

**Onze werkwijze
voor online groei.**



Inhoudsopgave.

01.

Explore.

- 1.1 De klant en markt leren kennen **5**
- 1.2 Doelgroep staat altijd centraal **5**
- 1.3 Structuur & processen bepalen **6**
- 1.4 Maatwerk oplossingen **7**

02.

Create.

- 2.1 De blauwdruk **9**
- 2.2 Het design **9**

03.

Development.

- 3.1 Ontwikkeling **13**
- 3.2 Functioneel & beheerbaar **13**

04.

Connect.

- 3.1 Inhoudelijke vulling **17**
- 3.2 Optimalisatie van belang **17**

EEN STABIELE BASIS

01. Explore.

Om doelgericht en gestructureerd een project aan te vliegen, werken we bij Ittica altijd middels onze ECDC-manier (niet te verwarren met de band AC/DC). De afkorting staat voor Explore, Create, Development en Connect en loopt altijd als een rode draad tijdens de proces van online groei.

Waarom dit voor ons het ideale recept is, leggen we graag uit door de ingrediënten met jou te delen!

De klant en markt leren kennen.

Om een goed beeld te krijgen van jou als klant en de markt, starten wij altijd met het ontdekken van interne- en externe factoren. Zodoende kunnen wij de online positionering en -strategie bepalen.

Ook is er (meestal) sprake van concurrentie die mogelijk de groei van jouw organisatie beperkt. Om de concurrenten in kaart te brengen, doen wij een uitgebreide concurrentieanalyse om een goed referentiepunt te creëren.

Daarnaast is het ook belangrijk om tot een branding strategie te komen. Branding is, in tegenstelling tot wat mensen denken, meer dan alleen een logo en kleurstelling. Een brandingstrategie bepaalt namelijk hoe een klant jouw organisatie zou moeten zien.

Doelgroep staat altijd centraal.

Om te achterhalen wie de gebruikers zijn of wie er bereikt moeten worden, is het van extreem belang dat er concrete doelgroepen worden geformuleerd. Van de plek waar iemand woont tot zijn of haar huwelijke staat, alle informatie is belangrijk voor het vervolgproces.

Om doelgroepen een gezicht te geven, wordt er per groep een persona opgesteld. Deze persona is in feite een fictieve gebruiker met specifieke kenmerken. Denk bijvoorbeeld aan een portretfoto, NAW-gegevens, mate van IT-kennis, persoonlijke interesses en de reden voor het gebruik.

Vanuit de persona's worden er uiteindelijk User Stories opgesteld die een persona zou kunnen en willen uitvoeren. Deze stories gelden tijdens de Create-fase als rode draad om vervolgens een doelgericht design te realiseren.



Structuur & processen bepalen.

Zodra de doelgroepen in kaart zijn gebracht, is het zaak om (navigatie) structuur te bepalen. Door middel van een flowchart ontstaat er een overzichtelijke afbakening van bijvoorbeeld de navigatiestructuur van een website of de follow-up in een marketingcampagne.

Wanneer er bijvoorbeeld een webshop wordt gemaakt, is het belangrijk om ook de *Order Flow* uit te denken. De vraag die centraal staat is: 'welke processen worden in gang gezet zodra er orders binnen stromen?' Denk bijvoorbeeld aan een koppeling met een boekhoudsysteem of een automatische mail als gebruiker iets in zijn winkelwagen stopt, maar niet afrekent.

Maatwerk oplossingen.

Wanneer er gekozen wordt voor maatwerk, is het belangrijk om de exacte functionaliteiten vooraf te bepalen. Als dit namelijk open voor interpretatie blijft, is het lastig om te voldoen aan de verwachtingen. Uiteraard is niet iedere functionaliteit van even groot belang om iets succesvol te maken. Door functionaliteiten te prioriteren, kan de planning zo efficiënt mogelijk worden gemaakt waardoor het tijdspad voor afronding wordt gestimuleerd.

02. Create.

Zodra alle ingrediënten zijn verzameld, kan de bereiding van het gerecht worden bepaald. Tijdens de Create-fase worden ideeën en structuren omgezet tot het uiteindelijke design.

