



2020-1-UK01-KA227-YOU-094543

**Module: Verschillende soorten resultaten:
banneradvertenties, infographics, website-elementen,
UI/UX wireframes, Grafische afbeeldingen voor
documenten**

**KA2 - Cooperation for innovation and the exchange of good practices
Partnerships for creativity**



The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



REVISION HISTORY

Version	Date	Author	Description	Action	Pages
1.0	31/12/2021	ATERMON	Creation	C	12

(*) Action: C = Creation, I = Insert, U = Update, R = Replace, D = Delete

REFERENCED DOCUMENTS

ID	Reference	Title
1	2020-1-UK01-KA227-YOU-094543	HerTour4Youth Proposal
2		

ID	Reference	Title
1	Deliverable IO1.A2	Elaboration of Training Methodology
2		

APPLICABLE DOCUMENTS





Contents

1. Introductie	4
1.1. Leerresultaten	4
1.2. Sleutelwoorden:.....	4
1.3. Geschatte zittijd	4
1.4. Woordenlijst.....	5
2. Verschillende soorten deliverables	6
3. Beoordeling.....	21
3.1. Kennisbeoordeling.....	21
4.1. Beoordeling van vaardigheden	23
4. Referenties	24





1. Introductie

Deze module gaat over het navigeren door verschillende soorten deliverables in digitaal ontwerp. Door middel van elementaire digitale ontwerpfuncties zullen leerlingen de principes achter elke actie begrijpen. Vervolgens leren de leerlingen de basis voor het kiezen en creëren van hun juiste producten met de mogelijkheid om hun activiteiten in de toeristische sector te promoten via verschillende digitale ontwerp formaten.

1.1. Leerresultaten

Na het voltooien van deze module ben je in staat om:

- De verschillende soorten digitaal ontwerp begrijpen
- Eigen deliverables met behulp van opgedane kennis creëren
- Toerisme promoten via een eigen digitale toeristengids
- Consumentengedrag begrijpen
- Creëer concurrentievoordeel

1.2. Sleutelwoorden:

Banners; consumentengedrag; ontwerp; infographics; UI/UX; website-atmosfeer; website-elementen.

1.3. Geschatte zittijd

3 uren





1.4. Woordenlijst

Advertentie netwerken: de verschillende netwerken waar banner advertenties kunnen worden weergegeven (Duben, 2021).

Oproep tot actie: meestal een zin die de gebruiker motiveert/inspireert om actie te ondernemen, waardoor de betrokkenheid van de gebruiker wordt vergroot (Duben, 2021).

Website-atmosfeer: het geheel van het website-ontwerp met strategisch gekozen en geënsceeneerde elementen zodat het consumentengedrag op een positieve manier wordt beïnvloed (Vaičiukynaitė & Gatautis, 2013, p.538).



2. Verschillende soorten deliverables:

Digitaal ontwerp biedt een scala aan tools die eenvoudig kunnen worden geïntegreerd in de marketingstrategie van een bedrijf. Daartoe kunnen verschillende soorten producten verschillende doelen dienen en een bedrijf helpen groeien door klanten aan te trekken en te behouden.



Titel afbeelding: Website

Bron: pixabay.com

Hoe banner-advertenties te maken

Banner-advertenties zijn marketingtools die op websites en in apps worden gebruikt om de naamsbekendheid te vergroten en de gebruikerservaring te verbeteren. Ze kunnen verschillende vormen aannemen en om effectief te zijn, moeten ze:





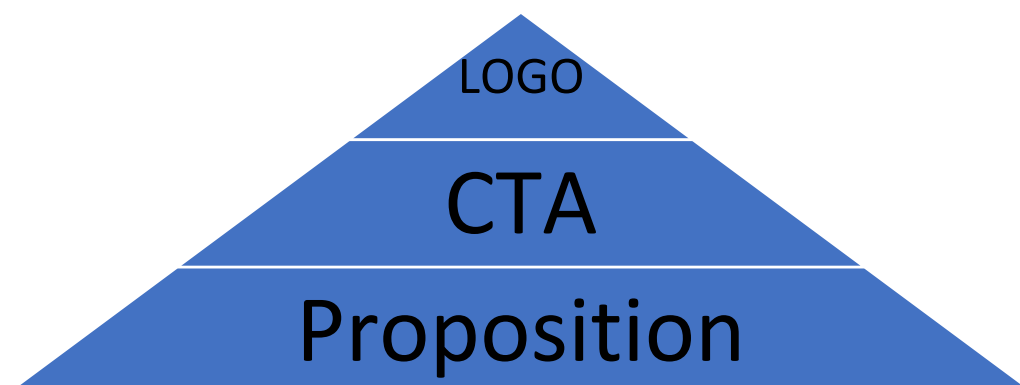
- a) Gebruikers aantrekken
- b) Klikbaar zijn

