



# INOVA

## Onderzoeksverslag

**Teamleden/studentennummer:** Anne van Duin (1016059), Joeri Bonnevits (0960970),  
Simone Romeijn (0986619), Stijn van der Kolk (1008907), Teije Keesmaat (1079530)

**Opdrachtgever:** Okapion

**Studiecoach:** Robin Sinke

**Datum:** 27 oktober '23

# Inhoudsopgave

06

## Ontwerpopgave

Ontwerp vraag, huidige- en gewenste situatie

07

## Design sprint

Design sprint dag 1, 2, 3 & 4

13

## Feedback opdrachtgever

14

## Aanvullend onderzoek

Deskresearch, fieldresearch, conclusie  
interviews

18

## Insight cards

19

## Persona



# Inhoudsopgave

21

Ontwerprichtlijnen

24

Potentiële technische  
uitwerkingen

App en web/desktop uitwerkingen

26

Merkbeleving

28

Bestaande producten

33

Creatieve sessies

40

Concept testing

# Inhoudsopgave

41

Crazy 8

42

Vormstudie en stijl

44

Concept Freddy's

Sitemap, storyboard, schetsen, wireframes,  
high-fid en usability testing

55

Concept Hamster

Storyboard, schetsen, wireframes, high-fid en  
usability testing

61

Conclusie

62

Eindreflectie

# Inhoudsopgave

**63**

Bronnelijst

**67**

Bijlagen

# Ontwerpopgave

## Ontwerp vraag

Hoe kunnen we freelancers, die minder dan 2 jaar bezig zijn, een inzicht geven in de relevante financiën?

## Huidige situatie

Als freelancer kan het soms onvoorspelbaar en eenzaam zijn. Freelancers worden geconfronteerd met onverwachte kosten, zoals belastingen waar ze niet van tevoren van op de hoogte waren, of het kapotgaan van hun laptop, die ze dan moeten vervangen. Het probleem is dat ze vaak geen geld hebben gespaard voor dergelijke onverwachte uitgaven, waardoor ze in financiële problemen kunnen komen (Gerritsen, 2023). Bovendien moeten freelancers zelf verantwoordelijk zijn voor het opbouwen van een pensioen, aangezien dit niet automatisch voor hen wordt geregeld. Dit betekent dat ze hun eigen pensioen moeten opbouwen om zeker te zijn van een comfortabele oude dag (Owl, 2023).

## Gewenste situatie

In de gewenste situatie hebben startende freelancers een duidelijke wegwijzer naar het juiste platform voor ontbrekende informatie, of het nu algemene inlichtingen betreft of financiële aspecten. Hierdoor zullen startende freelancers minder vaak voor onaangename verrassingen komen te staan en zullen ze beter voorbereid zijn op wat hen te wachten staat.

Gezien de diversiteit van sectoren waarin freelancers actief zijn, is dit platform flexibel en afgestemd op hun behoeften. Dit stelt freelancers in staat om via één enkel platform toegang te krijgen tot alle benodigde informatie.



Figuur 1: Team Inova aan het werk (Moerdjiman, 2023)

# Design sprint dag 1 - oplossingen bedenken

Op de eerste dag van de designsprint kregen we uitleg over de sprintweek. Ons werd vertelt wat ons te wachten stond en hoe de week eruit zou komen te zien. Zo stond de eerste dag voor het snel beslissingen kunnen nemen, de tweede dag voor het schetsen, de derde dag uitwerken en vierde dag testen. We hadden nog geen onderzoek gedaan voor deze week, dus we hebben vaak aannames gemaakt om keuzes te maken.

De eerste dag stond dus voor het snel beslissingen maken, zonder in discussie te gaan met elkaar. We begonnen elk met het opstellen van een doel voor ons concept over twee jaar (zie figuur 3 op de volgende pagina). Vervolgens stemden we allemaal op het beste doel en gingen van daaruit verder werken. Ons doel luidde als volgt: 'Over twee jaar hopen wij freelancers te helpen uit de financiële problemen te komen.' Daarna gingen we aan de slag met het bedenken van sprintvragen. Een aantal voorbeeld van de sprintvragen:

- Zijn er al manieren hoe zij omgaan met onvoorziene kosten?
- Kunnen we zorgen dat het product verkocht wordt?
- Kunnen we met technologie geldproblemen voorkomen?
- Zijn er onvoorziene kosten waar we niet bij kunnen helpen?

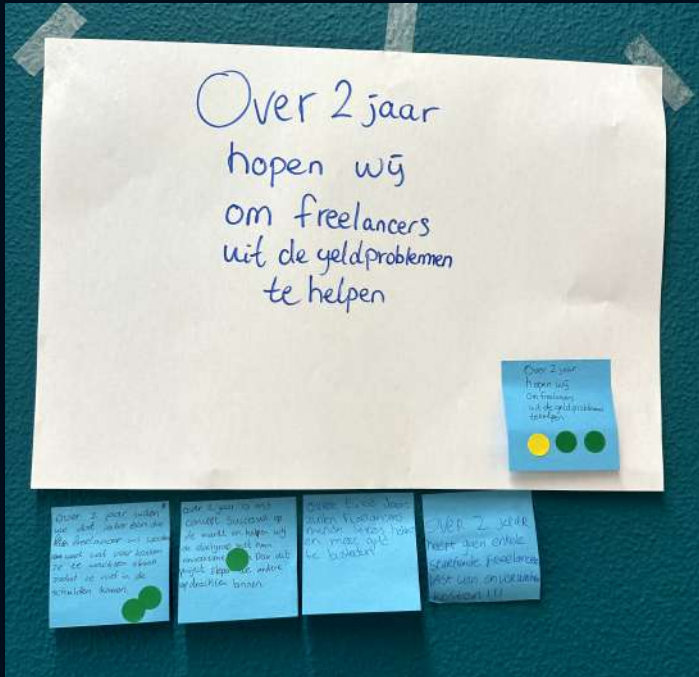


*Figuur 2: Team Inova aan het werk op dag 1 (Romeijn, 2023)*

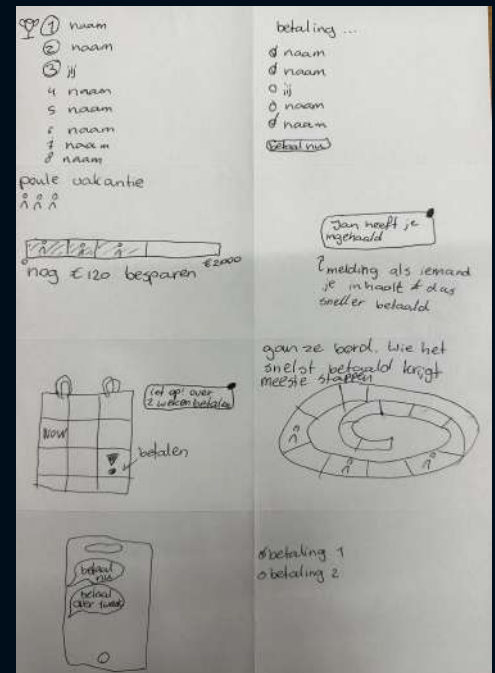
We vulden een template in met daarin de betrokkenen, hoe men ons product kan vinden, hoe het product wordt gebruikt, en hoe je ons product kunt leren gebruiken. Vervolgens kozen we allemaal een functie in dat template waarvan wij dachten dat we mee verder konden werken. De functie die naar voren kwam bij ons, en dus het meest gekozen, was notificaties. Met die functie gingen we vervolgens verder werken

Na het invullen van de template, gingen we aan de slag met een crazy 8. Deze crazy 8 draaide om de functie notificaties. Ieder van ons maakte acht verschillende schetsen die gebaseerd waren op notificaties. Vervolgens kozen we allemaal individueel de beste schets van jouw gemaakte acht schetsen. Hier gingen we dieper op in en maakte we twee schetsen bij. Nu had ieder van ons drie schetsen die gebaseerd waren op de beste schetsen van de crazy 8. Wederom gingen we als groep kijken naar deze schetsen en kozen we hier weer de beste uit. Dit was vervolgens de basis van ons concept.

# Design sprint dag 1 - oplossingen bedenken



Figuur 3: Over 2 jaar doelstelling



Figuur 4: Een van de crazy8 uitwerkingen

Tijdens deze dag hebben we vooral geleerd om snel door te werken. Wij kozen voor notificaties, maar we merkte dat dit best lastig was. Notificaties is een klein onderdeel waar we best diep op in moesten gaan. Toch kregen we het voor elkaar om hier verschillende ideeën op te krijgen waar we de dagen erna mee verder konden werken. Vaak lagen we op één lijn en konden we makkelijk door de opdrachten heen ondanks dat het wel intensief was.

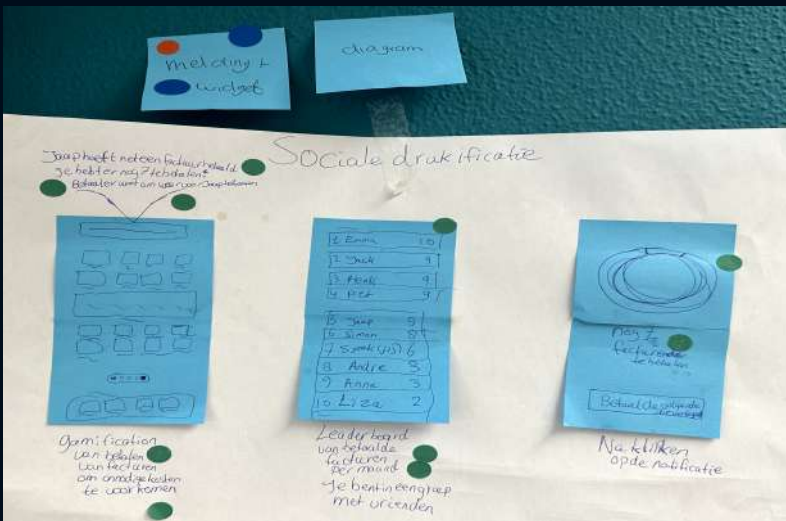


# Design sprint dag 2 - beslissen

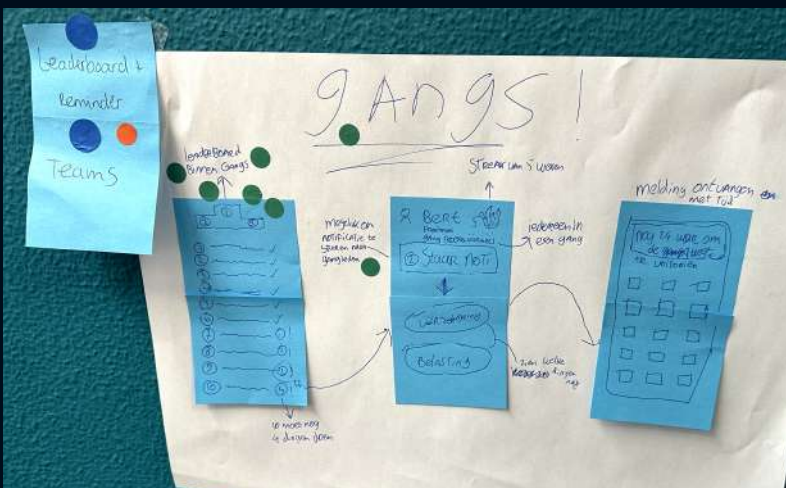
Het thema dat centraal stond op deze dag in de design sprint was 'beslissen'. Vandaag hebben we een keuze gemaakt waarop de focus voor de rest van de sprint zal liggen. Dit deden we door elk van ons beste ideeën in meer detail uit te laten werken. Dit werd gedaan in 'solution sketches', waarna we ze ophingen en iedereen kon stemmen op de ideeën die zij het beste vonden. We hebben ook iemand aangewezen als 'decider' op dag 1 die knopen doorhakt wanneer het niet helemaal duidelijk is wat het team wil.

Uiteindelijk zijn er drie beste elementen uit de 'solution sketches' gekomen die toevallig goed bij elkaar pasten. Deze zijn vervolgens verder uitgewerkt, waarbij de rode sticker aangeeft dat dit de optie is waar we voor hebben gekozen.

Aan de rechterkant is te zien dat een van de gekozen opties 'melding + widget' heet. Hiermee bedoelen we dat meldingen en widgets letterlijk kunnen worden gebruikt om gebruikers te activeren en aan te moedigen om het product te gebruiken. Het doel van het product is om freelancers te waarschuwen voor onverwachte kosten. Een ander aspect dat verder is uitgewerkt, is 'teams'. De veronderstellingen dat freelancers een eenzame bezigheid is en dat mensen sociale dieren zijn, werden gebruikt voor het uitwerken van dit concept. Het aspect links is 'teams', het idee om sociale druk uit te oefenen op freelancers om hun zaken op orde te hebben. Ook is het idee dat mensen het leuk vinden om met anderen te zijn en te kunnen sparren over problemen of juist succesverhalen te delen. Als laatste aspect is gekozen voor een overzicht van alle toekomstige betalingen.

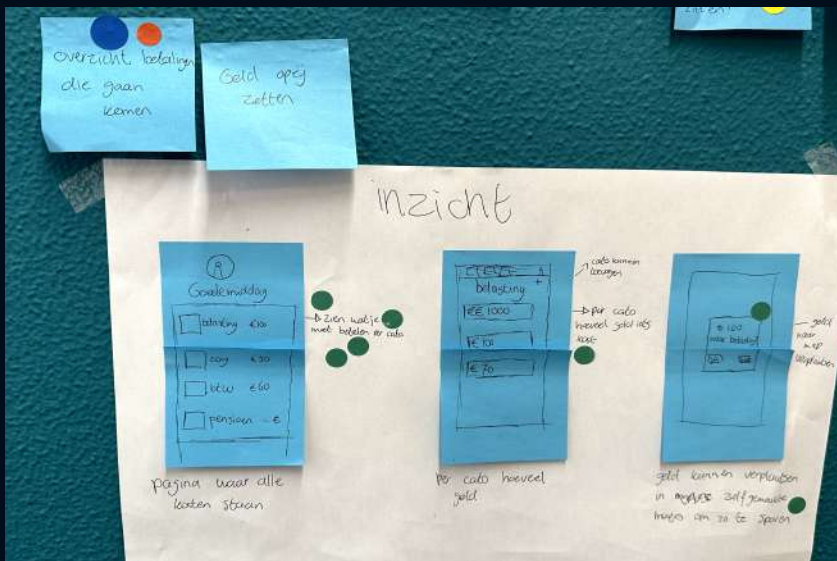


Figuur 5: Melding + widget

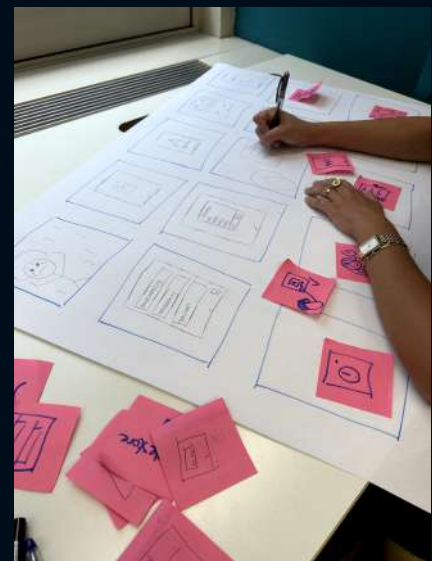


Figuur 6: Teams

# Design sprint dag 2 - beslissen

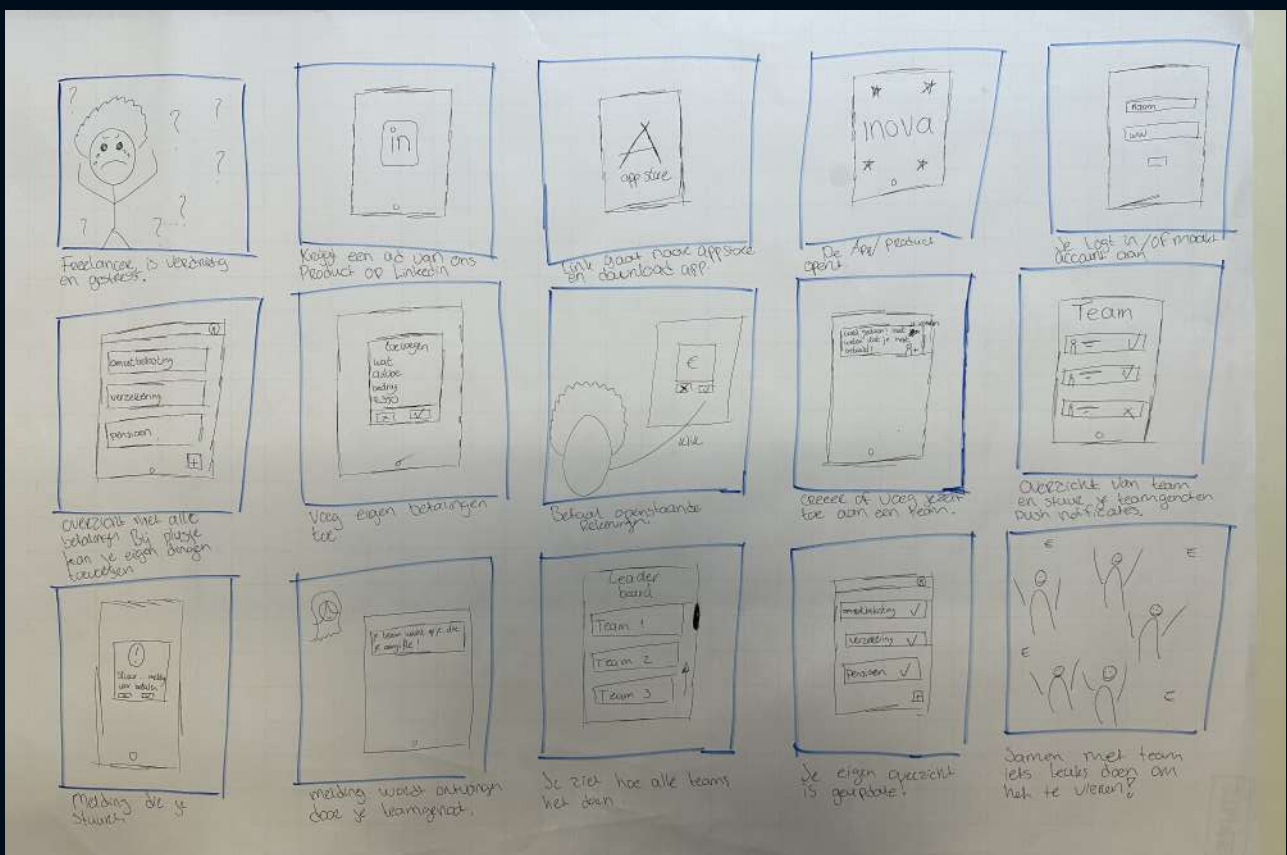


Figuur 7: Overzicht



Figuur 8: bezig met storyboard

Dit is vervolgens verder uitgewerkt in een gedetailleerd storyboard. Hieronder is het resultaat ervan te zien. Het begint linksboven bij een freelancer die verward en gestrest is en het eindigt met een team van blije freelancers.



Figuur 9: Storyboard

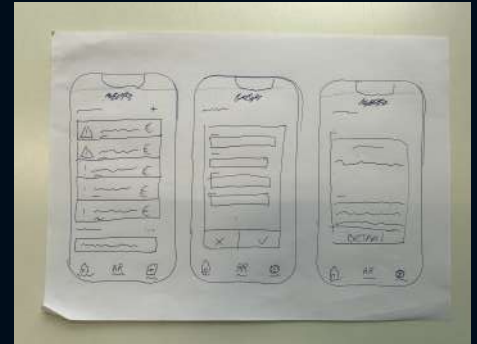


# Design sprint dag 3 - prototyping

Op de derde dag van het project stond het proces van prototypen centraal. De ochtend begon met het nadenken over hoe het product in een prototype kon worden omgezet, waarna snel de taken zijn verdeeld. De taken zijn verdeeld op basis van kennis en ervaring. Iedereen is gaan prototypen. Vervolgens begonnen we met het maken van schetsen voor verschillende schermen, gebaseerd op het eerder gemaakte storyboard.

Daarna zijn we aan de slag gegaan met het schetsen van diverse schermen op basis van het eerder gemaakte storyboard. Dit was een cruciale stap, aangezien de schetsen dienden als blauwdruk voor het uiteindelijke prototype.

Met behulp van deze schetsen hebben we vervolgens zorgvuldig gewerkt aan het ontwerpen van een wireframe. Dit wireframe hebben we gemaakt in Figma. We zijn hier met het hele team mee bezig geweest. Het doel hiervan was om een gedetailleerder en visueel representatiever beeld van de applicatie te verkrijgen. Het wireframe fungeerde als een soort blauwdruk voor de uiteindelijke user interface. Tijdens het maken van de wireframes zijn er geen nieuwe inzichten tot ons gekomen die bijgedragen hebben aan de wireframes.



Figuur 10: Een van de schetsen

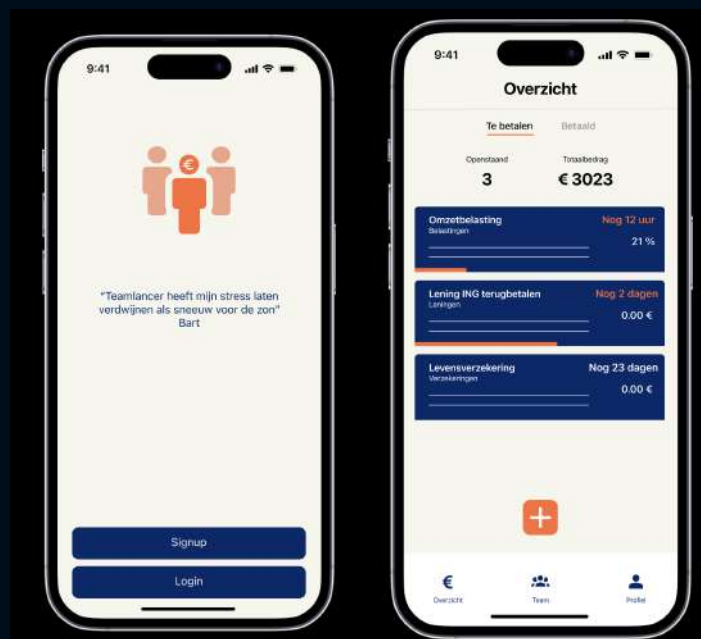
Nadat het wireframe klaar was, hebben we het wireframe als basis gebruikt voor het high-fidelity prototype. Hierbij lag de focus op het zo realistisch mogelijk maken van de gebruikerservaring, inclusief het prototypen van de interface zodat alles interactief is.

Aan het einde van de dag hebben we ons gericht op de voorbereiding voor de laatste dag. We hebben een testplan en scenario's opgesteld (zie bijlage 1) die we op de vierde dag zouden gaan gebruiken om het prototype te evalueren en eventuele verbeteringen aan te brengen. Dit was een essentiële stap om ervoor te zorgen dat het prototype goed getest kon worden, zodat we nuttige feedback konden ontvangen van de testers.

Tijdens het uitwerken van het prototypen merkten we af en toe wel de limitaties van Figma, die je niet hebt bij het echt programmeren van de app gezien het daar wel volledig functioneel is. Hier hebben we omheen gewerkt. Het uitwerken van het testplan en de scenario's ging prima.



Figuur 11: Wireframes



Figuur 12: High-fid schermen  
[Link naar prototype](#)

# Design sprint dag 4 - testing

Op de vierde dag van het project was het moment aangebroken om het zelfontwikkelde prototype te onderwerpen aan grondige tests. Deze tests verliepen in verschillende rondes, waarbij niet alleen de prototypes van ons eigen team aan bod kwamen, maar ook die van andere teams binnen het project. We hebben getest met 14 medestudenten. Het doel was om het gemaakte prototype te evalueren en te verbeteren op basis van de ontvangen feedback. Het gemaakte prototype is viermaal getest. Alle feedback is genoteerd op post-its. Deze post-its werden ingedeeld in verschillende categorieën op basis van hun kleur. Negatieve feedback werd genoteerd op rode post-its, neutrale feedback op blauwe, en positieve feedback op groene. Deze kleurcodering was handig, zodat er bij het later analyseren gezorgd kon worden dat alles snel gesorteerd was op type feedback.

Tijdens de tests hebben we duidelijke instructies gegeven over wat er getest moest worden en hoe. Voor elke testronde hebben we twee specifieke situaties geschetst die de testers moesten naspelen, zie bijlage 1. Deze situaties dienden als leidraad, zodat de tests gericht waren en we precies wisten wat we wilden bereiken.

Het plan voor de tests, inclusief deze situaties, hebben we opgesteld op de derde dag van de designsprint. Hierin hebben we gedetailleerd beschreven welke delen van het prototype we in elke testronde wilden evalueren en welke acties we van de testers verwachtten. Dit plan zorgde ervoor dat de tests gestructureerd waren en dat we de juiste gegevens verzamelden om te beoordelen hoe goed het prototype werkte.

Uit de testresultaten kwamen verschillende belangrijke bevindingen naar voren:

1. **Knoppen te klein:** De testpersonen gaven aan dat de knoppen op het prototype te klein waren. Dit kan problematisch zijn, omdat het de gebruiksvriendelijkheid kan beïnvloeden en tot tikfouten kan leiden.
2. **Melding icoon onduidelijk:** Er was verwarring over het icoon dat werd gebruikt voor meldingen. Testers vonden dit icoon verwarrend en hadden moeite om de betekenis ervan direct te begrijpen gezien het verkeerde icoon gebruikt was.
3. **Balk bij geldoverzicht onduidelijk:** De balk die werd gebruikt in het geldoverzicht werd als onduidelijk ervaren. Testers hadden moeite om te begrijpen wat deze balk precies representeerde en welke informatie hij bood.
4. **Privacykwestie:** Er waren meerdere vragen over privacy tijdens de tests. Deze vragen kwamen omhoog nadat de kosten op het scherm kwamen. Dit kan wijzen op zorgen van gebruikers over hoe hun persoonlijke gegevens worden behandeld in het product, en dit moet grondig worden aangepakt.
5. **Gamification positief ontvangen:** Een positief aspect was dat de implementatie van gamification goed werd ontvangen door de testers, hierdoor voelden ze meer groepsdruk om te zorgen dat er op tijd betaald werd. Dit kan een waardevolle aanvulling zijn op het ontwerp, omdat het de betrokkenheid en gebruikersmotivatie kan vergroten.

