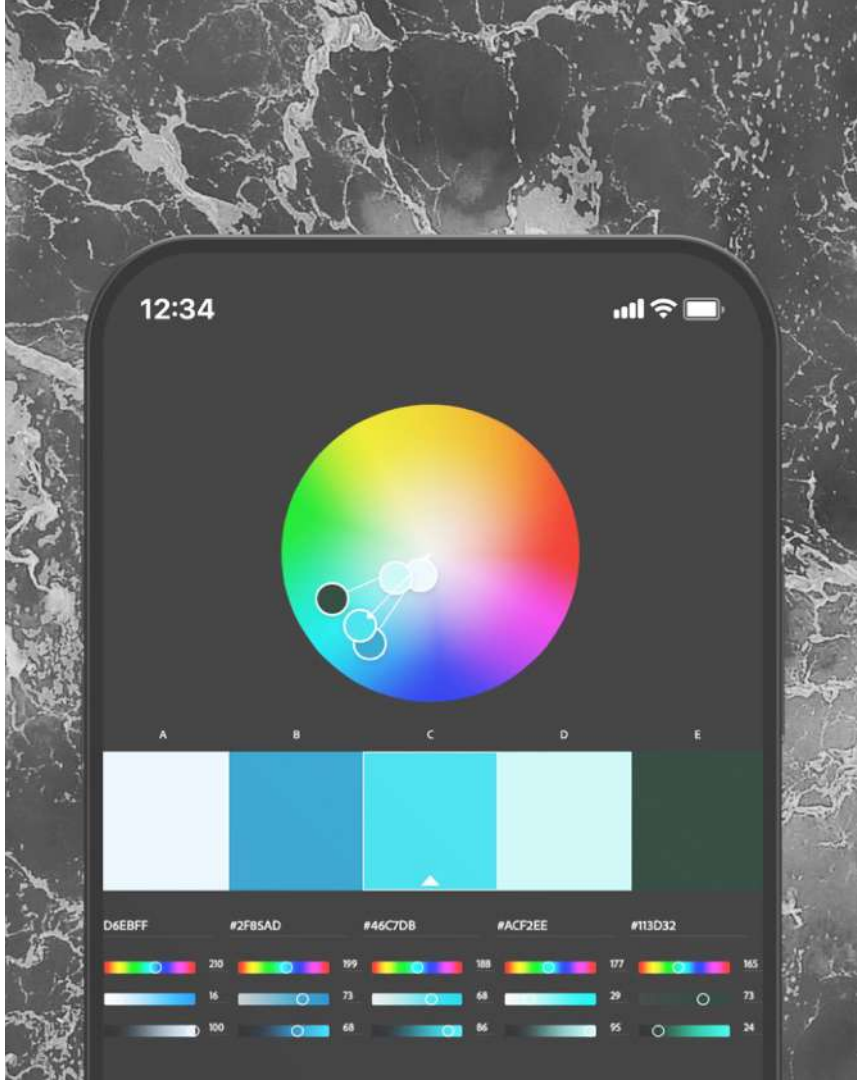
3 kleuren te gebruiken die naast elkaar op het 12-punt kleurenwiel staan. Traditioneel hebben analoge kleurenschema's allemaal hetzelfde chroma-niveau…



Kleuren combineren.

ANALOGOUS

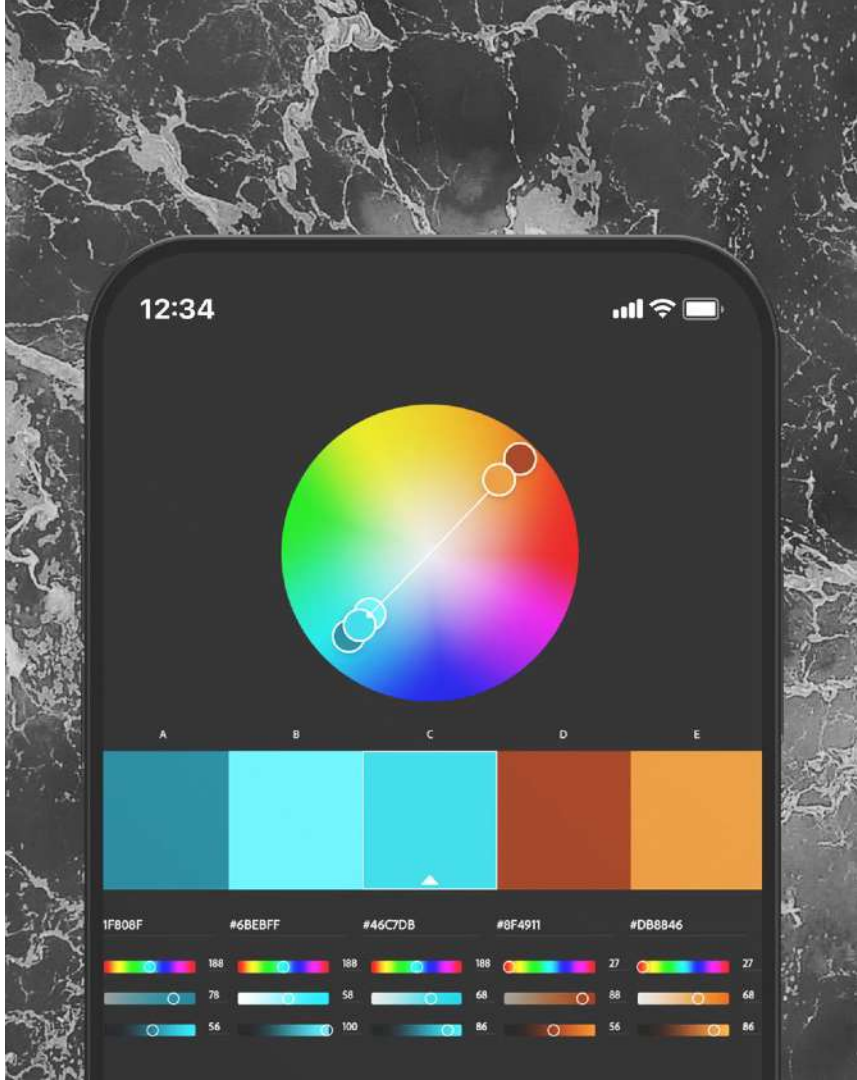
3 kleuren te gebruiken die naast elkaar op het 12-punt kleurenwiel staan. Traditioneel hebben analoge kleurenschema's allemaal hetzelfde chroma-niveau, maar door ***tonen****,* ***shades*** *en* ***tinten*** *te gebruiken, kunnen we interesse toevoegen aan deze schema.*



Kleuren combineren.

COMPLEMENTARY

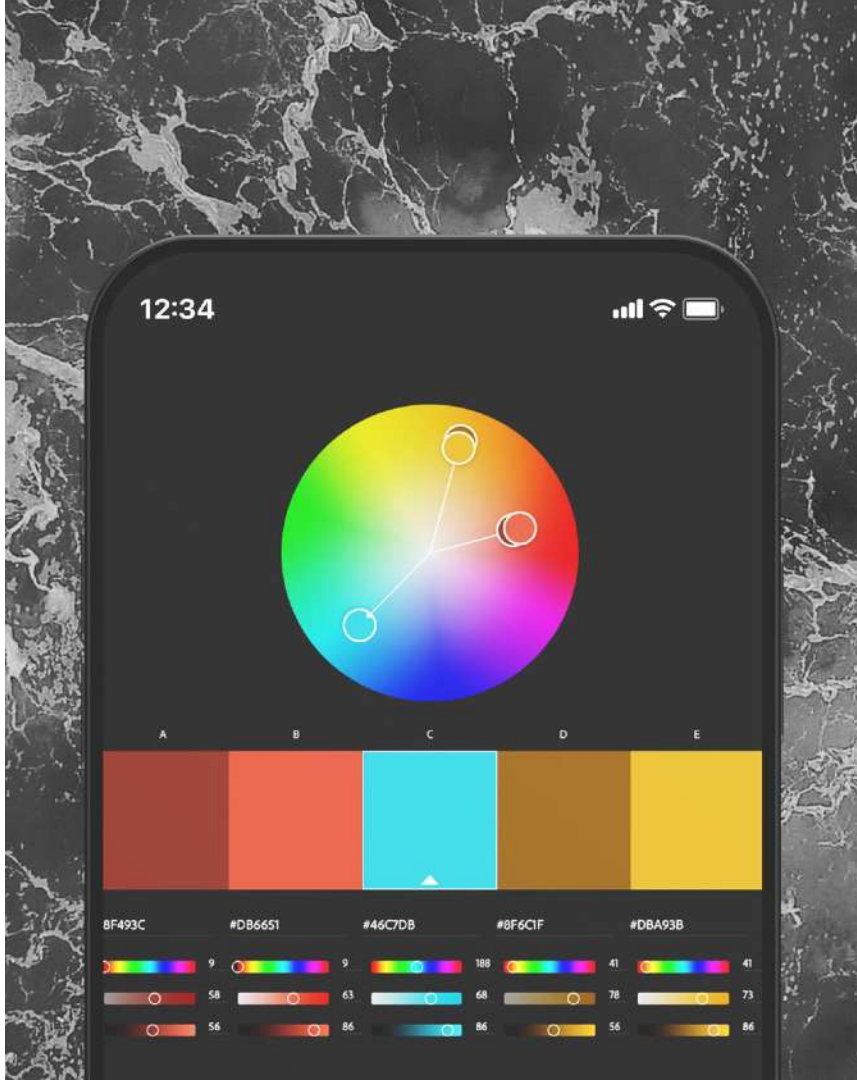
Kleuren combineren van tegenoverliggende zijden van het kleurenwiel. In hun meest basale vorm bestaan deze schema's uit slechts twee kleuren, maar ze kunnen gemakkelijk worden uitgebreid met tonen, tinten en shades.



Kleuren combineren.

SPLIT-COMPLEMENTARY

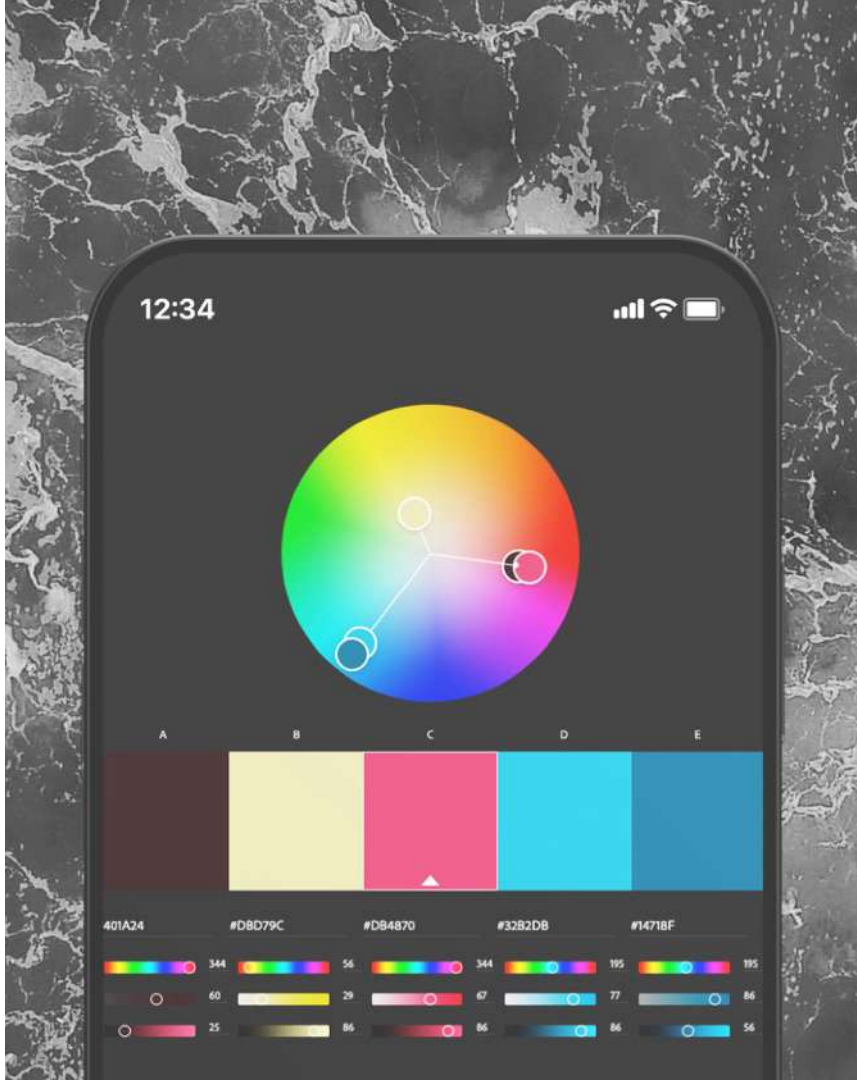
Gesplitste complementaire schema's voegen meer complexiteit toe dan “normale” complementaire schema's. In dit schema, in plaats van kleuren te gebruiken die tegenpolen zijn, gebruik je kleuren aan weerszijden van de hue tegenover uw basis-hue.



Kleuren combineren.

TRIADIC

Triadische schema's zijn opgebouwd uit tinten die gelijkmatig verdeeld zijn rond het 12-puntig kleurenwiel. Dit is een van de meer diverse kleurenschema's. Ze kunnen moeilijk zijn om goed te doen, maar voegen veel visueel belang toe aan een ontwerp als ze dat wel zijn.



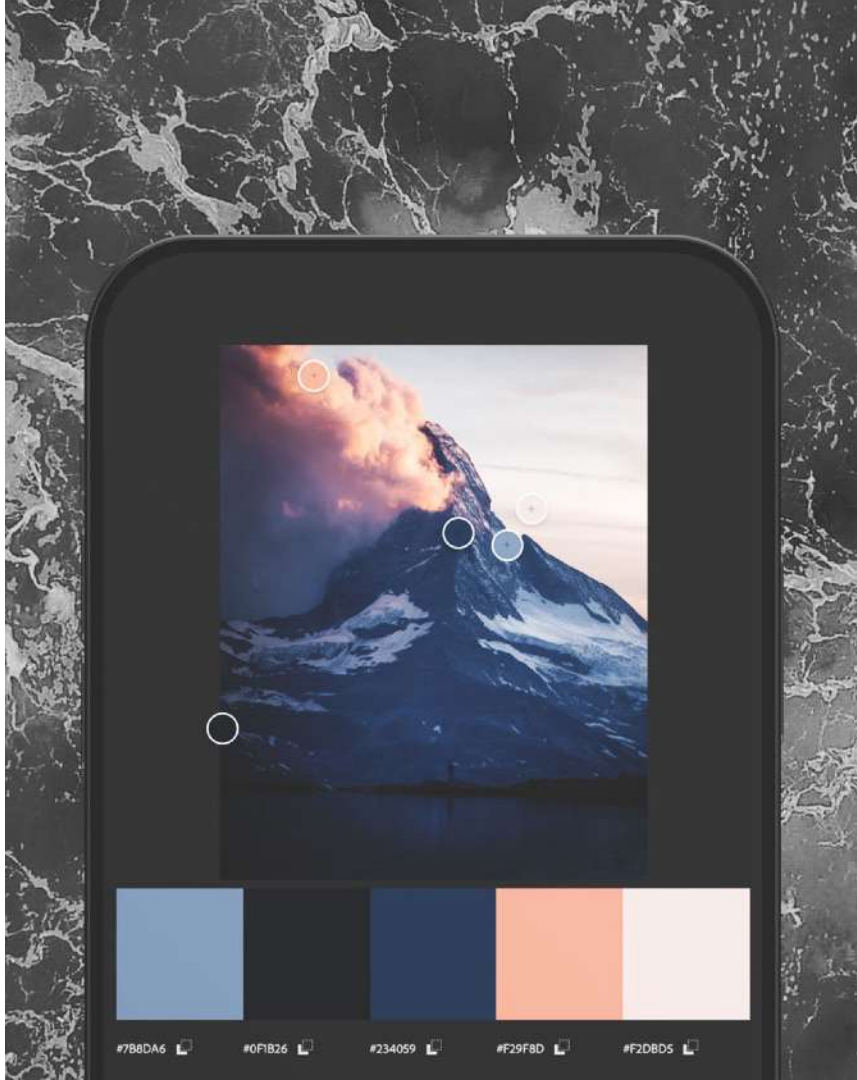
60–30–10 Rule

Principe uit de meubel/interieur industrie
60% is your dominant hue,
30% is secondary color and
10% is for accent color.