Banner-advertenties volgen bepaalde ontwerpregels voor webbanners (Duben, 2021):

1. Op basis van **Google AdSense** zijn bepaalde **bannerformaten** effectiever dan andere:

https://support.google.com/adsense/answer/6002621?hl=en&visit_id=1-636200678058800644-1498126142&rd=1

2. Banner-advertenties presteren beter als ze **eenvoudig** zijn ontworpen.
3. Advertenties moeten **consistent** zijn met het merk en al zijn visuele en niet-visuele elementen.
4. De **bestandsgrootte** van de advertenties mag niet groter zijn dan 150 kb, anders worden advertenties niet correct en niet tijdig geladen.
5. De **bestandsindeling** van de advertenties moet zorgvuldig worden gekozen: meestal JPG, GIF, PNG voor Photoshop, HTML5 voor Google Web Designer.
6. **Afbeeldingen** in banner-advertenties moeten voldoen aan relevante principes en gemakkelijk een merk en hun product/dienst oproepen.
7. De delen van de advertenties moeten goed uitgebalanceerd zijn. De drie belangrijkste onderdelen zijn: a) het **logo** van het bedrijf, b) de **propositie** van de advertentie, c) de **Call-to-Action (CTA)**. De propositie moet visueel dominant zijn en de CTA (bijvoorbeeld een motiverende zin) moet de betrokkenheid van gebruikers vergroten.





8. Eenvoudige **animatie** blijkt effectiever te zijn dan statische advertenties (zie bijvoorbeeld Lee & Ahn, 2012, pp. 119-137).
9. Afhankelijk van hun grootte moeten banneradvertenties **strategisch worden geplaatst** ten opzichte van de hoofdinhoud.
10. Er wordt aangenomen dat **kleurassociatie** een belangrijke rol speelt in het consumentengedrag.



Verschillende versies van een banner-advertentie kunnen worden getest om hun effect op verschillende doelgroepen te meten. Statistieken kunnen de prestaties volgen en wijzigingen of aanpassingen voor de banners voorstellen, afhankelijk van de verschillende websites waarop ze verschijnen.



Banner-advertenties kunnen op verschillende **advertentienetwerken** worden geplaatst, zoals: Google Adwords, Adify, ValueClick Media, AdOn Network, etc.



Titel afbeelding: Coming

Bron: pixabay.com

Infographics: wat, waarom, hoe?





Wat:

Infographics zijn **visuele representaties** van informatie of gegevens, zoals grafieken en diagrammen, en ze worden vaak gebruikt om complexe informatie te vereenvoudigen, een overzicht van een onderwerp te bieden of zelfs gegevens en samengevatte versies van een bredere inhoud weer te geven (Nediger, 2021). Deze visuals springen in het oog en brengen specifieke boodschappen op een duidelijke en beknopte manier over.

Waarom:

Als een effectief hulpmiddel voor visuele communicatie, zijn infographics aandachttrekkers die de gebruikerservaring en betrokkenheid in elke branche kunnen verbeteren. In marketing kunnen infographics:

- Vergroot de naamsbekendheid en trek een nieuw publiek aan
- Verhoog de klantbetrokkenheid
- Showcase producten, diensten, prestaties, etc.
- Help het publiek een complex proces of een activiteit te visualiseren
- Vergroot het bereik van sociale media
- En nog veel meer! (Zie bijvoorbeeld: Dunlap & Lowenthal, 2016, pp.42-59).



Voorbeelden van infographics onderverdeeld in categorieën zijn te vinden op:

<https://venngage.com/blog/what-is-an-infographic/>

How to:

To make an infographic, users need to:

1. Clarify their **goal** for creating an infographic
2. Pick **key takeaways** for their content





3. Collect and organise all the necessary information
4. Pick a title, headers, subheaders and the facts to be included in the infographic
5. Create data visualisations
6. Choose a template for the infographic layout, based on goals and content (eg. Statistics, timelines, comparisons, lists and so on). Examples can be seen on:

<https://venngage.com/templates>

7. Customise the infographic to make it unique and interesting (eg. Elements' positioning and hierarchy, visual enhancements -like colours, lines, borders, etc.- font types, memorable images/icons/illustrations)
(Nediger, 2021)

Hoe:

Om een infographic te maken, moeten gebruikers het volgende doen:

1. Verduidelijk hun doel voor het maken van een infographic
2. Kies belangrijke afhaalrestaurants voor hun inhoud
3. Verzamel en organiseer alle benodigde informatie
4. Kies een titel, headers, subheaders en de feiten die in de infographic moeten worden opgenomen
5. Creëer datavisualisaties
6. Kies een sjabloon voor de infographic lay-out, gebaseerd op doelen en inhoud (bijv. Statistieken, tijdlijnen, vergelijkingen, lijsten enzovoort). Voorbeelden zijn te zien op:

<https://venngage.com/templates>

7. Pas de infographic aan om deze uniek en interessant te maken (bijv. positionering en hiërarchie van elementen, visuele verbeteringen - zoals kleuren, lijnen, randen, enz. - lettertypes, gedenkwaardige afbeeldingen/pictogrammen/illustraties)
(Nediger, 2021)





Titel afbeelding: Charts

Bron: pixabay.com

Website-elementen

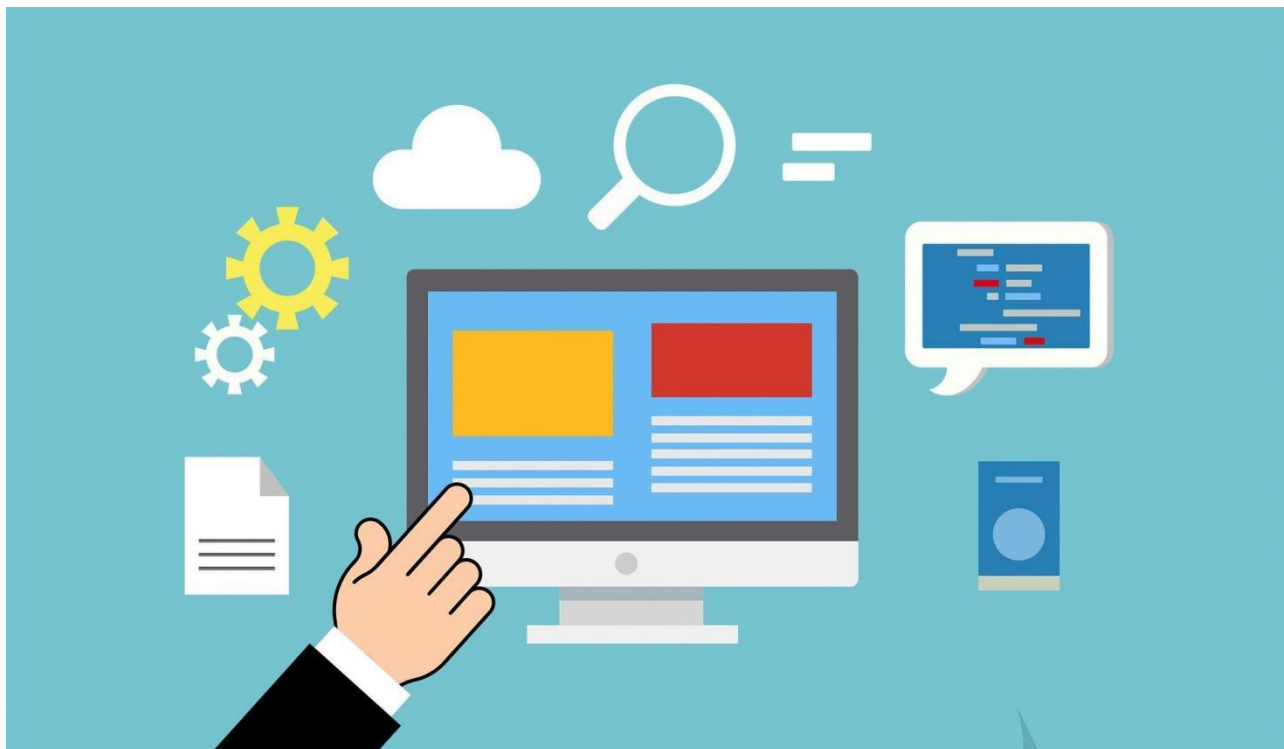
Een bedrijfswebsite bevat de volgende basiscomponenten (beschikbaar tegen bepaalde prijzen):

1. Een **domein** – d.w.z. waar gebruikers hun URL instellen
2. **Hosting** - d.w.z. waar alle bestanden van de website worden opgeslagen
3. Een **Content Management System (CMS)** – d.w.z. de software die wordt gebruikt om digitale inhoud te creëren, te wijzigen en bij te werken

(Marshall,
2018)

Een **website-atmosfeer** is het bewust gecreëerde website-ontwerp dat het **consumentengedrag** beïnvloedt dankzij de verschillende, strategisch gekozen elementen (Vaičiukynaitė & Gatautis, 2013, p.538).





Titel afbeelding: Web-domain

Bron: pixabay.com

Website analysis has identified four groups of website elements:

1. **Virtual layout and design:** the design that helps users navigate desired sections and/or pages through various options (bars, hyperlinks, maps, drop-down menus, search options, etc). This navigational design can increase consumer engagement through convenience and positive feelings. The navigational design can use a **grid layout**, a **free-form layout**, or a **racetrack layout** and contain such elements as: a *tree hierarchical structure*, *site map index*, *a search engine*, *website content ranking and grouping*, *a menu and extra links* (Vaičiukynaitė & Gatautis, 2013, p.541).