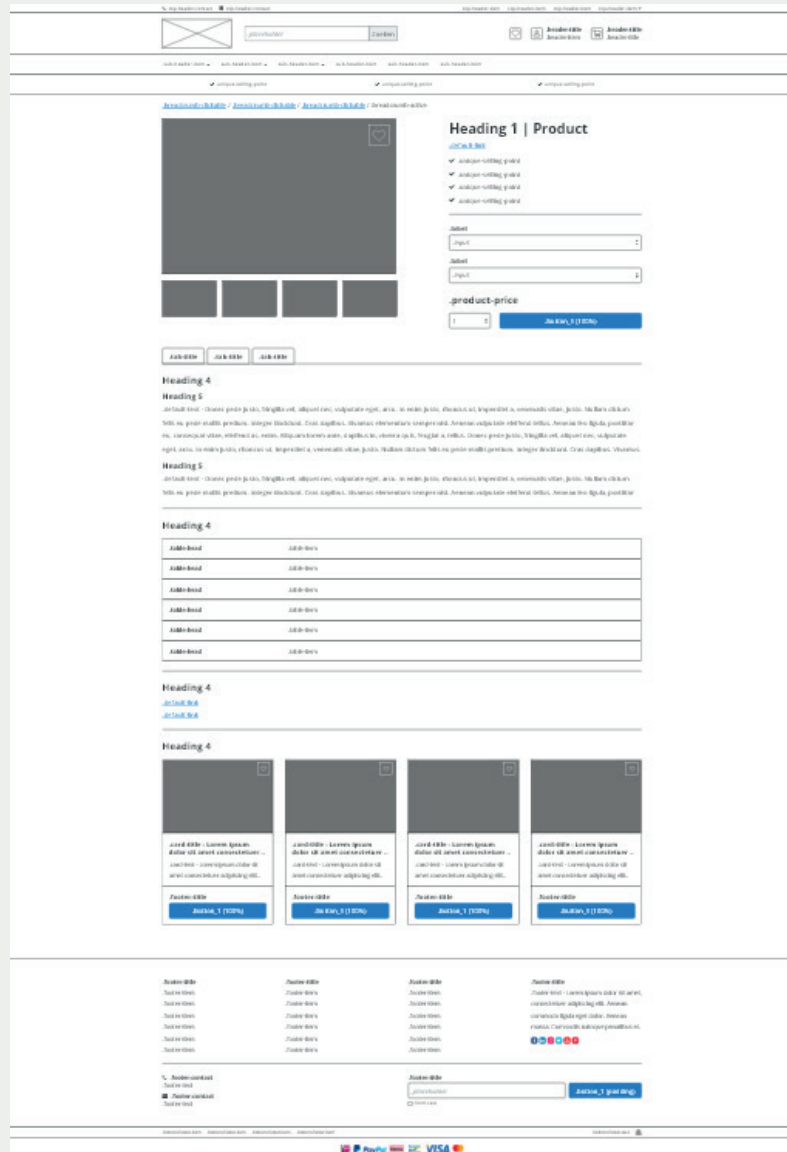
De blauwdruk.

De informatie vanuit de Explore-fase staat centraal tijdens de Explore-fase. Allereerst vindt de realisatie van de LoFi Wireframes plaats. De wireframes noemen wij ook wel de blauwdruk van het project. Navigatiepatronen, structuur, plaatsbepaling en functionaliteiten komen hier samen tot een totaalproduct. En het grote voordeel: ze zijn ook nog eens interactief!

