

DESIGN RATIONALE

PROJECT INTERACTION

Naam Student: Soraya Woest

Studentnummer: 500871955

Klas: 203

Naam docent: Valina Convent, Carla Mooij & Michel Alders

Datum: Blok 4 - 2023

INLEIDING

Welkom bij mijn design rationale van Project Interaction. Mijn naam is Soraya Woest en in deze design rationale laat ik mijn belangrijkste inzichten van mijn onderzoek zien, hoe ik op mijn papierloze oplossing ben gekomen en natuurlijk mijn prototype voor de Albert Heijn DEALS.

Bij de eerste fase van het project had ik vooral veel onderzoek gedaan naar mijn doelgroep, concurrenten van de Albert Heijn, de deals en over verleiding (afleiding) in de supermarkt. De belangrijkste inzichten van dit onderzoek heb ik natuurlijk verder meegenomen in mijn oplossingsrichting en mijn concept is dus gebaseerd op mijn onderzoek dat verder te vinden is in mijn Product Biografie.

Verder laat ik ook mijn designproces zien en hoe ik op mijn oplossing ben gekomen. Ik wens u veel leesplezier!

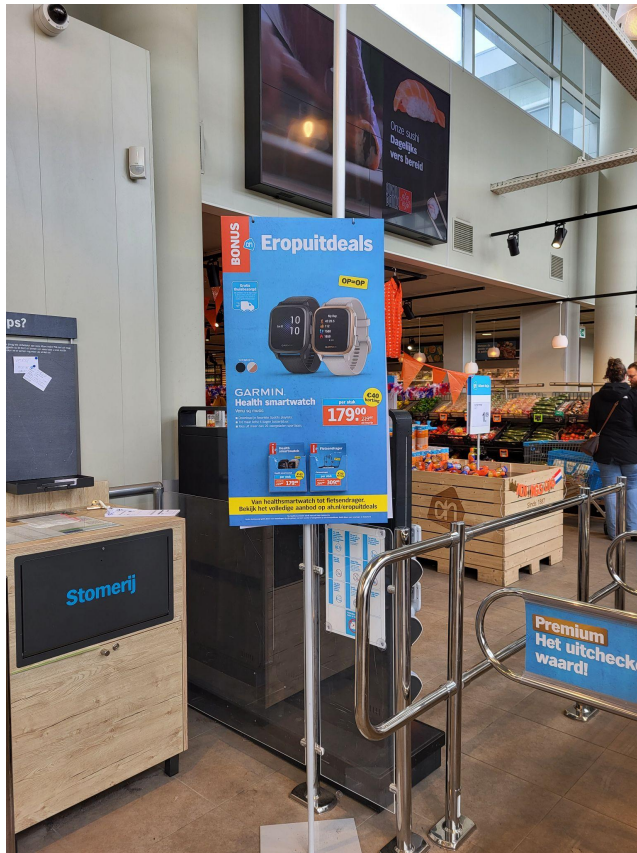


INHOUDSOPGAVE

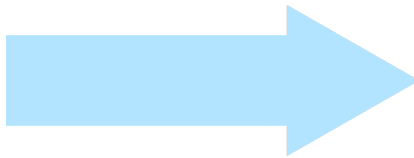
INLEIDING	2
INHOUDSOPGAVE	3
DESIGN CHALLENGE	4
PRODUCT IN HET KORT	5
BELANGRIJKSTE INZICHTEN UIT ONDERZOEK	7
PERSONA	8
CUSTOMER JOURNEY	9
OPWEG NAAR HET PROTOTYPE!	10
VAN ZELFSCAN NAAR BESTELZUIL	11
AH DEALS BESTELZUIL	12
KEUZES IN ONTWERP - STARTSCHERM	13
HERKENBAAR OVERZICHT	14
MAXIMAAL 7	15
MIJN MANDJE	16
100% PAPIERLOOS	17
WEL OF GEEN AH ACCOUNT?	18
BETALEN	19
ADVERTENTIE IN DE AH APP	20
STORYBOARD	21
BRONNENLIJST	22

DESIGN CHALLENGE

“Hoe kan de Albert Heijn door middel van een digitale, **papierloze** oplossing de deals.ah.nl platform beter/meer onderdeel maken van de klantreis?”