Website-analyse heeft vier groepen website-elementen geïdentificeerd:





1. **Virtuele lay-out en ontwerp:** het ontwerp dat gebruikers helpt bij het navigeren door de gewenste secties en/of pagina's via verschillende opties (balken, hyperlinks, kaarten, vervolg keuzemenu's, zoek opties, enz.). Dit navigatie ontwerp kan de betrokkenheid van de consument vergroten door gemak en positieve gevoelens.

Het navigatie ontwerp kan een **rasterlay-out, een vrije-vorm lay-out of een racetrack lay-out** gebruiken en elementen bevatten zoals: een hiërarchische boomstructuur, sitemapindex, een zoekmachine, rangschikking en groepering van website-inhoud, een menu en extra links (Vaičiukynaitė & Gatautis, 2013, p.541).



Zie bijvoorbeeld:

<https://courses.lumenlearning.com/wm-retailmanagement/chapter/store-layout-designs/>

2. **Virtuele sfeer:** de esthetiek achter de structuur en inhoud van een website (kleuren, afbeeldingen, lay-out, enz.) die de naamsbekendheid vergroten en het consumentengedrag beïnvloeden. Virtuele sfeerbeelden bevatten elk element dat de "look and feel" (Techopedia, 2016) van een website vormt.

3. **Virtueel theater:** animatie technieken, mediarijksdom en interactiviteit elementen die de gebruikerservaring verbeteren en de respectieve reacties beïnvloeden door positieve emoties te stimuleren.

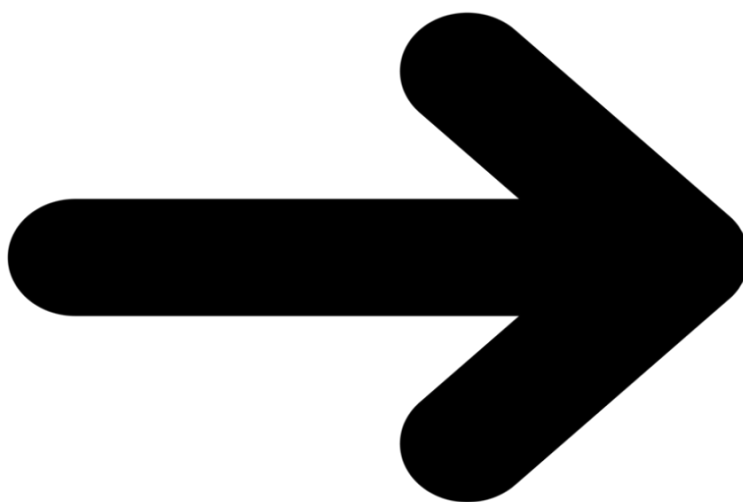
4. **Virtuele sociale aanwezigheid:** de verbinding tussen een website en zijn consumenten. Toegevoegde elementen (zoals avatars, aanbevelingen en communicatietools) kunnen een gemeenschapsgevoel creëren. Chatbots, chatboxen, prikboarden en online contactformulieren zijn slechts enkele van de tools die kunnen worden gebruikt om communicatie tussen een bedrijf en zijn online bezoekers mogelijk te maken, waardoor het sociale aanwezigheidselement wordt hersteld in niet-traditionele omgevingen.

(Vaičiukynaitė & Gatautis, 2013, p.539-541).





Over het algemeen vormen website-elementen een website-atmosfeer die "consumenten kan aantrekken en behouden" door het consumentengedrag op directe en indirecte manieren te beïnvloeden (Vaičiukynaitė & Gatautis, 2013, p.542).



Titel afbeelding: App

Bron: pixabay.com

UI/UX-wireframes

User Interface (UI) en User Experience (UX) zijn basiscomponenten van digitaal ontwerp. Een UX-ontwerper beslist welke functies in een product/website worden opgenomen, hoe deze werken en hoe ze consumenten/gebruikers moeten laten voelen. Een UI-ontwerper zal aan dit proces deelnemen door de esthetiek achter elke functie, de lay-out en andere visuele componenten te kiezen, zoals positionering, hoeveelheid inhoud, enzovoort.