Deze bevindingen bieden waardevolle inzichten voor het verdere ontwikkelingsproces van het prototype. Ze wijzen op specifieke gebieden waar verbeteringen nodig zijn, zoals het vergroten van de knopgrootte en het verduidelijken van iconen en informatiebalken. Tegelijkertijd bevestigen ze het potentieel van gamification als een positieve gebruikerservaring. Het is belangrijk om deze feedback serieus te nemen en aanpassingen te maken om een beter eindproduct te kunnen leveren.

# Feedback opdrachtgever

Na de designsprint hebben we onze resultaten en het proces aan onze opdrachtgever gepresenteerd. We ontvingen waardevolle feedback die we zullen meenemen in het onderzoek en de komende fasen van het project. Hieronder staat een samenvatting van de ontvangen feedback:

- **Ontwerp en Proces:** Ons ontwerp en de proces presentatie werden positief ontvangen. De opdrachtgever waardeerde het uiterlijk van onze app, omdat het er strak en professioneel uitzag. We zullen deze stijl grotendeels behouden en vaker op dezelfde manier het proces presenteren.
- **Originaliteit:** Er was twijfel over de originaliteit van ons concept en of iets soortgelijks al bestaat. Daarom kregen we het advies om onderzoek te doen naar bestaande bank-apps en concurrenten met vergelijkbare concepten. Dit onderzoek zal ons helpen om ons te onderscheiden en unieke waarde te bieden.
- **Gamification:** Ons gebruik van gamification om freelancers op tijd te laten betalen, riep vragen op over de waarde van ons initiële idee. We zullen onderzoeken of deze gamification een behoefte is onder freelancers en of het daadwerkelijk waarde toevoegt aan ons concept.
- **Focus:** De nadruk werd gelegd op het belang van focus, waarbij we ons moeten richten op één hoofddoel in plaats van het toevoegen van verschillende functies. Ons onderzoek zal ons helpen om te begrijpen waar freelancers het meest behoefte aan hebben. Dit zal uiteindelijk ook ons hoofddoel worden.
- **Activatie:** Het activeren van vooral startende freelancers, vond de opdrachtgever erg belangrijk. We zullen daarom onderzoek uitvoeren om te begrijpen hoe we deze doelgroep kunnen activeren.
- **Nuttig:** Ons product hoeft niet per se leuk te zijn, maar vooral nuttig. Hierdoor is er een grotere kans dat de doelgroep er meer waarde aan heeft. Bij andere concepten zullen we daarom waarschijnlijk minder nadruk leggen op plezier.

## Conclusie:

We zijn erg blij met de waardevolle feedback die we hebben ontvangen en zullen dit meenemen bij het ontwikkelen van de andere concepten. Onderzoek zal ons helpen om onze doelgroep beter te begrijpen en ons te onderscheiden van concurrenten. Uiteindelijk willen we ons focussen op één hoofddoel binnen ons product om zo goed mogelijk de freelancers te kunnen helpen.

# Aanvullend onderzoek doelgroep

## Inleiding

In dit onderzoek is de doelgroep nader onderzocht om vast te stellen of er vraag is naar een product dat freelancers helpt bij het beheren van hun financiën, zoals voorgesteld door de opdrachtgever. Dit onderzoek omvatte zowel deskresearch als fieldresearch. Fieldresearch werd uitgevoerd in de vorm van interviews, terwijl deskresearch bestond uit het raadplegen van artikelen en websites die gericht zijn op freelancers.

Freelancers hebben te maken met verschillende soorten kosten en inkomsten, die in dit onderzoek zijn onderverdeeld in drie categorieën: onregelmatige kosten, onvoorziene uitgaven en belastingen. Daarnaast zijn er vragen gesteld aan twee freelancers, en de resultaten van deze interviews zijn opgenomen in dit verslag.

## Onregelmatige Inkomsten

Een van de meest gedeelde zorgen onder freelancers is de onregelmatigheid van hun inkomsten. Ze hebben geen vast salaris, wat betekent dat hun maandelijkse inkomsten sterk kunnen variëren. Dit houdt in dat er geen inkomen is wanneer er geen opdrachten zijn, wat als onvoorziene kosten kan worden beschouwd. Deze kosten kunnen ook nog uit onverwachte hoeken komen, zoals kosten voor levensonderhoud (Owl, 2023).

## Onvoorziene Uitgaven

Freelancers hebben vaak te maken met onverwachte zakelijke kosten, zoals reparaties aan apparatuur, software-upgrades, of plotselinge reiskosten voor klantmeetings. Dit is volledig afhankelijk van de sector waarin freelancers actief zijn. In de horeca heb je mogelijk alleen kledingkosten, terwijl in de bouwsector gereedschap nodig is. Stel dat er een belangrijk en duur stuk gereedschap kapotgaat, dan kunnen deze kosten worden gezien als onverwachte uitgaven (Gerritsen, 2023). Bovendien verdienen freelancers geen geld als ze met vakantie gaan. In loondienst wordt doorgaans doorbetaald, maar freelancers hebben deze luxe niet. Dit kunnen we niet beschouwen als een onverwachte uitgave, maar het vereist van freelancers dat ze in staat zijn om hun geld goed te beheren om dergelijke periodes te overbruggen (Bibi, 2023). Verderop in het verslag worden een aantal bestaande producten besproken.

## Belastingen

Veel freelancers vinden het moeilijk om hun belastingen te beheren. Zonder automatische inhoudingen kan het lastig zijn om te bepalen hoeveel geld er opzij moet worden gezet voor jaarlijkse belastingen. Hoewel er al veel producten op de markt zijn die hierbij kunnen helpen, wordt dit vaak nog steeds vergeten (Rodijk, 2021). Een van de producten die hiervoor gebruikt kan worden, is bijvoorbeeld de app Jortt. Dit is een app waarin je je bonnetjes invoert en de app berekent vervolgens hoeveel BTW je moet betalen. Deze app werkt prettig en is eenvoudig in gebruik (interview met Daan Kroft).

Er zijn veel websites waar wordt afgewogen wat de voor- en nadelen zijn van freelancen. Wat vaak wordt benadrukt, is dat vooral tijdens de momenten dat je niet werkt, er voldoende geld moet zijn om rond te komen. Als freelancer heb je geen betaald verlof, dus het is van belang dat je zorgt voor een financiële reserve om op vakantie te kunnen gaan. Dit komt weer neer op geld opzij zetten en eigenlijk een soort spaarpot creëren voor onvoorziene situaties.



# Aanvullend onderzoek doelgroep

## Verzekeringen

Naast belastingen zijn er verschillende verzekeringen die een freelancer kan en moet afsluiten. Een ziektekostenverzekering is verplicht. Daarnaast wordt het sterk aangeraden om een arbeidsongeschiktheidsverzekering af te sluiten. Als freelancer ben je namelijk niet automatisch verzekerd omdat je niet voor een bedrijf werkt. Wanneer er iets met je gebeurt, kun je nergens op terugvallen (Bibi, 2023). Een freelancer kan er ook voor kiezen om zich aan te sluiten bij een broodfonds. Dit zijn ondernemers die elke maand geld opzij zetten. Wanneer iemand langdurig ziek is, ontvangt hij of zij na een maand ziekte maandelijks een schenking van de andere leden van het broodfonds (Yezzer - Crowdsurance, Wat Is Een Broodfonds?, Yezzer - Goed Verzekerd, Yezzer, n.d.). De inleg voor een broodfonds varieert van €30 tot €100, wat aanzienlijk goedkoper is dan een AOV (Broodfonds: De Voor- En Nadelen, 2023). Voor startende freelancers kan dit dus interessant zijn. Het is echter belangrijk op te merken dat de hoogte van je uitkering afhangt van je inleg. Er geldt een minimum van €750 en een maximum van €2.500 netto per maand. Een hogere uitkering is niet mogelijk (Broodfonds: De Voor- En Nadelen, 2023). Sommige freelancers vinden dit niet aantrekkelijk, vooral als ze bijvoorbeeld een gezin moeten onderhouden en die bedragen te laag zijn. In dat geval kiezen ze voor een AOV in plaats van een broodfonds. Het is echter belangrijk op te merken dat een AOV veel duurder is en dat je niet altijd zeker weet of je deze echt nodig hebt. Zoals Micheal Verhulst in het interview opmerkte: 'Ik heb inmiddels al een ton aan premie betaald terwijl ik nooit ziek ben geweest'.

## Accountant

Als freelancer kan het handig zijn om een accountant in te huren. Deze persoon kan je helpen met je financiële zaken en advies geven. Voor startende freelancers kan het inhuren van een accountant als een luxe aanvoelen. Gelukkig is er de mogelijkheid om gedeeltelijk een accountant in te huren. Je kunt je eigen boekhouding beheren via een online boekhoudpakket en een accountant laten meekijken ter controle. Bovendien krijgen startende ondernemers te maken met de zelfstandigen- en startersaftrek, MKB-winstvrijstellingen en diverse belastingvoordelen die in de loop van de tijd kunnen veranderen. Een accountant is goed op de hoogte van al deze regels en kan startende ondernemers hierover adviseren (Yezzer - Crowdsurance, Wat Is Een Broodfonds?, Yezzer - Goed Verzekerd, Yezzer, n.d.).

## Pijnpunten freelancers

Freelancen heeft veel voordelen, maar er zijn ook nadelen. Het kan bijvoorbeeld veel stress opleveren, en freelancers zijn vaak geïsoleerd, zonder collega's om op terug te vallen of mee te sparren (Scheper, 2023). Het vinden van opdrachten is ook niet voor iedereen even gemakkelijk. Daarom bestaan er freelance community's, die als tussenpersoon optreden om opdrachten voor je te zoeken. Het is echter belangrijk op te merken dat je een deel van je inkomsten aan hen moet afstaan (Malou, 2023). Er zijn verschillende communities, ook internationaal, zoals Yocory, The Freelancer Talk, Future of Work, en Inteer (20 Best Freelancing Communities to Join in 2023, 2023).

# Conclusies interviews

Hieronder zijn de belangrijkste conclusies uit de interviews die in Bijlage 6 t/m 12 te vinden zijn.

## Conclusie Dylan:

- Ervaring met onvoorziene kosten in de vorm van afwisselende roosters en miscommunicatie die leidt tot het mislopen van diensten.
- Heeft een pragmatische benadering ontwikkeld door een financiële buffer op te bouwen voor onvoorziene kosten zoals kapotte werkkleding of vervoerskosten.
- Deel van de inkomsten wordt gereserveerd voor onvoorziene kosten, wat een vooruitziende financiële planning toont.

## Conclusie Levi:

- Ondervond onvoorziene kosten voornamelijk door een gebrek aan begrip van omzetbelasting en aftrekbare kosten, wat leidde tot een hogere belastingbetaling dan verwacht.
- Transportproblemen als een andere bron van onvoorziene kosten.
- Heeft proactieve stappen genomen om zich te verdiepen in belastingregels om toekomstige onvoorziene kosten te vermijden.
- Achteraf gezien zou hij meer geld hebben gereserveerd voor onvoorziene kosten.

## Conclusie Lizarjo:

- Belangrijke onvoorziene kosten gerelateerd aan vervoer, locatiewaardering en materiaalwaardering.
- Hoewel nog niet meegemaakt, is het risico op schadeclaims geïdentificeerd als een potentieel gebied voor onvoorziene kosten.
- Heeft een systeem opgezet om een deel van zijn inkomsten te reserveren voor onvoorziene uitgaven, wat een proactieve financiële planning toont.
- Reflecteert op het belang van financiële voorbereiding en adviseert nieuwe freelancers om goed te plannen voor onvoorziene uitgaven en een financiële buffer op te bouwen.

## Conclusie Michael Verhulst:

- De eerste drie maanden heb je geen inkomen
- Freelancen is een solitaire bezigheid. Hierdoor heb je geen hulp van collega's. Op het moment dat je ergens niet uitkomt, kan je niet terugvallen op collega's.
- Zorg voor een buffer voor de momenten dat je facturen nog niet zijn uitbetaald

## Conclusie Daan Kroft:

- Heeft niet perse onvoorziene kosten.
- Maakt gebruik van de app Jortt. Dit doet hij omdat hij aangifte doen veel moeite vindt kosten en het niet helemaal begrijpt. Hij mist echter wel de functie om bonnetjes in te kunnen scannen.
- Hij vindt het fijn om samen met andere freelancers te overleggen, dit omdat hij bevestiging fijn vindt. Als starter kan het nogal onzeker zijn en is het fijn als je ergens op kan terugvallen.
- Heeft een aantal keer te laat aangifte gedaan. Hij heeft geen zin om daar zijn tijd aan te besteden. Geeft als tip om een boekhouder te nemen of dus een programma die je hierbij helpt.
- Andere tip is het opbouwen van een buffer.
- In het begin is het verleidelijk om meer geld uit te geven omdat je ook meer verdient. Echter kan je daarmee in de knoop komen met je aangifte.

# Conclusies interviews

## Conclusie Daan Stormink:

- Wederom geen onvoorziene kosten. Ziet een kapotte laptop eerder als een persoonlijk iets.
- Raadt aan om een boekhouder te nemen omdat het nogal veel werk kan zijn. Zeker in het begin is het moeilijk hoe je al je aangiftes bij moet houden.
- Heeft zijn informatie verkregen op internet, lezen van boeken of het beluisteren van podcatst.
- Geeft aan dat het erg verleidelijk is om geld uit te geven. Je denkt in het begin misschien meer te hebben dan je daadwerkelijk hebt. Hij vergat in het begin dat hij nog BTW-aangifte moest doen. Dat heeft veel geld gekost.
- Geeft de tip om een buffer op te bouwen en er voor proberen te zorgen dat je niet afhankelijk bent van één opdrachtgever. Geef niet teveel geld uit in het begin

## Conclusie Kevin:

- Mensen starten vaak heel enthousiast en weten daardoor niet wat ze moeten verwachten. Ze schrijven zich in als freelancer zonder te weten wat voor verantwoordelijkheden eraan hangen
- Hij had zich heel erg ingelezen. Via de KvK en belastingdienst worden er veel webinars gegeven wat betreft freelancen en het starten hiervan.

# Insight cards

Na het uitvoeren van extra desk- en field research hebben we al onze bevindingen op insight cards vastgelegd en verzameld. Deze kaartjes kregen een korte titel, uitleg en de bron waaruit ze afkomstig waren. Dit hebben we gedaan in FigJam. We hebben insight cards gemaakt om ervoor te zorgen dat iedereen binnen het team een duidelijk overzicht had van onze inzichten, en op deze manier konden we gemakkelijk ons onderzoek met elkaar delen. We hebben de insight cards gecategoriseerd en elke categorie kreeg een naam. Enkele van deze categorieën waren onder andere advies, eenzaamheid, financiën, onvoorziene kosten, verzekeringen en privacy.

Deze insight cards hebben we onder andere gebruikt voor het opstellen van onze ontwerprichtlijnen (zie ontwerprichtlijnen).



Figuur 13: Insight cards gecategoriseerd



# Persona

## Versie 1

Met de informatie uit de deskresearch en fieldresearch is een persona gecreëerd. Deze persona is ontworpen om in één oogopslag een overzichtelijk en visueel beeld van onze doelgroep te bieden. Door de pijnpunten, doelen en UX-doelen in kaart te brengen, kunnen we ons eindproduct afstemmen op de behoeften van de eindgebruiker, zodat ons product goed aansluit bij de doelgroep.



**Stacy Jones**  
**35 jaar oud**  
*“Freelancer zijn zorgt voor veel vrijheid voor ook voor veel verantwoordelijkheid”*

Stacy is 2 maanden terug gestart als UX designer freelancer. Ze merkt dat het werk als freelancer eenzamer is dan ergens in loondienst te zijn. Ze heeft nu geen collega's waarmee ze regelmatig kan praten. Vorige week ging haar bureau stoel kapot, ze heeft toen meteen een nieuwe moeten kopen want zonder stol kan ze niet fijn werken. Omdat ze haar inkomen snel weer uitgeeft had ze alleen niet zo veel geld voor een stoel. Een vriendin gaf haar toen als tip om geld te sparen voor als er in het vervolg weer wat kapot gaat en voor haar pensioen, dit wil Stacy nog gaan doen.

Bronnen: deskresearch en fieldresearch

### Pijnpunten

- ✘ Minder sociale contacten omdat ze individueel werken
- ✘ Vergeten buffer op te bouwen
- ✘ Geen pensioen sparen

### Doelen

- ✘ Wil geld sparen voor onverwachte kosten
- ✘ Wil groeien als freelancer
- ✘ Wil graag meer leren over de verantwoordelijkheden als freelancer

### UX doelen

- ✘ **Planning en Voorspelling:** Gezien de onregelmatigheid van hun inkomen, kunnen freelancers baat hebben bij tools die hen helpen hun financiën beter te plannen en te voorspellen.
- ✘ **Gemeenschapsaspect:** Freelancen kan een eenzaam beroep zijn. Het idee om freelancers in teams te plaatsen voor financieel beheer en onderlinge motivatie kan aantrekkelijk zijn voor velen die op zoek zijn naar meer gemeenschap en verantwoordelijkheid.
- ✘ **Educatieve Component:** Veel freelancers kunnen profiteren van educatieve hulpmiddelen die hen helpen beter te begrijpen hoe ze hun financiën moeten beheren, vooral als ze net beginnen.

Figuur 14.1: Persona V1

# Persona

## Versie 2

Na het doen van extra onderzoek hebben we een beter beeld gekregen van waar onze doelgroep tegenaan loopt. Aan de hand van dit onderzoek is de persona aangepast. Stacy is nu een freelancer die vol enthousiasme is begonnen, maar zich nog niet heeft verdiept in wat freelancen nu echt inhoudt. Uit interviews kwam naar voren dat dit een van de valkuilen is voor veel startende freelancers. Door de persona hebben we een duidelijk visueel overzicht van de pijnpunten die onze doelgroep kan ervaren.



**Stacy Jones**  
23 jaar oud

*“Freelancer zijn zorgt voor veel vrijheid maar ook voor veel verantwoordelijkheid”*

Stacy is 2 maanden terug na haar studie gestart als UX designer freelancer. Het leek haar erg leuk om te gaan freelancen voor de vrijheid alleen heeft niet zo goed ingelezen over alle verantwoordelijkheid wat het met zich meebrengt.

Haar boekhouding houdt ze zelf bij, ze heeft nog een te laag inkomen om hier iemand voor in te huren. Ze houdt via de voorspellingen functie binnen haar bank app bij wat voor kosten ze kan verwachten. Ze werkt vanuit thuis en vorige week is haar bureau stoel kapot gegaan, ze heeft toen meteen een nieuwe moeten kopen want zonder stoel kan ze niet fijn werken. Deze kosten had ze niet verwacht omdat haar bank app alleen de vaste kosten aangeeft. Een vriendin gaf haar toen als tip om geld te sparen voor als er in de toekomst weer wat kapot gaat en voor haar pensioen, dit wil Stacy nog gaan doen.

Bronnen: deskresearch en fieldresearch

### Pijnpunten

- ✘ Minder sociale contacten omdat ze individueel werken
- ✘ Vergeten buffer op te bouwen
- ✘ Geen pensioen sparen
- ✘ Te enthousiast starten en vooraf niet inlezen

### Doelen

- ✘ Wil geld sparen voor onverwachte kosten
- ✘ Wil graag meer leren over de verantwoordelijkheden als freelancer
- ✘ Ze wil geld overhouden om leuke dingen te doen met vrienden

### UX doelen

- ✘ Ze wil graag een product wat zich bij haar aansluit. Als UX designer kan ze namelijk andere kosten krijgen dan iemand die in de bouw sector werkt.
- ✘ Financiën zijn erg privé. Ze wil dus ook dat andere niet in detail al haar gegevens kunnen zien. Stacy wil advies kunnen krijgen zonder alles openbaar te delen.
- ✘ Ze wil graag een product wat haar overzicht geeft in haar financiën en hoe ze in het vervolg beter kan sparen. Ze weet namelijk niet zo goed wat er van haar verwacht word als freelancer.

Figuur 14.2: Persona V2

# Ontwerprichtlijnen

## Versie 1

De ontwerprichtlijnen zijn een reeks richtlijnen waaraan ons product moet voldoen. Deze richtlijnen zijn gebaseerd op de resultaten uit de deskresearch en fieldresearch.

Door het opstellen van deze ontwerprichtlijnen hebben we duidelijke criteria voor wat ons product moet omvatten en welke aspecten in het ontwerp moeten worden opgenomen om aan te sluiten bij de doelgroep. Wanneer we nieuwe ideeën ontwikkelen, kunnen we terugkijken naar de ontwerprichtlijnen en indien nodig ons concept aanpassen.

Als we later in het proces tot nieuwe inzichten komen, zullen de ontwerprichtlijnen worden herzien.



Figuur 15.1: Ontwerprichtlijnen V1

# Ontwerprichtlijnen

## Versie 2

Na het categoriseren van onze insight cards hebben we de belangrijkste inzichten die relevant waren voor de ontwerpvrage geïdentificeerd en deze omgezet in een tweede versie van ontwerprichtlijnen. De herziene ontwerprichtlijnen zijn: personalisatie, samenkomen, activeren en privacy. Hierbij hebben we een uitleg gegeven voor elke ontwerprichtlijn en de rationale erachter (zie de afbeeldingen hieronder).

Deze versie van de ontwerprichtlijnen hebben we voorgelegd aan Okapion, onze opdrachtgever, voor feedback. Op basis van deze feedback hebben we een derde versie van de ontwerprichtlijnen gemaakt (zie versie 3).

### Personalisatie

#### Uitleg

De oplossing moet zo gemaakt zijn dat de gebruiker persoonlijke keuzes kan maken in het product.

#### Rationale

Er zijn verschillende sectoren waarin een freelancer kan werken.

#### Referentie bron(nen)

- Interviews, Inova

### Samen komen

#### Uitleg

De oplossing moet ervoor zorgen dat freelancers zich minder eenzaam voelen door in contact te komen met andere freelancers.

#### Rationale

Freelance werk kan erg eenzaam zijn. Dit komt omdat je niet in een team of met collega's samenwerkt. Ook kunnen ze niet bij collega's terecht voor problemen waar ze tegenaan lopen.

#### Referentie bron(nen)

- Interviews, Inova

### Activeren

#### Uitleg

De oplossing moet ervoor zorgen dat freelancers geactiveerd worden om hun onvoorziene kosten voor te zijn.

#### Rationale

Belastingaangifte doen, een buffer opbouwen, pensioen opbouwen zijn allemaal handelingen die niet vanzelf gaan. Met onze oplossing willen we ervoor zorgen dat freelancers geactiveerd worden om dit te gaan regelen.

#### Referentie bron(nen)

- Gesprek Okapion
- Interview, Inova

### Privacy

#### Uitleg

De oplossing moet je gebruikersinformatie goed beveiligen. Ervoor zorgen dat er geen persoonlijke gegevens, zoals geld, naar buiten worden gebracht.

#### Rationale

In en uitgaven zijn erg persoonlijk. Mensen willen dat dit privé blijft. Wanneer de gebruiker het gevoel heeft dat er niet goed met hen privé-gegevens wordt omgegeven, zullen ze het product minder snel gebruiken

#### Referentie bron(nen)

- Uses testing, Design Sprint, Inova

Figuur 16: Ontwerprichtlijnen V2

# Ontwerprichtlijnen

## Versie 3

Tijdens een van onze wekelijkse stand-up meetings met Okapion hebben we onze ontwerprichtlijnen besproken. Zij gaven ons het advies om bepaalde ontwerprichtlijnen anders te benoemen en te beschrijven, zodat ze beter aansluiten bij de ontwerpvrage. Bijvoorbeeld, 'samenkomen' werd aangepast naar 'hulp', waardoor deze ontwerprichtlijn zich meer richt op het ontvangen van hulp dan op het sociale aspect. Verder hebben we 'personalisatie' gewijzigd naar 'op maat'.

Onze ontwerprichtlijnen vormen de basis voor de concepten. Elk concept moet voldoen aan alle ontwerprichtlijnen om ervoor te zorgen dat ze aansluiten bij de wensen en behoeften van de doelgroep.

### Op maat

#### Uitleg

De oplossing moet zo gemaakt zijn dat de gebruiker persoonlijke keuzes kan maken in het product. Hierdoor krijgen ze geen onnodige informatie te zien.

#### Rationale

Kosten voor personal trainers zijn heel anders dan kosten voor aannemers.

#### Referentie bron(nen)

- Interviews, Inova

### Hulp

#### Uitleg

De oplossing moet hulp bieden aan startende freelancers door bijvoorbeeld de doelgroep te voorzien van informatie.

#### Rationale

Startende freelancers hebben geen voorbeeld waardoor zij informatie missen. Hierdoor weten zij niet waar ze moeten zoeken omdat zij geen directe collega's hebben.

#### Referentie bron(nen)

- Interviews, Inova

### Activeren

#### Uitleg

De oplossing moet ervoor zorgen dat freelancers geactiveerd worden om hun onvoorziene kosten op te vangen.

#### Rationale

Belastingaangifte doen, een buffer opbouwen, pensioen opbouwen zijn allemaal handelingen die niet vanzelf gaan. Met onze oplossing willen we ervoor zorgen dat freelancers geactiveerd worden om dit te gaan regelen.

#### Referentie bron(nen)

- Gesprek Okapion
- Interview, Inova

### Privacy

#### Uitleg

De oplossing moet je gebruikersinformatie goed beveiligen. Ervoor zorgen dat er geen persoonlijke gegevens, zoals geld, naar buiten worden gebracht.

#### Rationale

In en uitgaven zijn erg persoonlijk. Mensen willen dat dit privé blijft. Wanneer de gebruiker het gevoel heeft dat er niet goed met hen privé-gegevens wordt omgegeven, zullen ze het product minder snel gebruiken

#### Referentie bron(nen)

- Uses testing, Design Sprint, Inova

Figuur 17: Ontwerprichtlijnen V3

# Potentiële technische uitwerking

Er is onderzocht welke mogelijke benaderingen er zijn voor de ontwikkeling van onze concepten. Deze benaderingen kunnen worden onderverdeeld in twee categorieën: app en web/desktop. Bij het ontwikkelen van een app moeten we denken aan een mobiel framework, terwijl voor een web/desktop applicatie nagedacht moet worden over een web framework dat, met behulp van Electron, ook als desktop applicatie kan worden ingezet.

## App uitwerking

Om de ontwikkeling zo toegankelijk mogelijk te maken, hebben we gekozen om de app te bouwen met behulp van een framework dat zowel iOS als Android apps kan genereren. Hieronder worden de mogelijke frameworks kort toegelicht.