Huidige situatie: Stand met papieren folders



Nieuwe situatie: Bestelzuil

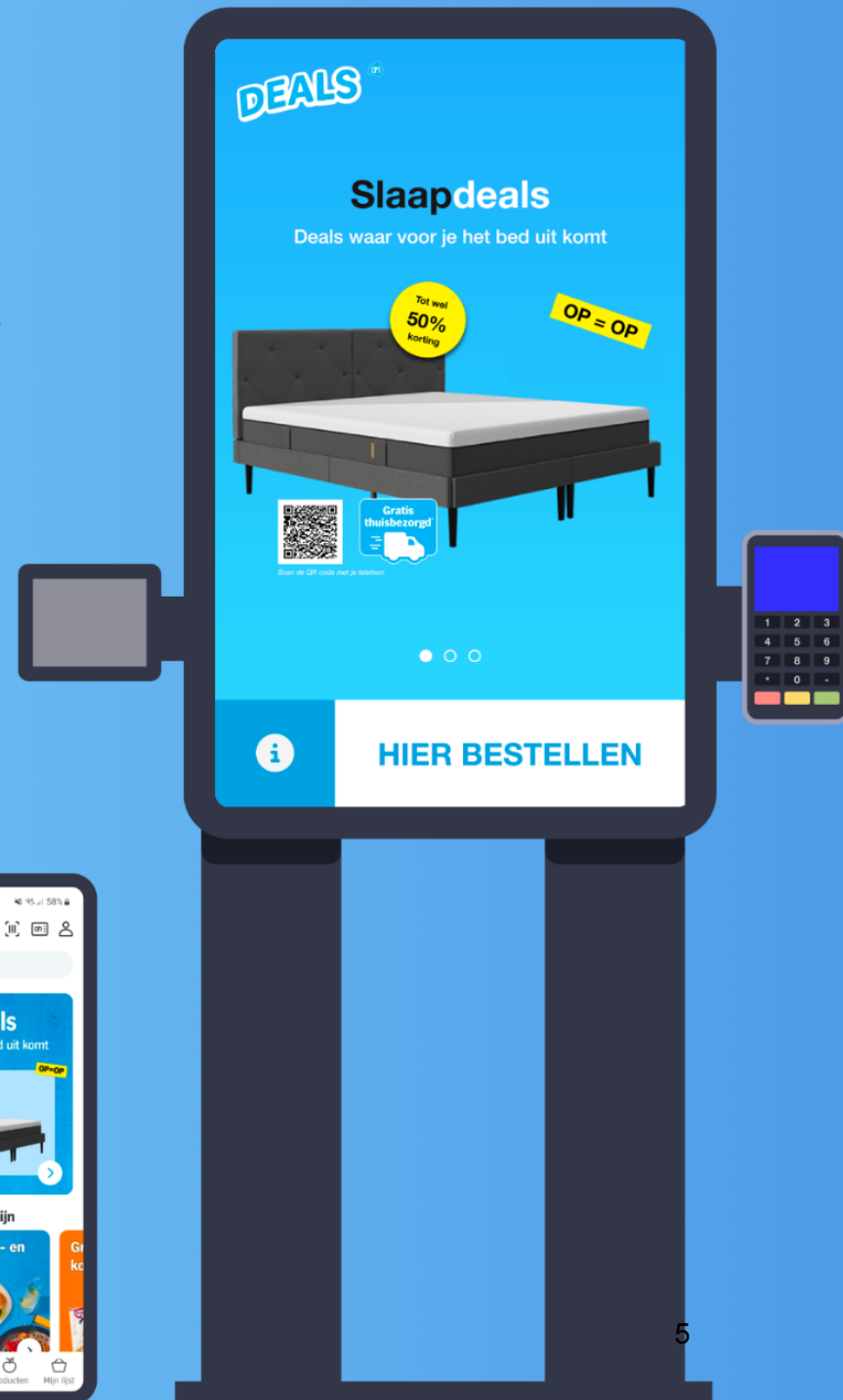
PRODUCT IN HET KORT

Bestel de **deals** via de gloednieuwe bestelzuil van de Albert Heijn! De bestelzuil dient als interactief product, maar ook als een grote stand-up (in plaats van papier). Dit zorgt ervoor dat de deals nog meer opvallen in de winkel. Om de klant nog meer te inspireren over de deals staat er ook een advertentie van de deals in de AH app. Als de klant hier op klikt komt hij of zij op de deals.ah.nl website. Op de bestelzuil kunnen klanten de deals bekijken en gelijk bestellen.

In de volgende hoofdstukken is te lezen hoe ik dit idee heb bedacht en ontwikkeld. Ik ga het hebben over waarom ik bepaalde keuzes heb gemaakt en wat de belangrijkste inzichten waren.

Link naar prototype:

<https://xd.adobe.com/view/63a52d1d-c797-4c3a-a1b5-cd993ea685e1-36f6/>



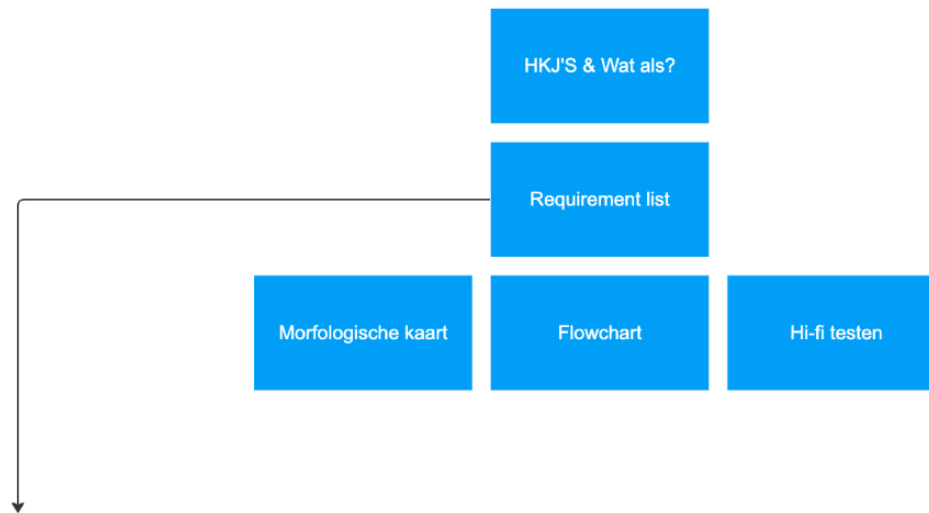
ONDERZOEKSVRAGEN

- Hoe worden de AH deals nu zichtbaar gemaakt?
- Hoe zien de klantreizen er nu uit?
- Hoe kan de AH verder digitaliseren op dit assortiment?
- Wanneer is het wel of niet logisch om vooraf te betalen in de winkel, is het überhaupt nodig?
- Kunnen we de complete klantreis uiteindelijk versimpelen en interessanter maken?
- Hoe kunnen we de deals.ah.nl platform beter/meer onderdeel maken van de klantreis

Paar interessante subvragen:

- Welke klant types zijn er?
- Wat is het alternatief als de folders verdwijnen?
- Hoe kunnen we de klant tot aanschaf over laten gaan (vooraf betalen)?

GEBRUIKTE TOOLS



Belangrijkste eisen:

- Het product (digitaal scherm) moet simpel zijn om te gebruiken. De gebruiker moet zonder uitleg een Deal kunnen kopen of later kunnen bekijken via de website.
-
- Het product moet opvallen zodat de gebruiker het gelijk ziet als ze er langs loopt.
- Het moet technisch haalbaar zijn
- Het moet digitaal, dus geen papier

- Het moet de klant inspireren om die deals te gebruiken/kopen
- Wilt de AH deals meer onderdeel maken van de klantreis
- Albert Heijn zoekt een praktische haalbare oplossingen met hoge impact en lage effort
- Geen gekke toekomstige oplossing zoals AR & VR

BELANGRIJKSTE INZICHTEN UIT **ONDERZOEK**

INTERVIEWS & SURVEYS

De stands (posters) van de deals vallen niet op

Veel mensen kennen de deals niet

Zelfscan wordt veel gebruikt

Snel winkelen

Ouders houden van korting

Folders worden vaak bijgevuld

Ouders doen anders boodschappen als ze met hun kinderen zijn en moeten dan nog meer opletten (meer afleiding)

DESKRESEARCH

83% van de consumenten gebruikt een supermarkt-app

31,2% bekijkt de kassabon in de app

67.8% Gebruikt een digitale klantenkaart

Begin van de winkel en bij het einde is veel afleiding en verleiding in de supermarkt

Concurrenten zoals Lidl adverteren hun non-food deals veel meer op hun websites en apps

PERSONA

Om een beter beeld te krijgen van de doelgroep heb ik een persona gemaakt. De persona is gebaseerd op mijn onderzoek en interviews die ik heb gehouden met de doelgroep (zie productbiografie week 3 > persona).



PERSONA HANNA VAN VLIET

Persona: Dit is Hanna De vliet en ze gaat meerdere keren in de week naar de Albert Heijn om boodschappen te doen. Ze gebruikt niet de AH deals, ze wist namelijk niet dat het bestond.

Algemene info

30 jaar
Vrouw
Tandarts assistent
Getrouwd
Inkomen gemiddeld

Huishouden

Man Henk
Zoon Noah (9 jaar)
Dochter Sarah (6 jaar)

Houd van

- Yoga
- Koken

Bio

Hanna Van Vliet is tandarts assistent in Almere. Ze is getrouwd en heeft 2 kinderen. Naast haar baan houdt ze ook van Yoga en koken.

Klant typen Albert Heijn

Als Hanna alleen boodschappen doet:

- Boodschappenlijst
- Let op bonus producten (korting)
- Zelfscan kassa

Als Hanna met kinderen boodschappen doet:

- Boodschappenlijst
- Extra op kinderen letten
- Kinderen hebben invloed op haar keuze
- Zelfscan kassa

Doelen

- Wilt zo snel mogelijk klaar zijn met boodschappen
- Korting!
- Zou de AH deals gebruiken als het simpel was

CUSTOMER JOURNEY

Om een duidelijk beeld te krijgen van het huidige gedrag van mijn persona heb ik een customer journey gemaakt. Door middel van interviews en observaties heb ik het proces van een moeder die winkelt met haar kinderen zo goed mogelijk in kaart gebracht.

Customer Journey - Albert Heijn



Hanna van Vliet

Persona: Dit is Hanna van Vliet en zij gaat ongeveer 3 keer in de week naar de Albert Heijn.

Scenario: Hanna gaat met haar kinderen naar de Albert Heijn en wat boodschappen doen. Ze ziet de deals terwijl ze boodschappen zit te doen.