<https://www.youtube.com/watch?v=5CxXhyhT6Fc> UUX-ontwerp versus UI-

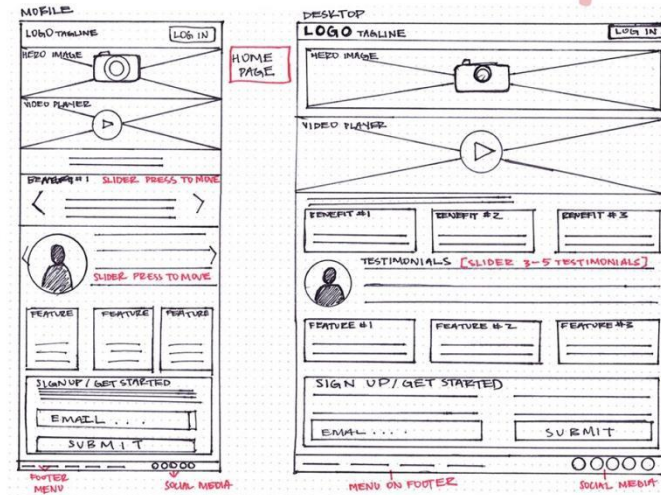
ontwerp - wat is het verschil?

Met andere woorden, UI verwijst naar de interactie tussen een systeem en zijn gebruiker door middel van opdrachten, technieken, invoergegevens en gebruik van inhoud; UX verwijst naar de algehele cognitieve en emotionele ervaring van de gebruiker door direct of indirect gebruik van genoemd systeem/product/inhoud/dienst (Joo, 2017, p. 9931).

"Wireframing in UI/UX Design is een van de meest cruciale stappen waarbij het skelet van digitale applicaties wordt gevisualiseerd" (Designerrs Academy, 2021).

Wireframes zijn **lay-outs van producten** die worden gebruikt om de interface-elementen te demonstreren die op belangrijke pagina's zullen voorkomen en de hiërarchie die deze zullen volgen (Allabarton, 2021). Als een primaire fase van het Design Thinking-proces bieden wireframes de "blauwdruk van de paginastuur, lay-out, informatie en functies", waardoor snelle wijzigingen mogelijk zijn, feedback wordt verzameld, de kenmerken van het product worden verduidelijkt en nauwkeurige ontwerpen worden gemaakt (Designerrs Academy, 2021).





Titel afbeelding: A Typical Wireframe for Mobile and Web Application Design

Bron: <https://medium.com/detaux/what-is-ui-ux-wireframe-designers-46dac9c8a153>

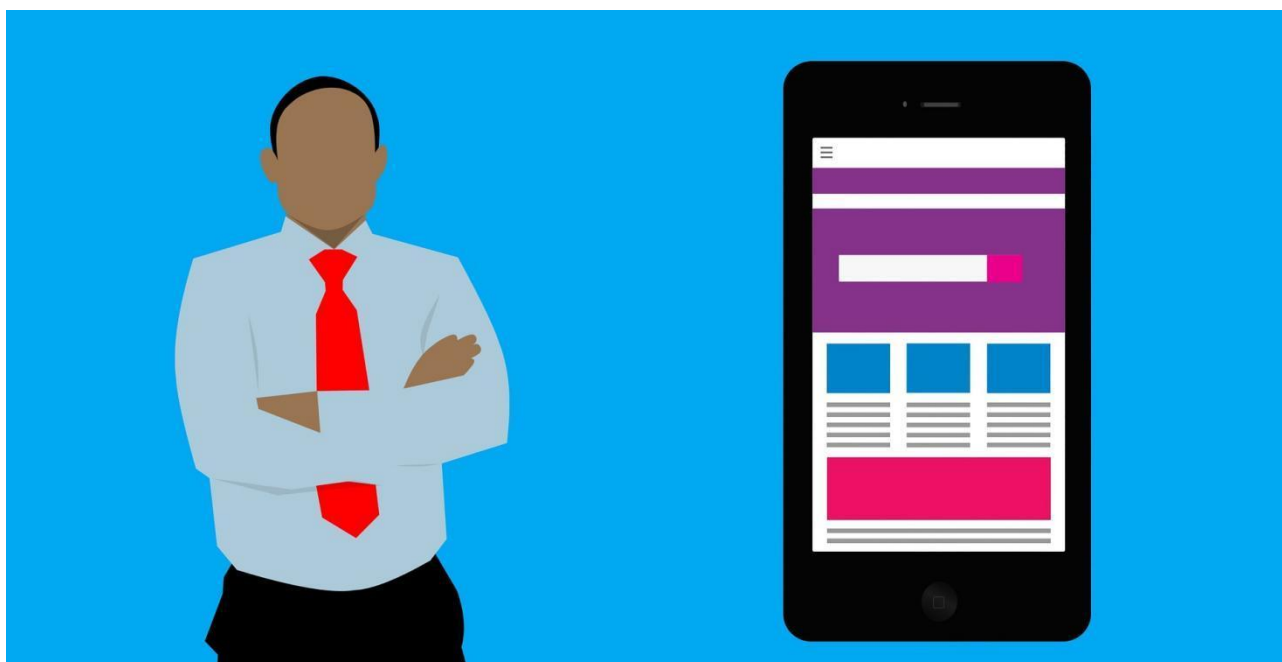
Afhankelijk van hun complexiteit en hoeveelheid informatie, kunnen wireframes zijn:

1. Low Fidelity (Lo-Fi)
2. Mid Fidelity (Mi-Fi)
3. High Fidelity (Hi-Fi)

Indien niet met de hand getekend, kunnen wireframes worden voorbereid met behulp van de juiste software; bijvoorbeeld: Adobe XD, Figma, Sketch of Balsamiq (Designers Academy, 2021).