### React Native

React Native applicaties zijn gebaseerd op React, dat oorspronkelijk is ontwikkeld voor websites. React Native applicaties kunnen worden geschreven in JavaScript en TypeScript. Enkele bedrijven die React Native gebruiken voor hun mobiele apps zijn bijvoorbeeld Discord (Discord [Clyde], 2022) en Facebook (Showcase · React Native, z.d.).

### Flutter

Flutter applicaties worden geschreven in Dart, een programmeertaal ontwikkeld door Google. Flutter maakt het mogelijk om apps te ontwikkelen voor iOS, Android, web en desktop. Voorbeelden van bedrijven die Flutter gebruiken zijn stats.fm, BMW (Flutter Showcase | BMW, z.d.) en eBay (Flutter Showcase | eBay, z.d.).

## Web / Desktop uitwerking

Voor web en desktop zijn er ook diverse mogelijkheden. Zoals eerder vermeld, kan Electron worden gebruikt om een website om te zetten naar een desktop app.

Daarnaast kan Flutter ook worden ingezet voor de ontwikkeling van desktop- en webapplicaties, hoewel dit in de praktijk nog niet veel wordt toegepast. Dit omdat er weinig developers zijn die Flutter beheersen en er meer ingezet wordt op het maken van apps met Flutter dan een desktop- of webapplicatie.

Andere belangrijke spelers zijn React, ontwikkeld door Meta. Dit framework wordt door veel bedrijven gebruikt voor hun websites en is zeer populair. Voorbeelden van bedrijven die React gebruiken zijn Discord, Facebook, Slack en Airbnb.

Een andere belangrijke speler is Vue. Met Vue is het gemakkelijker om Progressive Web Apps te ontwikkelen dan met React.

## Richtlijnen

Als je met een van bovenstaande frameworks een app maakt, dan is het schaalbaar naar elke mobiele telefoon die Android of iOS kan draaien, het is mogelijk dat een app alleen vanaf een bepaalde versie van het operating systeem kan werken, of dat bepaalde functies alleen werken op bepaalde versies (of hoger) van het operating systeem. Als je een app op de Apple App Store of de Google Play Store wil krijgen, moet je voldoen aan een aantal richtlijnen van de store in kwestie, hier vallen bijvoorbeeld onder dat je niet mag verwijzen om een betaling te doen buiten de app om, maar niet bepaalde richtlijnen van uiterlijk en ontwerp qua vormgeving.

# Potentiële technische uitwerking

## Data

De data van de apps wordt op de server encrypted opgeslagen in een database, waardoor we privacy kunnen garanderen aan onze gebruikers.

## Uitkomst

Voor onze concepten zijn we uitgegaan van een mobiel apparaat, we kiezen voor Flutter gezien meerdere grote bedrijven, Google, BMW en eBay er ook gebruik van maken. Dit geeft ons ook meteen de mogelijkheid om later hier een website of desktop applicatie van te maken, vanuit dezelfde codebase.

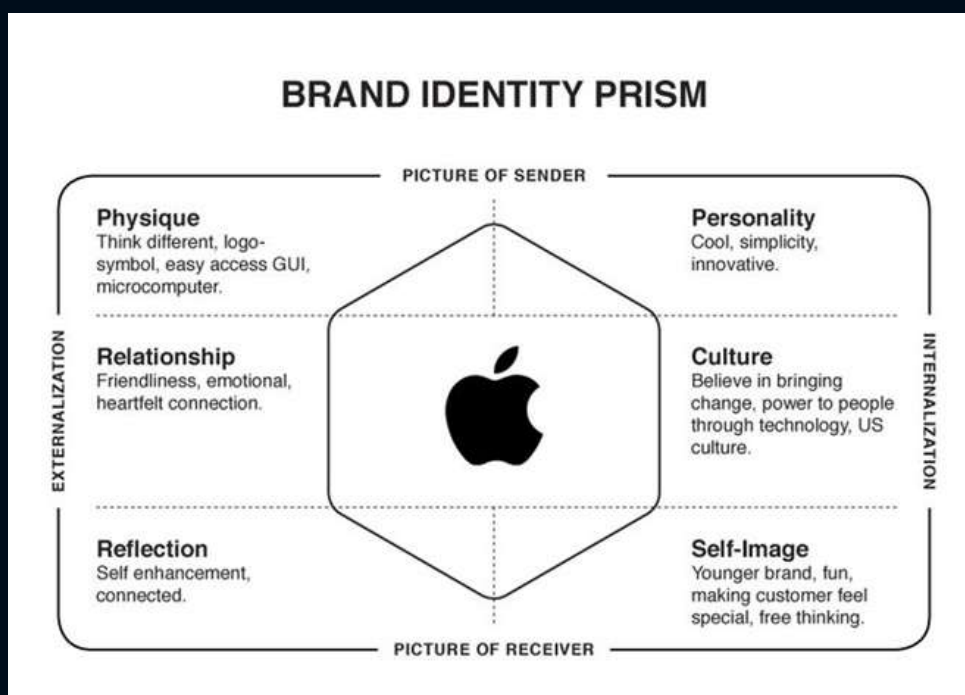


# Elementen voor een goede merkbeleving

Voor het creëren van een passende merkbeleving is onderzocht welke elementen daarvoor essentieel zijn. Een verbeterde merkbeleving vergroot de kans op succes voor ons product. Het begrijpen en effectief toepassen van deze elementen is van cruciaal belang om een merk te ontwikkelen dat aansluit bij de behoeften en verwachtingen van onze doelgroep. Hieronder bespreken we de belangrijke elementen.

## Merkidentiteit

Een sterke merkidentiteit vormt de basis voor het succes van elk merk. Het helpt bij het creëren van een positieve merkbeleving en het opbouwen van een sterke relatie met consumenten. Een goede merkidentiteit zorgt ervoor dat klanten trouw blijven aan het merk en niet naar de concurrentie gaan. Bij een sterke merkidentiteit is het duidelijk wat de missie, visie en kernwaarden van het merk zijn. Apple is een uitstekend voorbeeld van een merk met een sterke identiteit. In figuur 15 wordt weergegeven waar het bedrijf voor staat (*Customer Thermometer, 2022*).



Figuur 18: Merkidentiteit Apple (Fisovee, 2019)

## Visuele identiteit

De visuele identiteit van een merk bestaat uit elementen zoals een logo, kleurenpalet, typografie en grafische stijl. Deze elementen maken een merk direct herkenbaar en kunnen de gewenste emotie overbrengen. Een goed voorbeeld van een sterke visuele identiteit is Coca-Cola. Dankzij hun consistente toepassing van het herkenbare logo en kleurgebruik is het merk snel en gemakkelijk herkenbaar (Raben, 2021).



Figuur 19: Gebruik van logo Coca-Cola (The Coca-Cola Company, z.d.)



## Tone of voice

De toon waarmee een merk communiceert met het publiek heeft aanzienlijke invloed op hoe het merk wordt waargenomen. Deze toon kan variëren van formeel en professioneel tot informeel en vriendelijk. Wat goed bij een merk past, is afhankelijk van de merkidentiteit en de doelgroep. Denk bijvoorbeeld aan bol.com, die bekend staan om hun informele en humoristische reclames, wat het merk persoonlijkheid en herkenbaarheid geeft (Adwise, 2018).



Figuur 20: Bol.com Twitter reclame (Schilder, 2018)

## Klantinteracties

Elke interactie die klanten met een merk hebben, moet positief zijn en aansluiten bij de merkidentiteit. Dit geldt voor de klantenservice, maar ook voor sociale media. Een voorbeeld hiervan is Coolblue, waar ze klanten op verschillende manieren ondersteunen. Ze beantwoorden vragen op verschillende manieren, installeren bijvoorbeeld wasmachines en geven extra tips bij aankopen. Dit heeft geleid tot loyaliteit en positieve mond-tot-mondreclame (Direct Klantcontact, 2021).



Figuur 21: Bezorgservice (Coolblue, z.d.)

## Productervaring

Voor een goede merkbeleving is het belangrijk dat klanten een positieve productervaring hebben. Als de ervaring met een product goed is, bevordert dit de tevredenheid en daarmee de klantloyaliteit. Tesla creëert een goede productervaring door niet alleen indrukwekkende en innovatieve voertuigen te leveren, maar ook door software-updates voor deze auto's aan te bieden (Shiple, 2020).



Figuur 22: Tesla Software Update (The Software Report, z.d.)

# Bestaande producten

Om inzicht te krijgen in bestaande oplossingen, is er onderzoek gedaan. Dit onderzoek omvatte deskresearch en het stellen van vragen aan freelancers. Hierbij werd gekeken naar de sterke en zwakke punten van bestaande of vergelijkbare producten. Deze informatie zal ons uiteindelijk helpen om ons product beter te onderscheiden.

Er zijn veel bestaande of vergelijkbare producten die freelancers kunnen helpen met het beheer van onverwachte uitgaven en inkomsten. Zo zijn er tal van Nederlandse online boekhoudopties om ervoor te zorgen dat freelancers hun financiën op orde hebben. Ook zijn er apps die zich richten op het beheer van persoonlijke financiën. Daarnaast zijn er offline oplossingen, zoals boekhoud- en financiële adviesbureaus. Er is onderzoek gedaan naar verschillende oplossingen.

## Boekhoud apps/software

Boekhoudapps en -software bieden verschillende tools en mogelijkheden om financiën effectief te beheren en onverwachte uitgaven te voorkomen. Hiermee kunnen onder andere freelancers hun financiën bijhouden, budgetten instellen en volgen, uitgaven analyseren en belangrijke financiële gebeurtenissen met waarschuwingen en herinneringen bijhouden. Dit zorgt voor een beter inzicht in de financiële situatie van de gebruiker en helpt ervoor te zorgen dat rekeningen op tijd worden betaald, wat helpt bij het voorkomen van onverwachte financiële verrassingen. Er zijn tal van deze producten op de markt. Om ons meer te richten op onze doelgroep, hebben we gekeken naar een aantal bekende Nederlandse producten (*De Snoo, 2023*).



### Sterk punt

**Automatische boekhouding:** Jortt probeert het boekhouden zoveel mogelijk te automatiseren. Dit doen ze door het importeren van banktransacties en het categoriseren van inkomsten en uitgaven, wat freelancers tijd en moeite bespaart (*Jortt, z.d.*).

Figuur 23:  
(*Jortt, z.d.b*)



Figuur 24: Overzicht in Jortt (*Jortt, z.d.c*)

Figuur 25 (Moneybird, z.d.)

### Sterke punten

**Budgetbeheer:** Moneybird biedt budgetbeheertools waarmee freelancers hun inkomsten en uitgaven kunnen plannen en beheren.

**Uitgavenanalyse:** Gebruikers kunnen uitgaven analyseren en categoriseren in Moneybird.

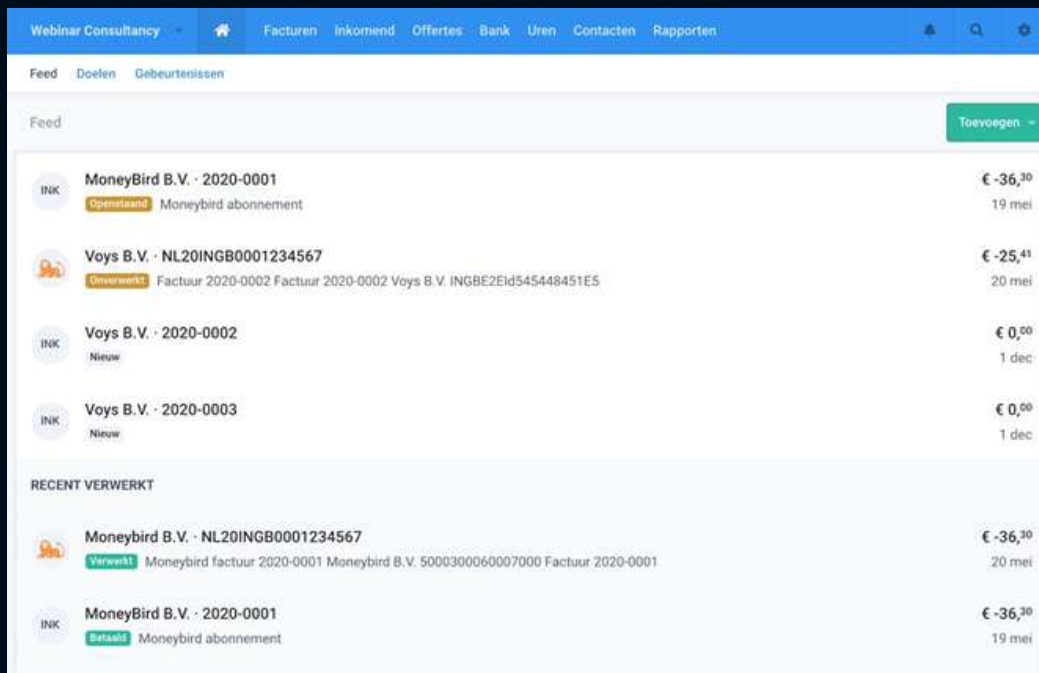
**Waarschuwingen en herinneringen:** Moneybird heeft waarschuwingen en herinneringen voor bijvoorbeeld rekeningen en belastingen.

**Bankkoppeling:** Bij Moneybird is het mogelijk om te koppelen met banken waardoor inkomsten en uitgaven automatisch worden geïmporteerd.

### Zwakke punten

**Kosten:** Moneybird brengt maandelijkse abonnementskosten met zich mee. Dit kan voor freelancers met een beperkt budget een reden zijn om het niet te gebruiken.

**Te uitgebreid:** Voor freelancers die niet veel behoefte hebben aan veel functies kan het platform te uitgebreid zijn.



| Transactie  | Bedrag   | Datum  |
|---|----------|--------|
| Moneybird B.V. - 2020-0001<br>Openstaand Moneybird abonnement   | € -36,30 | 19 mei |
| Voys B.V. - NL20INGB0001234567<br>Overwerkt Factuur 2020-0002 Factuur 2020-0002 Voys B.V. INGBE2Eid545448451E5                | € -25,41 | 20 mei |
| Voys B.V. - 2020-0002<br>Nieuw  | € 0,00   | 1 dec  |
| Voys B.V. - 2020-0003<br>Nieuw  | € 0,00   | 1 dec  |
| <b>RECENT VERWERKT</b>  |          |        |
| Moneybird B.V. - NL20INGB0001234567<br>Verwerkt Moneybird factuur 2020-0001 Moneybird B.V. 5000300060007000 Factuur 2020-0001 | € -36,30 | 20 mei |
| Moneybird B.V. - 2020-0001<br>Betaald Moneybird abonnement  | € -36,30 | 19 mei |

Figuur 26: Overzicht in Moneybird (Flowbizz, 2020)

## Bank-apps

Bank-apps hebben veel verschillende functies en kunnen ook helpen bij het voorkomen van onverwachte kosten. Functies binnen de apps zorgen voor minder verrassingen, maar zijn niet gericht op freelancers. Een aantal goede functies van verschillende banken zijn hieronder aangegeven.

Verschillende notificaties zoals minimumsaldo



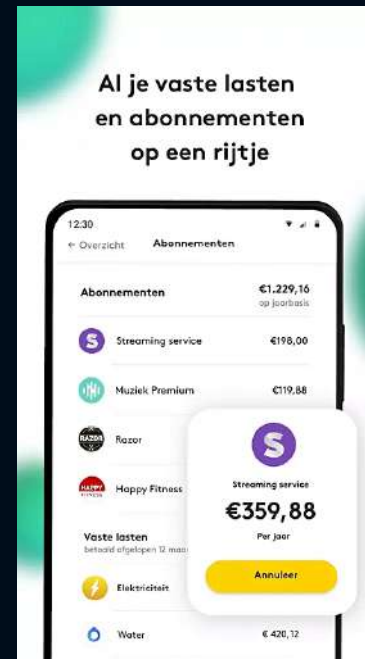
Figuur 27: (iCulture, 2019)

Vooruit kijken naar toekomstige financiën



Figuur 28: (Losekoot, 2016)

Overzicht van abonnementskosten



Figuur 29: (Tweakers, z.d.)

## Persoonlijke financiële management apps

Persoonlijke financieel management apps bieden real-time overzicht, budgettering en meldingen die helpen bij het voorkomen van onverwachte financiële verrassingen. Deze apps stellen gebruikers in staat om hun uitgaven proactief te beheren en waarschuwen voor mogelijke problemen zoals budgetoverschrijdingen. Ze zijn niet gefocust op freelancers, maar er zijn wel veel functies die deze groep zou kunnen helpen (Irby, 2023).

# Persoonlijke financiële management apps



## POCKET GUARD

Figuur 26: (Theme, z.d.)



Figuur 30: (PocketGuard, z.d.)

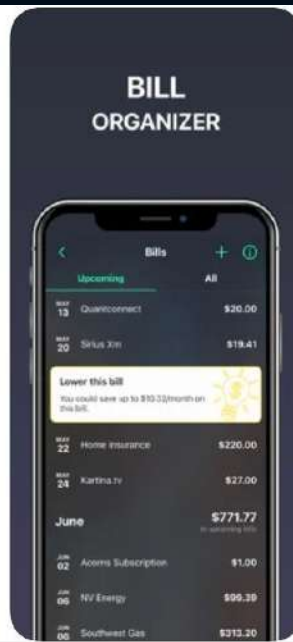
Uitgaven gecategoriseerd



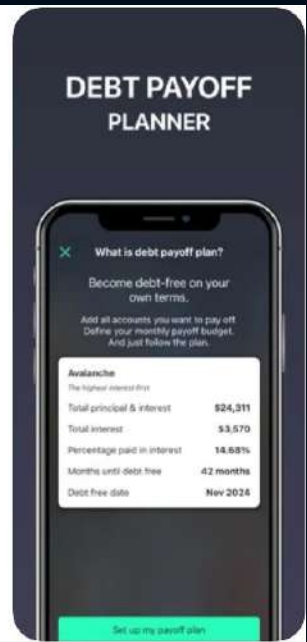
Figuur 31: (The Saving Dude, z.d.)

Notificaties aankomende rekeningen

Overzicht van rekeningen

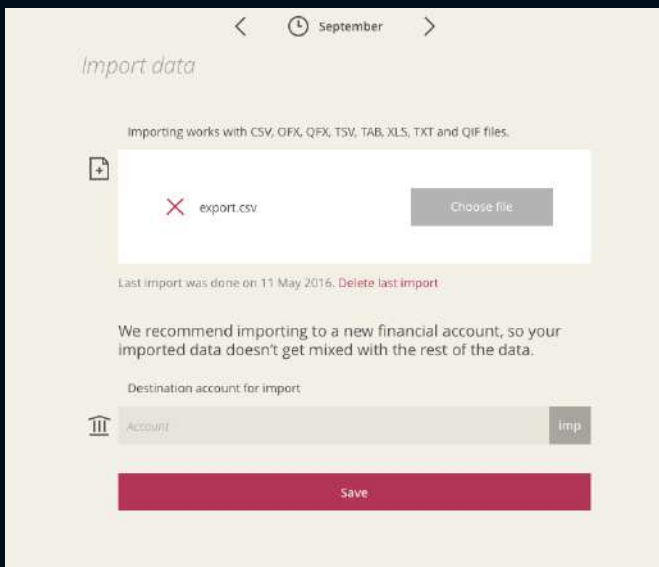


Betalingsplan schulden



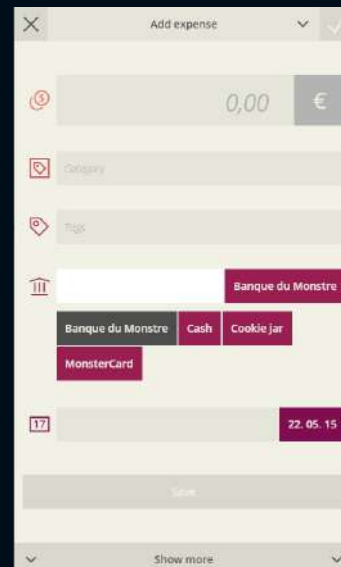
Figuur 32: (ToshL, 2015)

Handmatig uitgaven invoeren



Figuur 33: (ToshL, 2018)

Uitgaven importeren



Figuur 34: (ToshL, 2016)

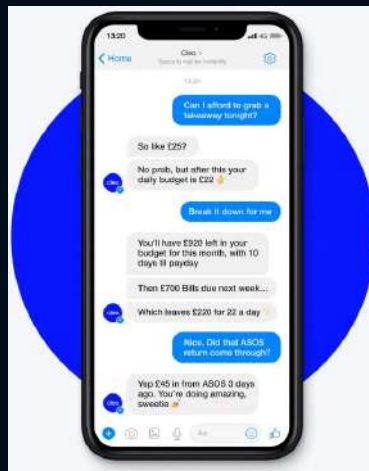




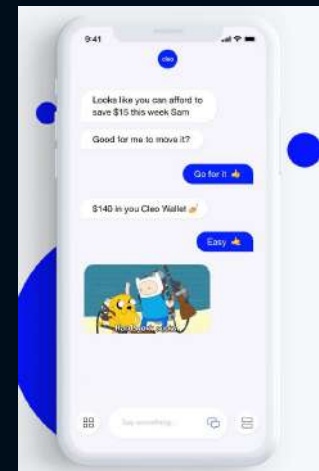
Figuur 35: (Greenhouse.io, 2023)

AI chat met  
financieel advies

Gemakkelijk sparen  
door AI Analyse



Figuur 36:  
(TechCrunch, 2018)



Figuur 37: (Axios  
Holding, 2019)

## Boekhouders en financiële adviesbureaus

Boekhouders en financiële adviesbureaus ondersteunen freelancers bij het beheren van hun financiën. Ze helpen freelancers bij het bijhouden van inkomsten en uitgaven, stellen budgetten op en zorgen ervoor dat er belasting wordt gedaan. Door deze diensten voorkomen ze onverwachte uitgaven en financiële verrassingen. (Rompslomp, z.d.)

### Sterke punten

- Veel kennis over financiën en belastingen.
- Tijdsbesparing voor freelancers.
- Ondersteuning bij financiële planning en risicobeheer.

### Zwakke punten

- Vaak hoge kosten voor de dienstverlening.
- Mogelijk verlies van controle over financiën.
- Niet zeker van kwaliteit van dienstverlening.
- Mogelijk verlies van financiële educatie/kennis door volledig vertrouwen op het bureau.

## Conclusie

Het onderzoek naar de bestaande producten heeft ons laten beseffen dat er erg veel oplossingen bestaan voor soortgelijke problemen. Deze oplossingen zijn vaak erg breed en niet altijd toepasselijk voor een specifieke doelgroep zoals startende freelancers. Ons product willen we interessanter maken voor freelancers door het beter op hun aan te laten sluiten. Daarnaast is er tegenwoordig ook erg veel mogelijk met AI. Hier willen we over blijven nadenken bij het bedenken van oplossingen. Voor het vinden van informatie over (onverwachte) kosten is er veel informatie te vinden op het internet, maar er is hier nog geen digitaal product voor. Hier zouden wij goed op kunnen inspelen door een oplossing te bedenken die freelancers zou kunnen helpen door het bieden van informatie. Ten slotte willen wij ook nadenken over oplossingen die niet letterlijk gaan over geld, omdat hiervoor dus al erg veel verschillende producten bestaan.

## Creatieve sessies

Er zijn verschillende creatieve sessies gedaan aan de hand van de ontwerprichtlijnen en inzichten. We hebben in totaal 6 verschillende sessies gehouden. Tijdens deze sessies hebben we brainstorming gedaan om oplossingen te bedenken voor de ontwerpvrage. De uitkomsten zijn in dit hoofdstuk beschreven.



Figuur 38: Team Inova tijdens een creatie sessie

# Creatieve sessies

## Brainwriting

Na het doen van deskresearch en interviews zijn we aan brainwriting gaan doen. Brainwriting is een methode die een van ons eerder heeft toegepast bij een vorig project en nu aan de rest van het team heeft uitgelegd. Hierbij bedenkt iedereen in het team een idee, en vervolgens vul je in 5 rondes iedere keer het idee van iemand anders aan tot een uitgebreid doordacht idee. Hieruit zijn 5 verschillende ideeën voortgekomen waarop we toen hebben gestemd.

Achteraf gezien merkten we dat de ideeën die we hadden erg simpel waren en deels al bestonden. Ze losten allemaal niet volledig de ontwerp vraag op. We realiseerden ons dat we eigenlijk nog extra onderzoek nodig hadden. We hadden wel onderzoek gedaan, maar het probleem van onze doelgroep was nog niet helemaal duidelijk. Hierdoor konden we geen oplossing bedenken als we nog geen duidelijk probleem voor ogen hadden.

App met overzicht van meerdere apps (denk aan bank, verzekering, pensioen en dergelijke) Per categorie kan je informatie zien. Daarnaast is er een widget met beknopte informatie en een fullscreen ipad app die je op een stand kan zetten met meer informatie (soort google home maar anders) die gedurende de dag update met nieuwe informatie. Je kan ook nog spaardoelen aanmaken om jezelf te motiveren, hier kan je dan ook meldingen over krijgen.

Een platform waar freelancers samen kunnen sparren. Het is bedoelt voor startende maar ook freelancers met ervaring. Zo kan je ervaring met elkaar uitwisselen en starters hiervan leren. Je hebt een persoonlijk profiel waarop je neerzet wie je bent, op die manier kan je als gebruiker gericht zoeken naar bepaalde kennis. Het is verdeelt in categorieën zodat er structuur is en je goed weet waar je heen moet om informatie te verzamelen

Een soort Google home scherm in de woning die een maal per dag (bijvoorbeeld 9:00) een update geeft over je financiële situatie, kosten die er gaan komen en tips. Ook stelt die een to-do lijstje op een vraagt die of je er nog aanpassingen aan wilt doen.

Gedurende de dag krijg je herinneringen over je financiële situatie en je to-do lijstje via je mobiel of digitale horloge.

**AI app:**  
Focus op AI Chatfunctie binnen de app die adviezen geeft over sparen. Deze heeft inzicht in inkomsten en uitgaven en geeft uit zichzelf notificaties om te helpen. Wat er gespaard wordt is ook terug te zien in de app.

Je wordt gekoppeld aan een freelance buddy of meerdere buddy's. Dit kan een beginnend met een ervaren freelancer zijn. Maar ook een ervaren met een ervaren om verder te leren. De vragen kunnen ook online worden gezet voor andere gebruikers om te lezen zodat je niet meteen naar je buddy hoeft uit te reiken.