Kleur swatches

Geloof in de natuur

De beste kleurencombinaties komen uit de natuur. Ze zullen er altijd natuurlijk uitzien.



Kleuren en cultuur.

Red is the color of fire, food and power
Orange represents enthusiasm and creativity
Yellow is the color of sunshine and happiness
Green is the color of nature and safety
Blue symbolises trust and calmness
Purple is associated with royalty
White is considered to be the color of perfection
Black the color of mystery, prestige, premium

Colour Contrast

Doel is ervoor te zorgen dat alle visuele ontwerpen voldoen aan de minimale kleurcontrastverhouding voor normale en grote tekst op een achtergrond, zoals beschreven in WCAG 2.0, niveau AA.

"Contrast (minimum): begrip van succescriterium 1.4.3."

Waarom?

15% van de wereldbevolking heeft een of andere vorm van handicap, waaronder aandoeningen die het zien, horen, motoriek en cognitieve vaardigheden beïnvloeden.

Ongeveer 4% van de bevolking heeft slechtziendheid, terwijl 0,6% blind is.

Waarom?

7 tot 12% van de mannen heeft een vorm van kleurenblindheid (kleurenblindheid), en minder dan 1% van de vrouwen.

Slechtziendheid neemt toe met de leeftijd en de helft van de mensen ouder dan 50 heeft een zekere mate van slechtziendheid.

Waarom?

Wereldwijd is de snelst groeiende bevolking 60 jaar en ouder.

Boven de 40 jaar zal bijna iedereen merken dat ze een leesbril of bifocale bril nodig hebben om kleine voorwerpen of tekst duidelijk te zien, een aandoening die wordt veroorzaakt door het natuurlijke verouderingsproces, presbyopie genaamd.

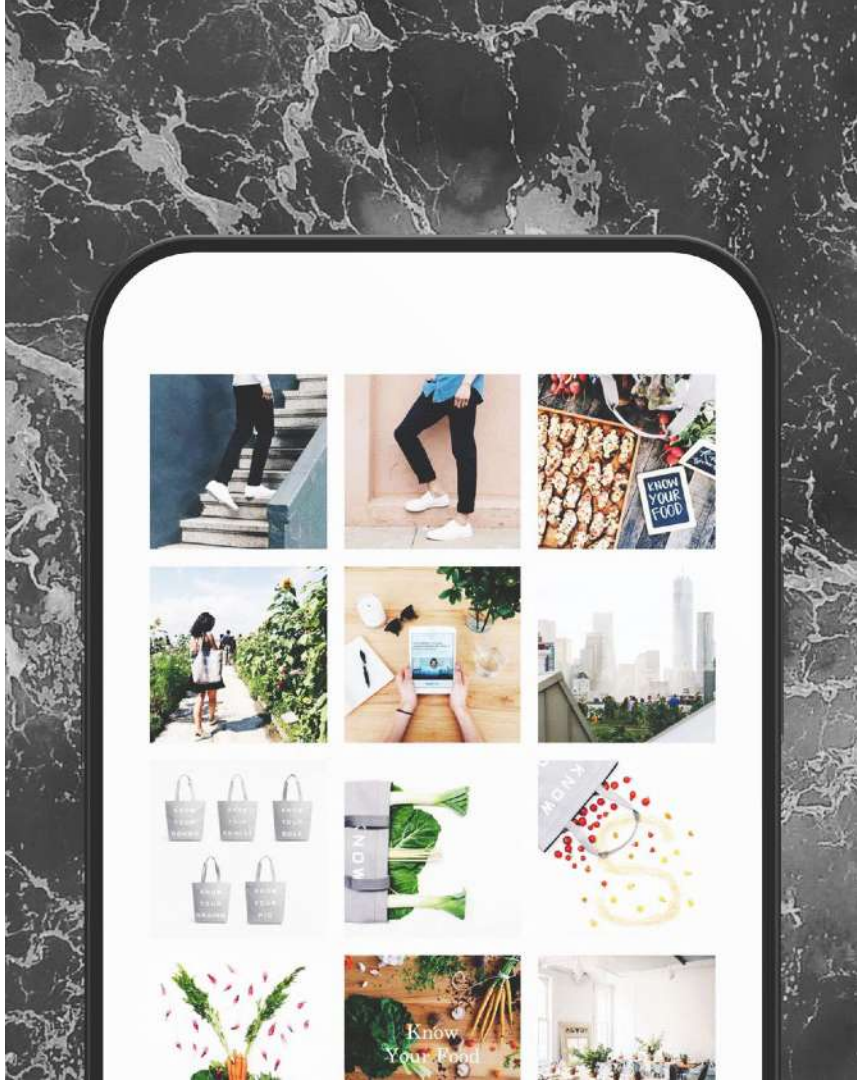
Kleurzicht problemen

Protanopia. Verminderde gevoeligheid voor rood licht.
Deuteranopia. Verminderde gevoeligheid voor groen licht.
Tritanopia. Verminderde gevoeligheid voor blauw licht, maar komt niet vaak voor.
Achromatopsie. Helemaal geen kleur zien, maar het komt niet vaak voor.

Beelden

Beeldgebruikt

Beelden zijn essentieel om een bepaald gevoel op te wekken daarom mag hier ook zeker wat belang aan gehecht worden.



Waarom beelden?

Om een Specifiek scenario te tonen.

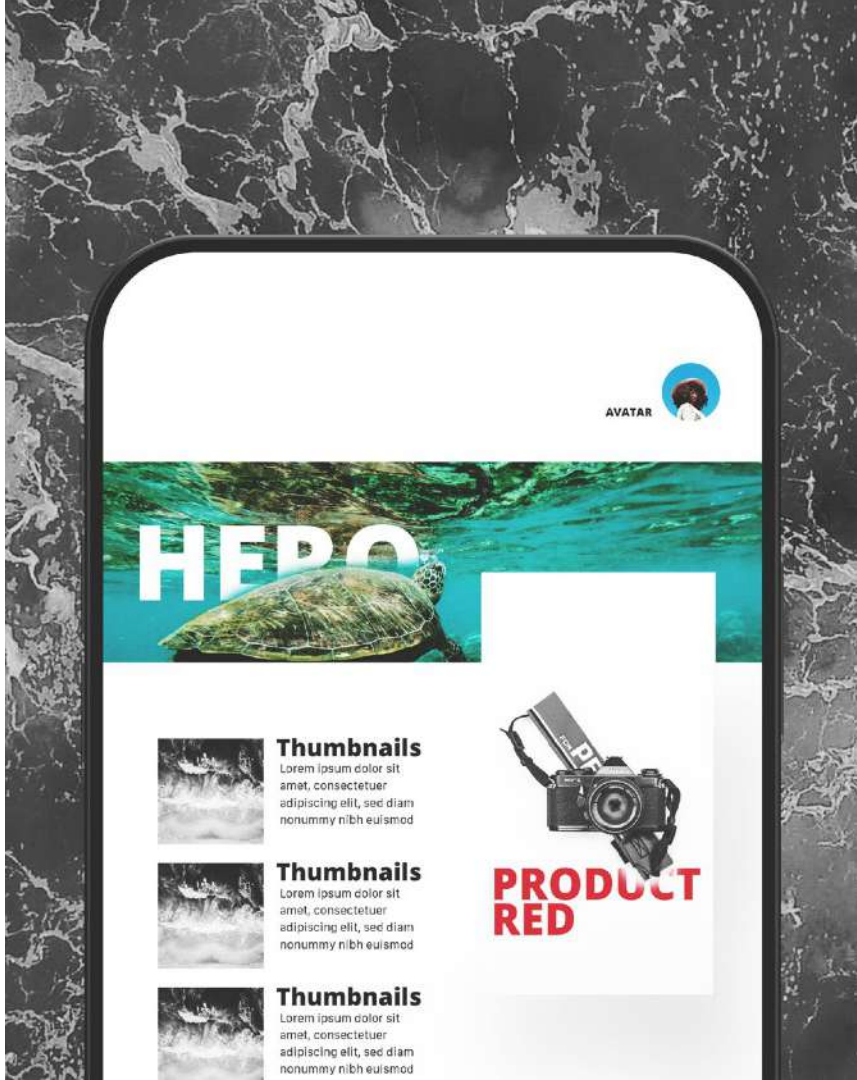
Om een product te showcasen.

Voor de wow factor.

Types beelden

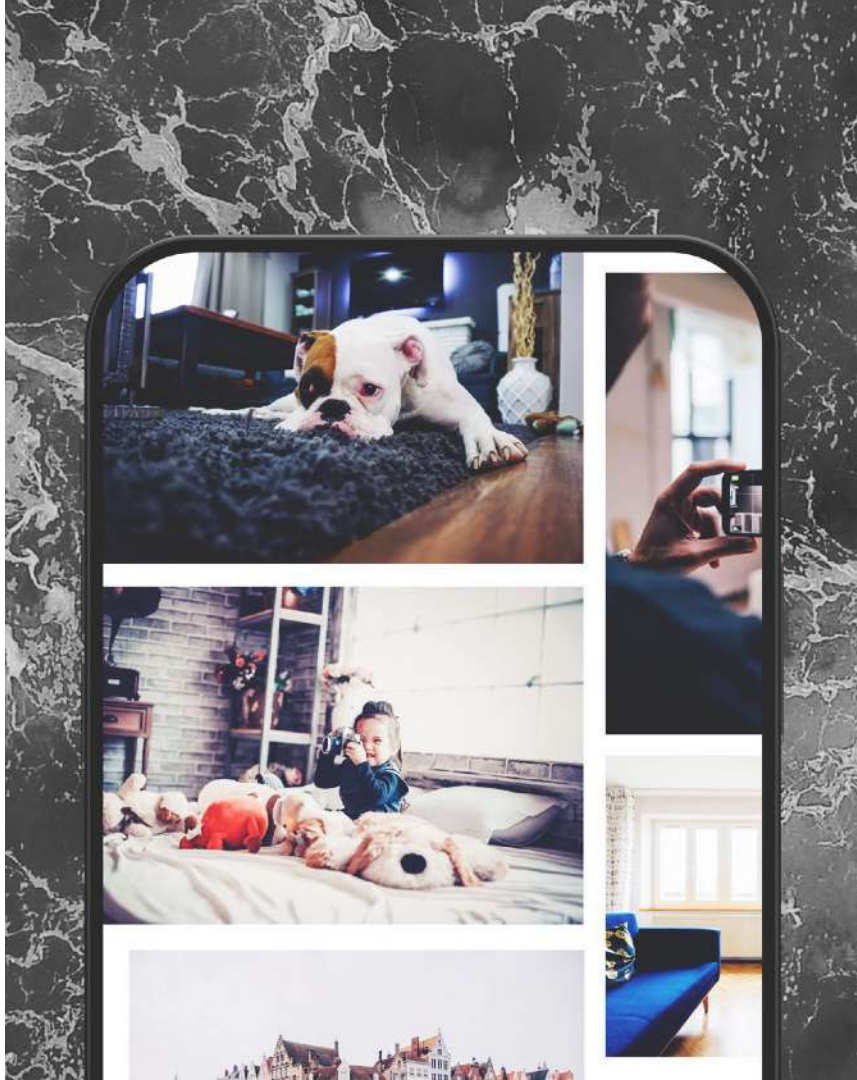
Afbeeldingen in UX/UI hebben voornamelijk betrekking op het gebruik van foto's, animaties en video's.

Hero banners
Product Photos
Thumbnails
(Avatars)
Email marketing



Graderen / colourgrade

Beelden zijn essentieel om een bepaald gevoel op te wekken daarom mag hier ook zeker wat belang aan gehecht worden.



Best practice

Bekijk eerst de brand guidelines.

The “Do’s” and “Don’ts

Best practice

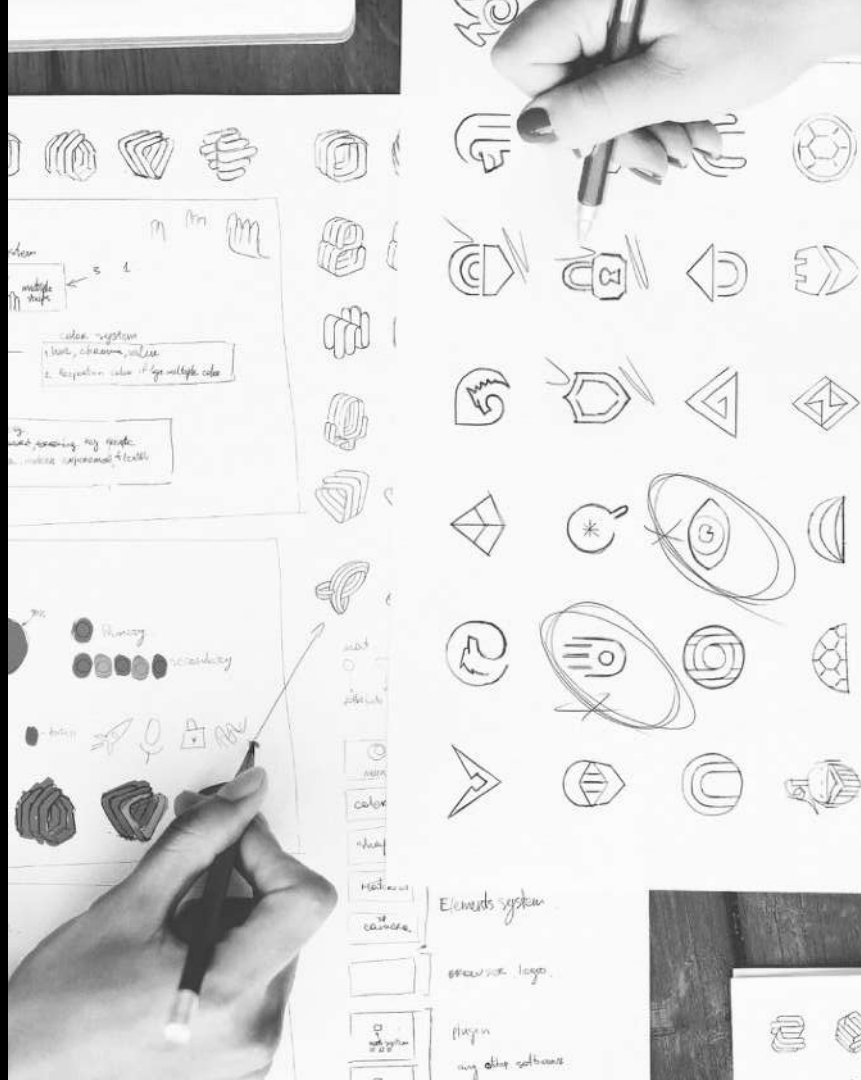
Get the right rights!

Stock image sites
Commissioned Artist work

Best practice

Test je werk op verschillende resoluties en container vormen waarin dit beeld zou kunnen Gebruikt worden.

Iconen & illustraties



Wat zijn iconen?

In de meest elementaire vorm zijn iconen een drager om een simpel communicatie concept door te geven.

Metafoor.

Iconen gebruiken visuele metaforen om het begrip te versnellen door eigenschappen over te dragen van iets dat we al begrijpen.

In sommige gevallen is de metafoor letterlijk. alarmpictogram van Material design.

Outdated?

Soms is de metafoor een beetje achterhaald, maar begrijpelijk door herhaaldelijk gebruik.

In de begintijd van de PC bewaarde de floppydisk onze bestanden op een dunne, vierkante schijf - een totale waarde van 1,44 megabyte!

Wat zijn iconen?

Sommige iconen zijn intuïtief ander zijn geleerd gedrag en bij basis dan ook on-intuïtief.