<https://careerfoundry.com/en/blog/ux-design/how-to-create-your-first-wireframe/> De definitieve gids: hoe u uw eerste draadframe maakt.



Titel afbeelding: Ux

Bron: pixabay.com

Afbeeldingen voor documenten

Het toevoegen van afbeeldingen aan documenten kan **de aandacht van gebruikers trekken en de inhoud gedenkwaardig maken** (Grover, 2021). Met Word kunnen leerlingen eenvoudig grafieken, grafieken en andere grafische elementen zoals foto's, tekeningen en clipart toevoegen. Word biedt gemakkelijke positionering functies en een breed scala aan hulpmiddelen voor extra effect.



<https://www.youtube.com/watch?v=ykxc6udhMAY>

Afbeeldingen invoegen in een Microsoft Word-document

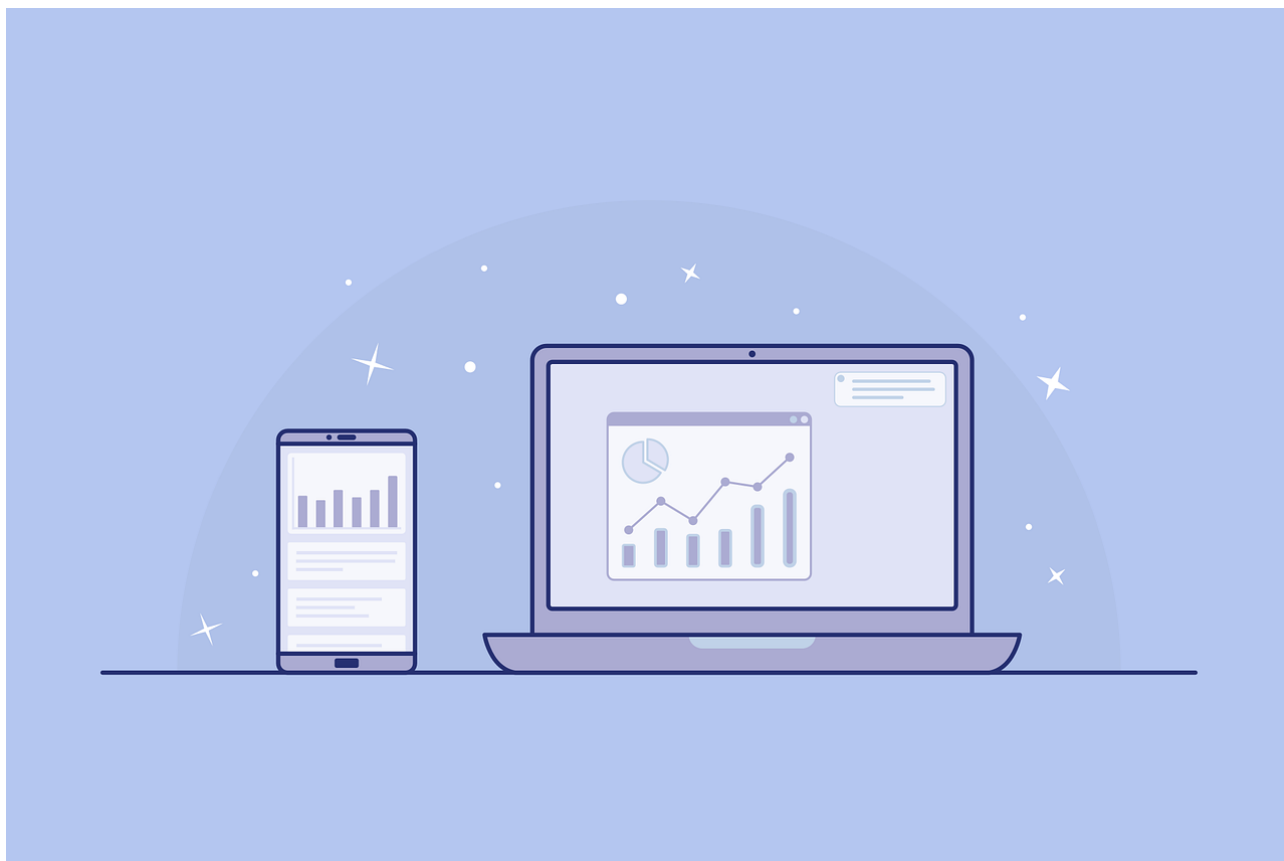




Er is een aanzienlijk aantal online bronnen die alle noodzakelijke stappen beschrijven voor het toevoegen van afbeeldingen aan documenten.