Figuur 39: concepten vanuit brainwriting



# Creatieve sessies

## Mindmap met Okapion

Iedere maandag hebben we een voortgangsgesprek met Okapion. Omdat we een beetje vastliepen met ons onderzoek, welke informatie nou wel en niet belangrijk was en hun begrip van 'activeren' nou precies was, wilden we een brainstormsessie met hen doen. Deze sessie vond online plaats tijdens een van deze voortgangsgesprekken. Voorafgaand aan de brainstorm hebben we met hen onze inzichtkaarten en ontwerprichtlijnen doorgenomen en hier feedback op gevraagd. Na deze feedback zijn we ingegaan op de drie belangrijkste ontwerprichtlijnen en inzichten vanuit Okapion gezien, dit waren: activeren, privacy en hulp.

Samen met nog twee mensen bij Okapion hebben we zoveel mogelijk genoteerd wat er in ons opkwam per onderwerp; we hadden drie minuten per onderwerp. Ook konden we verder gaan op dingen die anderen hadden genoteerd.

Okapion benoemde bij voortgaande gesprekken regelmatig het activeren van de doelgroep. Voor ons was nog niet helemaal duidelijk wat ze hiermee bedoelden. Door deze mindmap is dit duidelijk geworden, namelijk "Activeren betekent dat ik weet wat er komt kijken als ik freelancer ben of activeren om mijn geldzaken op orde te krijgen".



Figuur 40: mindmapping met Okapion



# Creatieve sessies

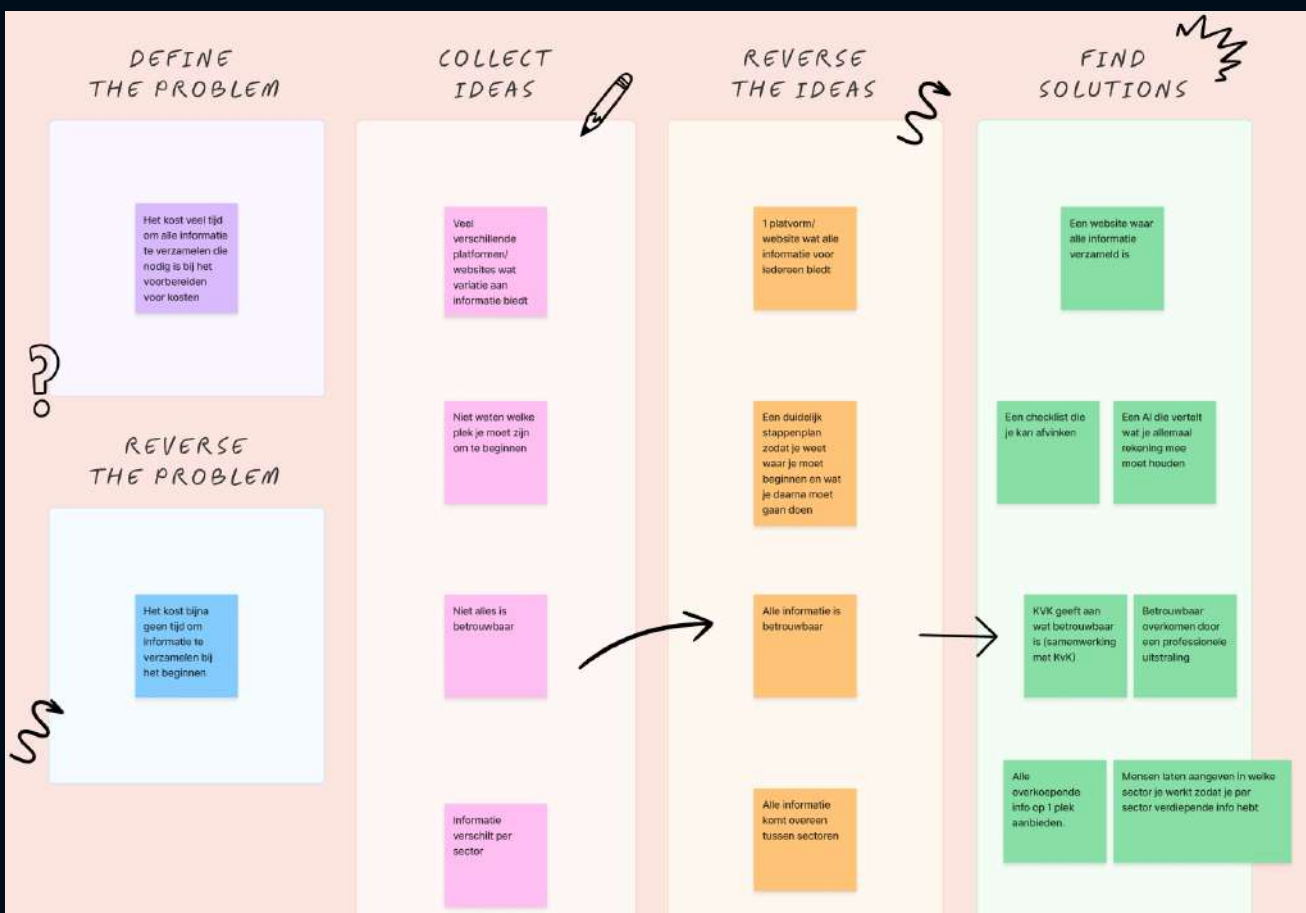
## Reverse brainstorming

Een andere brainstorm techniek die we hebben gebruikt is reverse brainstorming. Hierbij is het de bedoeling dat er ideeën worden bedacht voor een probleem, die je vervolgens gaat omdraaien om tot oplossingen te komen. Dit hebben we in twee duo's gedaan, omdat we hierdoor meer oplossingen kregen. Een gedeelte van de brainstorm staat in de afbeelding hieronder.

Bij het eerste groepje was de probleemstelling: Het kost veel tijd om alle informatie te verzamelen die nodig is bij het voorbereiden voor kosten. Het resultaat hierbij waren verschillende oplossingen die neerkwamen op een website waarbij de freelancer kan aangeven wat hij of zij al weet. Vervolgens krijgt de freelancer dan alleen de relevante informatie te zien die hij of zij nog niet weet.

Bij het andere groepje was de probleemstelling: De onvoorziene kosten van freelancers verschillen te erg. Het resultaat hiervan kwam er vooral op neer dat de oplossing goed moest afgesteld worden per vakgebied. Dit komt ook goed overeen met de ontwerprichtlijn 'op maat' die we hebben opgesteld.

De beste oplossingen van beide groepjes hebben we meegenomen in het proces.



Figuur 43: Reverse brainstorming

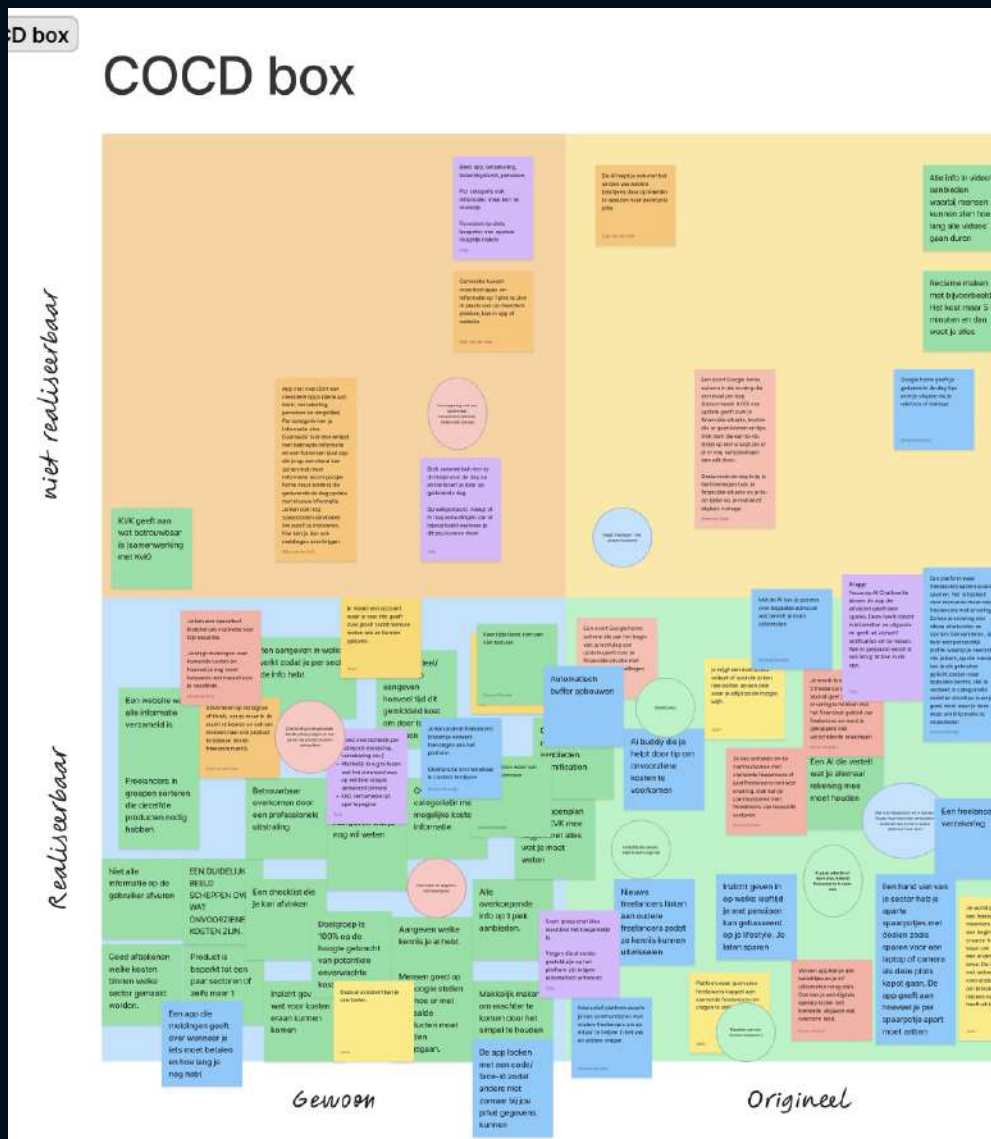


# Creatieve sessies

## COCD-box

We hadden meerdere creatieve sessies ingezet voor het divergeren. Voor het convergeren besloten we om met een COCD-box te werken (COCD-Box® - School of Creative Thinking, 2022). Vanwege de waardevolle creatieve inzichten die deze tool kan bieden. De COCD-box stelt is on staat om out-of-the-box ideeën te genereren en verschillende perspectieven te verkennen, wat essentieel is voor het aanpakken van complexe problemen en het ontwikkelen van innovatieve oplossingen. Door gebruik te maken van de COCD-box hopen we onze creativiteit te vergroten en een frisse kijk te krijgen op de uitdagingen waarmee we worden geconfronteerd.

De COCD-box is verdeelt is vier vakken. Origineel, niet origineel, realiseerbaar, (nog) niet realiseerbaar. We pakte al de ideeën van onze vorige creatieve sessies en stopte deze in de COCD-box. Uiteindelijk hadden we een hoop ideeën in het vakje 'realiseerbaar', en 'origineel'. Dit zijn de ideeën waar we mee verder willen werken.



Figuur 44: COCD Box





# Concept testing

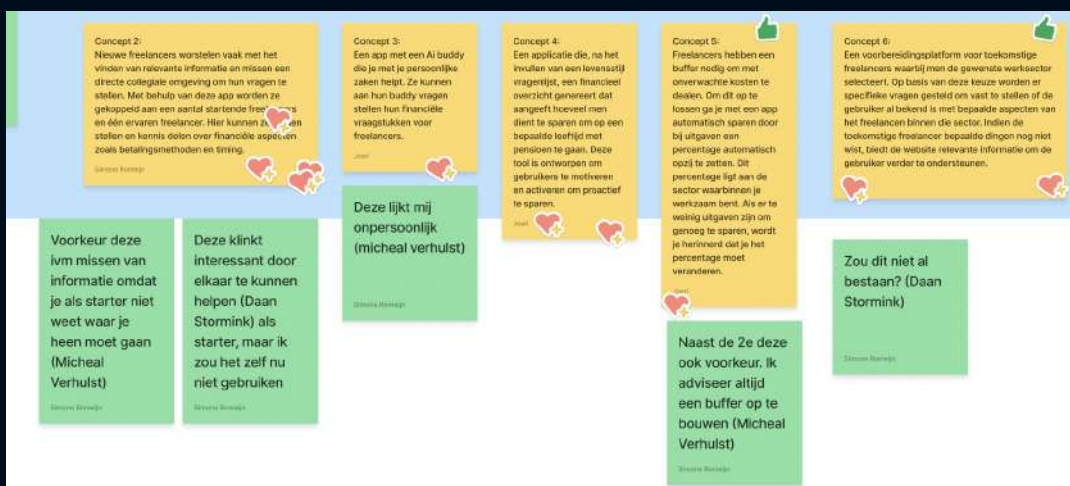
Nadat wij concepten hadden bedacht, zijn deze getest. Deze zijn getest middels concept testing. Het doel was om te begrijpen welk concept de meeste aantrekkingskracht en waarde had voor freelancers. We hadden twee personen van onze doelgroep uitgenodigd om deel te nemen aan deze concepttest. Een van deze personen is 25 jaar en 2 jaar werkzaam als freelancer. De ander is 60 jaar en al 25 jaar werkzaam als freelancer. Koos ervoor om het zo uiteen te laten lopen zodat we op die manier de meest variërende feedback zouden krijgen. Tijdens de sessie hebben we hen verschillende concepten gepresenteerd en hun feedback en voorkeuren geëvalueerd.

Een van de geëvalueerde concepten was gericht op het kunnen koppelen aan andere freelancers, waarbij gebruikers advies en informatie konden delen. Dit concept was ontwikkeld op basis van de bevindingen uit ons onderzoek, waarin naar voren kwam dat freelancers soms behoefte hadden aan samenwerking en de interactie met collega's. Na een grondige bespreking en het uitleggen van de verschillende concepten, kozen beide deelnemers voor dit specifieke concept. Ze waren enthousiast over het idee om in contact te komen met andere freelancers en de mogelijkheid te hebben om advies en informatie te vragen wanneer ze met specifieke uitdagingen werden geconfronteerd.

Naast het gekozen concept hebben we waardevolle feedback ontvangen over de andere gepresenteerde ideeën. Eén van de respondenten gaf de voorkeur aan het vijfde concept. Dit concept richt zich op het opbouwen van een financiële buffer. Tijdens het interview gaf deze persoon al aan dat dit een belangrijk aspect was.

Verder hebben we feedback ontvangen met betrekking tot of het concept niet als onpersoonlijk zou worden gezien (AI). Wat betreft een ander concept, werd de vraag gesteld of het niet al zou bestaan. Deze inzichten en opmerkingen van de respondenten zullen worden meegenomen in de verdere ontwikkeling van onze concepten. Op die manier kunnen we ervoor zorgen dat de concepten aansluiten op de wensen en behoeftes van de doelgroep.

Nu we feedback van de doelgroep hebben ontvangen, hebben we zes concepten ontwikkeld. Deze zes concepten zullen we doorsturen naar de opdrachtgever. We zijn benieuwd welke van de concepten zij het meest veelbelovend vinden. We zullen ons laten leiden door de feedback van de opdrachtgever en de voorkeuren van de gebruikers, zodat we drie concepten kunnen selecteren om verder uit te werken. Op deze manier houden we rekening met zowel de behoeften van de gebruikers als de wensen van de opdrachtgever.



Figuur 46: Concept die zijn voorgelegd aan doelgroep en Okapion



# Vormstudie en stijl

Voor het creëren van een passende merkbeleving is er een vormstudie gedaan. Bij het maken van het eerste concept (Teamlancer), was dit onderzoek nog niet uitgevoerd. Daarom staat de stijl hiervan hier niet bij en wijkt het af van de andere concepten.

## Merkidentiteit

De missie van ons product zal het volgende zijn: Startende freelancers activeren op een persoonlijke en veilige manier door hulp aan te bieden met het doel om duidelijk te maken wat hun te wachten staat op financieel gebied. De ontwerpvrage is de visie die we hebben en de ontwerprichtlijnen zijn onze kernwaarden.

## Visuele identiteit

Aan de hand van onze merkidentiteit is er een moodboard gemaakt voor de visuele stijl van ons product. Dit moodboard is te vinden in de bijlagen. Hieronder is beschreven waarom er gekozen is voor de verschillende elementen uit dit moodboard.

### Kleuren:

Blauw straalt vertrouwen en betrouwbaarheid uit en is daardoor een goede keuze voor ons product. Om onverwachte kosten te voorkomen is het nodig om naar de toekomst te kijken. Om dit terug te laten kunnen we gebruik maken van een gradiënt (Hoffmann, 2022). Daarnaast is rood mogelijk een goede kleur om te gebruiken, omdat het actie uitstraalt en we daarmee gebruikers kunnen laten activeren. We zullen niet te veel en te fel rood moeten gebruiken, omdat het ook gevaar kan uitstralen. Dit zal dus alleen als accentkleur gebruikt kunnen worden.

Vanwege de hoeveelheid informatie die we willen presenteren, hebben we gekozen voor een eenvoudige en overzichtelijke stijl. Uit onderzoek is gebleken dat niet volledig zwarte tekst op een niet volledige witte achtergrond het beste leesbaar is (Philips, 2017). Daarom zullen we deze kleurcombinatie gebruiken.

### Typografie:

Om ons merk herkenbaar te maken en de visuele identiteit eenduidig te houden, hebben we ervoor gekozen om één enkel lettertype te gebruiken in onze producten. Hierdoor kan ons merk sneller worden herkend. Ook is het bewezen dat het goed is om weinig verschillende lettertypen te gebruiken. We hebben gekozen voor een sans-serif lettertype vanwege de leesbaarheid (MasterClass, 2021).

## Tone of Voice

Het zal goed zijn om een tone of voice te gebruiken die positief, activerend en empathisch is, omdat dit past bij onze merkidentiteit. We willen freelancers optimistisch aanmoedigen terwijl we begrip tonen voor hun situaties. Om dit op een laagdrempelige en vriendelijke manier te doen, is het goed om het op een informele manier te spreken. Dit kan ook het gevoel geven dat ze met een vriend of mentor spreken.

- Activerend: We inspireren en activeren freelancers om zichzelf voor te bereiden op hun financiën.

Voorbeeld: "Laten we samen aan de slag gaan om jouw financiële doelen te bereiken!"

- Empathisch: We tonen begrip en laten blijken dat we willen helpen.

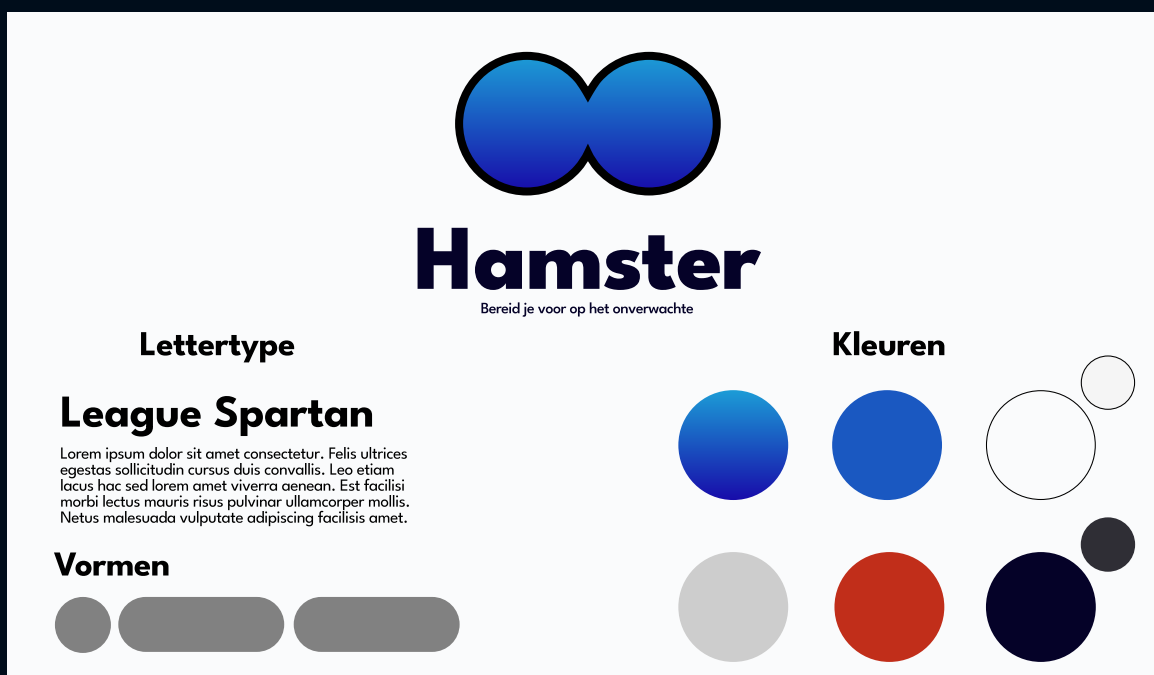
Voorbeeld: "We begrijpen dat iedereen wel eens financiële uitdagingen heeft. Wij zijn er om te helpen."

- Positief: We benaderen financiële uitdagingen op een optimistische manier.

Voorbeeld: "Samen zorgen we ervoor dat je precies weet wat je nodig hebt!"

## Hamster

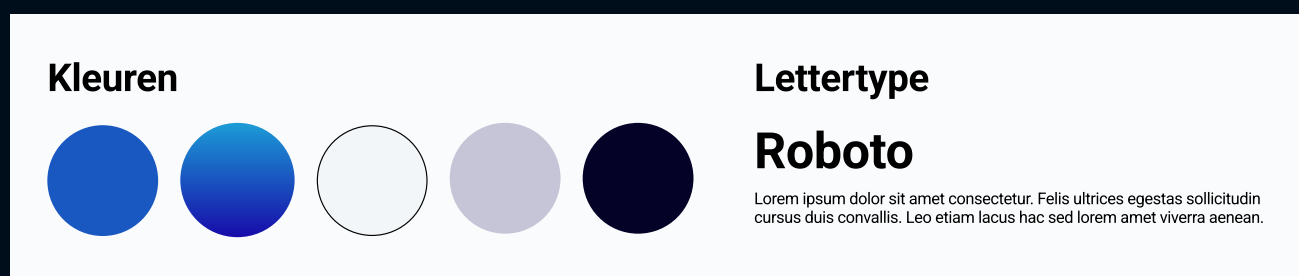
Voor Hamster hebben we eerst de kleuren gekozen. De vormstudie leidde tot de keuze om voornamelijk een blauwe gradiënt te gebruiken. Op sommige plaatsen, zoals iconen, bleek deze gradiënt er niet goed uit te zien. Daarom hebben we ook gekozen voor een effen blauwe kleur die in de gradiënt voorkomt. De witte kleur voor de achtergrond en de zwarte kleur voor tekst en elementen zijn niet volledig zuiver wit en zwart, omdat de vormstudie aantoonde dat dit beter werkt. Als lettertype hebben we gekozen voor League Spartan, omdat dit een eenvoudig lettertype is dat geschikt is voor zowel koppen als langere teksten. Dit is het enige lettertype dat we in onze ontwerpen gebruiken. Vervolgens hebben we het logo voor Hamster ontworpen, waarbij we de blauwe gradiënt hebben gebruikt. Het logo heeft meerdere betekenissen, waaronder de wangen van een hamster (verwijzend naar sparen) en de twee munten die in elkaar overgaan, wat het oneindigheidssymbool symboliseert. Tot slot hebben we bepaalde vormen gecreëerd die vaak terugkomen in de app. Deze vormen zijn geïnspireerd door het logo en het lettertype en dragen bij aan de visuele consistentie van het ontwerp.



Figuur 48: Stijl Hamster

## Freddy's

Voor Freddy's hebben we ongeveer dezelfde kleuren gebruikt als bij Hamster. In deze app is alleen meer tekst te lezen dan in Hamster. Daarom hebben we nog een andere achtergrondkleur gekozen om meer contrast te bieden. Ook hebben we ook een ander lettertype gekozen. Voor Freddy's hebben we Roboto gebruikt, omdat dit lettertype strakker is en beter geschikt is voor chatberichten. In tegenstelling tot Hamster hebben we de rode kleur niet gebruikt, omdat we merkten dat wij bij deze kleur eerder dachten aan gevaar dan aan activeren. In deze fase van de app was er nog geen logo nodig, maar een mogelijk logo zou een abstracte weergave kunnen zijn van twee gezichten die met elkaar praten. Ook zou er een element van een chatpictogram in verwerkt kunnen worden.



Figuur 49: Stijl Freddy's

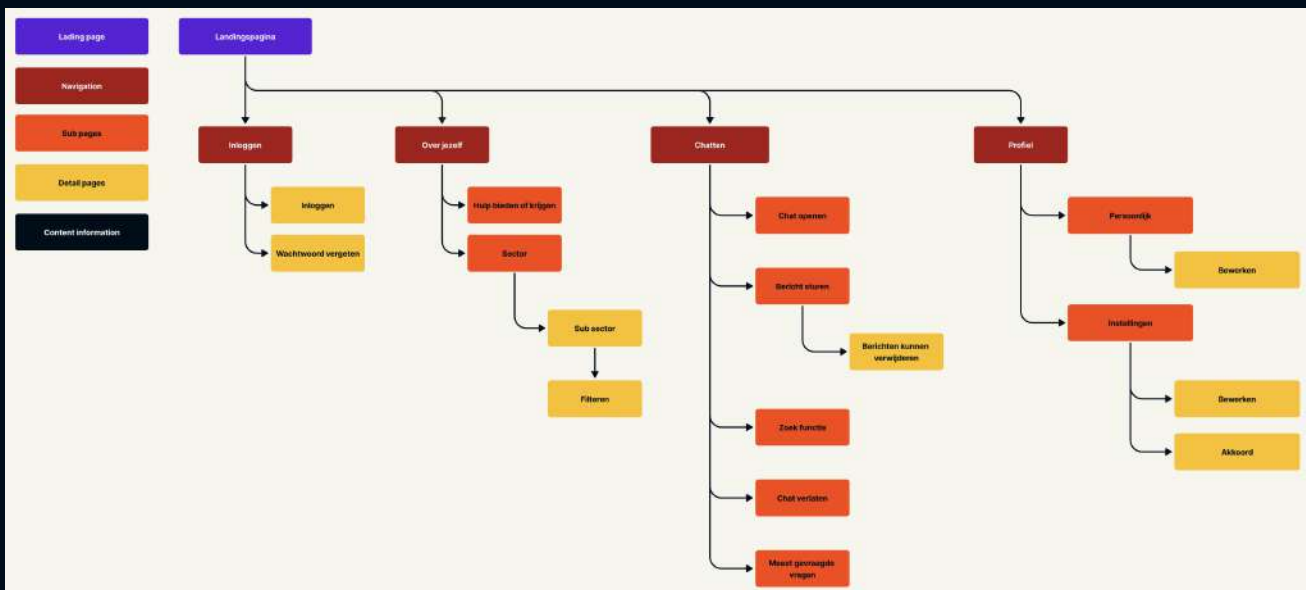


# Freddy's

Freddy's is een app waarmee startende freelancers in contact kunnen komen met ervaren freelancers. De app vormt automatisch een groep met vier startende freelancers en een ervaren freelancer. In deze groep kunnen startende freelancers vragen stellen en antwoorden ontvangen van de ervaren freelancer. Belangrijke berichten kunnen worden gemarkeerd door ze een ster te geven, en er is een sectie voor de meest gestelde vragen waar gebruikers direct antwoorden kunnen vinden op veelvoorkomende vragen.