Verwachtingen:

- Ze is snel klaar met boodschappen
- Niet te duur boodschappen

Quote: "Ik wil zo snel mogelijk boodschappen kunnen doen"

	VOOR		TIJDENS			NA	
Actie	Hanna is thuis en maakt een boodschappenlijst.	Vervolgens gaat ze de kinderen ophalen van school en gaan met z'n allen richting de Albert Heijn.	Ze komen aan in de AH en ze ziet de stand van de AH deals. Hanna pakt snel het foldertje (ze moet op haar kinderen letten).	Tijdens het boodschappen halen moet ze veel op haar kinderen letten en vragen de kinderen om allerlei lekkernijen.	Uiteindelijk gaan ze naar de zelfscan en helpen de kinderen met de boodschappen scannen.	Ze komen thuis en Hanna gaat de boodschappen in de koelkast doen en ziet het foldertje wat ze had mee genomen.	Ze gaat naar de AH deals website
Doel	Weten wat ze moet halen	Kinderen ophalen	Boodschappen doen	Snel boodschappen doen en kinderen niet kwijtraken	Boodschappen afrekenen	Naar huis	De deal kopen
Denkt en voelt	🤔 Zit te denken wat ze moet halen	😊 Blij om haar kinderen te zien op school	🤔 Ze vraagt zich af wat die deal is	😓 Kinderen zijn druk 😡 Kinderen willen lekkernijen en dat kost wat geld	😊 Zelfscan is lekker snel	😓 Moe door de kinderen en boodschappen doen	😊 Interessante deals?
Omgeving	Thuis	Op de weg in de auto & school	Albert Heijn	Albert Heijn	Albert Heijn	Thuis	Thuis
Devices	Telefoon. Op de AH app een boodschappenlijst maken			Telefoon. Ze kijkt haar boodschappenlijst	Zelfscan		Laptop. Ze kijkt op de AH Deals website
Verbeterpunten	Dat ze misschien op de app als iets kleins ziet over de AH deals				Dat er op de zelfscan scherm iets staat over de deals of dat je het al kan kopen bij de zelfscan		

OPWEG NAAR HET PROTOTYPE!

In de volgende hoofdstukken laat ik het proces zien van mijn ontwerpen. Ik heb namelijk deze weken meerdere versies gemaakt en zelfs meerdere concepten gehad. Door al het onderzoek, feedback, testen en interviews heb ik door de loop van deze weken veel veranderd.



VAN ZELFSCAN NAAR **BESTELZUIL**

Zelfscan kassa



Waarom ik hier niet voor heb gekozen:

- Mensen scannen vaak snel hun producten af en de deal valt daardoor misschien niet op.
- Volgens onderzoek (zie productbiografie over verleiding), is er veel afleiding bij de kassa's, denk aan snoep en korting, zodat klanten nog snel wat kopen. Hierdoor is de klant dus nog meer afgeleid en kan de deal op dit scherm het alleen maar drukker maken en dat wordt minder fijn voor de klant

Bestelzuil



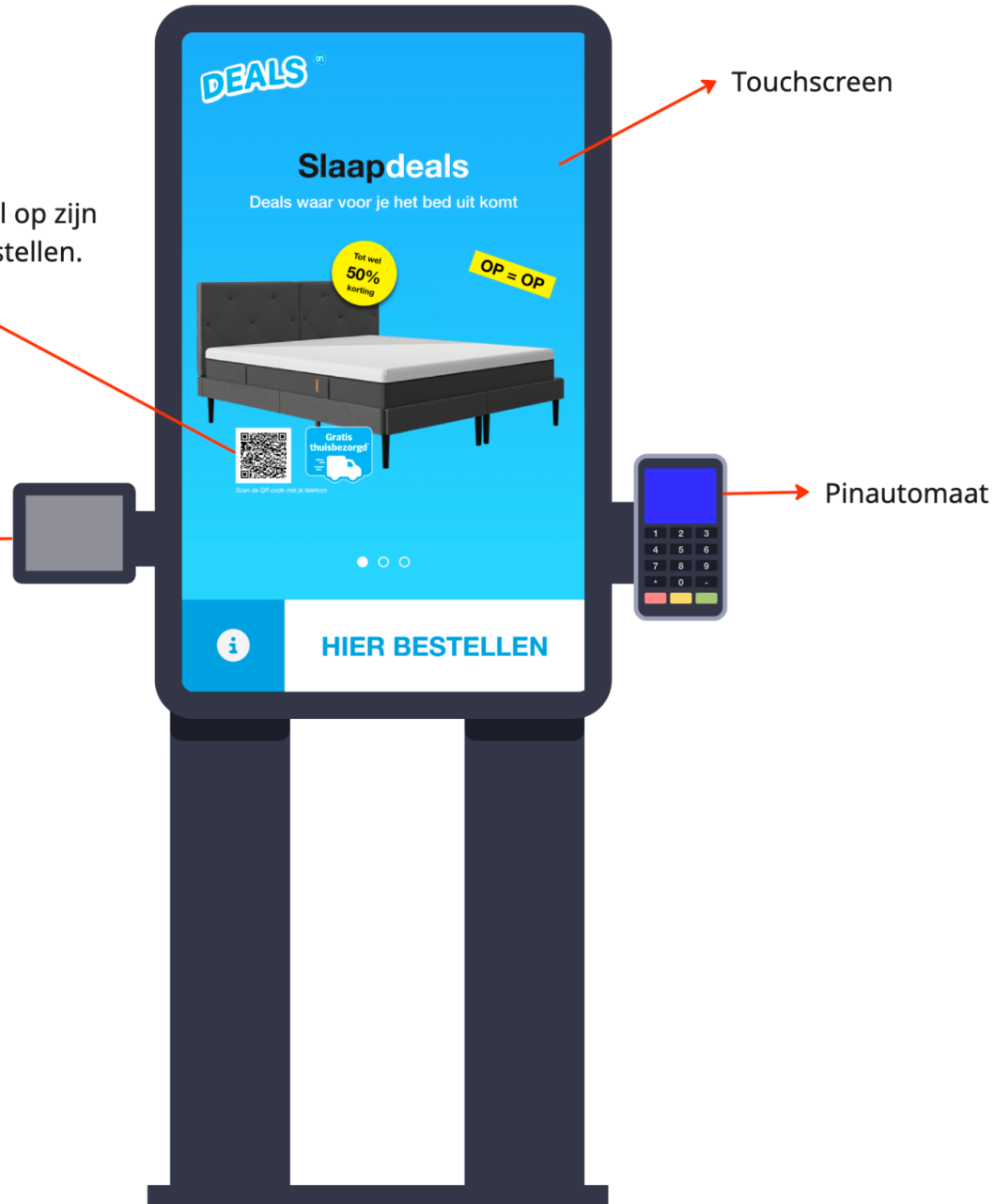
Waarom ik hier wel voor heb gekozen:

- Als deze bestelzuil bij de zelfscankassa's staat dan valt het gelijk op waardoor mensen sneller de deals zien en weten dat de deals bestaan.
- Nu het kopen van de deals op een apart scherm zit kunnen klanten 1 ding tegelijk doen.
- Volgens de feedback die ik had gekregen bij de tussenpresentatie vinden klanten het ook fijner om 1 ding tegelijk te doen.

AH DEALS BESTELZUIL

QR-code, zodat de gebruiker de deal op zijn of haar telefoon kan zien en kan bestellen.

Scan die de AH bonuskaart kan scannen

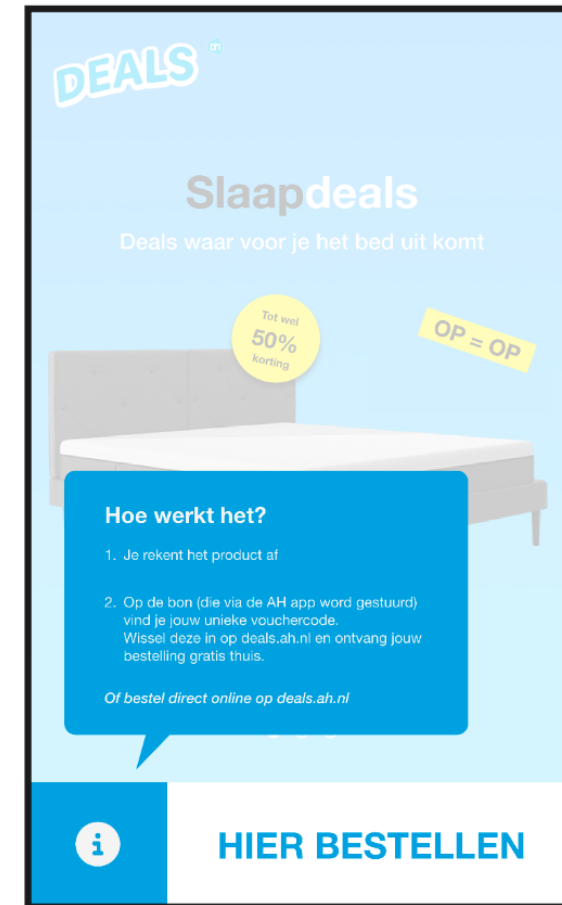
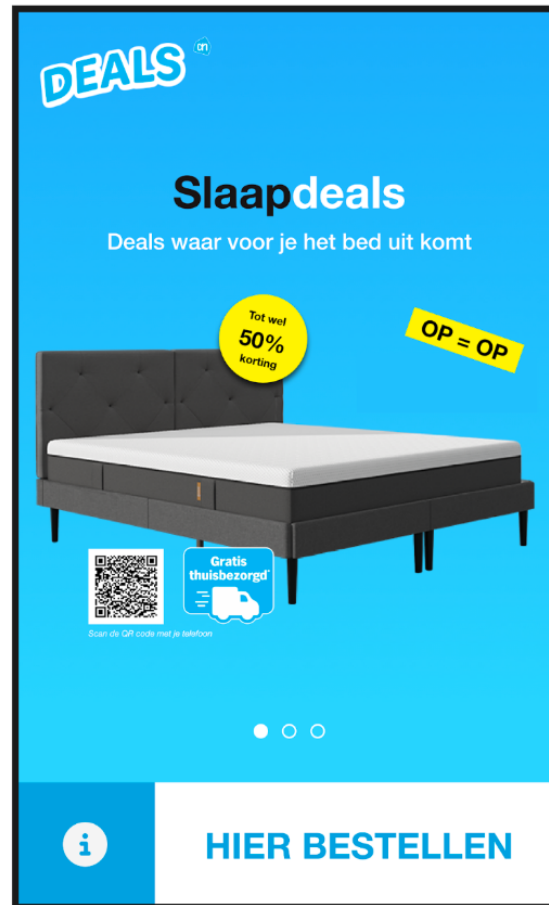


Touchscreen

Pinautomaat

KEUZES IN ONTWERP - STARTSCHERM

In de volgende afbeelding is het startscherm van de bestelzuil te zien. Uit mijn test (zie productbiografie week 6 > test) bleek dat het nog niet heel duidelijk was wat er nou gebeurd als je een deal hebt besteld. Vandaar dat ik wat meer informatie er in heb toegevoegd.