De volgende handleiding bevat bijvoorbeeld informatie over het toevoegen van afbeeldingen aan Word 2019:

<https://www.dummies.com/article/technology/software/microsoft-products/word/how-to-add-graphics-to-word-2019-documents-259145>



Afbeelding titel: Interface

Bron: pixabay.com

Meer informatie en details over het brede scala aan beschikbare tools zijn te vinden op sites zoals: <https://www.howtogeek.com/school/microsoft-word-document-formatting-essentials/lesson4/> | “Working with pictures, shapes, and graphics”





Met een groot aantal gratis tools, vormen, ontwerpen, lay-outs, eenvoudig te voltooien en te integreren grafieken en vele andere functies, kan het invoegen van afbeeldingen documenten gemakkelijk verfraaien, zelfs voor beginners.

Hoe maak je een digitale toeristengids

Door basiskennis van IoT en digitaal ontwerp kunnen leerlingen hun eigen digitale toeristengids maken. Een digitale toeristengids moet zoekmachine-doeleinden dienen en tegemoet komen aan individuele voorkeuren die de toeristische ervaringen kunnen verbeteren.

De eerste stappen die u moet nemen, zijn onder meer:

1. De inhoud van de gids definiëren door vragen te **beantwoorden** als: wat te doen?/waar te eten?/hoe zich te verplaatsen?/waar te verblijven? Enzovoort.



Tip: Onderzoek **Google Keywords** om meer te weten te komen over de vragen en verwachtingen van gebruikers!

2. Een **pop-up e-mail** verzamelaar invoegen met een CTA van duidelijke waarde (Touchstay, 2020).
3. Een **QR-code** op strategische plaatsen plaatsen om gemakkelijk links te delen en de informatiestroom te beheren.
4. Een aangepaste redirect maken die gemakkelijk kan worden gedeeld en onthouden.

Sjablonen voor toeristengidsen zijn online te vinden en kunnen worden aangepast om unieke functies, unieke inhoud, welkomstberichten, titels, tags, enzovoort op te nemen.





<https://touchstay.com/digital-travel-guide/>



Tip: Gebruik SEO om hoger te scoren in zoekmachines!



Voorbeelden van reisgidsen op maat:

- <https://travelade.com/wanderguide>
- Een voorbeeld van een gids-app:

<https://www.smart-guide.org/smart-restart/en/blog/tour-operators-and-travel-agencies-can-reduce-the-costs-of-hiring-tour-guides-through-digital-audio-guiding-apps/>





3. Beoordeling

3.1. Kennisbeoordeling

Vraag 1 (meerkeuze of waar/onwaar): Digitaal ontwerpen gaat over:
[banner-advertenties 1] [**verschillende deliverables**] [infographics 3]

Vraag 2 (meerkeuze of waar/onwaar): Banner-advertenties kunnen worden weergegeven in:

[**meerdere advertentienetwerken**] [één netwerk 2] [op sociale media 3]

Vraag 3 (meerkeuze of waar/onwaar): Banner-grootte maakt niet uit: [**Onwaar**] [Waar]

Vraag 4 (meerdere antwoorden goed): Infographics worden gebruikt om: [**complexe informatie te vereenvoudigen**] [**een overzicht van een onderwerp te bieden**] [vergroot webverkeer 3] [betalingsgateways te faciliteren 4]

Vraag 5 (meerdere antwoorden goed): Merkbekendheid is gekoppeld aan: [**doelen van een marketingplan**] [klantenzorg 2] [klanttevredenheid 3] [**belangrijkste punten van een marketingplan**]

Vraag 6 (meerdere antwoorden correct): Virtuele lay-out en ontwerp kunnen: [statistische informatie bieden 1] [helpen bij het ontwerpen van grafieken 2] [**helpen bij het navigeren door de gewenste secties/pagina's**] [**de betrokkenheid van de consument verhogen**]





Vraag 7 (meerdere antwoorden goed): Website-sfeer kan: [de illusie van een beter product/dienst scheppen 1] [eventuele tekortkomingen in iemands marketingplan verdoezelen 2] [**nieuwe klanten aantrekken**] [**klanten behouden**]

Vraag 8 (matching): Verbind de termen met hun definities.

Term 1 UI: De interactie tussen een systeem en zijn gebruiker

Term 2 UX: De algehele cognitieve en emotionele ervaring van de gebruiker door direct of indirect gebruik van de elementen van een systeem.

Term 3 Infographics: Visuele representaties van informatie of data

Term 4 Website-elementen: Het geheel van de elementen die de sfeer van een website creëren.

Term 5 Wireframes: Lay-outs van producten.