## Sitemap

Voordat we begonnen met het maken van schetsen, hebben we een sitemap opgesteld om inzicht te krijgen in de schermen die we wilden en hoe de gebruikersflow eruit zou zien (zie de afbeelding hieronder). In de sitemap kun je de hoofdschermen zien, zoals inloggen, profiel, chatten en instellingen. Daaronder bevinden zich verschillende functies binnen deze schermen, zoals het verlaten van een groep en toegang krijgen tot de meest gestelde vragen. Tijdens het maken van de sitemap realiseerden we ons dat de chatfunctie complexer zou zijn dan we aanvankelijk hadden gedacht, wat we hadden onderschat. Dit bracht ook veel vragen met zich mee, zoals "wat als je niet tevreden bent met je groep?" en "kun je zelf een groep kiezen of gebeurt dit automatisch?" Door hierover te discussiëren, hebben we besloten dat gebruikers een groep kunnen verlaten en vervolgens automatisch aan een nieuwe groep worden toegevoegd.



Figuur 50: Sitemap Freddy's



# Freddy's

## Storyboard

Om een beeld te krijgen van hoe een gebruiker de app Freddy's zal gebruiken en welke stappen hij zal doorlopen, is er een storyboard gemaakt. Hierin zijn de volgende stappen te zien:

1. De gebruiker wil antwoorden op zijn vragen.
2. De gebruiker downloadt de app Freddy's.
3. De gebruiker maakt een account aan en geeft aan dat hij hulp wil.
4. De gebruiker wordt direct in een groep geplaatst met andere freelancers en een professional.
5. De gebruiker kan direct antwoorden vinden op veelgestelde vragen.
6. De gebruiker stelt een vraag in de chat en krijgt antwoord van een professional. Hij leert ook van de vragen die andere startende freelancers stellen.
7. De gebruiker markeert belangrijke en interessante berichten met een ster om ze later opnieuw te bekijken.
8. De gebruiker is geholpen en tevreden.

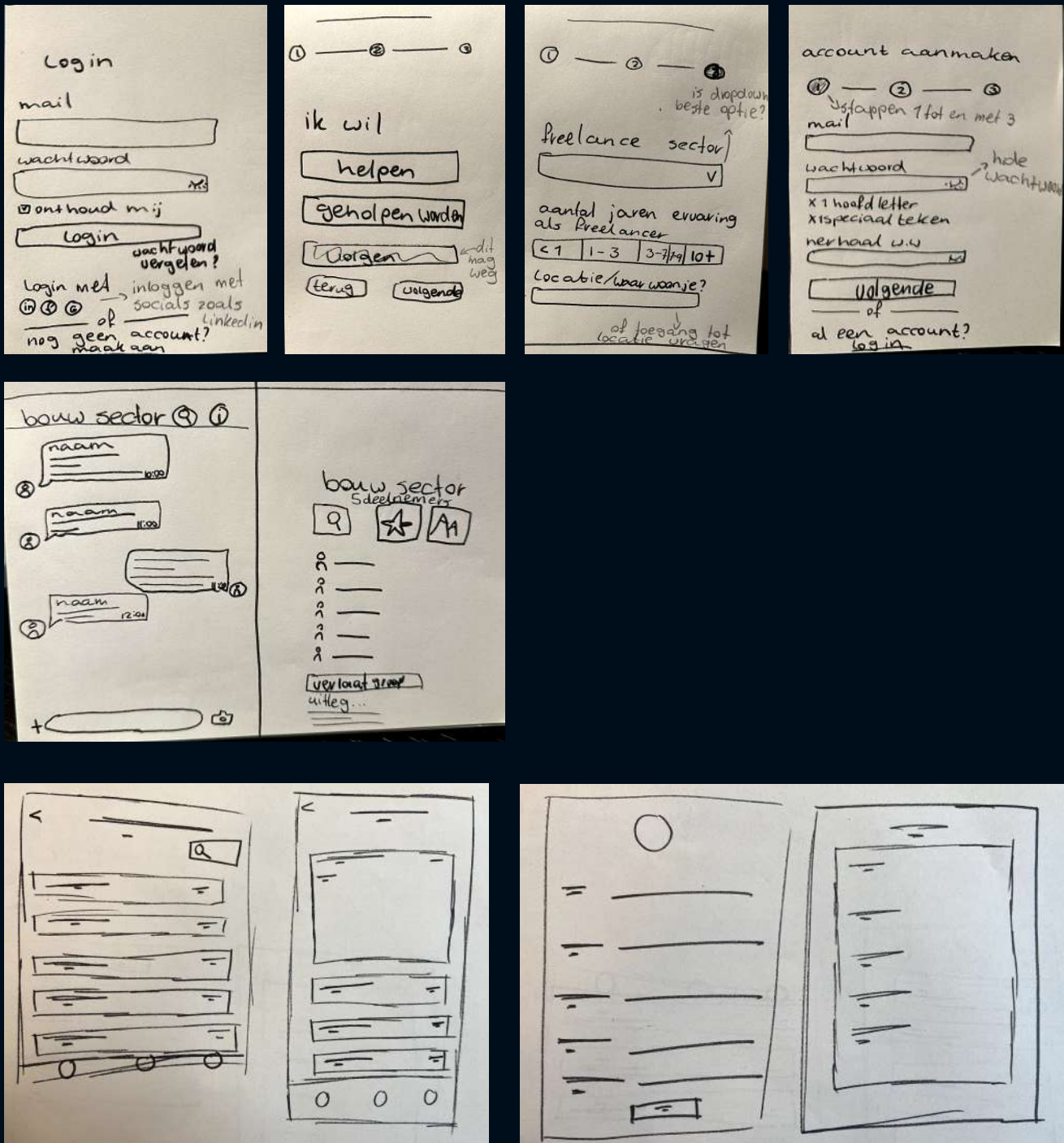


Figuur 51: storyboard Freddy's

# Freddy's

## Schetsen

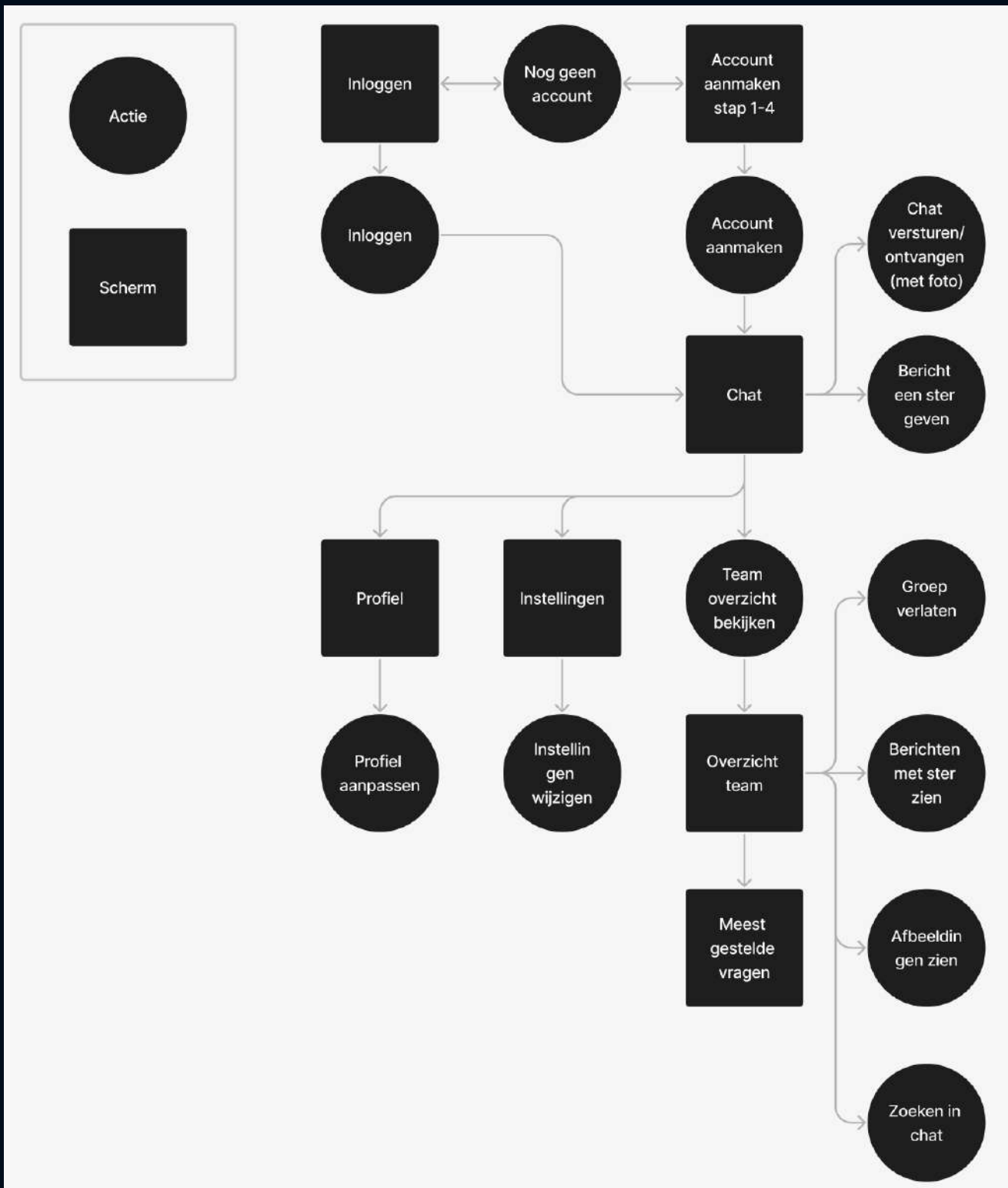
Vanuit de sitemap hebben we schetsen gemaakt. We kozen voor schetsen omdat we op deze manier snel een idee konden krijgen van hoe we de schermen willen indelen. Wanneer we aanpassingen aan de indeling wilden doen, kon dit veel gemakkelijker met schetsen dan wanneer iets al was uitgewerkt in Figma. Bovendien konden we daardoor sneller aan de slag in Figma, aangezien we al een idee hadden van hoe we de lay-out wilden hebben.



Figuur 52: schetsen Freddy's

## Flowchart

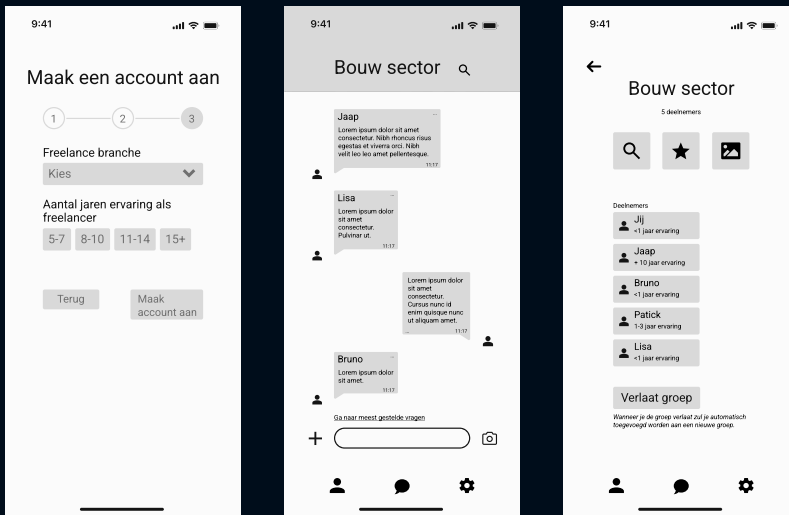
Na het schetsen van de schermen kwamen we erachter dat we in de sitemap een aantal functies waren vergeten. Hierdoor hebben we een flowchart gemaakt waarin deze functies zijn opgenomen. Enkele van deze functies waren bijvoorbeeld het markeren van een bericht met een ster en het hebben van een overzicht van je team. In de flowchart is een onderscheid te maken tussen acties en het resultaat/scherm dat je dan te zien krijgt.



Figuur 53: Flowchart Freddy's

## Wireframes V1

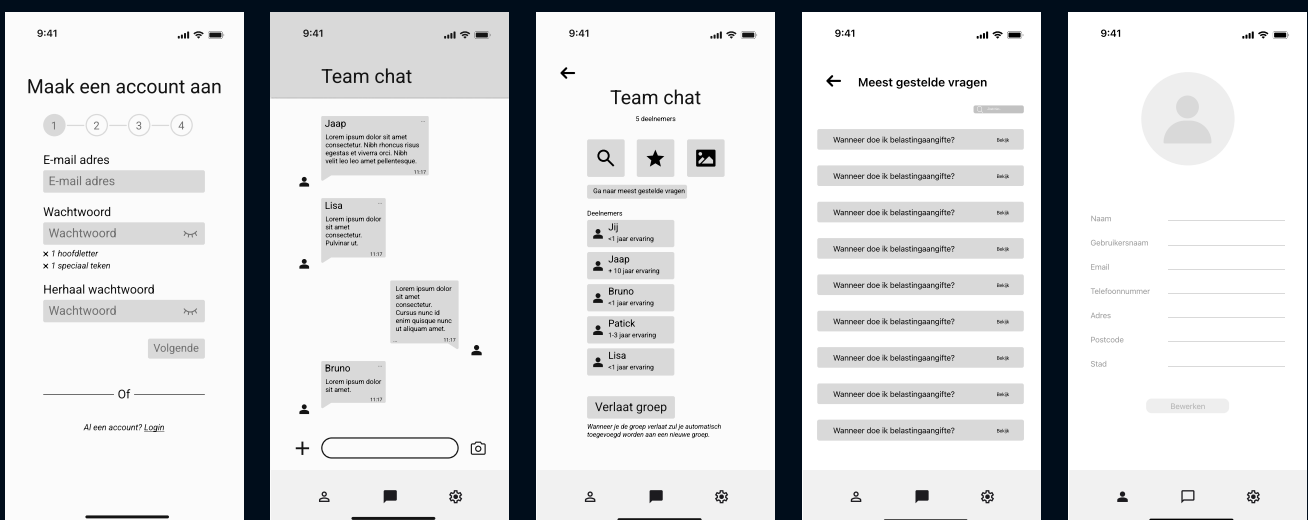
Het team heeft de schetsen uitgewerkt tot wireframes in Figma. Tijdens dit proces zijn enkele wijzigingen aangebracht ten opzichte van de oorspronkelijke schetsen. Zo is er een knop toegevoegd waarmee gebruikers naar de veelgestelde vragen kunnen gaan. Daarnaast is de knop in het accountaanmaakproces aangepast, zodat gebruikers kunnen aangeven of ze hulp willen ontvangen of bereid zijn om anderen te helpen. Deze versie van de wireframes is klikbaar gemaakt om te worden getest door de doelgroep.



Figuur 54: wireframes V1 Freddy's

## Wireframes V2

Op basis van de resultaten van de usabilitytests hebben we de wireframes aangepast en een tweede versie gemaakt. Een van de wijzigingen was het verplaatsen van de knop voor veelgestelde vragen van het chatscherm naar het teamoverzichtscherf. Dit werd gedaan omdat meerdere respondenten aangaven dat ze hier zouden zoeken, omdat ze dit herkennen vanuit andere apps zoals Discord. Verder is de tekst bovenaan de chat gewijzigd van "bouwsector" naar "teamchat" om duidelijker te maken dat het de chat is en dat je erop kunt klikken voor meer informatie.



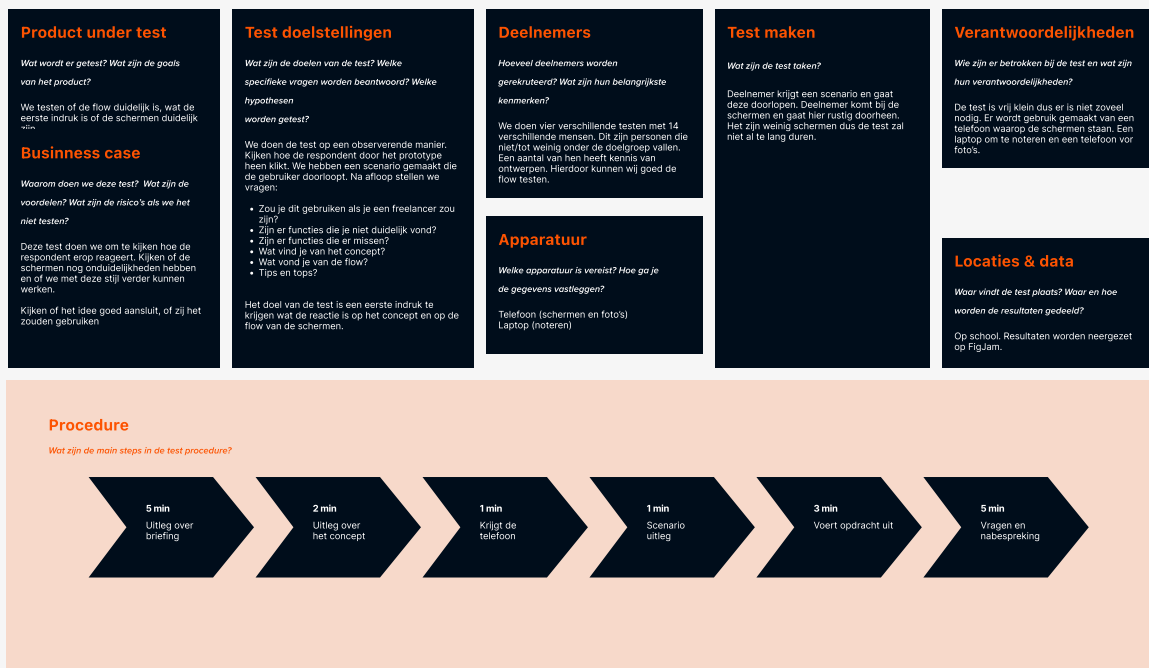
Figuur 55: wireframes V2 Freddy's



# Testplan

Voor het doen van een test, vulde we eerst een testplan in. Het testplan is een waardevol instrument om ervoor te zorgen dat het eindproduct voldoet aan de verwachtingen en behoeften van de doelgroep. Op deze manier konden wij een gestructureerde aanpak maken voor het evalueren van de gebruikerservaring. Het testplan hebben we meerdere keren gebruikt. Onder andere voor het testen tijdens de sprint week en het testen van het concept. We maakte gebruik van het dezelfde design. Het testplan staat ook nog in de bijlage voor extra leesbaarheid (zie bijlage 1)

## Testplan 1e schermen testen TeamLancer



Figuur 56: Testplan



## Scenario's

Tijdens het testen, maakte we gebruik van scenario's. Dit deden we zowel voor het testen tijdens de sprint week als het testen van het concept. Door scenario's op te stellen, konden wij heel doelgericht testen. Scenario's stellen specifieke doelen voor de gebruikers vast. Dit helpt testers zich te richten op de belangrijkste taken en interacties die gebruikers zullen uitvoeren. Het helpt ook om de testen gericht te houden.

Tijdens de sprint week hadden we twee scenario's die draaide om het concept. Het was aan de respondent de taak om het scenario te doorlopen. De scenario's staan ook in de bijlage voor de leesbaarheid (zie bijlage 1).



*Figuur 57: scenario test freelancer*

Bij het testen van de wireframes, deden we hetzelfde. We bedachten vijf verschillende scenario's. Ieder van deze zorgde ervoor dat een andere functie van het concept getest werd. Op deze manier werd de respondent door het concept heen begeleid en kregen wij feedback op de punten die wij het belangrijkste vonden.

## Scenario's



Je bent een startende freelancer en wil graag hulp krijgen van een expert. Je opent ... en maakt een account aan.



Je hebt een account aangemaakt en bent in een team toegevoegd. Je wil nu kijken wie er in je team zitten.



Je bent thuis en weet niet hoe je je aangifte moet regelen. Je besluit het via de app te vragen, door een chat met bijpassende foto te sturen.



Je hebt een hele algemene vraag en je gaat er vanuit dat deze al eens is gesteld. Je zoekt veelgestelde vragen op om hier tussen te kijken.



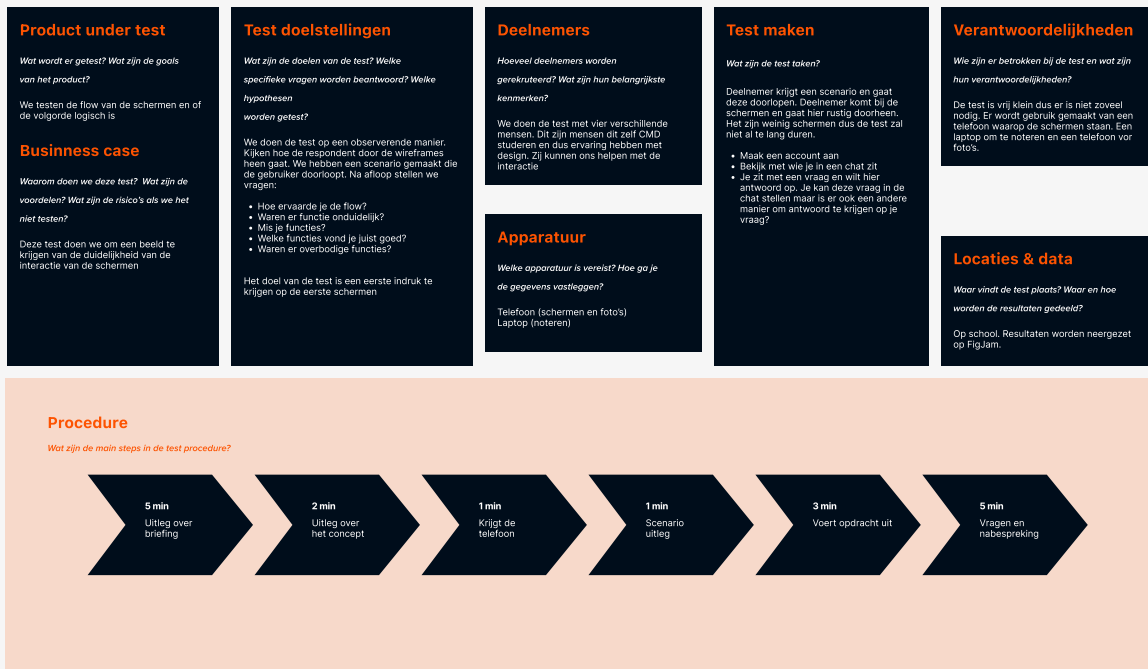
Je team bevalt je niet omdat het toch niet goed aansluit. Je besluit om je team te verlaten.

*Figuur 58: scenario test freddy's*

# Usability test concept Freddy's

We begonnen met het testen van de wireframes. Voor deze test vulden we het testplan (zie figuur x + bijlage 2) in en maakten we scenario's. Deze test voerden we uit met vier verschillende CMD'ers. Dit was erg handig omdat we snel in contact kwamen met deze personen en omdat zij precies de juiste feedback gaven.

## Testplan wireframes Freddy's

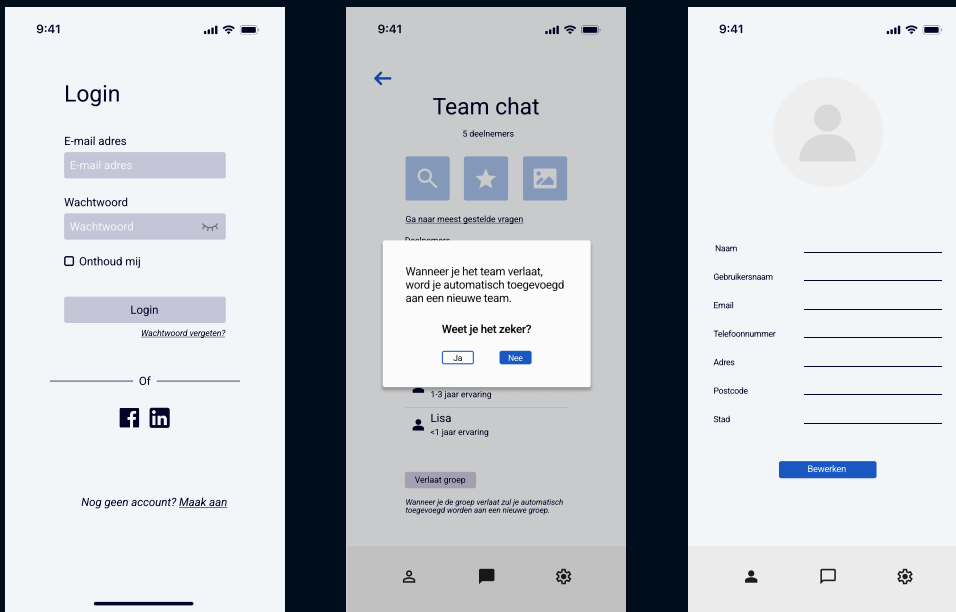


Figuur 59: Testplan concept Freddy's

We kregen vooral feedback over de interactie en de navigatie. Er waren enkele knoppen die niet juist werkten en sommige functies waren nogal onhandig. Ook stonden bepaalde knoppen op de verkeerde plaats. Soms wisten we niet zeker waar we een knop of functie moesten plaatsen. Door deze test te doen, ontvingen we waardevolle feedback waarmee we keuzes konden maken. Verder kregen we te horen dat de schermen tot nu toe overzichtelijk zijn en niet te veel toeters en bellen bevatten. Daarnaast ontvingen we suggesties voor enkele toevoegingen.