HERKENBAAR OVERZICHT

Volgens mijn test met de doelgroep (zie productbiografie week 6 > test) konden ze allemaal het scherm herkennen door bijvoorbeeld de bestelzuilen van McDonald's, KFC etc. Ik heb ook geprobeerd om de interacties zo simpel en herkenbaar mogelijk te maken.

The screenshot shows a mobile app interface with a light blue background. On the left side, there is a vertical navigation menu with icons and labels for various categories: Bonusklappers, Cadeaukaarten, TICKET DEALS, Uitjes, Slaapdeals, Tuinfeestdeals, Buitendeals, and Loungedeals. The main content area is a grid of product cards under the heading 'Huis & tuin'. The first card is for a 'HOWAT 3-1 kokend water kraan' with a price of 399.00 (original 574.00). The second card is for a 'Tefal Cook &...' with a price of 324.00 (original 649.00). The third card is for a 'Loopband - Send Sports M800' with a price of 129.00 (original 179.00). The fourth card is for an 'AMIGO E-Vibe Aquablue m' with 7 versnellingsen. The fifth card is for a 'Leifheit linomatic 500 deluxe droogmolen' with a price of 129.00 (original 179.00). The sixth card is for an 'Akoestische Klassiek eik' with dimensions 260x60 cm. At the bottom, there are two buttons: 'Naar start' and 'Naar winkelwagen →'.

The screenshot shows a mobile app interface for a product detail page. The top navigation bar includes 'Bonusklappers' and 'Cadeaukaarten'. The main heading is 'Amigo E-vibe D1'. Below the heading is a large image of a blue bicycle with a yellow 'OP = OP' sticker. Below the main image are smaller images of other bicycle models. The text 'Dit product wordt aangeboden door: Fortis' is visible. There are two dropdown menus: 'Kies jouw kleur D1' with 'Aquablue mat' selected, and 'Huidige selectie' with 'AMIGO E-Vibe D1 - Aquablue mat - 949.00' selected. A QR code is present with the text 'Scan de QR code met u telefoon om het later thuis te bestellen'. A quantity selector shows '1' with minus and plus buttons. The price is displayed as '1199.00' and '949.00'. At the bottom, there are buttons for 'Terug' and 'Naar winkelwagen →' with a '1' in a red circle above it.

MAXIMAAL 7

Als de klant er meer dan 7 wilt bestellen dan komt er een melding dat dat niet kan. Het nummer wordt dan ook niet hoger dan 7. Het komt waarschijnlijk niet veel voor dat iemand een deal meer dan 7 keer wilt kopen, maar als iemand dat toch wilt is er wel een melding voor!

Bonus Klippers
OP=OP

Bonusklappers

Cadeaukaarten

TICKET DEALS

Uitjes


Slaapdeals

Tuinfeestdeals

Buitendeals

Amigo E-vibe D1

OP = OP



Dit product wordt aangeboden door: Foris

Kies jouw kleur D1

Aquablue mat

Huidige selectie

AMIGO E-Vibe D1 - Aquablue mat - 949.00

1199.00
949.00

QR code, - 7 +

Oeps! er is iets fout gegaan.
Er kunnen maximaal 7 gekocht worden.

Naar winkelwagen 7


Terug

MIJN MANDJE

Het winkelmandje van de gebruiker met de product die hij of zij gaat bestellen, een QR-code om het op je telefoon te kopen via de deals.ah.nl website en de totale prijs.

DEALS

Mijn mandje




Amigo E-Vibe D1
Amigo E-Vibe D1 - Aquablue mat
Kies jouw kleur: Aquablue mat

BONUSKLAPPERS

Dit product wordt aangeboden door: Foris

~~1199.00~~ **949.00** - 1 +



Scan de QR code met u telefoon om je mandje later op je telefoon te bestellen

Totaal:
949.00

[Terug](#) [Ik ga bestellen](#)

100% PAPIERLOOS

“Scan je bonuskaart om verder te kunnen bestellen! Of scan de QR-code met je telefoon.”

Bij mijn oplossing probeerde ik de **papieren bon weg** te laten, zodat dit een 100% papierloze oplossing zou worden. Dit heb ik gedaan door de klant de bonuskaart te laten scannen of de QR-code te scannen om het op hun telefoon te kopen. Uit de test bleek dat mijn moeder een te oude telefoon had om de QR-code te scannen. Daarom heb ik ook nog de website URL onder de QR-code geplaatst zodat de gebruikers de website ook nog kunnen opzoeken.