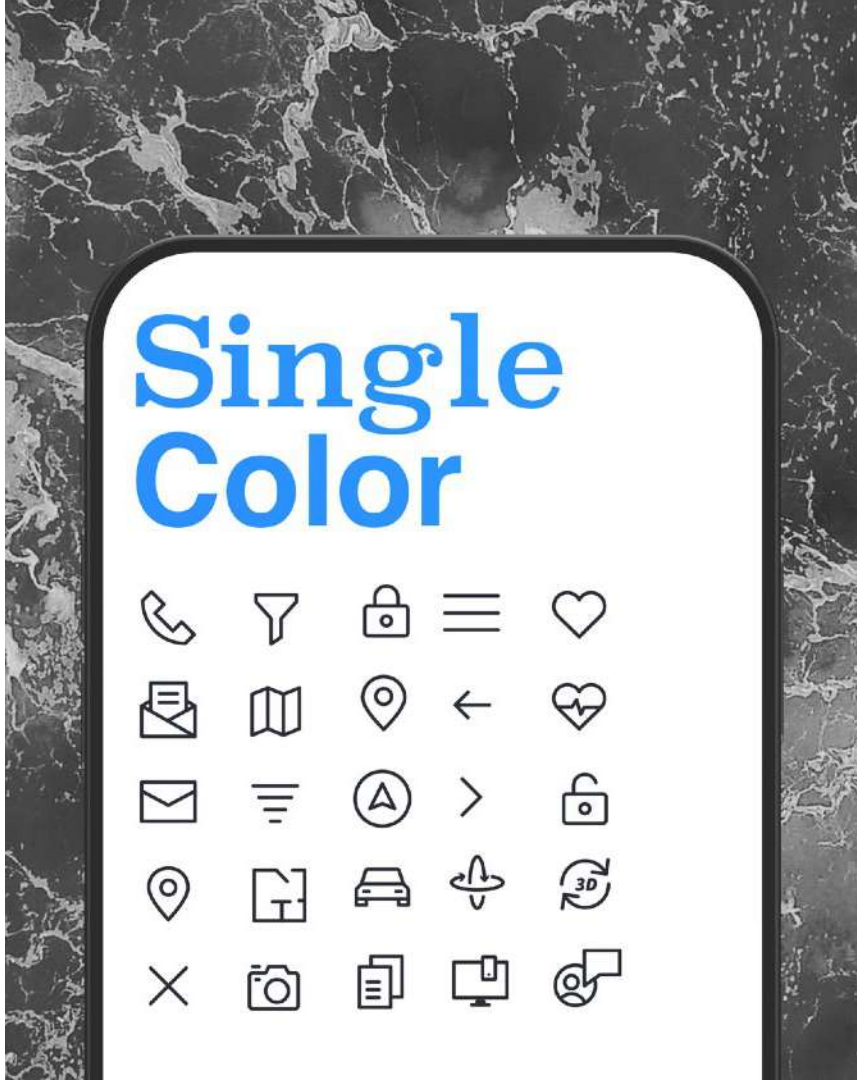
Zijn deze icons voor je duidelijk ?

Context is Key!

Lay-out heeft invloed op herkenbaarheid van iconen. Een UI met bepaalde layout kan naar gebruik verwijzen.

Iconen

Single color icons



Iconen

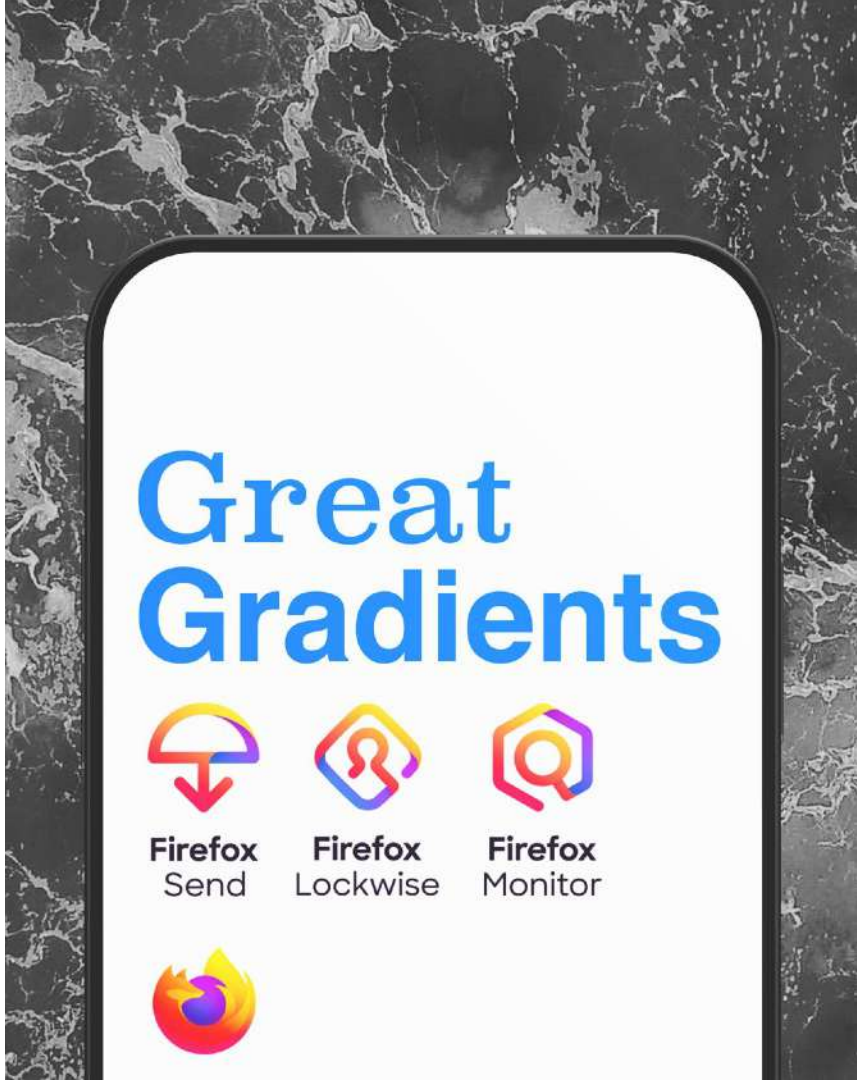
Duotoon color icons

Iconen

Gradients ?

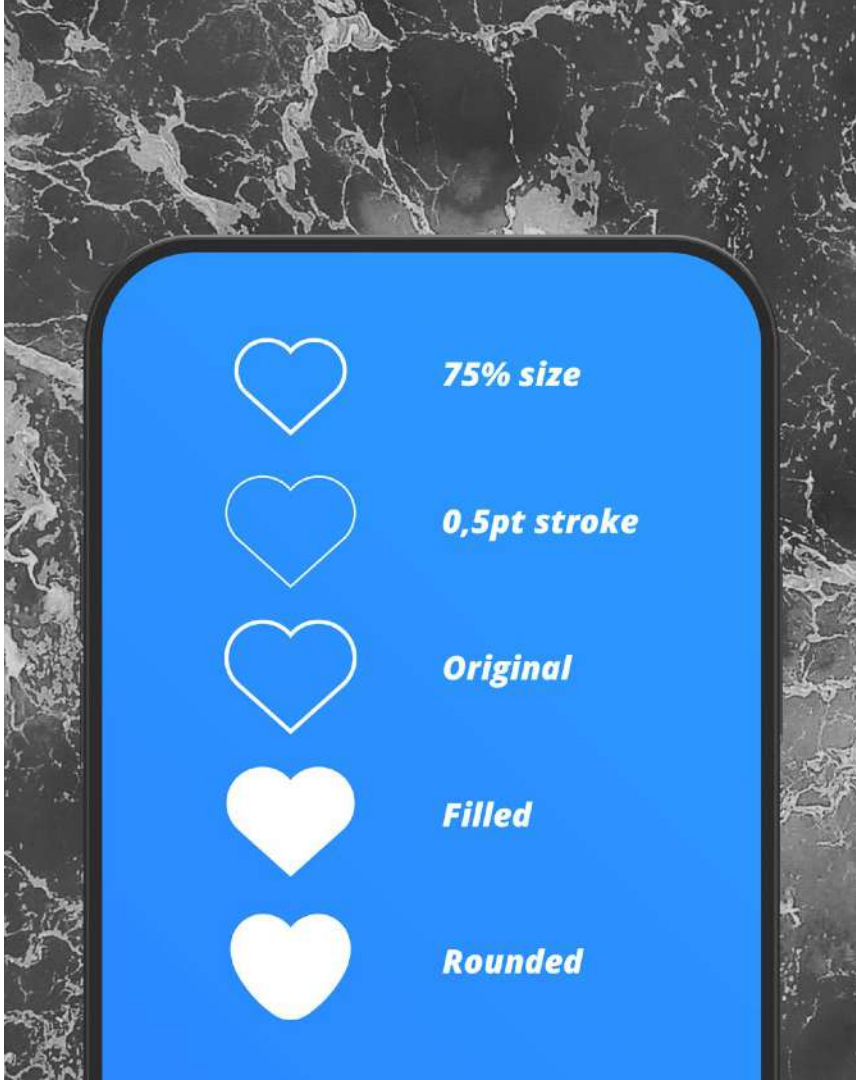
Iconen

Hou gradients voor app icons,
little details of pure brand logo's.



Iconen

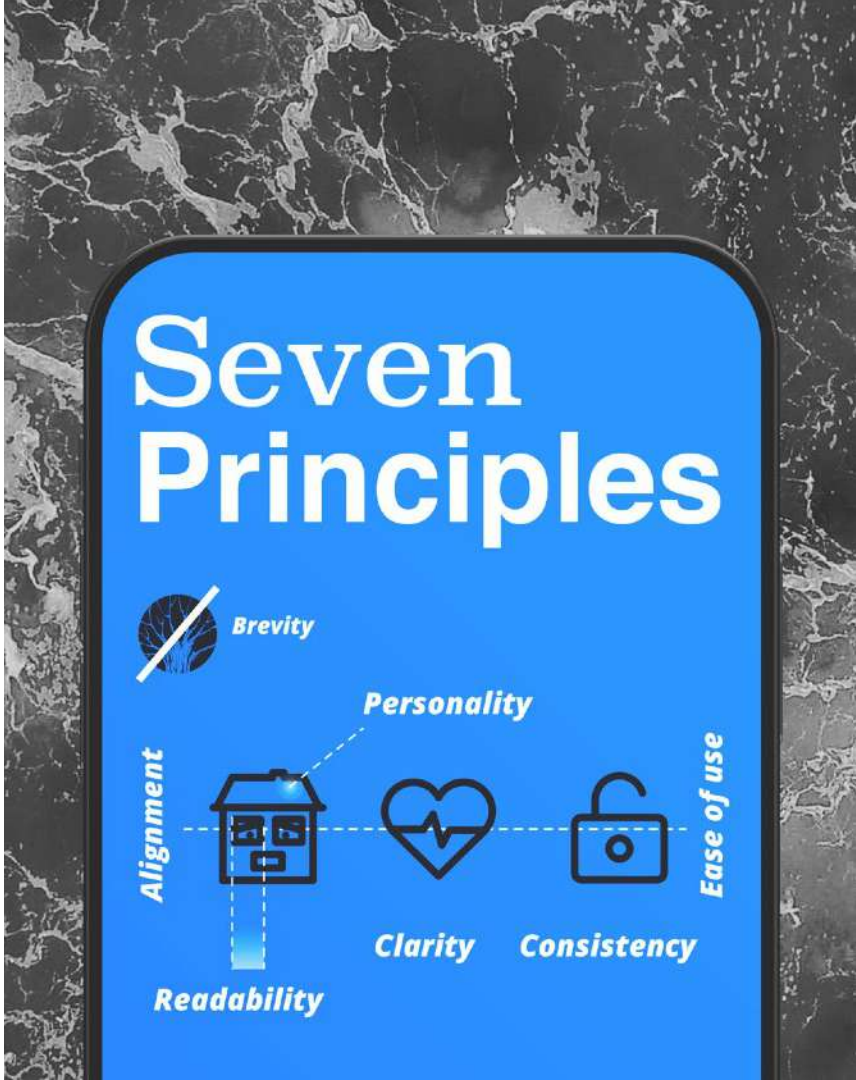
Het gewicht van iconen kan van enorm belang zijn, voor zowel Branding als leesbaarheid en herkenbaarheid.



7 principes

Clarity, Readability, Alignment, Brevity, Consistency, Personality, Ease of Use.

Duidelijkheid, leesbaarheid, uitgelijnd, beknopt, consistent, persoonlijk, gebruiksgemak.



Documenteren

Zonder duidelijke documentatie ga je een warboel van icons krijgen, verschillende designers, verschillende agency's, verschillende interpretaties.

Documenteren

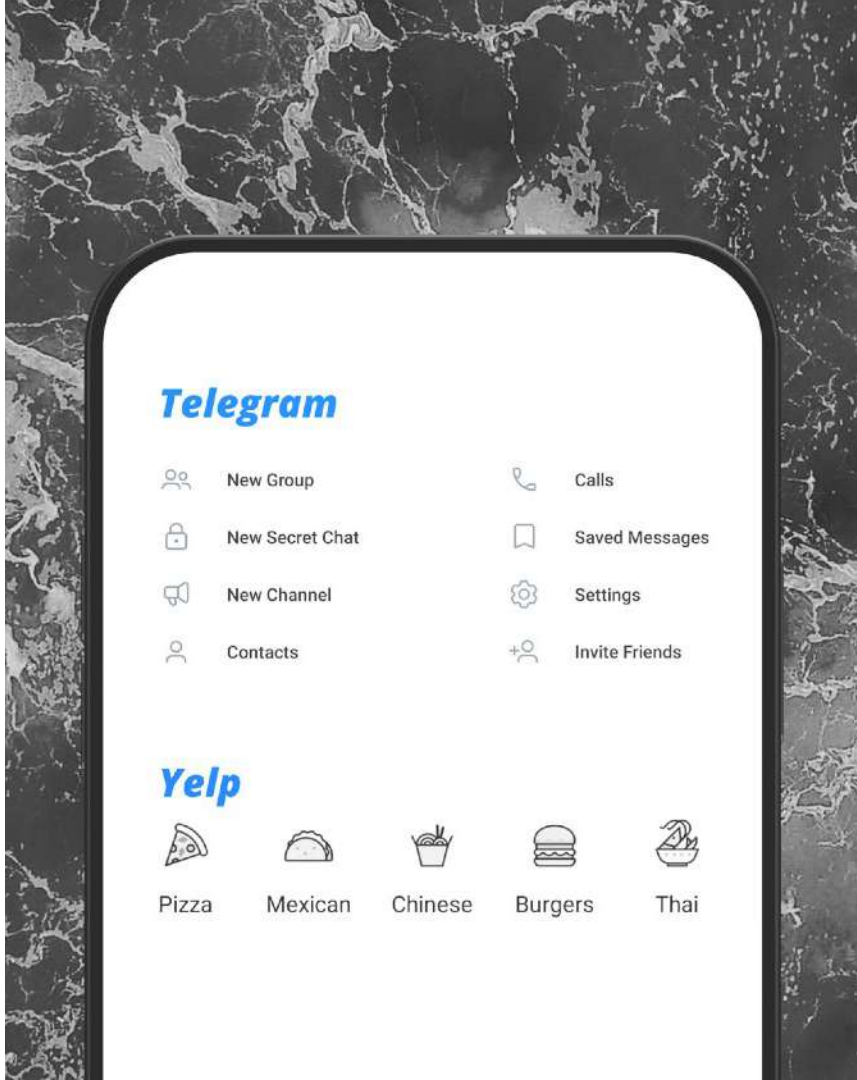
Wat moet je zeker documenteren?

- Principes
- Grid & padding
- Line thickness
- Style
- Do’s & Dont’s

Iconen?

Iconen of pictogram ?