## High-fid prototype V1

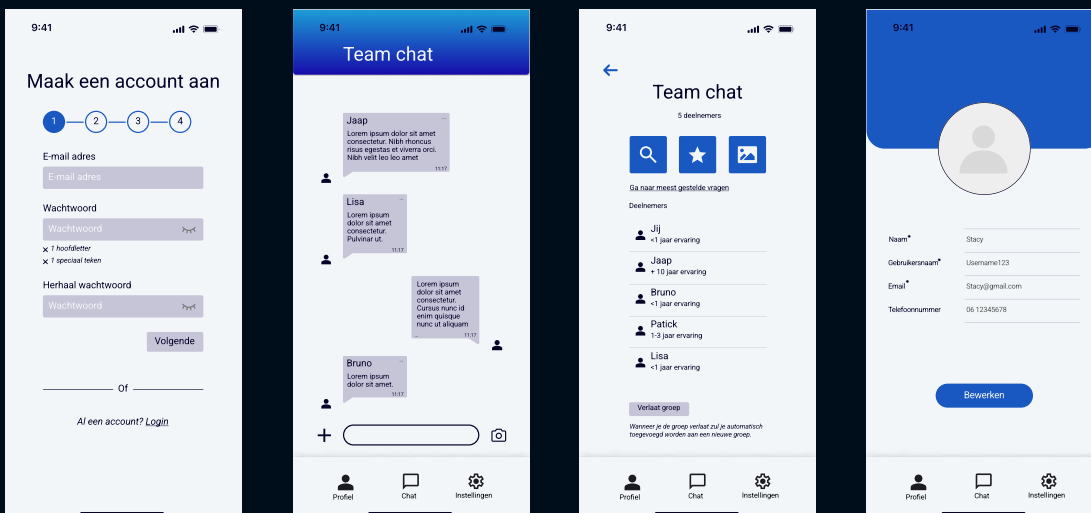
De wireframes hebben we omgezet tot high-fidelity prototypes aan de hand van de styleguide. Verder zijn er geen inhoudelijke aanpassingen gedaan in vergelijking met wireframes versie 2. Wederom hebben we het klikbaar gemaakt zodat we het konden testen. We wilden testen of de aanpassingen na de test met wireframes versie 1 zorgden voor verduidelijking samen met de visuele stijl.



Figuur 60: high-fid prototype V1 Freddy's  
[Klik hier voor het prototype](#)

## High-fid prototype V2

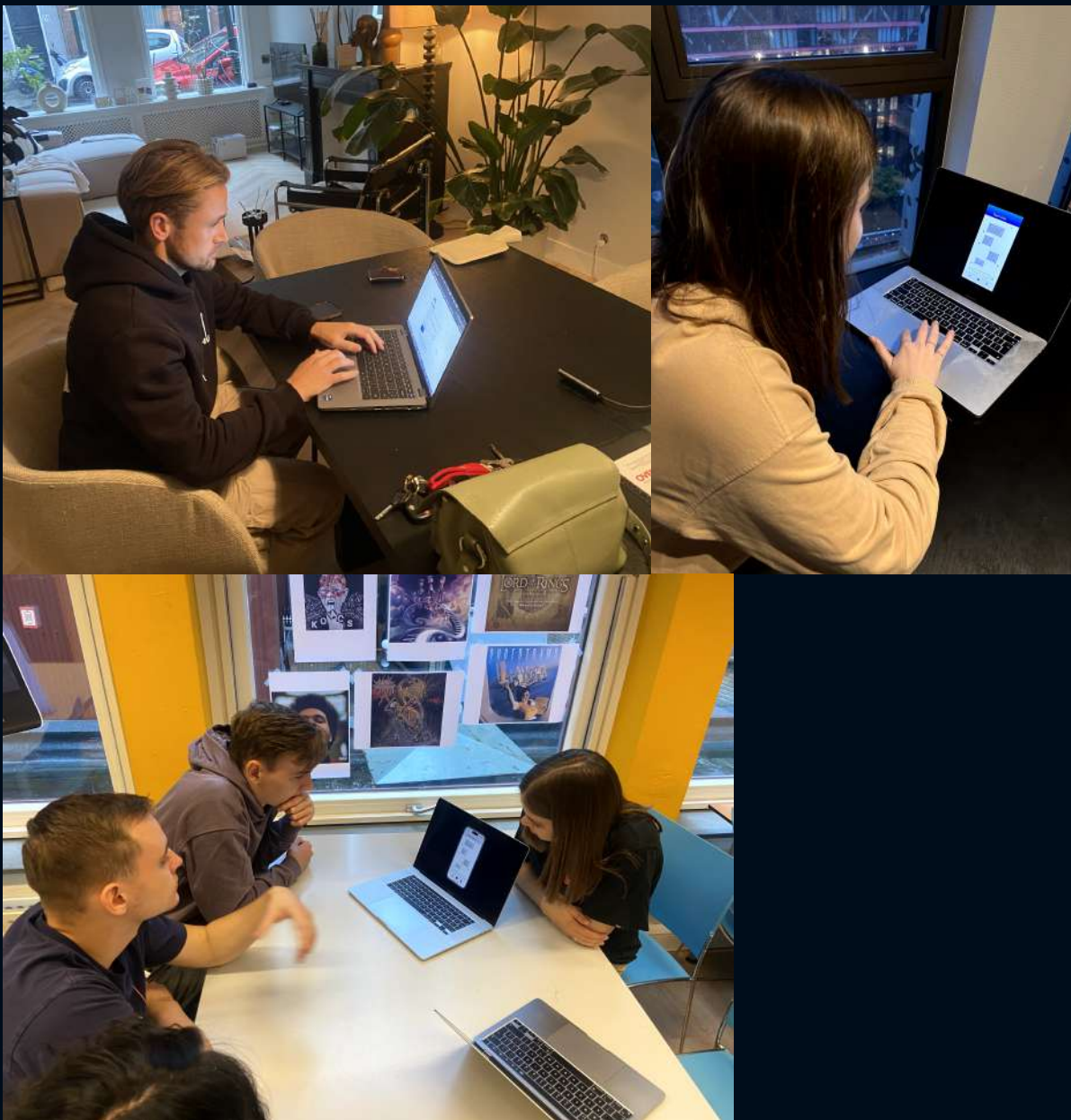
Aan de hand van de testresultaten zijn we begonnen aan een tweede versie van de high-fidelity. Hierin is onder andere het menu aangepast. Hier is tekst aan toegevoegd zodat voor de gebruiker duidelijk is waar ze alles kunnen vinden. Veel respondenten klikten namelijk nog steeds op het profiel voor de meest gestelde vragen. We willen dit verder gaan uitwerken wanneer er wordt gekozen voor het concept Freddy's.



Figuur 61: high-fid prototype V2 Freddy's

## Usability test concept Freddy's

Nadat we de wireframes hadden getest, hebben we ze verder uitgewerkt tot een high-fidelity prototype. Dit prototype hebben we vervolgens op dezelfde manier getest als de wireframes, met vier verschillende deelnemers, waarvan twee tot de doelgroep behoorden en twee niet. Deze deelnemers doorliepen dezelfde scenario's als in de vorige test. Dit deden we om te zien of de doelgroep de gebruikerservaring net zo gemakkelijk begreep als de CMD-studenten. Tijdens deze test ontvingen we opnieuw feedback over de navigatie, en alle vier de deelnemers gaven aan dat de schermen nog niet volledig voltooid leken. Ze omschreven de look en feel als ietwat kinderlijk en onsamenhangend. Daarnaast kwam naar voren dat ze de functie zouden willen hebben om de app anoniem te gebruiken. Verder werd aangegeven dat er een knop ontbrak en dat sommige knoppen niet helemaal goed leesbaar waren. Over het algemeen wisten de respondenten goed hun weg door de app te vinden. Deze feedback hebben we verwerkt en zullen we aan de opdrachtgever presenteren.



Figuur 62: usability testing

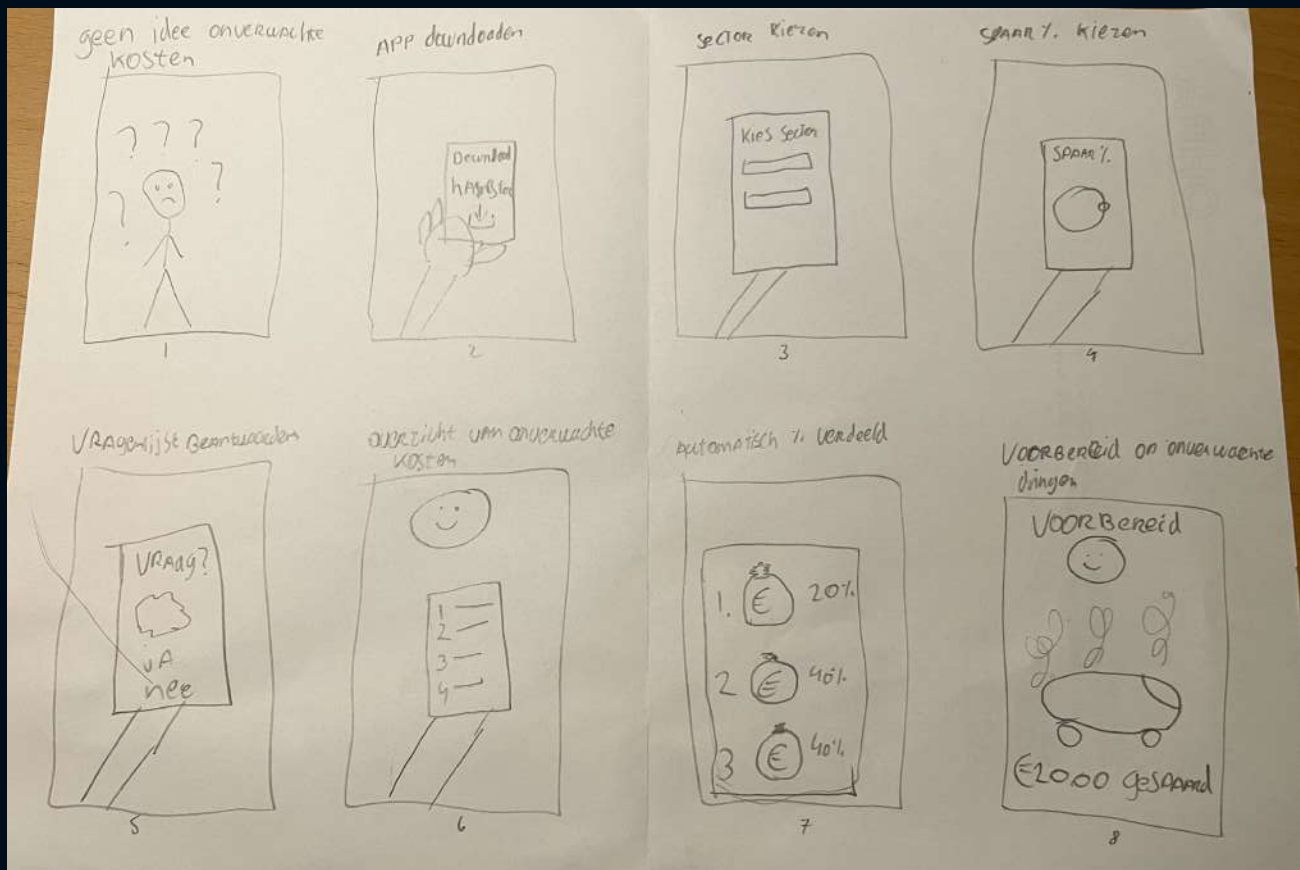


# Hamster

Het derde concept dat wij hebben uitgewerkt, heet Hamster. Dit is een app waarmee freelancers automatisch geld kunnen sparen voor specifieke spaardoelen die ze zelf hebben bepaald. Deze spaardoelen worden opgesteld aan de hand van een vragenlijst die de gebruikers invullen. Hieronder staat het proces beschreven van het ontwikkelen van deze app.

## De flow van de app

Nadat was besloten om dit concept uit te werken, is er een storyboard gemaakt om de app-flow te visualiseren. In eerste instantie heeft een startende freelancer weinig inzicht in de onverwachte kosten binnen zijn vakgebied. Vervolgens downloadt hij Hamster, kiest zijn sector en stelt het percentage in dat hij wil sparen van zijn inkomen. Daarna beantwoordt hij een vragenlijst waaruit automatisch spaarcategorieën worden gegenereerd waarvoor de freelancer kan sparen. Het gespaarde geld wordt automatisch verdeeld over deze categorieën. Op deze manier kan hij zonder veel moeite geld opzijzetten voor mogelijke onverwachte kosten, zoals bijvoorbeeld autoreparaties.

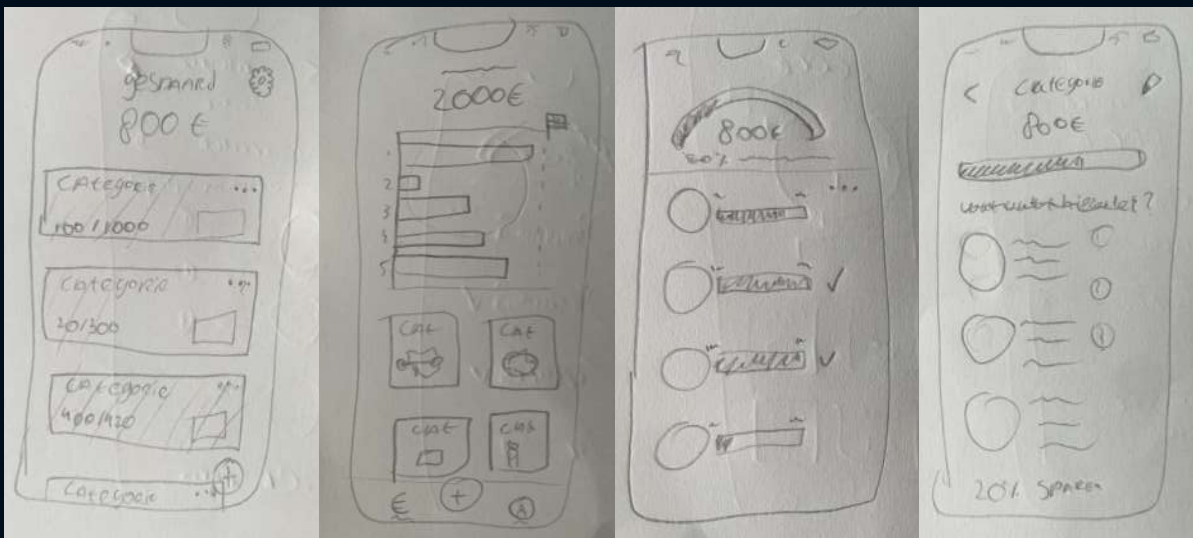


Figuur 63: Storyboard Hamster

# Hamster

## Schetsen

Het storyboard heeft ons een goed beeld gegeven van wat we met de app wilden bereiken. Hierdoor konden we verder met het maken van schetsen van de app-schermen. Hieronder zijn de schetsen van de belangrijkste schermen in de app te vinden. Voor twee schermen zijn er twee schetsen gemaakt, omdat deze schermen het vaakst zichtbaar zijn voor gebruikers. Voordat de wireframes werden uitgewerkt, is er gevraagd welke schets het duidelijkst was, en deze is vervolgens verder uitgewerkt.



Figuur 64: Twee schetsen van het overzichtsscherm (Links is gekozen)

Figuur 65: Twee schetsen van de spaardoelen (Links is gekozen)



Figuur 66: Schets van spaaractiviteit (links) en de vragenlijst (rechts)

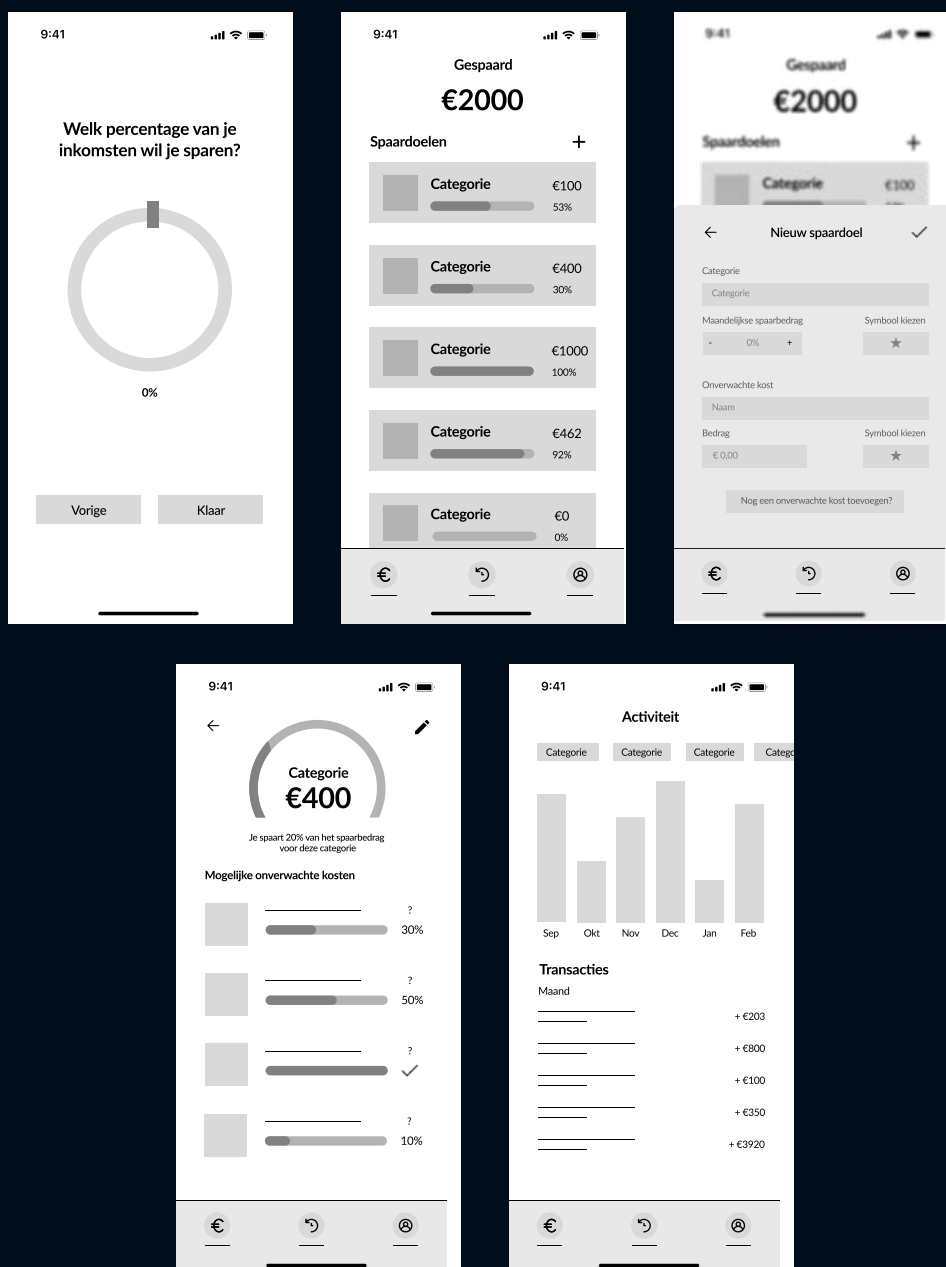
## Wireframes

Vervolgens zijn de schetsen in Figma omgezet in wireframes. Tijdens het maken van de wireframes werden nog enkele ontbrekende schermen ontdekt. Deze schermen waren noodzakelijk voor het goed laten functioneren van de app en zijn daarom direct uitgewerkt tot wireframes. Een voorbeeld hiervan is de mogelijkheid om een spaardoel aan te passen of te verwijderen.

# Hamster

## Wireframes testen

De wireframes zijn ook getest bij medestudenten. Hierbij werden verschillende taken toegewezen. Een aantal van deze taken omvatten het aanmaken van een account en het instellen van een spaarpercentage, het aanpassen van een categorie en het toevoegen van een spaardoel binnen een categorie. Aangezien het nog maar wireframes waren, hebben we extra uitleg gegeven om de testpersonen, die medestudenten waren, te helpen begrijpen wat het concept inhield. Tijdens de tests kwamen enkele verbeterpunten naar voren. Ten eerste vonden de testpersonen het niet meteen duidelijk wat het spaarpercentage precies betekende. Ze merkten ook op dat het handig was om te kunnen zien hoeveel spaardoelen er al waren behaald. Daarnaast werd er aangegeven dat het niet duidelijk was wat de balkjes binnen de spaardoelen betekende. Volgens de testpersonen lag het belangrijkste verbeterpunt bij het aanpassen en aanmaken van spaardoelen en onverwachte kosten. Dit proces snapte ze niet goed, waardoor we de suggestie kregen om dit duidelijker te maken door de verschillende processen te scheiden. Deze verbeterpunten hebben we meegenomen bij het maken van het prototype.



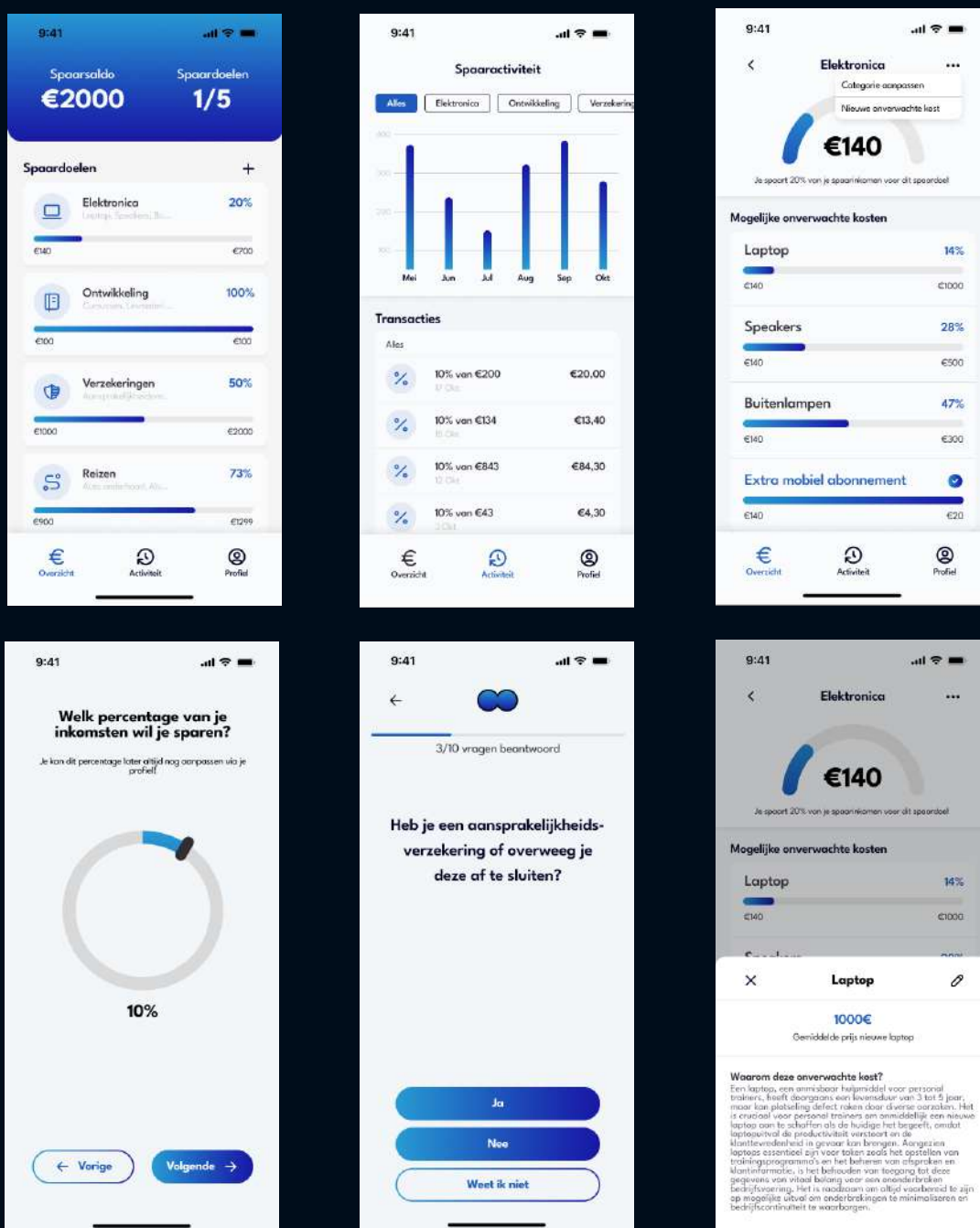
Figuur 67: Aantal van de belangrijkste wireframes van Hamster

# Hamster

## High-fid prototype

Na het testen van de wireframes zijn we begonnen met het maken van een high-fidelity prototype van de app. Tijdens dit proces waren er een aantal uitdagingen. Bij het testen van de wireframes kregen we het advies om een aantal functies van elkaar te scheiden, maar tijdens het ontwerpen merkten we dat dit een overvloed aan knoppen opleverde. Daarom hebben we een optieknop toegevoegd waarmee gebruikers na het klikken nog een specifieke keuze kunnen maken. Hierdoor werden de schermen niet te druk.

Een andere uitdaging was het ontwerpen van het scherm dat verschijnt nadat een gebruiker op een onverwachte kost heeft geklikt. Dit scherm kan variëren, afhankelijk van de informatie die moet worden gedeeld om de onverwachte kost uit te leggen. Daarom hebben we besloten om geen afzonderlijk scherm te maken, maar een pop-up te gebruiken. Dit maakt het mogelijk om alleen de noodzakelijke informatie te delen zonder dat het scherm leeg lijkt.