Volgens onderzoek op de website nieuws.ah.nl (2022) gebruikt namelijk 83% van de consumenten de supermarkt-app en 67% gebruikt de digitale klantenkaart. Het idee is dus dat ze de voucher (bon) niet krijgen op papier, maar in de app. Als ze toch geen account hebben, maar toch wel het product willen kopen dan kunnen ze de QR code scannen met hun telefoon en het later thuis bestellen.


The screenshot shows a mobile application interface. At the top, there is a dark header with the word 'DEALS' in a stylized font. Below the header, the text 'Mijn mandje' (My cart) is displayed. The main content area is a white card with rounded corners. Inside the card, the text reads: 'Scan je Bonuskaart om in te loggen op je AH account om verder te betalen' (Scan your Bonus card to log in to your AH account to continue paying). Below this, the word 'OF' is centered. Then, it says: 'Scan de QR-code met je telefoon om thuis verder te bestellen' (Scan the QR code with your phone to order at home). A QR code is displayed below the text. Underneath the QR code, the website URL 'Website: ah.nl/bonusklappers' is shown. At the bottom of the card, there is a 'Cancel' button. Below the card, there is a small QR code on the left and the text 'Scan de QR code met u telefoon om je mandje later op je telefoon te bestellen' (Scan the QR code with your phone to order your cart later on your phone). On the right side, the total price 'Totaal: 949.00' is displayed. At the very bottom of the screen, there are two buttons: 'Terug' (Back) with a left arrow and 'Ik ga bestellen' (I want to order).

WEL OF GEEN AH ACCOUNT?

Als de gebruiker zijn bonuskaart heeft gelinkt aan een AH account, dan kan hij of zij verder betalen. Heb je geen account? Geen probleem! Dan scan je heel simpel de QR-code zodat je het op je telefoon kunt bestellen.

DEALS[®]

Mijn mandje



Je Bonuskaart is nog niet gelinkt aan je Albert Heijn account

Download de Albert Heijn app om uw bonuskaart te linken aan uw account

< Terug

QR code


Scan de QR code met u telefoon om je mandje later op je telefoon te bestellen

Totaal: **949.00**

< Terug Ik ga bestellen

DEALS[®]

Mijn mandje



Hallo S.W

Klopt het dat dit je AH account is?

< Terug Ja dit is mijn account >

QR code


Scan de QR code met u telefoon om je mandje later op je telefoon te bestellen

Totaal: **949.00**


< Terug Ik ga bestellen

DEALS[®]

Mijn mandje



S.W



Amigo E-Vibe D1
Amigo E-Vibe D1 - Aquablue mat
Kies jouw kleur: Aquablue mat

BONUSKLAPPERS

Dit product wordt aangeboden door: Foris

~~1199.00~~ **949.00**

Totaal: **949.00**

< Cancel Betalen >

QR code

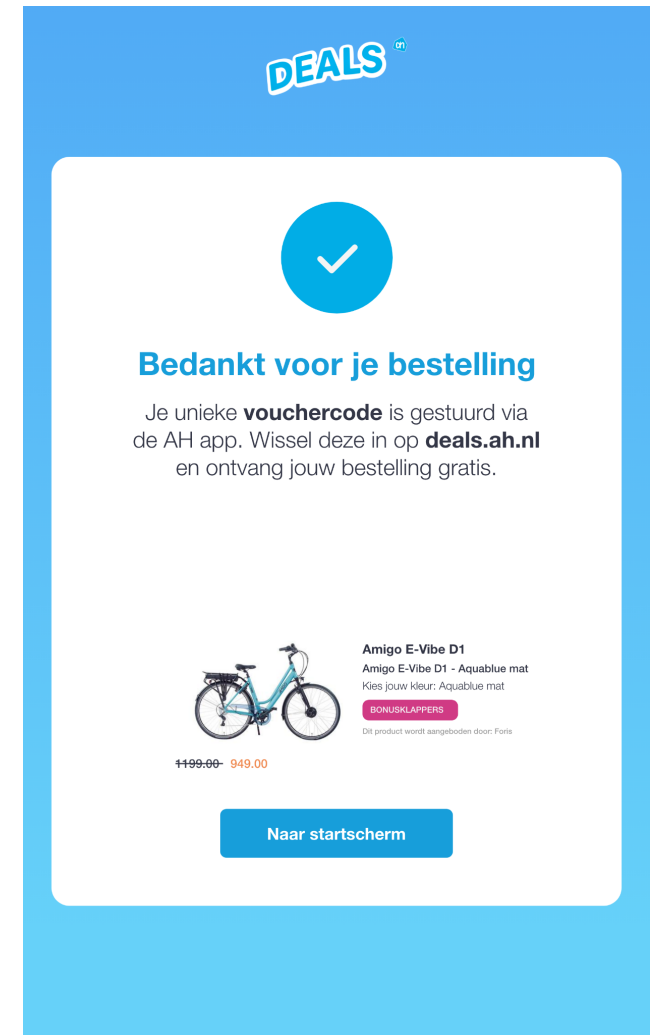
Scan de QR code met u telefoon om je mandje later op je telefoon te bestellen