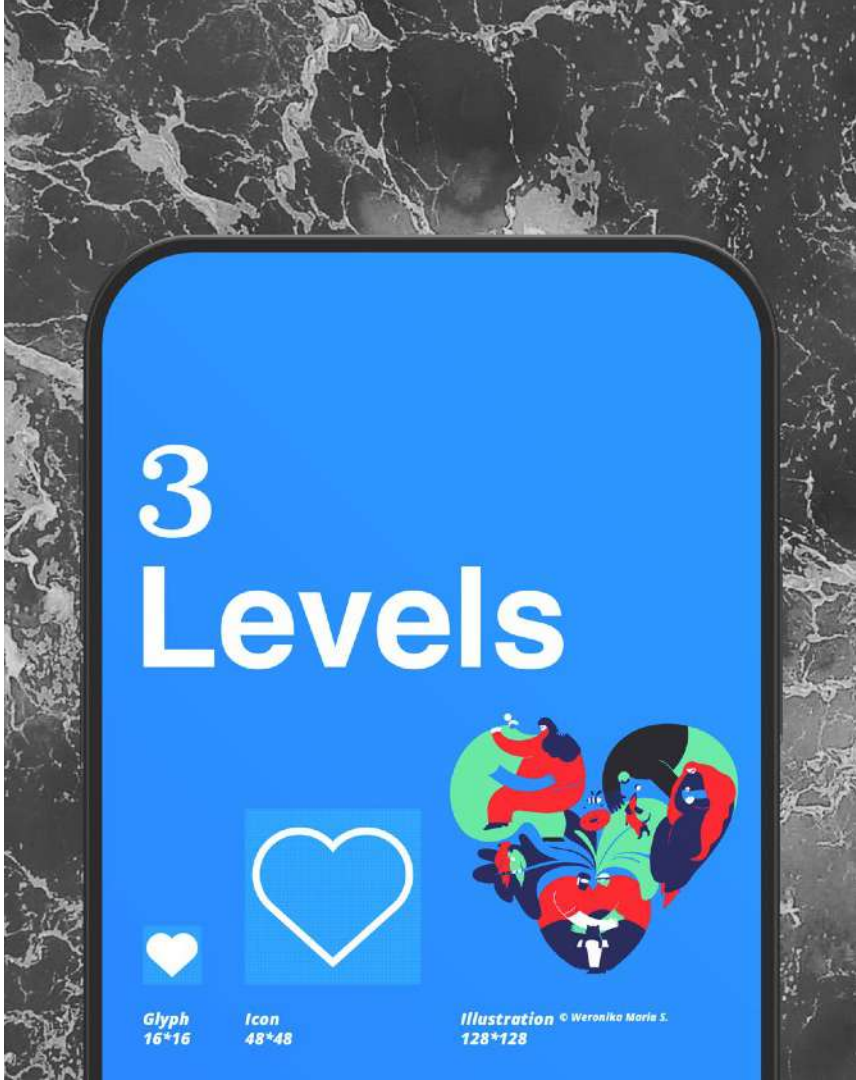
Af en toe krijgen UI-icons een meer illustratieve stijl. Deze meerkleurige Yelp-pictos zijn een leuke manier om populaire zoekopdrachten naar food aan de oppervlakte te brengen.



Wut?

3 levels

Glyphs
Icons
Pictograms

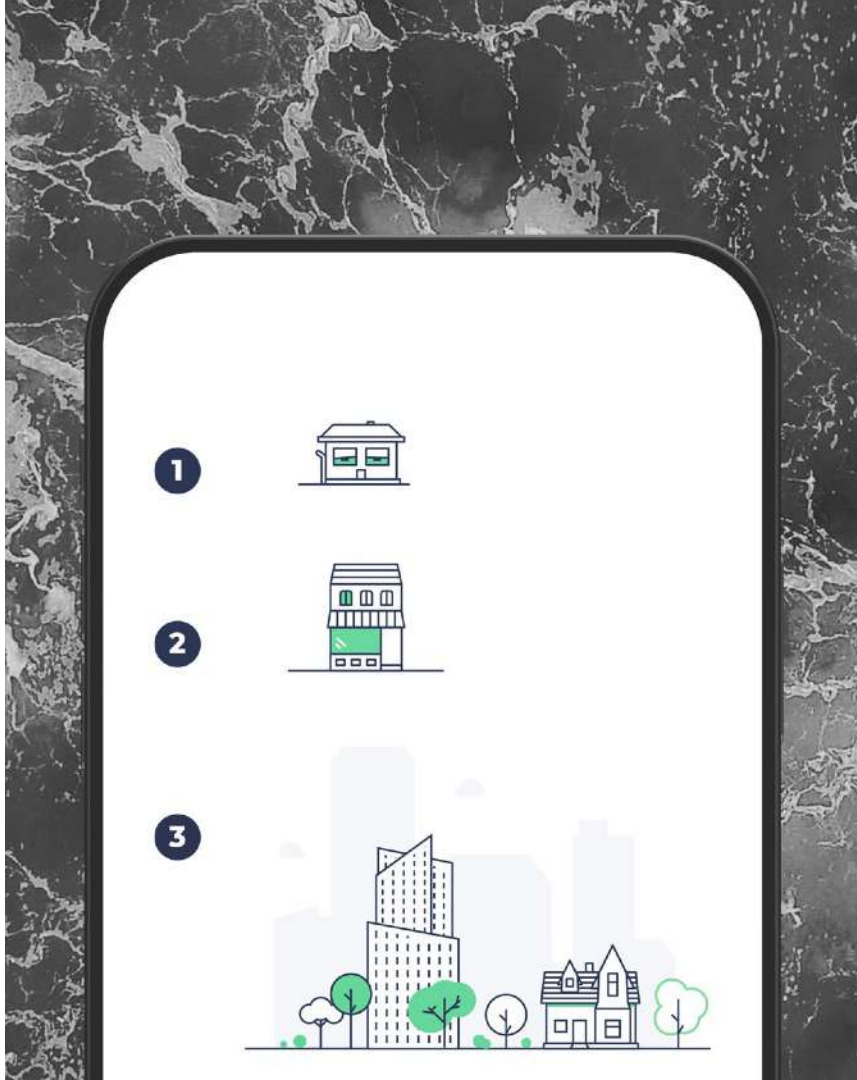


Illustrations

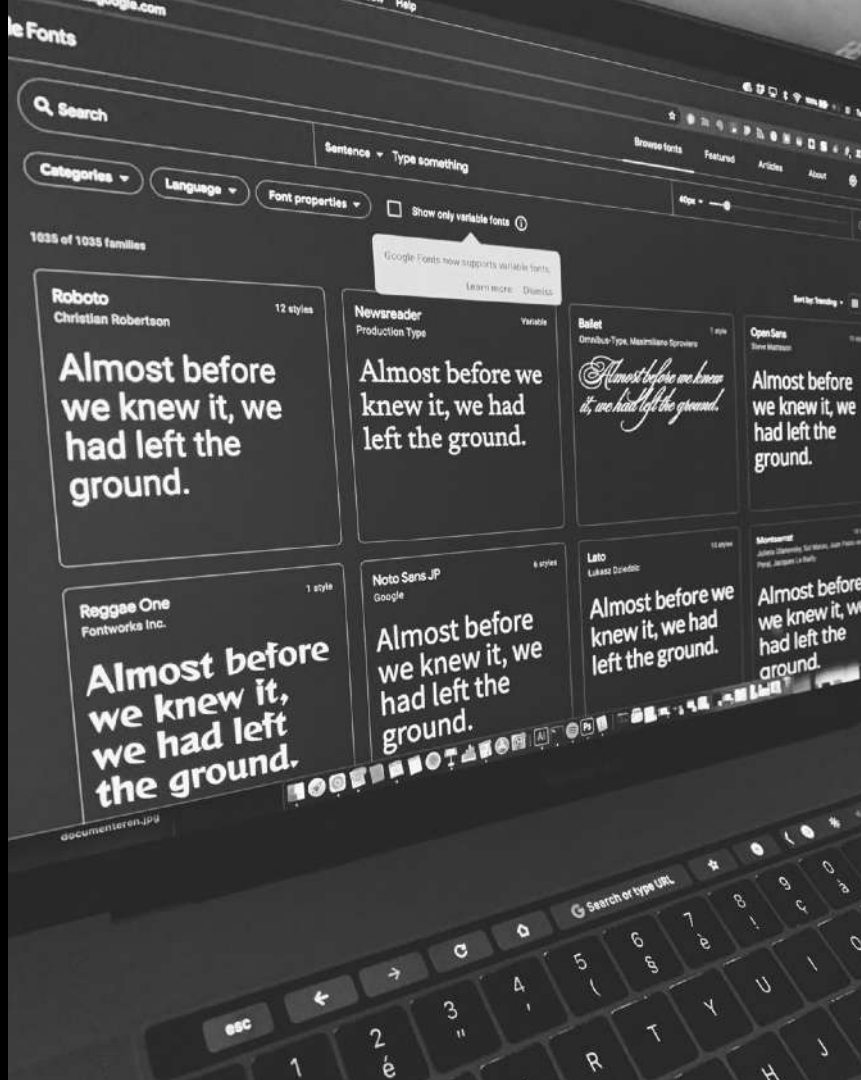
Ook hier kun je met verschillende niveaus te maken hebben. Documentatie is hier dus ook key.

Wanneer illustraties?

- ***Delights*** *(empty states, droge pagina)*
- ***Informatief*** *(whats new)*
- ***Persoonlijkheid*** *(communiceer over je bedrijf)*



Tools


Fonts
Search
Sentence
Type something
Browse fonts
Featured
Articles
About
Categories
Language
Font properties
Show only variable fonts
1035 of 1035 families
Roboto
Christian Robertson
12 styles
Almost before we knew it, we had left the ground.
Newsreader
Production Type
Variable
Almost before we knew it, we had left the ground.
Baiet
Omnibus-Type, Maximiliano Sproviero
Almost before we knew it, we had left the ground.
Open Sans
Almost before we knew it, we had left the ground.
Reggae One
Fontworks Inc.
1 style
Almost before we knew it, we had left the ground.
Noto Sans JP
Google
6 styles
Almost before we knew it, we had left the ground.
Lato
Łukasz Dziedzic
Almost before we knew it, we had left the ground.
Almost before we knew it, we had left the ground.
documenteren.jpg
Search or type URL
esc

UI Fonts

Best resources:

https://fonts.google.com/

https://fonts.adobe.com/

SF font via apple

Apps:

https://fontba.se/

Beelden zoeken

***Unsplash**: High resolution images free for both commercial and personal use.*

***Pexels**: Discover curated collections of copyright-free images and videos.*

***Pixaby**: Over 1.7 million stock images and videos available for free download.*

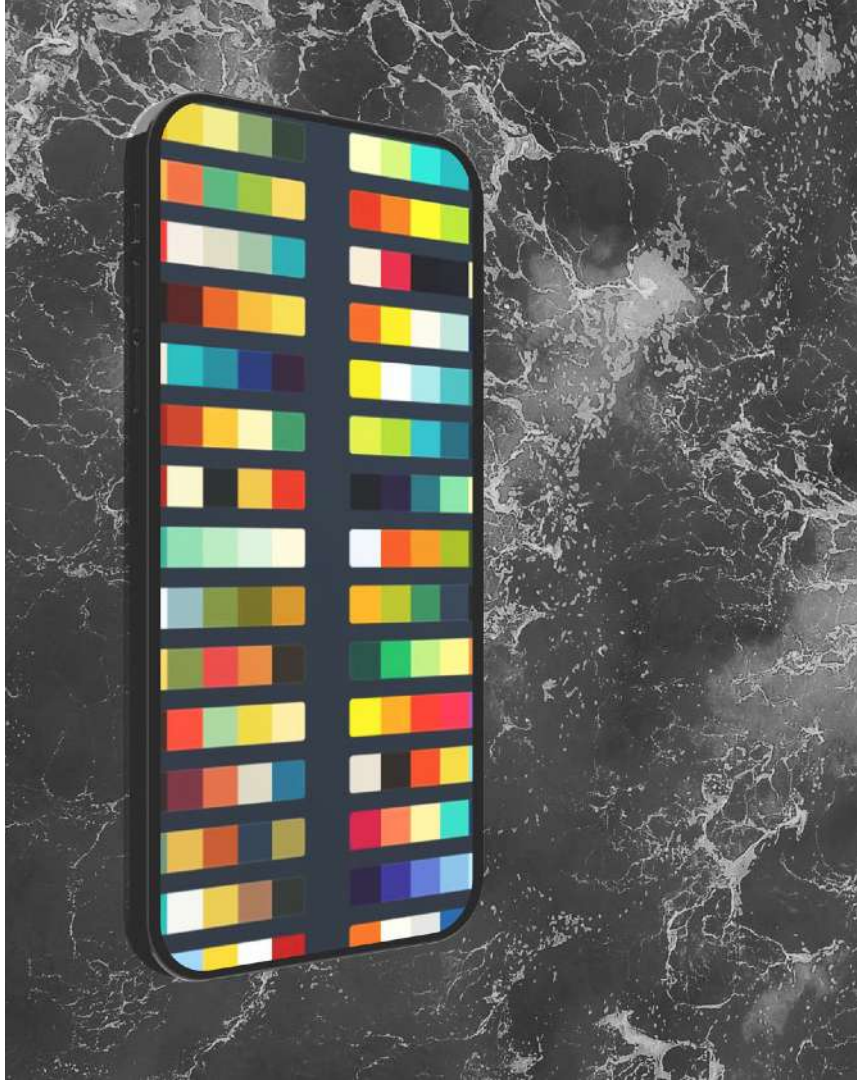
***Adobe Stock**: Explore high resolution, royalty-free images & videos from around the globe.*

Color picking

Adobe kuler -> nu color

Op zoek naar kleur combinaties…

https://color.adobe.com/



Brand

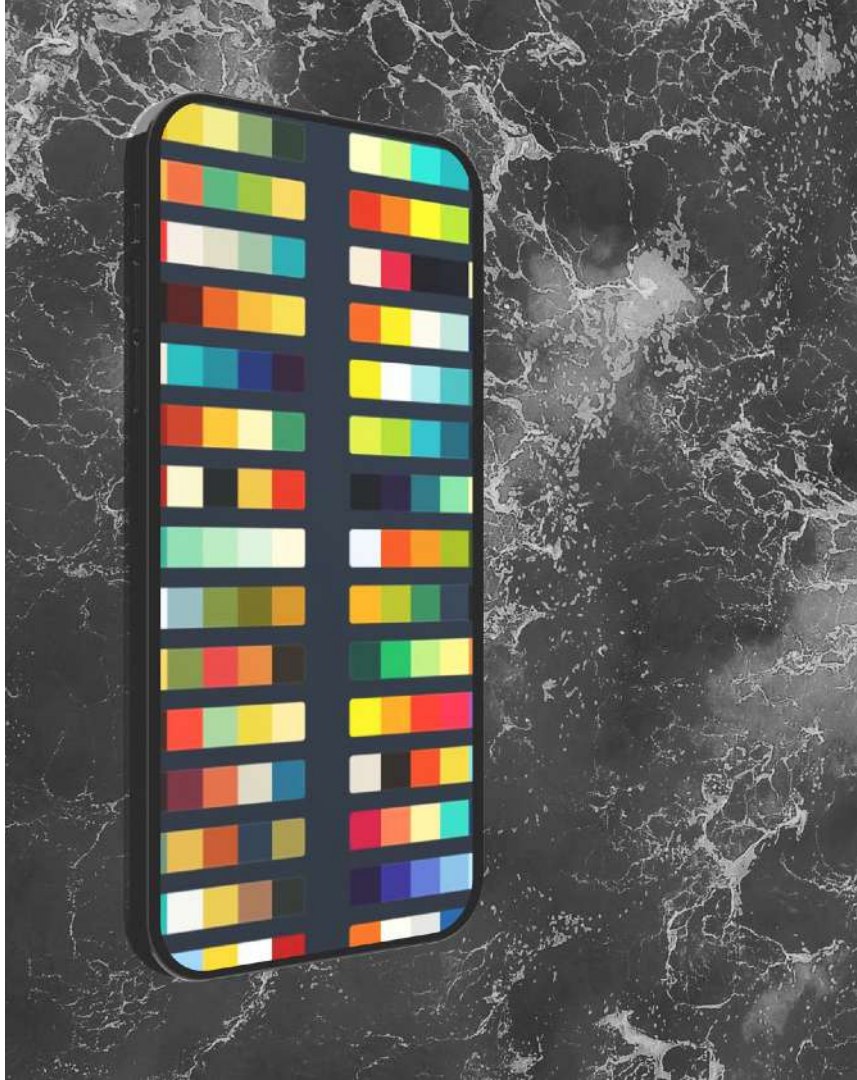
https://brandcolors.net/

The biggest collection of official brand color codes around.