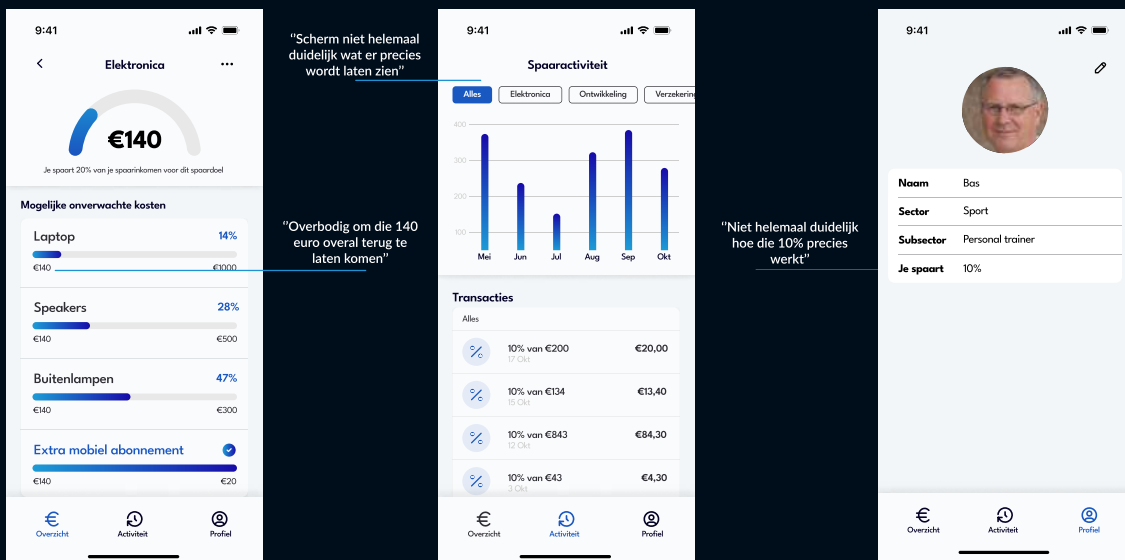


Figuur 68: Een aantal high-fid schermen van Hamster  
[Link naar prototype](#)

# Hamster

## Usability test prototype Hamster

Nadat we de wireframes hadden getest, hebben we ze verder uitgewerkt tot een high-fidelity prototype. Dit prototype hebben we vervolgens op dezelfde manier getest als de wireframes. Het deze testen zijn uitgevoerd met dezelfde mensen als waar de interviews mee zijn afgenomen. met vier verschillende deelnemers, waarvan twee tot de doelgroep behoorden en twee niet. Deze deelnemers doorliepen dezelfde scenario's als in de vorige test. Dit deden we om te zien. In het testplan is te zien welke taken/scenario's de respondenten hebben moeten doorlopen. Hiervan zijn de belangrijkste uitkomsten hieronder gevisualiseerd. De andere uitkomsten zijn opgenomen in Bijlage 14.



Figuur 69: Testresultaten

Uit de onlangs verkregen testresultaten komt naar voren dat gebruikers positief staan tegenover de functionaliteit van het bijhouden van spaardoelen en budgetten binnen onze app. Ze lopen echter tegen enkele gebruiksvriendelijkheids- en inzichtelijkheidsproblemen aan. Hieronder een overzicht van de bevindingen en de richting die we op willen gaan om deze problemen aan te pakken, mocht het besluit vallen om dit concept verder te ontwikkelen:

Algemene Bevindingen: De app wordt gewaardeerd om de mogelijkheid om financiële doelen en budgetten in kaart te brengen. Desondanks ervaren gebruikers moeilijkheden bij het toevoegen van items en het aanpassen van instellingen. Bovendien is er een duidelijke vraag naar meer duidelijkheid omtrent de werking en het nut van het spaarpercentage voor het bereiken van hun financiële ambities.



# Hamster

## Conclusie usability test Hamster

Gedetailleerde Feedback en Actiepunten:

1. Vereenvoudiging van Itemtoevoeging: Gebruikers vinden het huidige proces om items toe te voegen te ingewikkeld. We plannen een redesign om dit proces sneller en intuïtiever te maken.
2. Verduidelijking Spaarpercentage: Het is cruciaal om gebruikers beter te informeren over het spaarpercentage en hoe zij dit kunnen instellen. Hiervoor is zowel educatieve content als een vereenvoudiging van de instellingen nodig.
3. Verbeter de Zichtbaarheid van Spaardoelen: Gebruikers willen graag een duidelijker beeld van hun vooruitgang en behaalde doelen. We gaan de app aanpassen om deze informatie prominenter weer te geven.
4. Minimaliseer Overbodige Informatie: Het constant tonen van bepaalde bedragen wordt als overbodig beschouwd. We gaan onderzoeken welke informatie minder prominent aanwezig kan zijn.

Conclusie en Vervolgstappen: De testfase heeft cruciale inzichten opgeleverd voor het optimaliseren van zowel de gebruikerservaring als de functionaliteit van onze app. Door de genoemde punten aan te pakken, mikken we op een product dat niet alleen aan de technische eisen voldoet, maar ook plezierig is in gebruik.

# Conclusie

Ons hoofddoel is om freelancers meer inzicht te bieden in hun financiën. Om dit doel te bereiken, hebben we tijdens de designsprint één concept ontwikkeld, maar na feedback van de opdrachtgever besloten om nog twee aanvullende oplossingen te verkennen.

Onderzoek was een cruciaal element voor het succes van ons project. De feedback van de opdrachtgever benadrukte het belang van dit. Daarom hebben we uitgebreid onderzoek uitgevoerd en zijn we in gesprek gegaan met de doelgroep om hun behoeften en wensen beter te begrijpen.

Op basis van de verbeterde inzichten uit het onderzoek hebben we vele creatieve sessies gedaan. Hierdoor is het ons gelukt om uiteindelijk twee andere concepten te ontwikkelen die beter aansluiten op de behoeften en wensen van startende freelancers. Deze concepten zijn ook gebaseerd op de feedback van de doelgroep en de opdrachtgever.

Om de bruikbaarheid en effectiviteit van de nieuwe concepten te waarborgen, hebben we ze getest met de doelgroep. Deze tests hebben waardevolle inzichten opgeleverd die hebben bijgedragen aan verdere verbeteringen. Bij een definitieve keuze van een concept zullen we deze feedback verwerken.

We hebben ook aandacht besteed aan de technische aspecten van onze oplossingen, zodat het ontwerp eventueel ook gerealiseerd kan worden. Na een overweging hebben we gekozen voor Flutter als ons product gerealiseerd moet worden.

Het onderzoek naar de merkbeleving en de stijl heeft ervoor gezorgd dat onze producten aan zal sluiten op de behoeften en wensen van de gewenste gebruikers.

Deze aanpak benadrukt het belang van een iteratief proces, waarin onderzoek, conceptontwikkeling, testen en technische keuzes samenkomen om de uiteindelijke oplossing te vormen. We zijn nu goed voorbereid om de gekozen concepten verder te ontwikkelen en te verfijnen om freelancers daadwerkelijk te helpen bij het verkrijgen van meer inzicht in hun financiële situatie.

## Eindreflectie

Tijdens de designsprint hebben wij veel geleerd. We ontdekten het belang van het snel nemen van beslissingen en het vermijden van onnodige aarzeling. Binnen een kort tijdsbestek creëerden we een prototype en voerden we tests uit. Het resultaat hiervan is één van de drie concepten die we hebben ontwikkeld.

Voor de overige concepten zijn we begonnen met brainstormen. We hielden een creatieve sessie, maar al snel beseften we dat we onvoldoende onderzoek hadden verricht. We misten cruciale informatie met betrekking tot de doelgroep. Ons eerdere onderzoek was nogal oppervlakkig en had niet de diepgang die we nodig hadden. Dit werd bevestigd door de feedback van de opdrachtgever. Wij kregen het advies om dieper in te gaan op de behoeften van de doelgroep. We waren het hier volledig mee eens en besloten opnieuw interviews af te nemen. Helaas resulteerde dit in een vertraging van een week in ons schema. Terwijl we eigenlijk al aan het brainstormen hadden moeten zijn, waren we nog bezig met onderzoek.

Het opstellen van een onderzoeksplan zorgde voor een beter overzicht wat betreft het aanvullende onderzoek. We identificeerden welke informatie nog ontbrak en hoe we die konden verkrijgen. Door grondiger onderzoek konden we diep doordringen tot de kern van het probleem. Op basis van deze inzichten creëerden we insight-cards, die bijzonder waardevol bleken te zijn. Ze boden ons een overzicht van alle inzichten, waardoor we vervolgens goede ontwerprichtlijnen konden opstellen.

We ontdekten dat onverwachte kosten sterk variëren per sector. Dit is iets waar we zelf nog niet echt aan gedacht hadden. Vervolgens hebben we verschillende concepten ontwikkeld en samen met de doelgroep beoordeeld welk concept het beste aansloot bij hun wensen en behoeften. Daarnaast hebben we de concepten gedeeld met de opdrachtgever, zodat we rekening konden houden met de wensen en behoeften van beide partijen. Uiteindelijk hebben we één concept gekozen waar de opdrachtgever van overtuigd was en één concept waar we zelf van overtuigd waren.

Terugkijkend zijn we tevreden met het uitgevoerde onderzoek. We misten aanvankelijk een aanzienlijke hoeveelheid informatie. Nu alles helder is, kunnen we veel gericht te werk gaan. We hebben echter ook gemerkt dat we tijdens het schrijven van dit verslag weinig beeldmateriaal hebben gebruikt; het bestaat voornamelijk uit tekst. Dit is iets wat we in het komende kwartaal anders willen aanpakken. Op dit moment kijken we uit naar het oordeel van de opdrachtgever over onze concepten en zijn we enthousiast om de volgende fase in te gaan.

# Bronnenlijst

Adwise. (2018). *Wat jij kan leren van de social media strategie van bol.com*. Geraadpleegd op 13 september 2023, van <https://www.adwise.nl/blog/wat-jij-kan-leren-van-de-social-media-strategie-van-bol.html>

Axios Holding. (2019). [Afbeelding]. Geraadpleegd op 12 september 2023, van [https://axiosholding.com/wp-content/uploads/2019/10/rebrand\\_og\\_image-3e8939d1327feaae583a58b71c25589b95ad6ebc9c17cb9991e0af31cb30c860.jpg](https://axiosholding.com/wp-content/uploads/2019/10/rebrand_og_image-3e8939d1327feaae583a58b71c25589b95ad6ebc9c17cb9991e0af31cb30c860.jpg)

Bibi. (2023). *Met welke kosten moet je rekening houden als ZZP'er?* Paperdork. Geraadpleegd op 19 september 2023, van <https://paperdork.nl/met-welke-kosten-moet-je-rekening-houden-als-zzper/>

Broodfondsmakers. (z.d.). *Broodfonds - hoe het werkt*. Geraadpleegd op 25 oktober 2023, van [https://www.broodfonds.nl/hoe\\_het\\_werkt](https://www.broodfonds.nl/hoe_het_werkt)

COCD-Box® - School of Creative Thinking. (2022, November 21). *School of Creative Thinking*. Geraadpleegd op 3 oktober 2023, van <https://schoolofcreativethinking.nl/articles/cocd-box/>

Coolblue. (z.d.). [Afbeelding]. Geraadpleegd op 13 september 2023, van <https://image.coolblue.nl/content/531803>

Customer Thermometer. (2022). *Brand Experience*. Geraadpleegd op 13 september 2023, van <https://www.customerthermometer.com/customer-experience/brand-experience/>

De Ruijter, J. (13 juli, 2020). *Clusteren: 6 stappen om de beste ideeën te selecteren na een brainstormsessie*. Geraadpleegd op 3 oktober 2023, van <https://hatrabbits.com/clusteren/>

Designthinkingworkshop (2021, 24 april). *Brainstorm Methoden: 5 Technieken die Innovatie Aanwakkeren*. Geraadpleegd op 28 februari 2023, van <https://designthinkingworkshop.nl/brainstorm-methoden/>

De Snoo, L. (2023, 28 maart) *De voor- en nadelen van online boekhouden*. Geraadpleegd op 12 september 2023, van <https://www.mkbservicedesk.nl/administratie/boekhouding/de-voor-en-nadelen-van-online-boekhouden#:~:text=Met%20een%20online%20boekhoudprogramma%20kun,worden%20in%20geladen%20gegekoppeld%20of%20geanalyseerd.>

Direct Klantcontact. (2021) *Klantenservice zoals Coolblue*. Geraadpleegd op 13 september 2023, van <https://www.directklantcontact.nl/blog/klantenservice-zoals-coolblue>

Discord [Clyde]. (2022, 31 oktober). *An Exciting Update to Discord for Android*. *Discord Blog*. Geraadpleegd op 24 oktober 2023, van <https://discord.com/blog/android-react-native-framework-update>

Fisovee. (2019). [Afbeelding]. Geraadpleegd op 13 september 2023, van <https://fisovee.files.wordpress.com/2019/07/id-prism.jpg>

Flowbizz. (2020) [Afbeelding]. Geraadpleegd op 12 september 2023, van <https://flowbizz.nl/wp-content/uploads/2020/06/moneybird-logo-full-blue-296cefaf.png>

# Bronnenlijst

Flutter. (z.d.). *Flutter Showcase | BMW*. Geraadpleegd op 24 oktober 2023, van <https://flutter.dev/showcase/bmw>

Flutter. (z.d.). *Flutter Showcase | eBay*. Geraadpleegd op 24 oktober 2023, van <https://flutter.dev/showcase/ebay>

Gerritsen, J. (2023, 11 september). *Werken als Freelancer: De Belangrijkste Voor- en Nadelen*. Lancebase. Geraadpleegd op 19 september 2023, van <https://lancebase.io/nl/werken-als-freelancer-de-belangrijkste-voor-en-nadelen/>

Greenhouse.io. (2023). *Cleo Logo CleoBlue Positive RGB*. Geraadpleegd op 12 september 2023, van [https://s2-recruiting.cdn.greenhouse.io/external\\_greenhouse\\_job\\_boards/logos/400/743/300/original/Cleo\\_Logo\\_CleoBlue\\_Positive\\_RGB-\\_2\\_.png?1636039542](https://s2-recruiting.cdn.greenhouse.io/external_greenhouse_job_boards/logos/400/743/300/original/Cleo_Logo_CleoBlue_Positive_RGB-_2_.png?1636039542)

Hoffmann, S. (2022, 7 april). *Kleurenpsychologie: kleuren en hun betekenis*. Geraadpleegd op 12 oktober 2023, van <https://raidboxes.io/nl/blog/webdesign-development/color-psychology/>

iCulture. (2019, 24 april). *ING Bankieren: Meldingen inschakelen voor je betaalrekening*. Geraadpleegd op 12 september 2023, van <https://www.iculture.nl/wp-content/uploads/2019/04/ing-app-meldingen-inschakelen.png>

Ikwordzzper. (2023, 13 september). *Broodfonds: de voor- en nadelen*. Geraadpleegd op 25 oktober 2023, van <https://www.ikwordzzper.nl/zp-kennisbank/verzekeringen/broodfonds-de-voor-en-nadelen/>

Rby, L. (2023, 1 mei). *The 10 Best Personal Finance Apps of 2023*. Geraadpleegd op 12 september 2023, van <https://www.thebalancemoney.com/best-personal-finance-apps-4170650#:~:text=What%20is%20a%20Personal%20Finance,bank%20account%20is%20being%20spent.>

Jortt. (z.d.a). *Jortt*. Geraadpleegd op 12 september 2023, van <https://www.jortt.nl/>

Jortt. (z.d.b). [Afbeelding]. Geraadpleegd op 12 september 2023, van <https://www.jortt.nl/over-ons/logo/jortt-logo-fill.png>

Jortt. (z.d.c). [Afbeelding]. Geraadpleegd op 12 september 2023, van <https://www.jortt.nl/assets/jortt-dashboard-laptop-a41402afd112729ed1cfe692bc7180a6de67327a9452adbcea1ced3becbcf1f70465380779cce6dd246c13398dda9022a48743174f6959704365063eaa68933b.png>

Losekoot, J. (2016). [Afbeelding]. Geraadpleegd op 12 september 2023, van <https://pbs.twimg.com/media/Cmq1yhtWgAAA5T2?format=webp&name=900x900>

MasterClass. (2023, 2 juni). *How to pick a font for your brand: Guide to Choosing Fonts*. Geraadpleegd op 12 oktober 2023, van <https://www.masterclass.com/articles/how-to-pick-a-font>

Malou. (2023, September 11). *Ontdek de kracht van een freelance community voor ondernemers*. Help Digitaal. Geraadpleegd op 19 september 2023, van <https://www.helpdigitaal.nl/ontdek-de-kracht-van-een-freelance-community-voor-ondernemers/>

Moneybird. (z.d.). *Ontdek Moneybird*. Geraadpleegd op 12 september 2023, van <https://www.moneybird.nl/ontdek/>



# Bronnenlijst

Onlinekrachten (z.d.). *8 redenen om aan te sluiten bij een freelance community*. Geraadpleegd op 19 september 2023, van <https://www.onlinekracht.com/blog/8-redenen-om-aan-te-sluiten-bij-een-freelance-community>

Owls, G. (2023). *3 uitdagingen waarmee freelancers worden geconfronteerd, en 3 van de beste freelancetools*. GlobalOwls. Geraadpleegd op 19 september 2023, van <https://globalowls.com/nl/freelance-challenges-and-tools/>

Philips, M. (2017, 26 september). *Dark UIs. The good and the bad. dos and don'ts*. Geraadpleegd op 12 oktober 2023, van <https://www.toptal.com/designers/ui/dark-ui#:~:text=There%20are%20good%20reasons%20for,text%20on%20a%20white%20background>

PocketGuard. (z.d.). [Afbeelding]. Geraadpleegd op 12 september 2023, van <https://pocketguard.com/alerts/> Toshl. (2015). [Afbeelding]. Geraadpleegd op 12 september 2023, van [https://i0.wp.com/toshl.com/blog/wp-content/uploads/2015/12/Toshl\\_2.0\\_logo1.png?fit=1000%2C600&ssl=1](https://i0.wp.com/toshl.com/blog/wp-content/uploads/2015/12/Toshl_2.0_logo1.png?fit=1000%2C600&ssl=1)

Raben, N. (z.d.). *Coca-Cola: Timeless Brand Identity*. Geraadpleegd op 13 september 2023, van <https://ibrandstudio.com/articles/coca-cola-timeless-brand-identity>

React. (z.d.). Geraadpleegd op 21 september 2023, van <https://react.dev/>

Rodijk, M. (2021). *Wat is het moeilijkst aan freelancen?* Freelance.nl. Geraadpleegd op 19 september 2023, van <https://www.freelance.nl/community/het-moeilijkst-aan-freelancen>

Rompslomp. (z.d.). *Zelf boekhouden of uitbesteden*. Geraadpleegd op 12 september 2023, van <https://rompslomp.nl/blog/zelf-boekhouden-of-uitbesteden>

Scheper, J. (2023). *Al 7 jaar aan het freelancen, nog steeds doodeng*. Jessica Scheper. Geraadpleegd op 19 september 2023, van <https://jessicascheper.com/omgaan-met-freelancer-angsten>  
#:~:text=Het%20leven%20als%20freelancer%20is,angst%20en%20een%20heleboel%20stress.

Schilder, J. (2018). *Deze scherpe reacties van bol.com maken benen scheren een stuk leuker*. Geraadpleegd op 13 september 2023, van <https://www.thebestsocial.media/nl/deze-scherpe-reacties-van-bol-com-maken-benen-scheren-een-stuk-leuker/schermafbeelding-2018-04-06-om-11-32-09/>

Shiple, J. (2020, 26 februari). *How Tesla Sets Itself Apart*. Geraadpleegd op 13 september 2023, van <https://hbr.org/2020/02/how-tesla-sets-itself-apart>

React Native. (z.d.). *Showcase*. Geraadpleegd op 24 oktober 2023, van <https://reactnative.dev/showcase>

Slack. (z.d.). *Slack is your productivity platform*. Slack. Geraadpleegd op 21 september 2023, van <https://slack.com/>

Stats.fm. (z.d.). *stats.fm*. Geraadpleegd op 21 september 2023, van <https://stats.fm/>

TechCrunch. (2018, 24 september). [Afbeelding]. Geraadpleegd op 12 september 2023, van <https://techcrunch.com/wp-content/uploads/2018/09/Artboard-6-1.jpg?resize=536,680>

# Bronnenlijst

The Coca-Cola Company. (z.d.). *Coca-Cola Real Magic Hug Logo*. Geraadpleegd op 13 september 2023, van <https://www.coca-colacompany.com/content/dam/company/us/en/articles/body/coca-cola-real-magic-hug-logo.jpg>

The Hive Index. (2023, September 19). *20 Best Freelancing communities to join in 2023*. Geraadpleegd op 25 oktober 2023, van <https://thehiveindex.com/topics/freelancing/>

The Saving Dude. (z.d.). *PocketGuard Review: Your Ultimate Personal Finance App*. Geraadpleegd op 12 september 2023, van <https://www.thesavingdude.com/post/pocketguard-review-your-ultimate-personal-finance-app>

The Software Report. (z.d.). [Afbeelding]. Geraadpleegd op 13 september 2023, van <https://www.thesoftwarereport.com/wp-content/uploads/2021/08/Tesla-Software.jpg>

Theme. (z.d.). [Afbeelding]. Geraadpleegd op 12 september 2023, van [https://theme.zdassets.com/theme\\_assets/1826940/0c023e9a98592dfd7aab40212ad478a93ae8e5dd.png](https://theme.zdassets.com/theme_assets/1826940/0c023e9a98592dfd7aab40212ad478a93ae8e5dd.png)

Toshl. (2016). [Afbeelding]. Geraadpleegd op 12 september 2023, van <https://i0.wp.com/toshl.com/blog/wp-content/uploads/2016/09/import1-1.png?ssl=1>

Toshl. (2018). [Afbeelding]. Geraadpleegd op 12 september 2023, van <https://i0.wp.com/toshl.com/blog/wp-content/uploads/2018/03/screenshot-2-Amount.png?ssl=1>

Tweakers. (z.d.). [Afbeelding]. Geraadpleegd op 12 september 2023, van [https://tweakers.net/i/SHZxdtYoQPioXifO3dhQe1BsHQE=/x800/filters:sharpen\(0.5,0.1,false\):strip\\_exif\(\)/i/2005416350.webp?f=imagegallery](https://tweakers.net/i/SHZxdtYoQPioXifO3dhQe1BsHQE=/x800/filters:sharpen(0.5,0.1,false):strip_exif()/i/2005416350.webp?f=imagegallery)

Vue.js. (z.d.). *Showcase*. Geraadpleegd op 21 september 2023, van <https://vue.js.org/>

Yezzerr (z.d.). *Wat is het broodfonds*. Geraadpleegd op 19 september 2023, van <https://www.yezzer.nl/verzekeringen/arbeidsongeschiktheidsverzekering/info/broodfonds>

**De teksten zijn nagelopen op spellingscontrole met behulp van ChatGPT.**

OpenAI. (2022). *ChatGPT [Computer software]*. OpenAI. Geraadpleegd van 23 tot 26 oktober 2023, van <https://chat.openai.com/chat>

# Bijlage 1 - Testplan Design Sprint

## Product onder test

*Wat wordt er getest? Wat zijn de goals van het product?*

We testen of de flow duidelijk is, wat de eerste indruk is of de schermen duidelijk zijn.

## Business case

*Waarom doen we deze test? Wat zijn de voordelen? Wat zijn de risico's als we het niet testen?*

Deze test doen we om te kijken hoe de respondent erop reageert. Kijken of de schermen nog onduidelijkheden hebben en of we met deze stijl verder kunnen werken.

Kijken of het idee goed aansluit, of zij het zouden gebruiken.

## Test doelstellingen

*Wat zijn de doelen van de test? Welke specifieke vragen worden beantwoord? Welke hypothesen worden getest?*

We doen de test op een observerende manier. Kijken hoe de respondent door het prototype heen klikt. We hebben een scenario gemaakt die de gebruiker doorloopt. Na afloop stellen we vragen:

- Zou je dit gebruiken als je een freelancer zou zijn?
- Zijn er functies die je niet duidelijk vond?
- Zijn er functies die er missen?
- Wat vind je van het concept?
- Wat vond je van de flow?
- Tips en tops?

Het doel van de test is een eerste indruk te krijgen wat de reactie is op het concept en op de flow van de schermen.

## Deelnemers

*Hoeveel deelnemers worden gerekruteerd? Wat zijn hun belangrijkste kenmerken?*

We doen vier verschillende testen met 14 verschillende mensen. Dit zijn personen die niet/tot weinig onder de doelgroep vallen. Een aantal van hen heeft kennis van ontwerpen. Hierdoor kunnen wij goed de flow testen.

## Apparatuur

*Welke apparatuur is vereist? Hoe ga je de gegevens vastleggen?*

Telefoon (schermen en foto's)

Laptop (noteren)

## Test maken

*Wat zijn de test taken?*

Deelnemer krijgt een scenario en gaat deze doorlopen. Deelnemer komt bij de schermen en gaat hier rustig doorheen. Het zijn weinig schermen dus de test zal niet al te lang duren.

## Verantwoordelijkheden

*Wie zijn er betrokken bij de test en wat zijn hun verantwoordelijkheden?*

De test is vrij klein dus er is niet zoveel nodig. Er wordt gebruik gemaakt van een telefoon waarop de schermen staan. Een laptop om te noteren en een telefoon voor foto's.

## Locaties & data

*Waar vindt de test plaats? Waar en hoe worden de resultaten gedeeld?*

Op school. Resultaten worden neergezet op FigJam.

## Procedure

*Wat zijn de main steps in de test procedure?*



Je bent een startende freelancer en hebt moeite met je belastingen op tijd betalen en overzicht hierin houden. Je opent de app Teamlancer om te kijken welke betalingen je wanneer moet doen.



Je kijkt naar je team om te zien wie nog niet betaald heeft. Je stuurt deze personen een herinnering. Ook kijk je meteen naar het leaderboard om te zien hoe goed je team het doet tegen anderen.

# Bijlage 2 - Testplan Freddy's

## Product onder test

*Wat wordt er getest? Wat zijn de goals van het product?*

We testen of de flow duidelijk is, wat de eerste indruk is of de schermen duidelijk zijn.

## Business case

*Waarom doen we deze test? Wat zijn de voordelen? Wat zijn de risico's als we het niet testen?*

Deze test doen we om een beeld te krijgen van de duidelijkheid van de interactie van de schermen

## Test doelstellingen

*Wat zijn de doelen van de test? Welke specifieke vragen worden beantwoord? Welke hypothesen worden getest?*

We doen de test op een observerende manier. Kijken hoe de respondent door de wireframes heen gaat. We hebben een scenario gemaakt die de gebruiker doorloopt. Na afloop stellen we vragen:

- Hoe ervaren de flow?
- Waren er functies onduidelijk?
- Mis je functies?
- Welke functies vond je juist goed?
- Waren er overbodige functies?

Het doel van de test is een eerste indruk te krijgen op de eerste schermen

## Deelnemers

*Hoeveel deelnemers worden gerekruteerd? Wat zijn hun belangrijkste kenmerken?*

We doen de test met vier verschillende mensen. Dit zijn mensen die zelf CMD studeren en dus ervaring hebben met design. Zij kunnen ons helpen met de interactie

## Apparatuur

*Welke apparatuur is vereist? Hoe ga je de gegevens vastleggen?*

Telefoon (schermen en foto's)

Laptop (noteren)

## Test maken

*Wat zijn de test taken?*

Deelnemer krijgt een scenario en gaat deze doorlopen. Deelnemer komt bij de schermen en gaat hier rustig doorheen. Het zijn weinig schermen dus de test zal niet al te lang duren.