Totaal: **949.00**

< Terug Ik ga bestellen

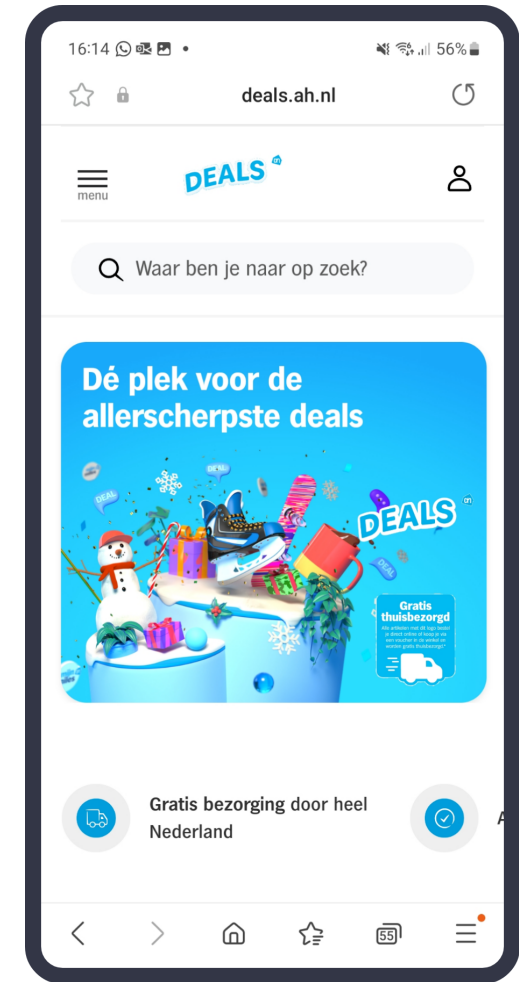
BETALEN

De klant kan bij mijn oplossing net als bij de zelfscan kassa, alleen pinnen. Als de klant klaar is met pinnen ziet hij het scherm ernaast. Op dat scherm staat een korte uitleg over de voucher en krijgt hij de vouchercode in de app te zien bij zijn of haar bonnetjes.



ADVERTENTIE IN DE AH APP

Volgens onderzoek op de website nieuws.ah.nl (2022) gebruiken 83% van de consumenten een supermarkt-app (lees hier meer over in mijn productbiografie in week 2 > Desk research - AH app) Om de gebruiker meer te inspireren om de deals te gaan kopen heb ik een advertentie in de app geplaatst die leidt naar de deals.ah.nl website. Als de gebruiker dan vervolgens naar de winkel gaat (en de bestelzuil ziet) is hij of zij al eerder getriggerd om die deal te kopen.



STORYBOARD

In de volgende afbeelding is er een storyboard te zien van Hanna (mijn persona) die naar de AH gaat met haar kinderen.



Hanna gaat wat boodschappen doen met haar kinderen.



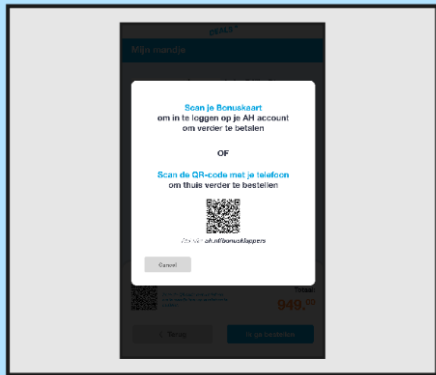
Ze komt aan bij de zelfscan kassa gedeelte en ziet de bestelzuil.



Ze klikt op "hier bestellen"



Ze ziet een deal die ze heel graag wilt



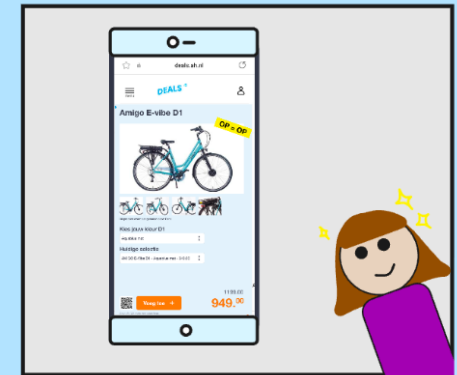
Ze komt bij dit scherm terecht



Haar kinderen zijn druk en ze wilt snel naar huis



Ze scant de QR-code op haar telefoon



Ze heeft de deal op haar telefoon en kan het later bestellen!

BRONNENLIJST

De foto's van de deals in mijn prototype zijn allemaal van de website van Deals.ah.nl. (z.d.). <https://deals.ah.nl/> & Albert Heijn. (z.d.). Albert Heijn: boodschappen doen bij de grootste supermarkt. <https://www.ah.nl/>

Foto van persona: <https://www.pexels.com/nl-nl/foto/vrouw-die-bij-de-camera-glimlacht-1181686/>

83% van de consumenten gebruikt supermarkt-app. (2022, 21 februari). nieuws.ah.nl. Geraadpleegd op 1 mei 2023, van <https://nieuws.ah.nl/83-van-de-consumenten-gebruikt-supermarkt-app/>