History of color

https://www.c82.net/werner/

A recreation of the original 1821 color guidebook with new cross references, photographic examples, and posters designed by Nicholas Rougeux.



Apps om te testen

Chromatische Vision Simulator.

De app van Kazunori Asada simuleert drie vormen van kleurachterstanden: protanope (protanopia), deuteranope (deuteranopia) en tritanope (tritanopia). U kunt simulaties bekijken en vervolgens opslaan met behulp van de camerafunctie, die een screenshot maakt in de app. (Beschikbaar voor iOS en Android.)

Apps om te testen

VisionSim.

De app van het Braille Institute simuleert een verscheidenheid aan slechtziendheid en biedt een lijst met oorzaken en symptomen voor elke aandoening. U kunt simulaties bekijken en vervolgens opslaan met behulp van de camerafunctie, die een screenshot maakt in de app. (Beschikbaar voor iOS en Android.)

Apps om te testen

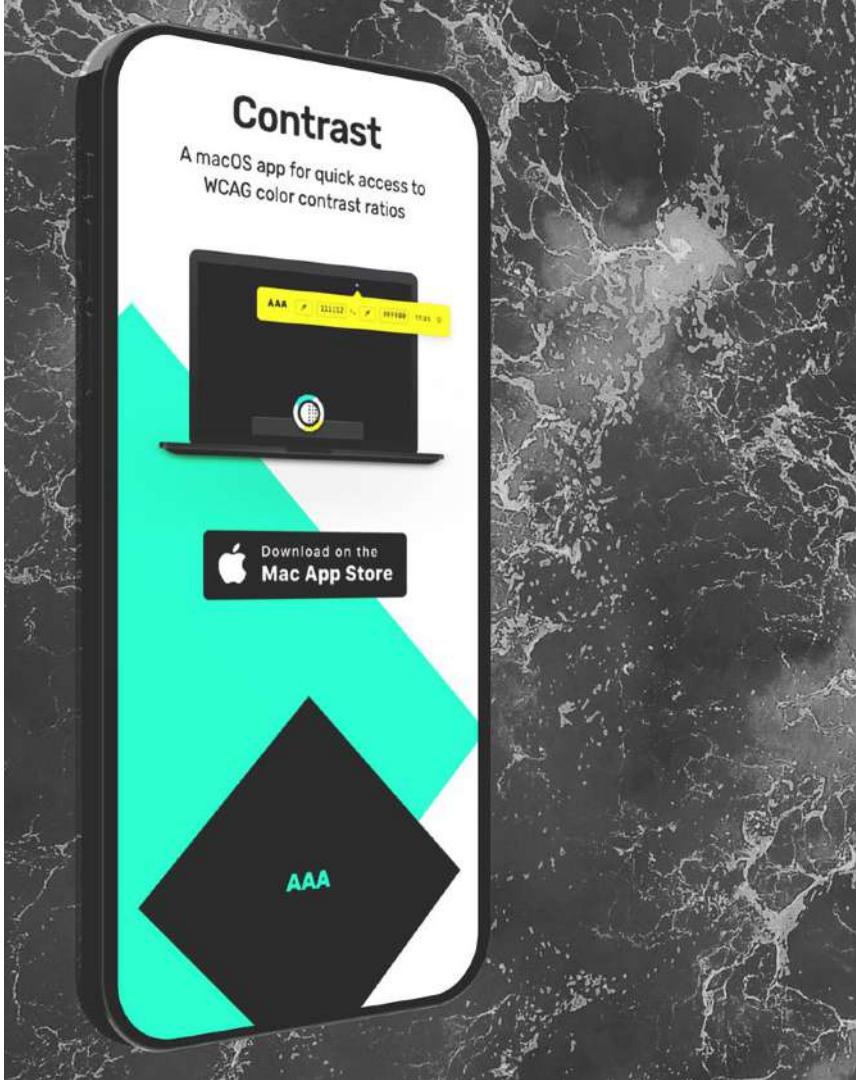
Color-Contrast checker:

https://webaim.org/resources/contrastchecker/

https://contrast-finder.tanaguru.com/

Desktop macOS app WCAG contrast ratios:

https://usecontrast.com/



Icons

Beste resources:

https://icons8.com/

https://material.io/resources/icons/

https://nucleoapp.com/premium-icons

https://streamlineicons.com/

https://developer.apple.com/sf-symbols/

Icons Management.

2 libraries die onderhoud moeten worden:

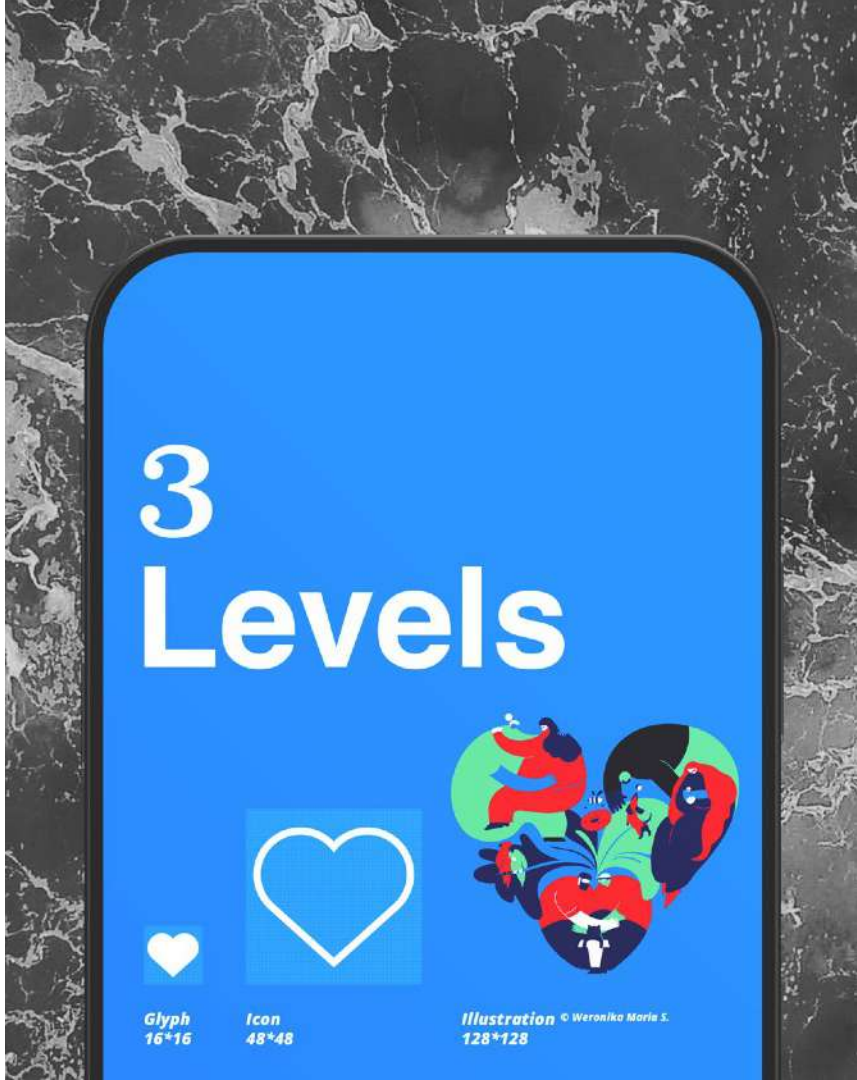
- Styleguide met eventueel exports

- Design file, met iconen en bouwinstructies

Apps

Nucleo app

Figma/sketch + Adobe Illustrator



De 5 big NONO's in UI design

En ook een beetje visual design

UI Mistake #1: Font Fiascos

Teveel verschillende fonts
Off-brand & Off-story Fonts
Overpowering Fonts

TOO MANY fonts

*Te vaak zie je apps en pagina's waar **Times New Roman** wordt gebruikt naast **Comic Sans**, dat naast **Roboto** kan worden gebruikt. Deze stijlen vullen elkaar niet aan. De keuze van uw lettertype moet logisch zijn voor de kijker. Kies een stijl en blijf erbij.*

TOP TIP: max 5 styles maar complementair.

Off Brand fonts

Your brand has a distinct personality!

Fonts with a limited audience:

Lobster

Permanent Marker

Pacifico

Amatic

Caviar Dreams

Childish fonts

Even a daycare should appear professional.

Fonts for babies:

Comic Sans

Bradley Hand

Indie Flower

Kristen ITC

Chiller

Unreadable fonts

A message that can’t be read can’t be received.

Tough to read fonts:

Mistral

Brush Script

Vivaldi

Jokerman

Bauhaus 93

Overpowering Fonts

The art of typography is in the subtleties.

Obnoxious fonts:

Curlz

Herculanum

Desdemona

Kino

Party LET

Right font. Wrong place.

Most typefaces are perfectly acceptable when they're used appropriately.

Headline-only fonts:

Copperplate Gothic

Bebas Neue

Abril Fatface

Alfa Slab

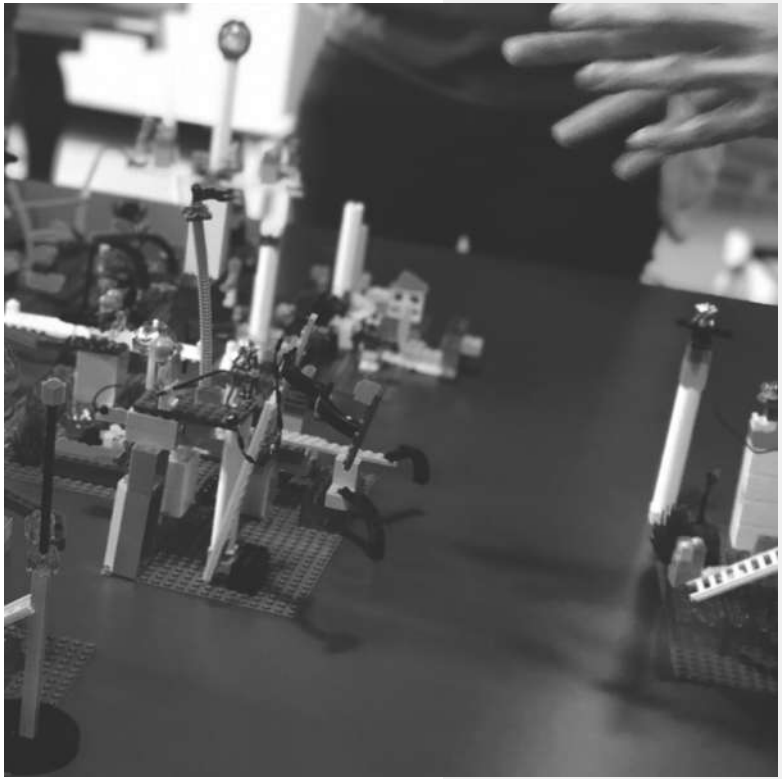
Boogaloo

UI Mistake #2: Congested Elements

TMI (too much info)

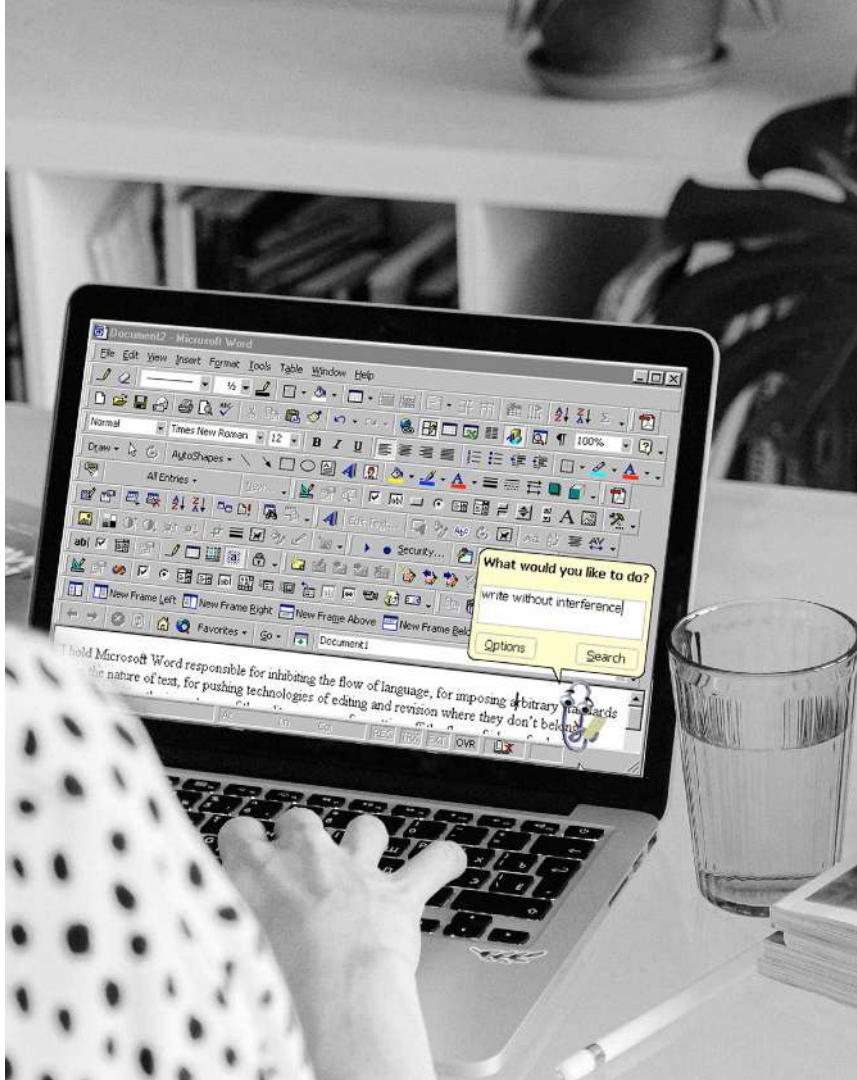
Geen planning

Desktop first design



TMI

Brands denken regelmatig dat hun website of app alle informatie zo snel mogelijk moet weergeven. Dit resulteert vaak in blokken van tekst en onhandige knoppen die gebruikers naar verschillende pagina's leiden die ook vol staan met geestdodende informatie die gebruikers niet hoeven te zien om te converteren.



No Planning

Problemen langst management kan zorgen voor ophoping bij design, proces kan gebreken tonen of zelfs onbestaand zijn.

Hoe vroeger je kan starten met de planning hoe beter! Zo kan je elk aspect van de app/website uitplannen en uitzoeken.

Desktop first design

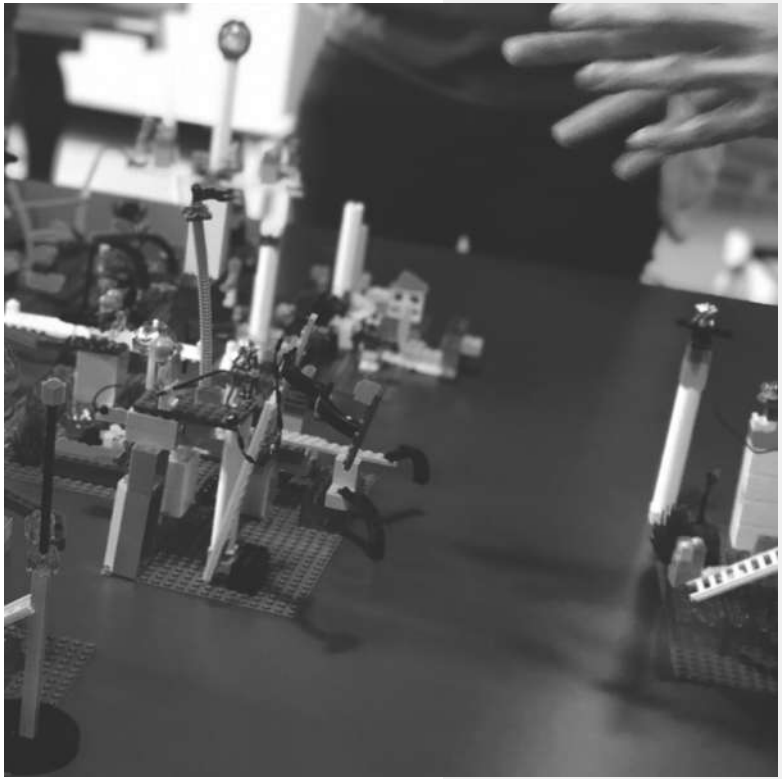
90% verwacht een mobile site/app.
Houd rekening met 2 dingen bij design:

Wat is het doel van de app-pagina?
Welke essentiële stukjes informatie en pagina-elementen zijn nodig om dat doel te bereiken?