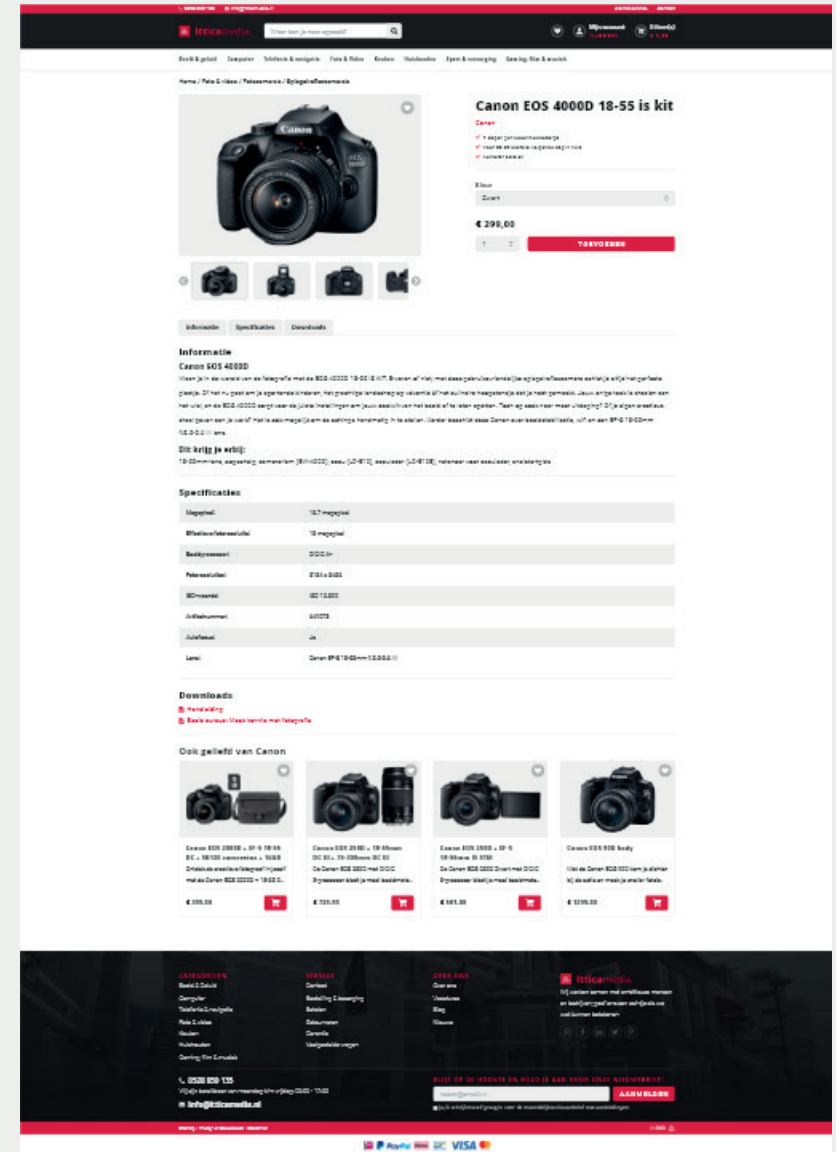
Het design.

De uitstraling van de uiteindelijke site speelt pas een rol nadat de LoFi's zijn goedgekeurd. Tijdens de vervolgfase komt het creatieve en onderscheidende aspect van de website aan bod. Wij houden er van om - aansluitend op de doelgroep - een uniek design te leveren voor onderscheidend vermogen. Tijdens dit traject is het dus van belang om de wensen van de opdrachtgever te spiegelen aan de behoefte van de gebruiker.

van Lo-Fi.



Naar Hi-Fi.