Vraag 9 (matching): Verbind de concepten met hun uitleg.

Concept 1 Consumentengedrag: Houdingspatronen en besluitvormingsprocessen van consumenten

Concept 2 Website-sfeer: Het strategisch gekozen website-ontwerp dat het consumentengedrag beïnvloedt.

Concept 3 CTA: Een stimulans om 'actie te ondernemen' bij een marketing voorstel.

Concept 4 SEO: Zoekmachineoptimalisatie die uw inhoud helpt hoog te scoren in zoekmachines.

Concept 5 Virtuele sociale aanwezigheid: de verbinding tussen een website en zijn consumenten.

Vraag 10 (matching): Verbind de problemen met hun oplossingen.

Probleem 1 Ik moet klanten op de hoogte stellen van een aanstaande aanbieding/uitverkoop: Gebruik banneradvertenties.





Opgave 2 Ik moet ingewikkelde gegevens presenteren: Gebruik vereenvoudigde infographics.

Probleem 3 Ik kan me niet voorstellen hoe klanten zich zullen gedragen tijdens het navigeren op mijn website: gebruik UI/UX wireframes.

Probleem 4 Mijn doel is het beste gediend als ik mijn klanten bepaalde emoties laat voelen: Creëer de juiste website-sfeer.

Probleem 5 Mijn inhoud lijkt saai: gebruik afbeeldingen.

4.1. Beoordeling van vaardigheden

Je hebt besloten om je eigen digitale toeristengids te maken. Je hebt een bestemming gekozen, maar je hebt geen idee hoe je je inhoud moet organiseren. Wat doe je, voor alles?

Antwoord: Bestudeer jouw bestemming grondig. Verzamel en organiseer alle beschikbare informatie. Onderzoek de respectievelijke gebruikersverwachtingen en SEO-inhoud. Besteed speciale aandacht aan UI/UX wireframes om in de toekomst tijd te besparen.





4. Referenties

Allabarton, R. (2021, August 6). *6 steps to make your first wireframe [how to guide + video]*.

CareerFoundry. Retrieved January 10, 2022, from <https://careerfoundry.com/en/blog/ux-design/how-to-create-your-first-wireframe/>

Designerrs Academy. (2021, March 17). *What is wireframing in UI/UX Design?* Medium.

Retrieved January 9, 2022, from <https://medium.com/detaux/what-is-ui-ux-wireframe-designerrs-46dac9c8a153>

Duben, V. (2021, October 4). *How to create a banner ad? How to make a banner ad in*

2021? Viewst. Retrieved January 10, 2022, from <https://viewst.com/how-to-make-a-banner-ad/>

Dunlap, J. C., & Lowenthal, P. R. (2016). Getting graphic about infographics: Design lessons learned from popular infographics. *Journal of Visual Literacy*, 35(1), 42–59.

<https://doi.org/10.1080/1051144x.2016.1205832>

Grover, C. (2021). *Word 2007: The missing manual*. O'Reilly Online Learning. Retrieved January 5, 2022, from <https://www.oreilly.com/library/view/word-2007-the/059652739X/ch11.html>

Joo, H. S. (2017). A study on the development of experts according to UI / UX understanding. *KOREA SCIENCE & ART FORUM*, 31, 401–411.

<https://doi.org/10.17548/ksaf.2017.12.30.401>

Lee, J. W., & Ahn, J.-H. (2012). Attention to banner ads and their effectiveness: An eye-tracking approach. *International Journal of Electronic Commerce*, 17(1), 119–137.

<https://doi.org/10.2753/jec1086-4415170105>

Lumen. (2021). *Layout Designs*. Lumen. Retrieved January 5, 2022, from

<https://courses.lumenlearning.com/wm-retailmanagement/chapter/store-layout-designs/>

Marshall, A. (2018, July 12). *3 basic components of a website*. Free Spirit Press. Retrieved January 8, 2022, from <https://freespiritpress.com/3-basic-components-of-a-website/>

Nediger, M. (2021, October 19). *What is an infographic? Examples, templates, design tips*.

Venngage. Retrieved January 9, 2022, from <https://venngage.com/blog/what-is-an-infographic/>





Techopedia. (2016, December 28). *What is look and feel? - definition from Techopedia.*

Techopedia.com. Retrieved January 16, 2022, from

<https://www.techopedia.com/definition/20484/look-and-feel-software>

Touch Stay. (2020, October 14). Make your own digital travel guide. Touchstay.com. Retrieved

January 5, 2022, from <https://touchstay.com/digital-travel-guide/>

Vaičiukynaitė, E., & Gatautis, R. (2013). Website atmosphere: Towards revisited taxonomy of website elements. *ECONOMICS AND MANAGEMENT*, 18(3), 537–544.

<https://doi.org/10.5755/j01.em.18.3.5285>