UI Mistake #3: Ignoring OS & One-Size-Fits-All App

Platform specifiek gedrag

Tap-friendly design

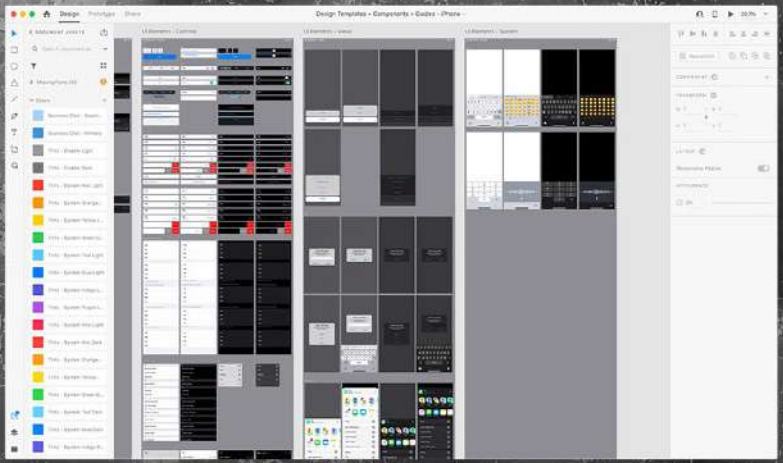


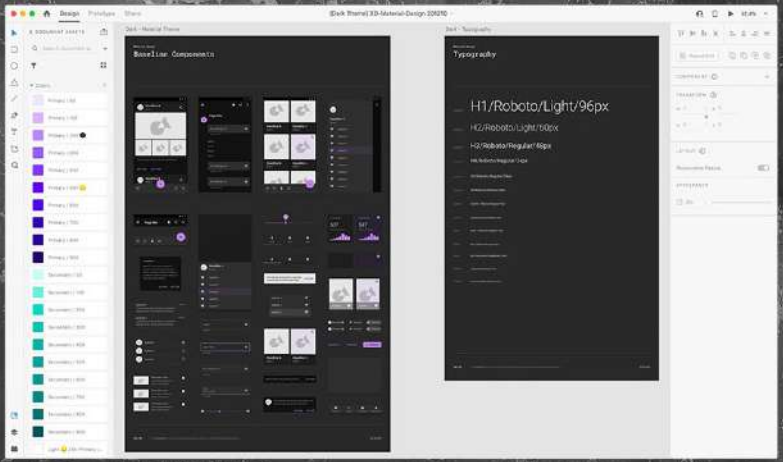
iOS vs Google

Human interface design

Vs

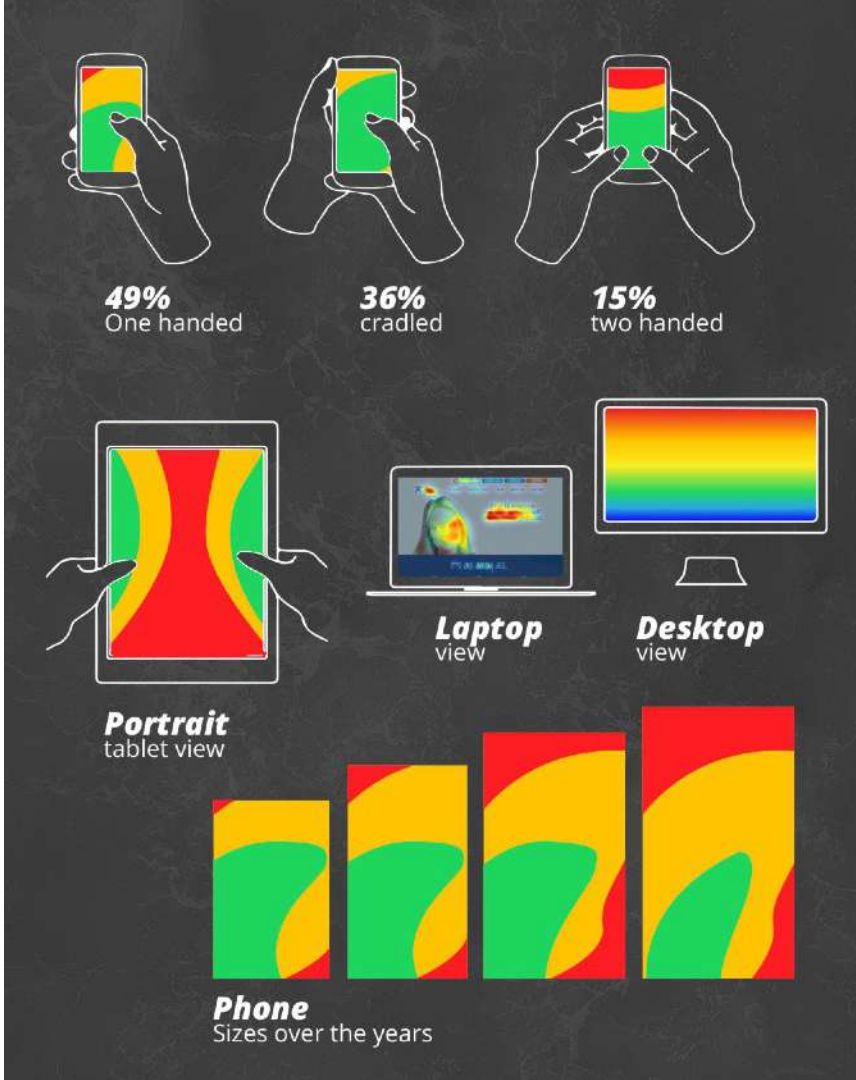
Material design





Device gebruik

Afzonderlijk van style guidelines zijn er ook de zogenaamde usability guidelines, denk na over de verschillende devices en gebruik hiervan voor je app/website…



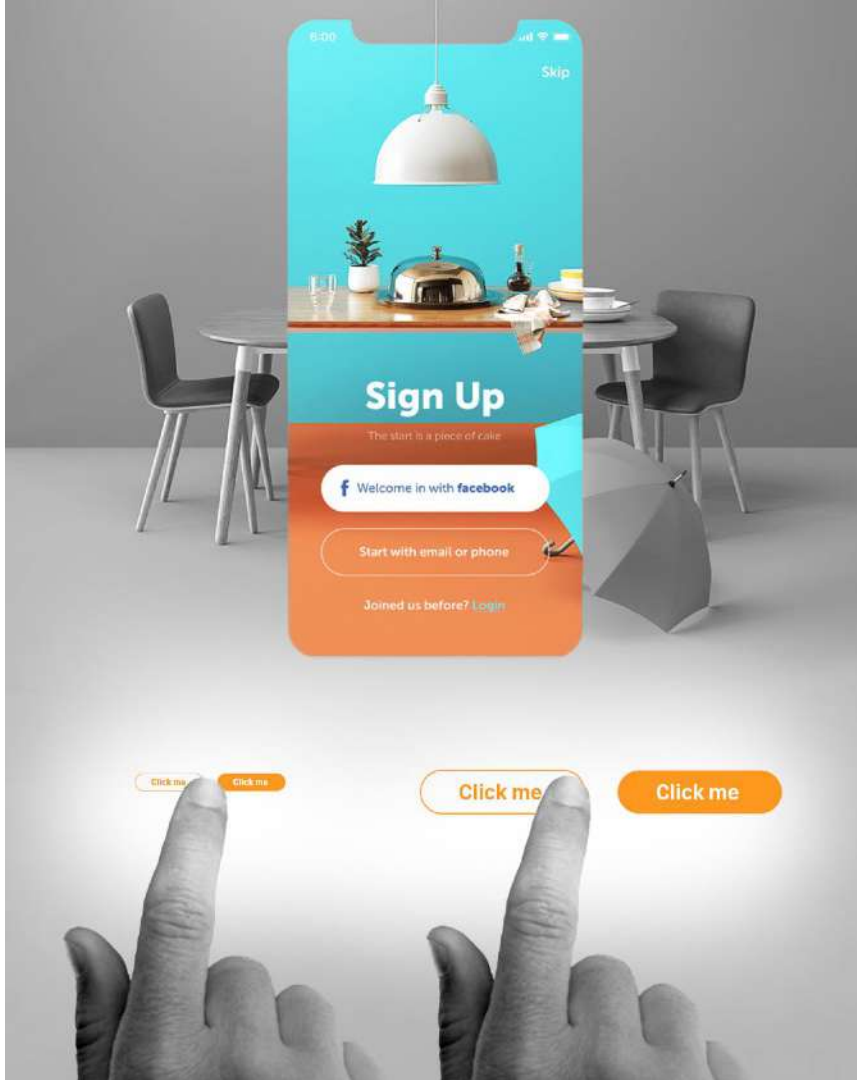
Tap friendly buttons

Zorg als je voor mobile en tap buttons altijd zorgt dat deze makkelijk aanklikbaar zijn.

2 zaken om mee rekening te houden:

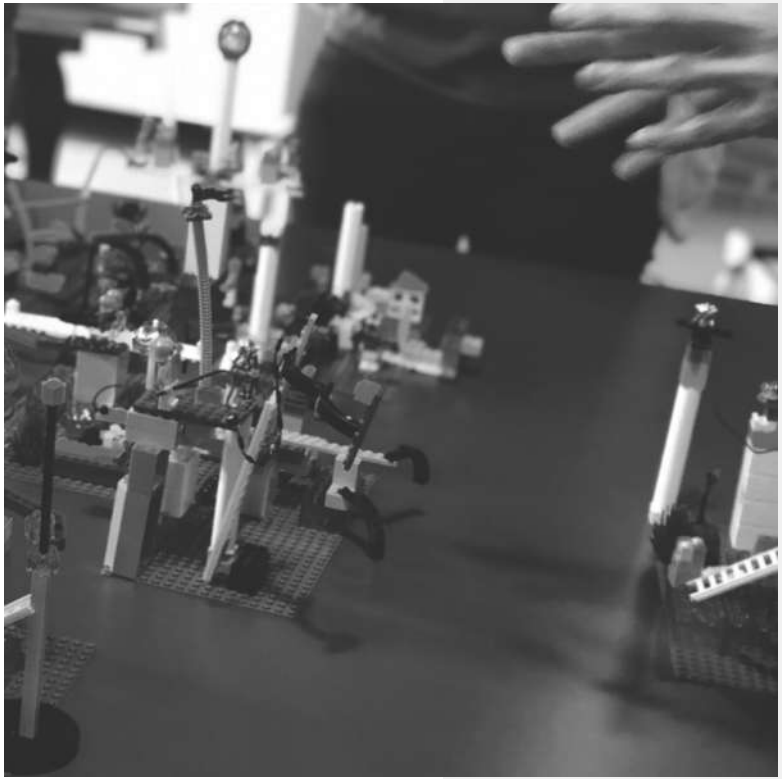
Contrast

Leesbaarheid (size)



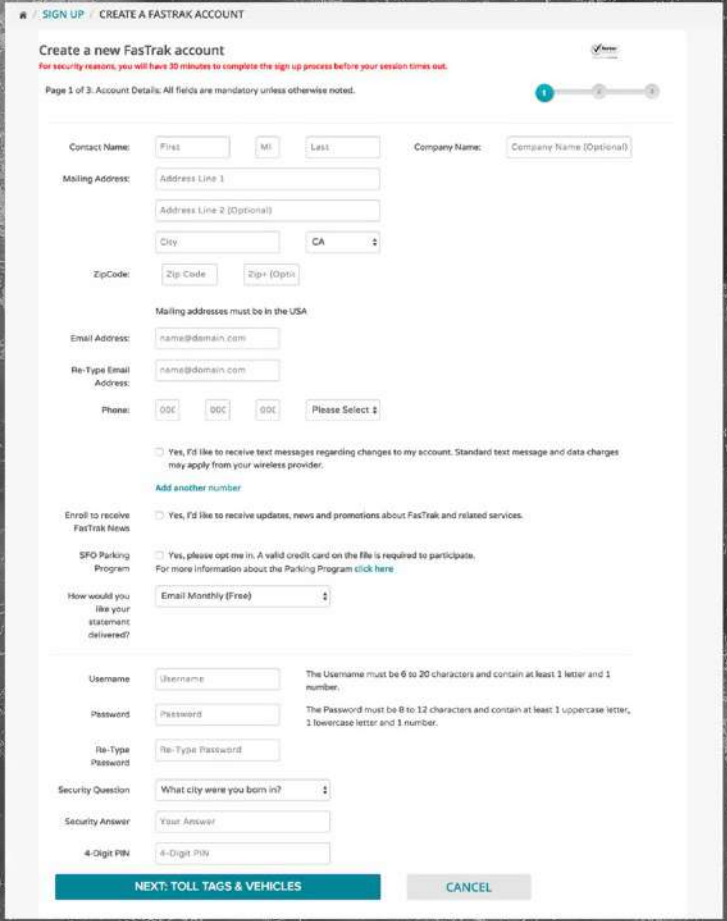
UI Mistake #4:
Long, Unnecessary Forms

Size of the form can dwarf other elements.
Inaccessible by the user’s keyboard.
Difficult to scroll down, or to select specific options.
Collect too much information.



Endless forms

Teveel nutteloze informatie gevraagd op het formulier, gebruikers haken af wat moet je hier mee?



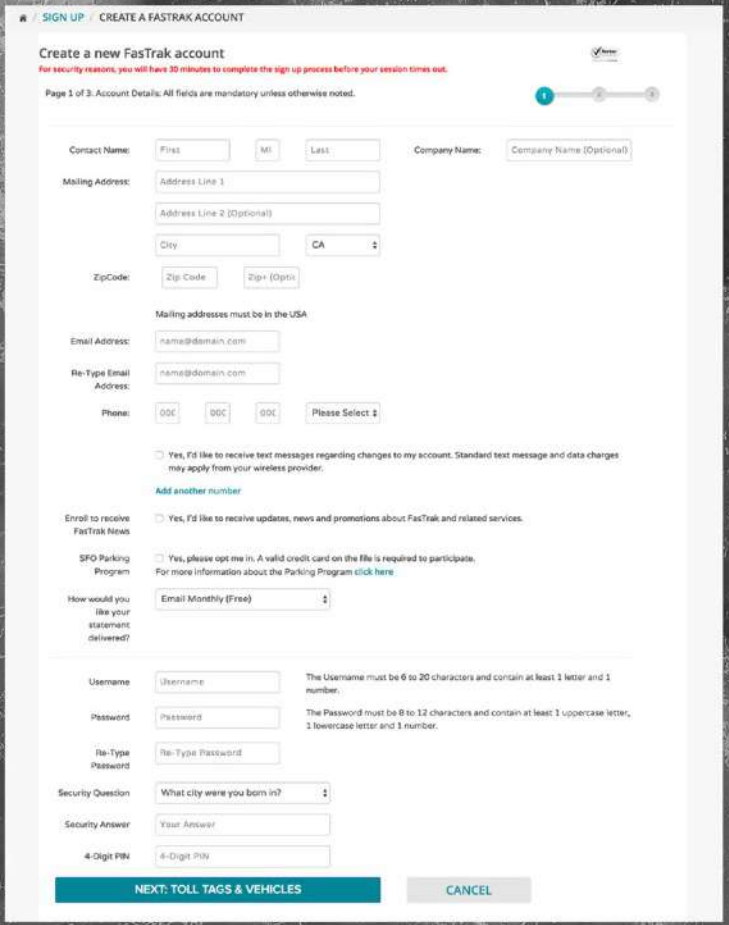
Issues veelvoorkomend

1. De grootte van het formulier kan andere elementen laten verdwijnen.

2. Geen accessibility options.

3. Scrollen of optie selecteren is bijna onmogelijk.

4. TMI wanneer het niet nodig is.



Alternative forms

Semantic forms

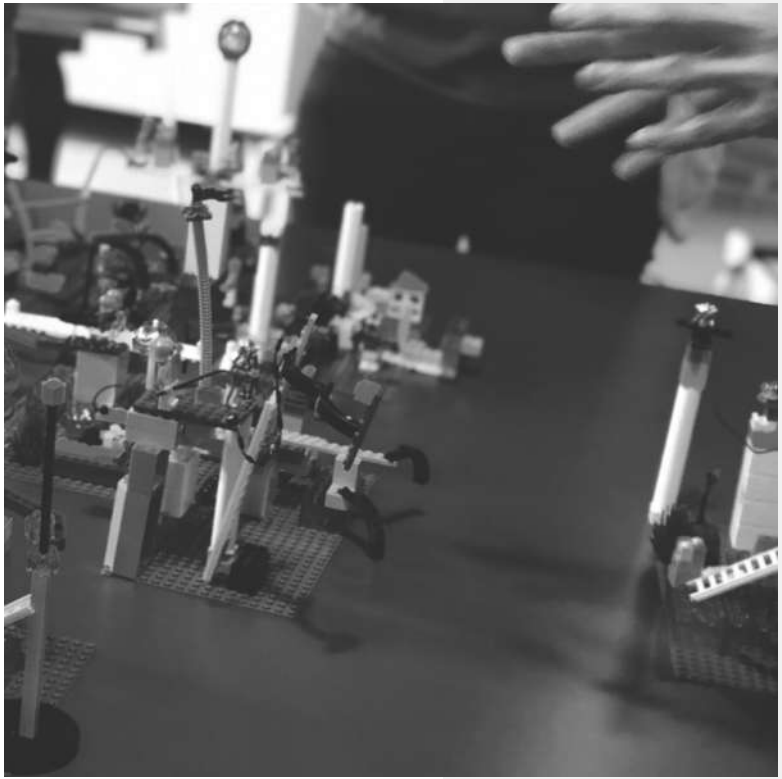
Stap per stap formulieren bv met kaartjes of “schermen” en enkel naar de essentie vragen.