TECHNISCHE HOOGSTANDJES DIE WERKEN

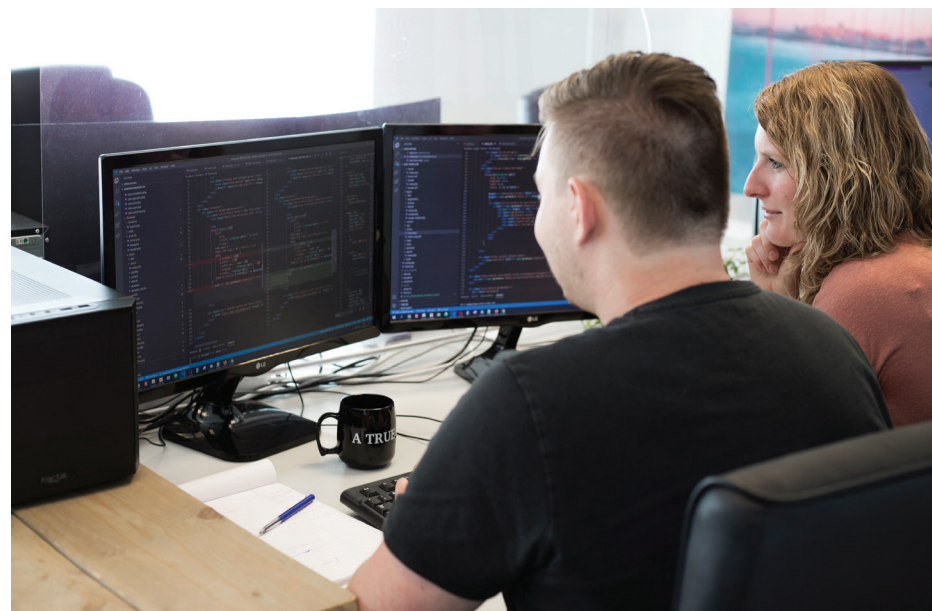
03. Development.

Nadat de bereidingswijze is goedgekeurd, kan de daadwerkelijke bereiding plaatsvinden binnen de Development-fase. Tijdens deze fase vindt er een splitsing plaats tussen de front-end & back-end.

Ontwikkeling.

Zodra het design is goedgekeurd, kunnen onze developers starten met de Front-end. Dit houdt in; alle zaken waarmee de gebruiker in aanraking komt. Wij hebben altijd als doel om onderscheidende producten te creëren zonder dat de wetten van gebruiksvriendelijkheid en gebruiksgemak worden aangetast.

Doordat wij altijd gebruik maken van de laatste technieken en de trends nauwlettend in de gaten houden, is jouw website altijd bij de tijd. Hierdoor wordt de organische vindbaarheid in Google altijd gewaarborgd en is de manier van dataverwerking dusdanig geoptimaliseerd zodat de snelheid niet wordt belemmerd.



Functioneel & beheerbaar.

Een mooie en onderscheidende Front-end is fijn, maar een goed functionerende Back-end is minstens zo noodzakelijk. Een Back-end kan verschillen van een simpel beheersysteem tot een geavanceerd ERP-systeem. Vanuit een standaard vertrekpunt denken we graag mee om een systeem compleet op maat te maken. Wij zijn er namelijk van overtuigd dat alles mogelijk moet zijn en dat alles draait om efficiëntie en kosten besparen.

Vanuit de Explore-fase is er ook bepaald welke Order Flow en koppelingen er gemaakt moeten worden. Deze technische onderdelen pakken we allemaal beet tijdens deze fase om allerlei stromen en processen te ontwikkelen.



DOELGROEP BEREIKEN

04. Connect.

Op een gegeven moment is het gerecht klaar om uitgeserveerd te worden. Tijdens de Connect-fase is het zaak om inhoud te laten matchen aan de verwachtingen en doelen van de gebruikers. Dit geldt zowel op visueel als tekstueel gebied.

Inhoudelijke vulling.

Zodra de applicatie gereed is, starten wij met de inhoudelijke vulling. Zowel visueel als tekstueel denken we graag mee om er voor te zorgen dat de gebruikersgroep zijn of haar weg kan vinden. Het is van uitermate belang om te voldoen aan het verwachtingspatroon dat de gebruiker heeft.

Optimalisatie van belang.

Een goede basis is vanzelfsprekend, maar wij zijn ervan overtuigd dat online succes (direct na lancering) nog in de kinderschoenen staat. Dankzij onze diverse specialisten schieten we ook graag te hulp tijdens het optimaliseren van de applicatie. Bijvoorbeeld bij het verbeteren van organische vindbaarheid, advertenties maken in Google, conversie optimalisatie, A/B testing of productontwikkeling. Samen kunnen we online groei realiseren!

Ittica Media

Dekkerplein 6
7901 BZ Hoogeveen
Nederland

info@itticamedia.nl

0528 - 850 135



Itticamedia.