Conversational form

Meer natuurlijke vorm van vragen “beantwoorden” is soms wel nog wat beperkt.

UI Mistake #5: Color Carnage

Color contrast
Primary/secondary no difference
Standard drop shadows
Using pure black
Chasing the trends



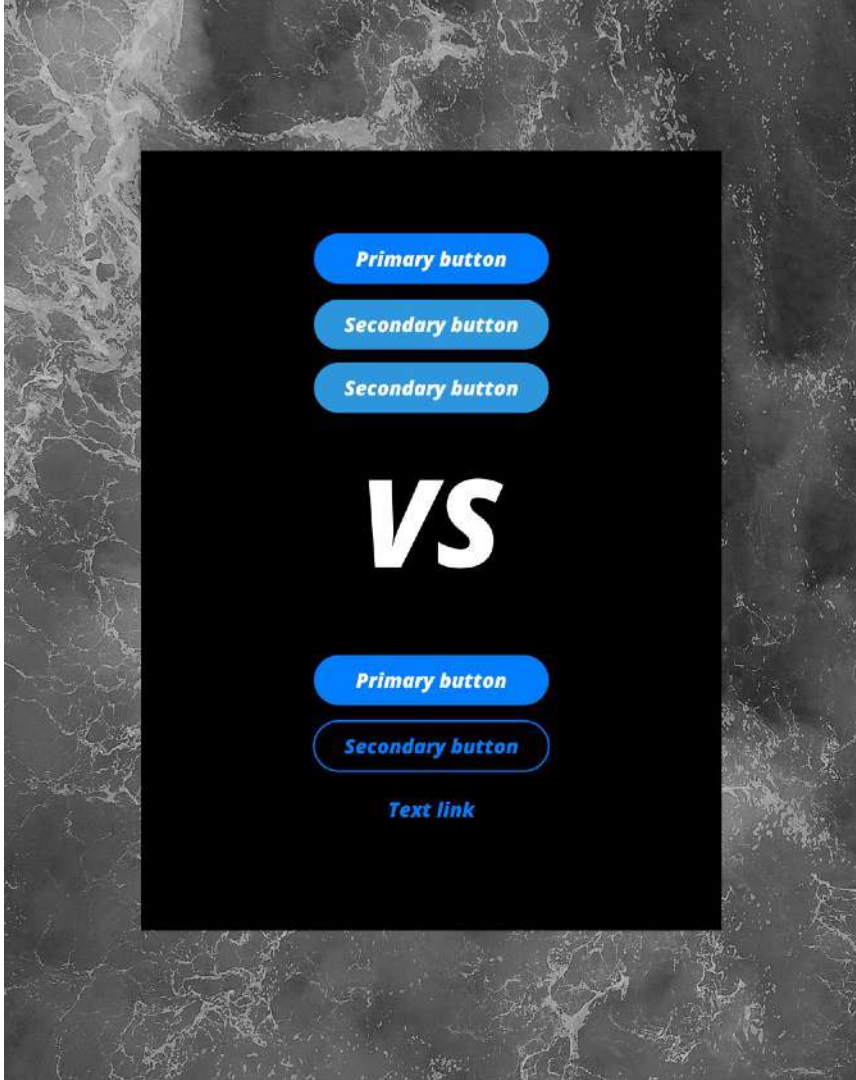
Color Contrast

Vaak proberen we als designer te ontwerpen wat er goed uitziet en houden we geen rekening met de verschillende gebruikers die met ons product te maken hebben.

Primary/secondary

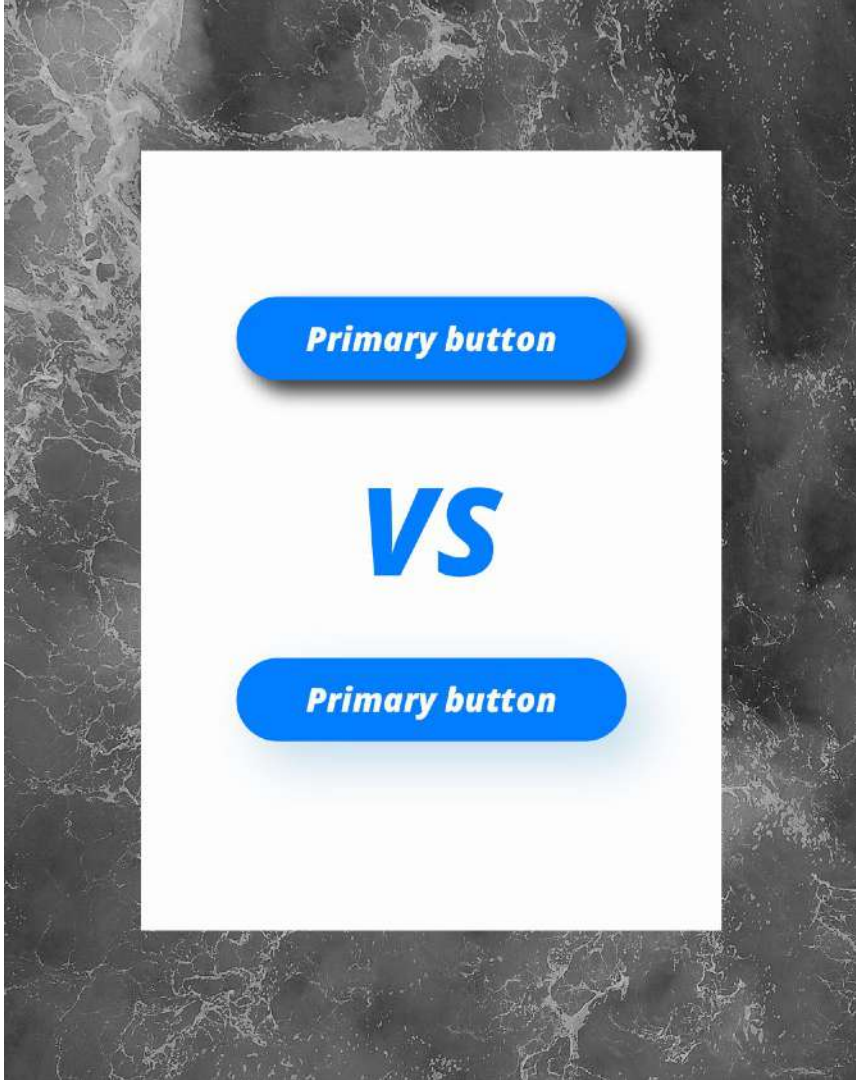
Zorg voor voldoende kleur verschil, ook al zijn de brand kleuren heel dicht related.

Primary actie = 1
Secondary actie kan meer



Dropshadow

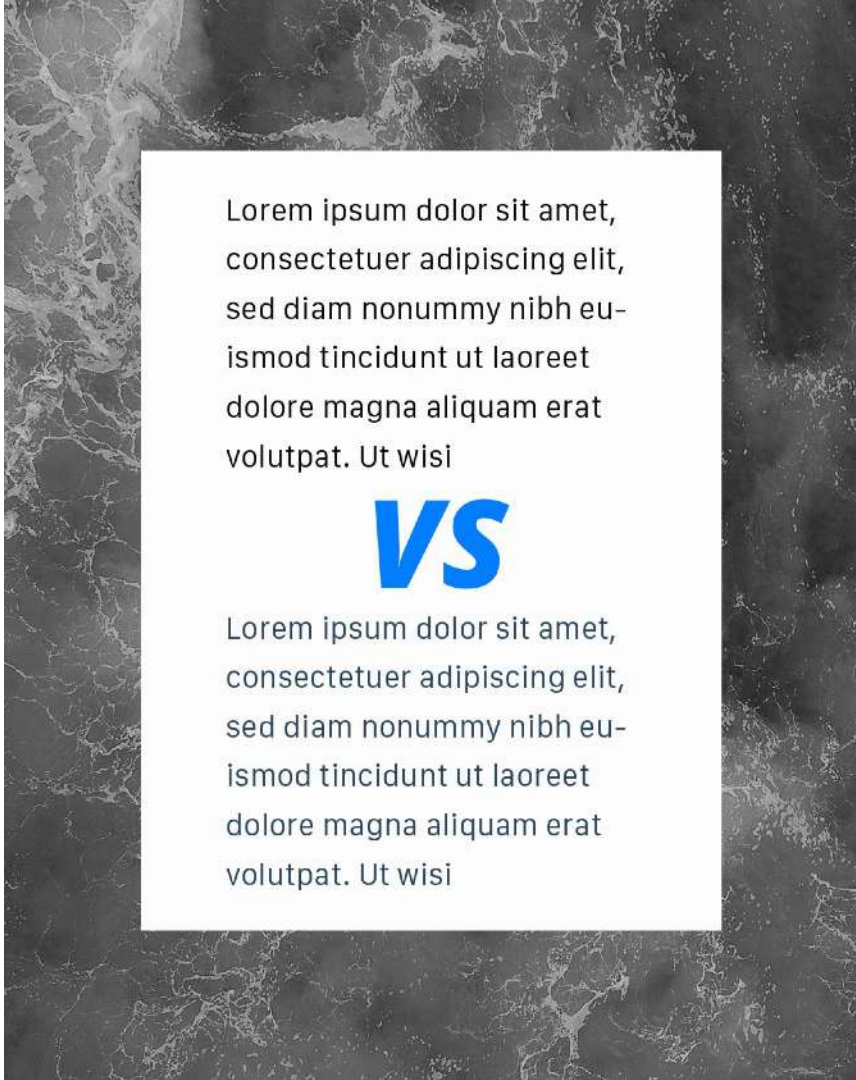
Gebruik ***nooit*** een standaard dropshadow, ga voor zachte subtiele tonen, hier in dit geval is het meer een design detail geen functionele eis.



Pure black

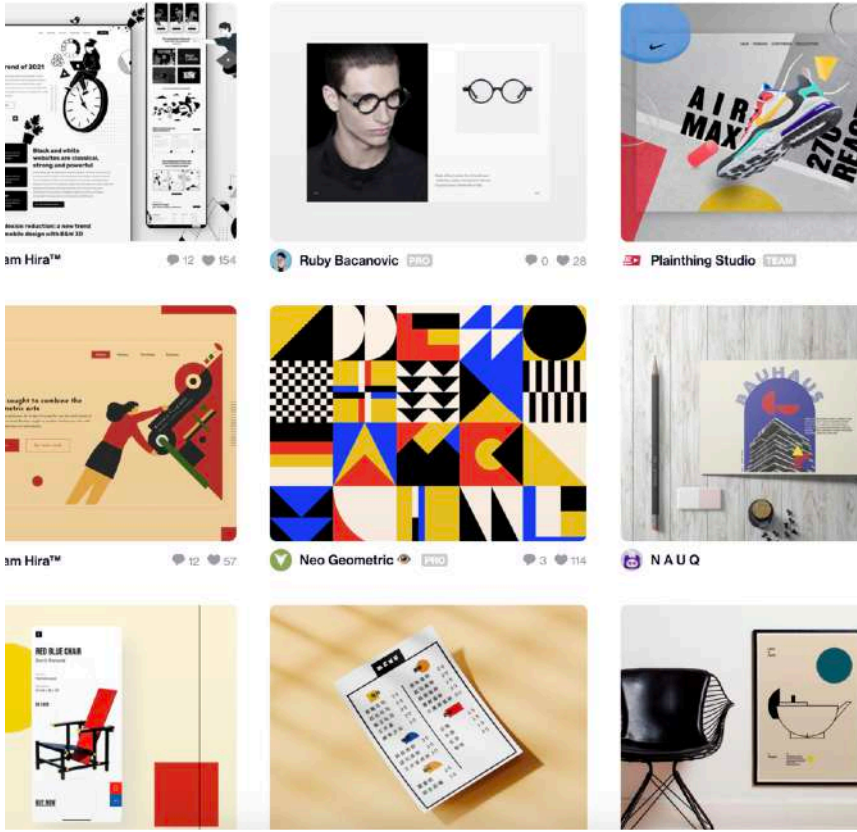
Zwart is nooit slecht, maar puur zwart in je “lees text” is niet aangeraden.

Als je puur zwart leest op een witte achtergrond dan vermoeien je ogen veel sneller dan dat het enkele tonen lage staat. Dit zorgt voor meer rust in je ogen.



Trends

Zijn cool maar niet erg van belang binnen het bedrijf dat je werk. Inspiratie sure, maar zorg ervoor dat je bij het product en brand blijft.



Bob Ross

“We don't make mistakes, we just have happy little accidents.”

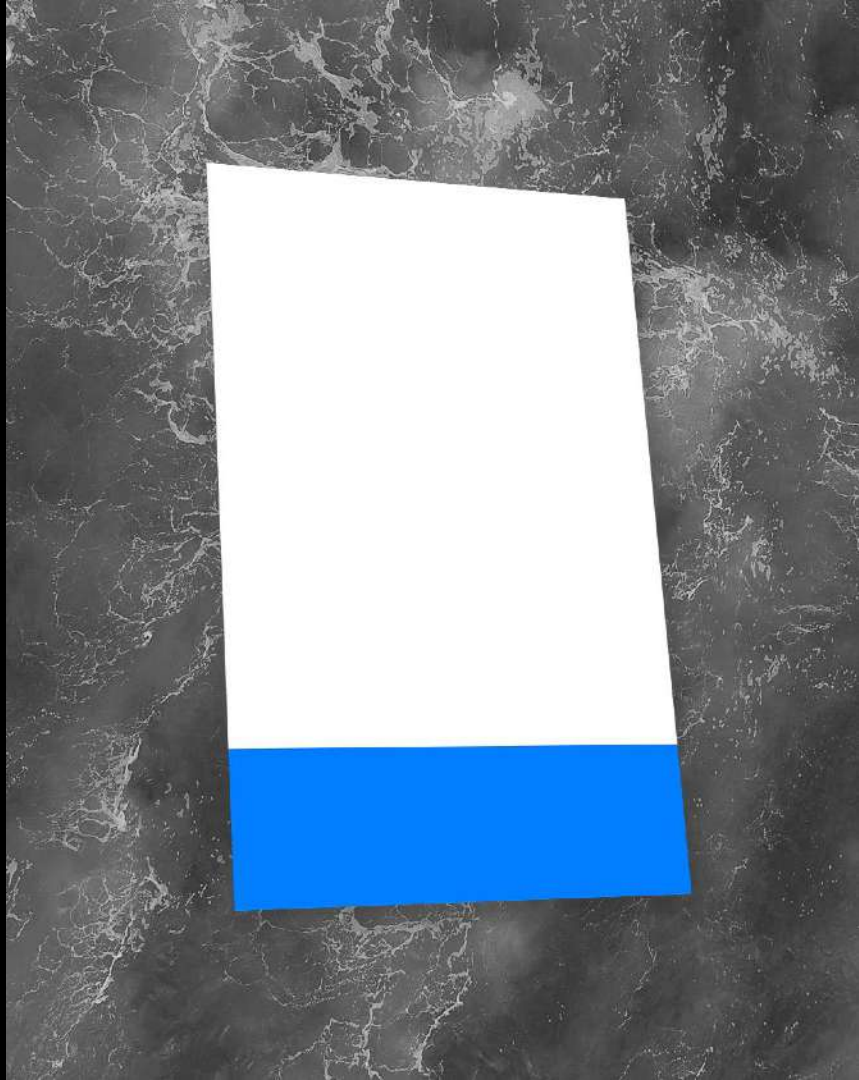
5 final UX tips

CTA TRAP

- 1 primaire CTA
- Heldere typografische hiërarchie
- Denk aan contrast en wees zuinig met je CTA kleur
- Zorg voor duidelijke en consistente copy

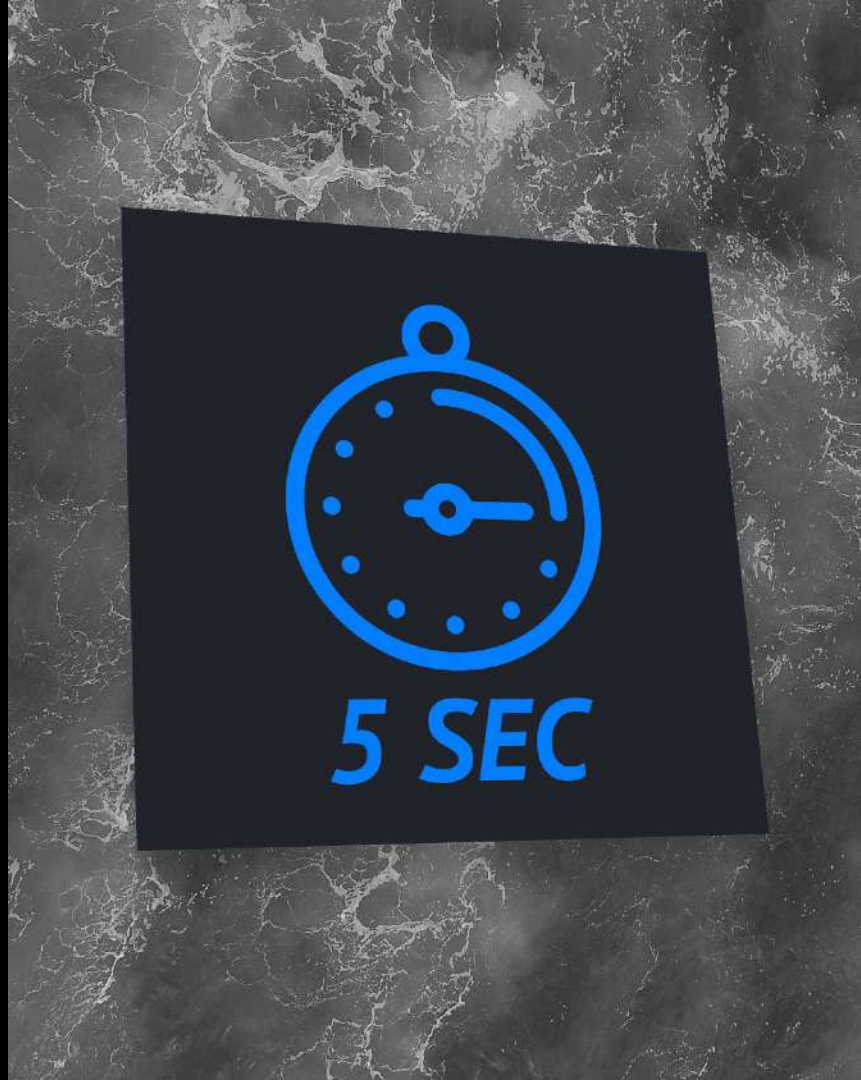
Pareto-principe

- 80/20% regel
- Beeld en copy op 1 afgestemd
- Zorg voor heldere focus en denk aan device



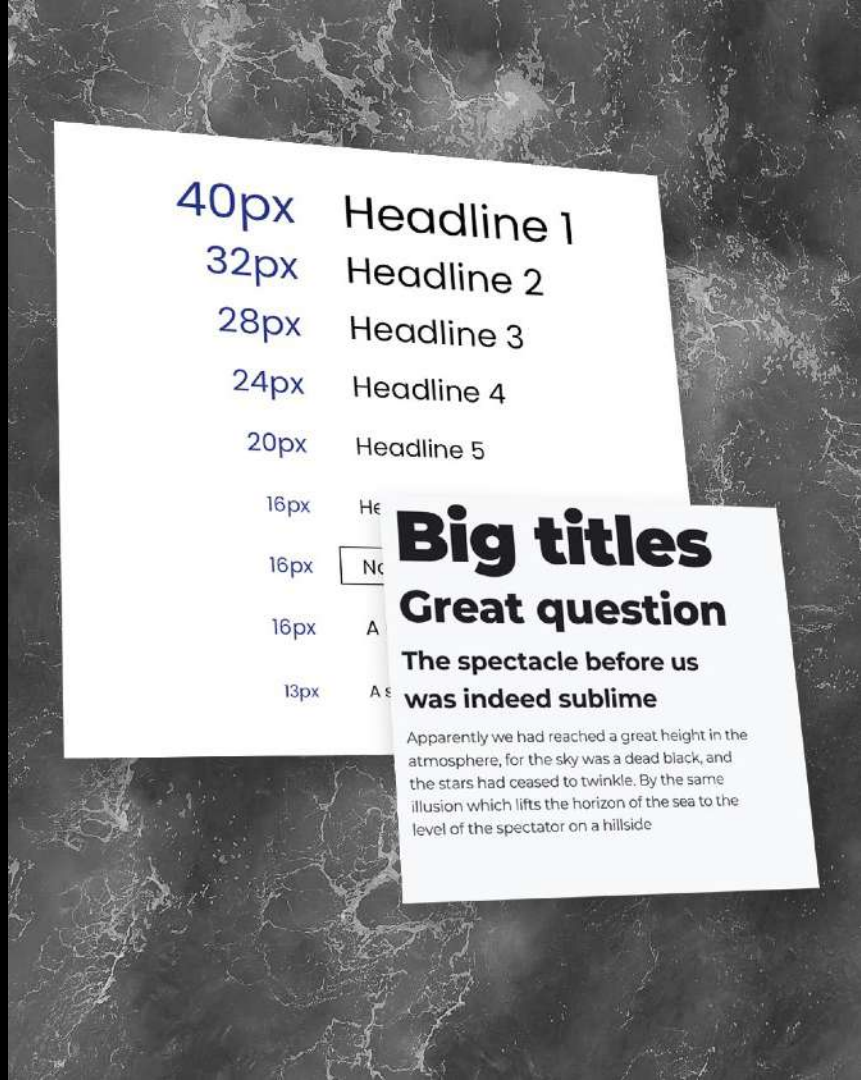
5 sec rule

- Eerste indruk van de pagina
- Is deze begrijpbaar binnen 5sec
- Doelgroep relevant



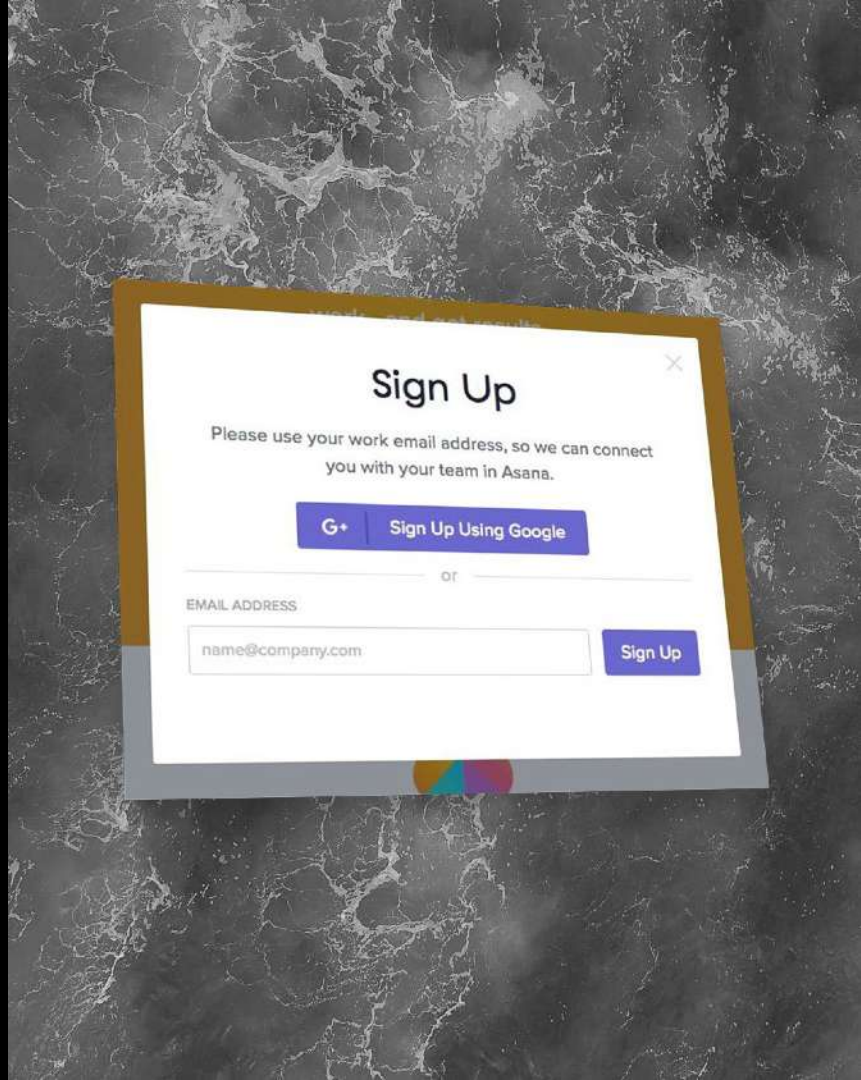
Font size

- Enkele jaren geleden was het nog 12pt nu eerder 18pt
- Schermen worden groter en ook resolutie
- Leesbaarheid en begrijpbaarheid zijn de key hier



Sign up

- Vraag niet direct naar adresgegevens
- Hou de drempel laag



6.
UX roles & teams

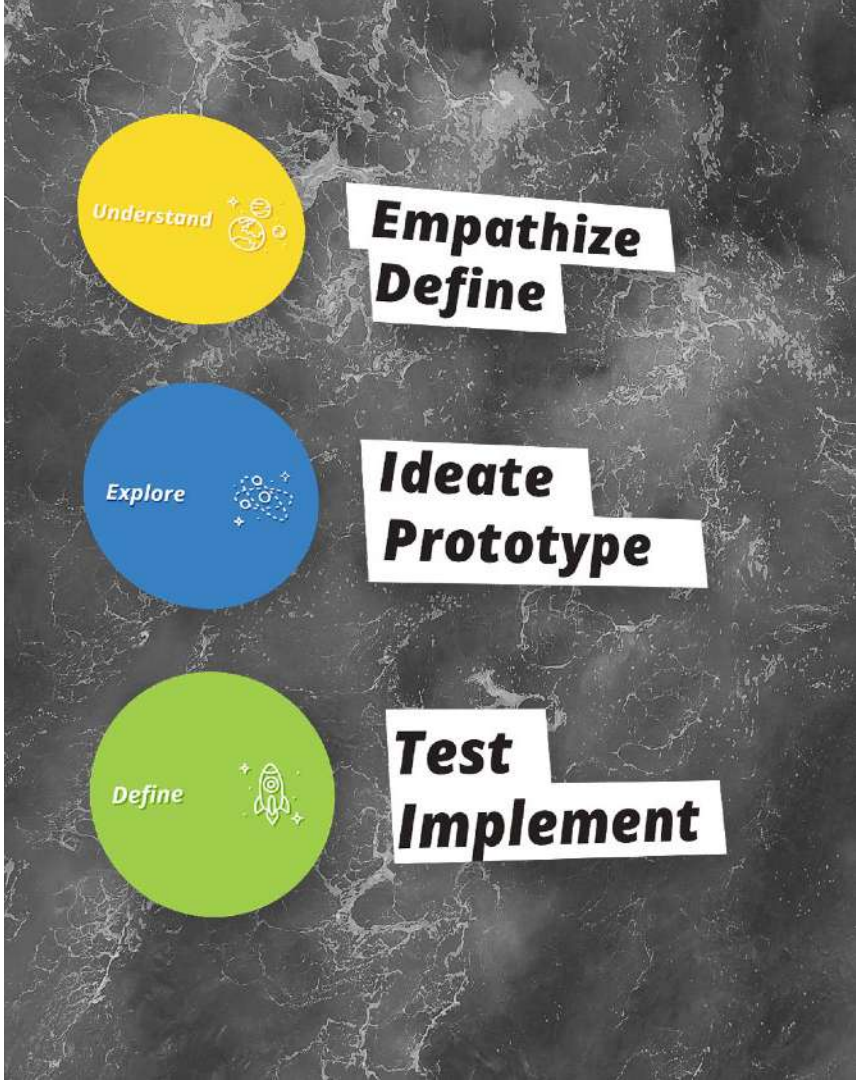
UX/UI teams

Waar passen deze in een organisatie ?

UX/UI teams

Workflow & process

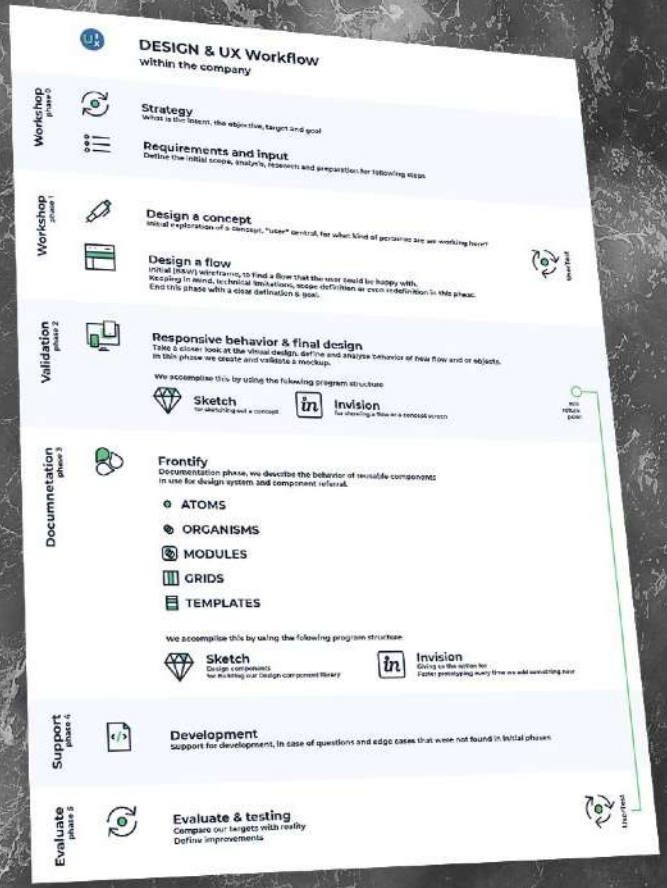
- *Start intern voor het UX/UI team*
- *Bekijk dan hoe je dit fit in je organisatie*



UX/UI teams

Enkele tips

- Past niet in sprint planning!
- Ideaal vrij om te communiceren met verschillende departementen!
- Zo vroeg mogelijk ingeschakeld in organisatie of project!



UX roles

Er zijn vele verschillende UX rollen…

- *UX researcher*
- *UX strategist*
- *UX/UI designer*
- *UX architect*
- *UX designer*
- *Interaction designer*
- *And other role gaps…*

Thank You

Nog vragen?

Atelerix.be niki@atelerix.be

NCOI LEARNING

Atelerix Creative Consulting