- Maak een account aan
- Bekijk met wie je in een chat zit
- Je zit met een vraag en wilt hier antwoord op. Je kan deze vraag in de chat stellen maar is er ook een andere manier om antwoord te krijgen op je vraag?



## Verantwoordelijkheden

Wie zijn er betrokken bij de test en wat zijn hun verantwoordelijkheden?

De test is vrij klein dus er is niet zoveel nodig. Er wordt gebruik gemaakt van een telefoon waarop de schermen staan. Een laptop om te noteren en een telefoon voor foto's.

## Locaties & data

Waar vindt de test plaats? Waar en hoe worden de resultaten gedeeld?

Op school. Resultaten worden neergezet op FigJam.

## Procedure

Wat zijn de main steps in de test procedure?



# Bijlage 3 - Testplan Hamster

## Product onder test

*Wat wordt er getest? Wat zijn de goals van het product?*

We testen of de flow duidelijk is, wat de eerste indruk is of de schermen duidelijk zijn.

## Business case

*Waarom doen we deze test? Wat zijn de voordelen? Wat zijn de risico's als we het niet testen?*

Deze test doen we om te kijken hoe de respondent erop reageert. Kijken of de schermen nog onduidelijkheden hebben.

Kijken of het idee goed aansluit, of zij het zouden gebruiken

## Test doelstellingen

*Wat zijn de doelen van de test? Welke specifieke vragen worden beantwoord? Welke hypothesen worden getest?*

Het doel van de test is om te kijken of het concept snel begrepen wordt en het er visueel allemaal goed uitziet.

Het doel van de test is een eerste indruk te krijgen wat de reactie is op het concept en op de flow van de schermen.

## Deelnemers

*Hoeveel deelnemers worden gerekruteerd? Wat zijn hun belangrijkste kenmerken?*

In deze test zijn er drie testpersonen die werken al freelancer. Ze zijn actief in drie verschillende sectoren en zijn nog relatief nieuw in de freelance wereld.

## Apparatuur

*Welke apparatuur is vereist? Hoe ga je de gegevens vastleggen?*

Telefoon (schermen en foto's)

Laptop (noteren)

## Test maken

*Wat zijn de test taken?*

Zie hiervoor de scenarios.

## Verantwoordelijkheden

*Wie zijn er betrokken bij de test en wat zijn hun verantwoordelijkheden?*

De test is vrij klein dus er is niet zoveel nodig. Er wordt gebruik gemaakt van een telefoon waarop de schermen staan. Een laptop om te noteren en een telefoon voor foto's.

## Locaties & data

Waar vindt de test plaats? Waar en hoe worden de resultaten gedeeld?

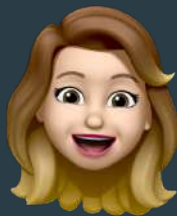
Op school. Resultaten worden neergezet op FigJam. Ook thuis bij de doelgroep.

## Procedure

Wat zijn de main steps in de test procedure?



Je bent een startende freelancer en wil graag inzicht krijgen in je financiën. Je opent Hamster en maakt een account aan.



Je hebt een account aangemaakt alleen staat nog niet alles er tussen. Je wilt een nieuwe categorie aanmaken.



Je vind dat je wel wat meer mag sparen. Je past het spaarpercentage aan.



Je bent nieuwsgierig naar hoeveel je de afgelopen tijd hebt gespaard. Je besluit te analyseren wat je allemaal hebt gespaard.

# Bijlage 4 - Onderzoeksplan

## Achtergrond en probleemstelling

In de afgelopen weken hebben wij onderzoek gedaan naar de doelgroep 'startende freelancers'. Nu zijn we erachter gekomen dat we te weinig onderzoek hebben gedaan. Het is nodig om extra onderzoek te doen voordat wij verder kunnen gaan met het proces. Het gebrek aan gedetailleerde inzichten heeft ons beperkt in ons vermogen om waardevolle en relevante concepten te ontwikkelen. Zonder een dieper begrip van de doelgroep, lopen we het risico concepten te bedenken die mogelijk niet aansluiten bij de echte behoeften van startende freelancers.

Het vorige onderzoek bestond vooral uit deskresearch. Daarnaast hadden we enkele interviews afgenomen, namelijk vier. Dit waren personen die gedeeltelijk onder de doelgroep vielen. Drie hiervan vielen onder de doelgroep en één persoon niet. Dit waren interviews die we deden middels de methode 1-op-1 interview. Echter hebben we daar niet de juiste vragen gesteld. Daardoor hebben we niet de juiste informatie gekregen.

Tijdens de deskresearch hebben we ons voornamelijk gericht op het verkrijgen van een breed begrip van het onderwerp. We hebben vragen onderzocht, zoals: Wat houdt het beroep van freelancer precies in? Welke stappen moeten freelancers nemen om aan de slag te gaan? Wat voor soort aankopen en investeringen moeten ze overwegen voordat ze hun onafhankelijke carrière kunnen beginnen? Ook hebben we de verschillende opties voor verzekeringen geïdentificeerd die freelancers kunnen overwegen. Dit vormde de basis voor ons begrip van het onderwerp en legde een solide basis voor verder onderzoek en analyse.

## Vragen voor het onderzoek

Aangezien dit onderzoek nog wat algemeen was, miste wij nog een aantal factoren:

- Wat zijn nou echt onvoorziene kosten voor een freelancer?
- Hoe gaan zij om met geld?
- Sparen zij? Sparen zij voor onvoorziene kosten?
- Maken zij gebruik van een boekhouder?
- Maken zij gebruik van andere soort programma's?

Om meer inzicht te verkrijgen, hebben we besloten om opnieuw interviews af te nemen. Deze interviews zullen plaatsvinden in een 1-op-1 gespreksvorm, waarbij één interviewer en één respondent rechtstreeks met elkaar praten. Deze aanpak stelt ons in staat om specifieke informatie, diepgaande inzichten en persoonlijke meningen te verzamelen. Tijdens deze interviews stellen we open vragen, waardoor de interviewer dieper kan ingaan op de antwoorden en een grondiger begrip kan krijgen van het standpunt van de respondent. Dit is een effectieve methode om gedetailleerde informatie te verzamelen en om persoonlijke verhalen en ervaringen te begrijpen. Tijdens de vorige interviews hebben we dezelfde methode gebruikt. Echter hebben we toen niet de juiste informatie verzameld. We zijn van mening dat dit niet door de methode komt, maar door de vragen die wij stelde. Voor deze interviews hebben we nieuwe vragen opgesteld.

Wederom zijn het open vragen, maar komen ze meer tot het punt waar we naar opzoek zijn. We hebben ons best gedaan om vragen te formuleren waarop niet alleen met 'ja' of 'nee' geantwoord kan worden, maar waarbij we juist uitgebreidere antwoorden verwachten. De vragen zijn als volgt:

- Hoelang freelance je al, en in welke sector?
- Welke onvoorziene kosten zijn er?
- Wat is je motivatie om te freelancen?
- Hoe ben je erachter gekomen wat je moet betalen?
- Ben je wel eens een betaling vergeten?
- Loop je wel eens ergens tegen aan?(pijnpunten)
- Werk je samen met een boekhouder?
- Werk je wel is samen met een partner?
- Hoe vind je opdrachten?
- Hoe ervaar je het alleen werken?
- Maak je gebruik van een freelance community? Wrm wel of niet?
- Heb je behoefte aan meer een zakelijk product? Of meer speels?
- Maak je wel eens gebruik van een app voor je kosten? Naast je bankapp?
- Welk advies zou je geven aan nieuwe freelancers om zich te beschermen tegen of voor te bereiden op onverwachte kosten?
- Wat zijn de standaard kosten die jij/elke freelancer heeft?
- Reserveer je een bepaald percentage van je inkomsten voor onvoorziene uitgaven? Zo ja, hoeveel?

### **Informatie verzamelen**

We verzamelen de informatie en werken samen op FigJam, wat voor ons een handig platform is vanwege de gebruiksvriendelijkheid en de mogelijkheden die het biedt. FigJam stelt ons in staat om op een overzichtelijke en gestructureerde manier gegevens te organiseren en te bespreken. We gebruiken FigJam als een centrale hub waarin we al onze bevindingen, ideeën en inzichten kunnen documenteren.

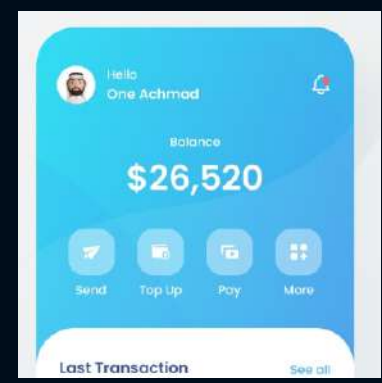
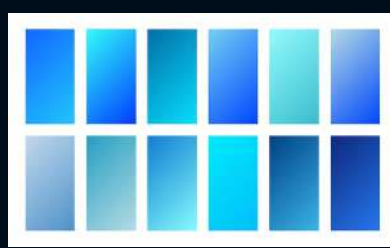
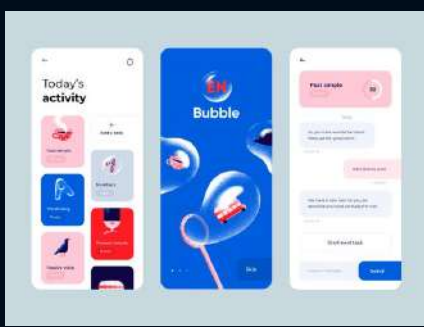
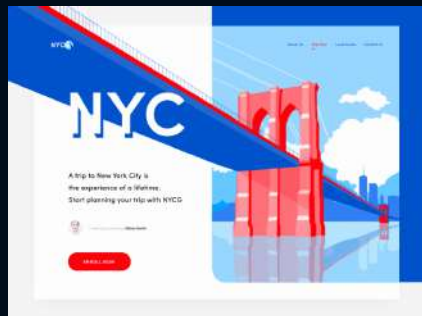
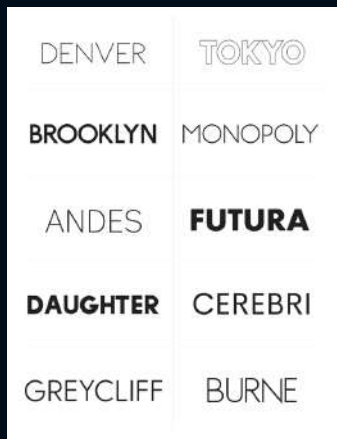
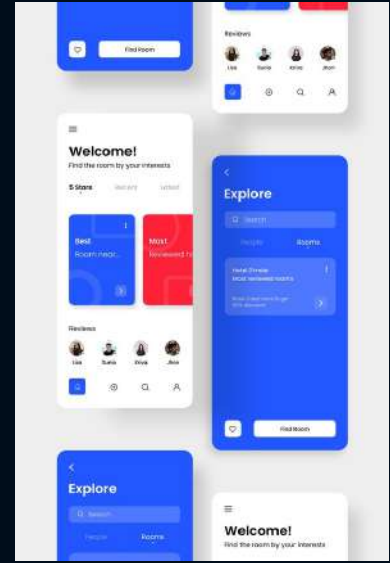
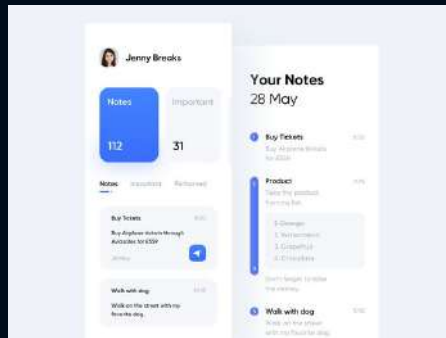
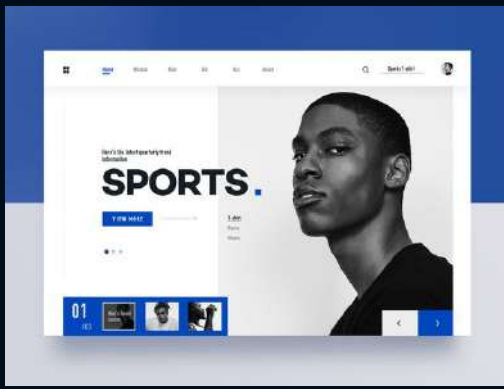
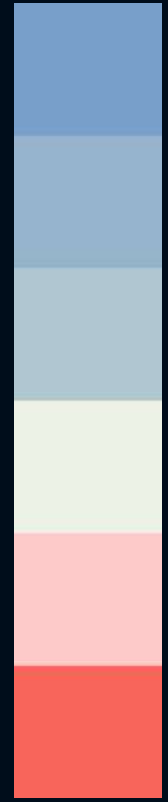
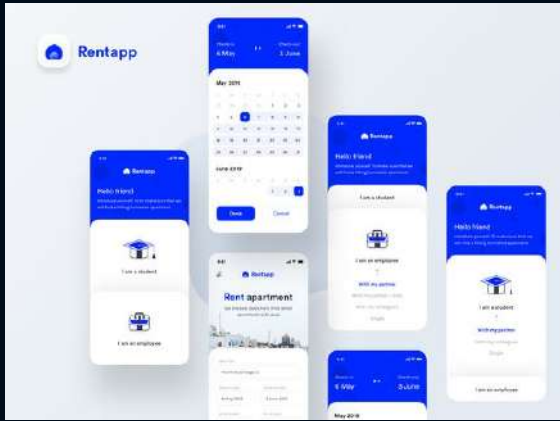
Daarnaast gebruiken we FigJam om de informatie grondig te bespreken en te analyseren. We vergelijken en koppelen inzichten aan elkaar om dieper inzicht te krijgen in het onderwerp dat we bestuderen. De flexibiliteit van het platform stelt ons in staat om gegevens op verschillende manieren te ordenen en te visualiseren, wat onze discussies en besluitvorming ten goede komt.

### **Vervolgstappen**

We maken insight cards en die verdelen we in verschillende categorieën. Vanuit daar kunnen we ontwerprichtlijnen maken die we vervolgens kunnen koppelen aan de inzichten



# Bijlage 5 - Moodboard merkbeleving



## Bijlage 6 - Interview 1

Type Interview: Dit interview werd face-to-face afgenomen en volgde een semi-gestructureerde aanpak. De vragen waren van tevoren voorbereid, maar er was ook ruimte voor doorvragen op basis van de antwoorden van Lizarjo.

Lizarjo Willims, een 24-jarige personal trainer, heeft van zijn passie voor fitness en welzijn een freelance carrière gemaakt. Zijn dagen zijn gevuld met het helpen van cliënten om hun persoonlijke gezondheids- en fitnessdoelen te bereiken. Echter, ondanks de voldoening die hij uit zijn werk haalt, heeft Lizarjo ook de financiële uitdagingen van het freelancen ervaren.

Een van de grootste onvoorziene kosten voor Lizarjo zijn gerelateerd aan vervoer, locatie en materiaal. De kosten om van de ene trainingssessie naar de andere te reizen kunnen snel oplopen, vooral als sessies door de stad verspreid zijn. Daarnaast zijn de kosten voor het huren van geschikte trainingslocaties en het aanschaffen of vervangen van trainingsequipment ook aanzienlijk. Hoewel hij altijd voorbereid is op mogelijke schadeclaims van cliënten, is hij tot dusver gelukkig gespaard gebleven van dergelijke financiële tegenvallers.

Lizarjo heeft geleerd dat financiële voorbereiding cruciaal is in het freelancen. Hij heeft een systeem opgezet om een deel van zijn inkomsten te reserveren voor onvoorziene uitgaven. Ook heeft hij geïnvesteerd in kwalitatief hoogwaardig materiaal dat minder snel aan vervanging toe is, en plant hij zijn sessies zoveel mogelijk op centrale locaties of bij cliënten thuis om de reiskosten te beperken.

Het doen van de belastingaangifte heeft Lizarjo in het begin wat hoofdbrekens bezorgd. Om deze reden heeft Lizarjo een boekhouder ingeschakeld. Hij maakt gebruik van financiële software om zijn inkomsten en uitgaven bij te houden, wat hem helpt om een helder overzicht te behouden en zich voor te bereiden op de belastingtijd. De software die Lizarjo gebruikt is Snelstart.

Ondanks de variabiliteit in inkomsten die soms optreedt in de fitnessbranche, vooral tijdens seizoensgebonden downtimes, houdt Lizarjo's passie voor het helpen van anderen en het zien van hun vooruitgang hem gemotiveerd. Hij heeft een trouwe klantenkring opgebouwd die waardeert hoe hij zich inzet om hen te helpen fitter en gezonder te worden. Achteraf gezien zou Lizarjo misschien wat meer financiële reserves hebben opgebouwd voordat hij aan zijn freelance reis begon. Hij adviseert nieuwe freelancers in de fitnessbranche om goed te plannen voor onvoorziene uitgaven en om een financiële buffer op te bouwen. Ook suggereert hij om voortdurend te investeren in hun vakbekwaamheid en netwerk om een stabiele stroom van klanten te behouden.

Door zijn ervaringen heeft Lizarjo waardevolle inzichten verkregen over het belang van financiële planning en voorbereiding in het freelance-leven. Hij blijft zich inzetten om zijn diensten aan te bieden en tegelijkertijd de financiële stabiliteit en groei van zijn onderneming te waarborgen, met de hoop om een blijvende positieve impact te hebben op het leven van zijn cliënten.

## Bijlage 7 - Interview 2

Type Interview: Dit interview werd face-to-face afgenomen en volgde een semi-gestructureerde aanpak. De vragen waren van tevoren voorbereid, maar er was ook ruimte voor doorvragen op basis van de antwoorden van Dylan.

Dylan de Jong, een 25-jarige freelancer in de horeca, is al twee jaar actief in deze sector. Naast zijn studie kiest hij voor freelancen vanwege de flexibiliteit die het biedt rondom zijn studierooster en de mogelijkheid om extra inkomen te verdienen naast zijn studiefinanciering. Hij merkt op dat freelancen een hoger uurtarief biedt in vergelijking met een reguliere bijbaan. Dylan maakt gebruik van platforms zoals YoungOnes en Temper om klussen te vinden, wat hem helpt om zijn freelance werk goed te combineren met zijn studieverplichtingen.

Om een goed beeld te krijgen van de tarieven in de sector, deed Dylan navraag bij andere freelancende studenten, zocht hij informatie op het internet op en voerde gesprekken met horeca-eigenaren. Financieel gezien reserveert hij ongeveer 10% van zijn inkomsten voor onvoorziene kosten zoals kapotte werkkleding of vervoerskosten. De overige 90% wordt gebruikt voor zijn dagelijkse uitgaven en een deel wordt gespaard voor toekomstige behoeften.

Dylan ervaart enkele uitdagingen in zijn freelance carrière. Zo heeft hij te maken met afwisselende roosters, onverwachte wijzigingen en mislopen van diensten door miscommunicatie tussen het platform of de horecagelegenheid en hem. Ook het proactief zoeken naar nieuwe opdrachten is een constante uitdaging, maar het houdt zijn werk interessant en dynamisch.

Op het gebied van boekhouding houdt Dylan het simpel. Hij werkt niet samen met een boekhouder aangezien hij zijn inkomsten en uitgaven relatief eenvoudig vindt om te beheren. Voor advies raadpleegt hij vaak vrienden die ook freelancen. De meeste van zijn opdrachten vindt hij via mond-tot-mondreclame, connecties in de horeca, schoolvrienden en via freelance platforms.

Hoewel hij het prima vindt om alleen te werken, mist Dylan soms de gezelligheid van vaste collega's. Het gebrek aan een vast team maakt het moeilijk om diepgaande relaties op te bouwen. Hoewel hij momenteel geen deel uitmaakt van een freelance community, overweegt hij dit in de toekomst wel als hij fulltime gaat freelancen.

Bij nadenken over de toekomst, is Dylan momenteel niet bezorgd over zijn pensioen of belastingbetalingen gezien zijn huidige parttime freelancen naast zijn studie. Hij is van plan om deze zaken serieuzer te nemen zodra hij zijn studie afrondt en overweegt om fulltime te freelancen.

Dylan's advies aan nieuwe freelancers is om een financiële buffer op te bouwen voor onvoorziene kosten en om een duidelijk beeld te hebben van het financiële management dat komt kijken bij freelancen. Het hebben van een financieel plan en het voorbereid zijn op onvoorziene uitdagingen zijn volgens hem cruciaal voor succes in de freelance wereld.

## Bijlage 8 - Interview 3

Type Interview: Dit interview werd face-to-face afgenomen en volgde een semi-gestructureerde aanpak. De vragen waren van tevoren voorbereid, maar er was ook ruimte voor doorvragen op basis van de antwoorden van Levi

Levi, een toegewijde freelancer in de zorgsector die hier pas een aantal maanden actief is. Hiervoor heeft Levi al ongeveer anderhalf jaar als freelancer in de horeca gewerkt. Met een passie voor het helpen van anderen, stortte Levi zich vol enthousiasme in zijn freelance carrière, maar kwam al snel de realiteit van het financieel beheer tegen.

In het begin werd hij geconfronteerd met onvoorziene kosten, vooral op het gebied van belastingen. Het niet volledig begrijpen van de omzetbelasting en de aftrekbare kostenregeling leidde tot het onverwacht meer betalen van belasting dan gepland. Daarnaast werd hij ook geconfronteerd met transportproblemen toen zijn vervoermiddel kapot ging. Dit triggerde Levi om zich meer te verdiepen in de fiscale aspecten van het freelancen. Door veel vragen te stellen en online onderzoek te doen, kreeg hij een beter inzicht in zijn betalings- en financiële verplichtingen als freelancer.

Het proces van belastingaangifte vond hij in eerste instantie uitdagend, maar na het verkennen van de belastingwebsite vond hij het proces uiteindelijk eenvoudig. In tegenstelling tot sommige freelancers, kiest Levi er niet voor om een specifiek bedrag te sparen voor onvoorziene kosten of andere doelen. Hij hanteert een flexibele aanpak en vindt het niet erg om te dealen met de schommelingen in zijn maandelijkse inkomsten en uitgaven.

Om een overzicht te houden van zijn financiën, maakt Levi notities van zijn inkomsten en uitgaven. Hij heeft ook een inboedelverzekering afgesloten, wat een van de weinige specifieke financiële maatregelen is die hij heeft genomen voor zijn freelance carrière. Bij het beheren van zijn financiën heeft hij ontdekt dat de app Dyme erg handig is, aangezien het helpt bij het categoriseren van waar zijn uitgaven naartoe gaan.

Achteraf gezien, zou Levi meer geld hebben gereserveerd voor onvoorziene kosten. Zijn ervaringen hebben hem ertoe gebracht om het belang van financiële voorbereiding en begrip te erkennen voordat men aan een freelance carrière begint. Hij adviseert nieuwe freelancers om de belastingaangifte volledig te begrijpen voordat ze beginnen en om een spaarrekening te openen voor onvoorziene uitgaven.

Levi heeft ook ideeën over hoe financieel beheer voor freelancers kan worden vereenvoudigd. Hij ziet een behoefte aan een digitaal belastingberekeningsformulier of een belastingapp waar freelancers hun beroep kunnen instellen en de app berekent welke kosten ze moeten reserveren. Vooral voor freelancers zoals therapeuten, die ruimtes moeten huren voor hun sessies, zou zo'n app nuttig kunnen zijn om te anticiperen op de verschillende kosten waarmee ze te maken kunnen krijgen. Door de jaren heen heeft Levi niet alleen een waardevolle dienst verleend aan zijn gemeenschap, maar heeft hij ook een schat aan kennis vergaard over het financieel navigeren door het freelance landschap, en hij is bereid om die kennis te delen met anderen die dezelfde weg inslaan.



## Bijlage 9 - Interview 4

Dit interview is afgenomen met Michael Verhulst. Michael is bijna 60 jaar oud en werkt al 25 jaar als freelancer. Hij is werkzaam in de ICT-sector en momenteel in dienst bij PostNL als senior BI consultant. Zijn motivatie om te gaan freelancen kwam voort uit de wens om verder te groeien in zijn carrière. Veel bedrijven zochten iemand met zijn kennis, en hij kon in zijn toenmalige baan niet meer doorgroeien. Daarom nam hij de beslissing om zelfstandig te beginnen. Omdat er veel vraag was naar zijn expertise, hoefde hij weinig moeite te doen om opdrachten te vinden. Hij vertelde zijn netwerk dat hij zelfstandig ging werken, en de opdrachten stroomden binnen.

De respondent gaf aan dat hij het allerbelangrijkst vond om een arbeidsongeschiktheidsverzekering te hebben voordat hij begon als freelancer. Dit wilde hij omdat hij net een huis had gekocht en twee kinderen had. Hij vond het belangrijk dat hij zijn gezin kon onderhouden op het moment dat hij ziek zou worden. In zijn tijd bestond een broodfonds nog niet. Als dit wel had bestaan, zou hij er ook geen gebruik van hebben gemaakt. Dit komt doordat het gaat om relatief kleine bedragen. Wanneer je een gezin en/of een huis hebt, kun je niet steunen op een broodfonds.

Michael gaf aan dat hij een kapotte laptop ziet als een onvoorziene uitgave. Hij beschouwt dit als de enige onvoorziene uitgave, op het moment dat er iets kapot gaat. Daarnaast merkte hij op dat het mogelijk is dat je een opdracht krijgt in Groningen en dat je reiskosten en hotelovernachting niet vergoed worden. Of dit als een onvoorziene kost beschouwd kan worden, daarover twijfelt hij. Het is namelijk niet iets wat zomaar op je pad komt, maar waar je wellicht niet op had gerekend. Je kunt nog steeds zelf beslissen of je de opdracht aanneemt, terwijl je een kapotte laptop niet kunt kiezen.

De tip die hij startende freelancers wil meegeven, is dat je ervoor moet zorgen dat je een financiële buffer opbouwt, bij voorkeur al voordat je begint. De eerste 3 maanden krijg je namelijk geen geld binnen. Je moet namelijk eerst een maand werken om een factuur te kunnen maken. Nadat je een factuur hebt verstuurd, wordt deze misschien pas binnen 6 weken betaald. Zo heb je in de eerste maanden dus geen inkomen.

Een pijnpunt dat naar voren kwam, was het solitaire aspect van freelancen. Als je in loondienst bent, heb je collega's met vergelijkbare kennis om je heen. Wanneer je ergens niet uitkomt, kun je bij hen terecht. Als freelancer heb je dat niet. Als je ergens niet uitkomt, sta je er alleen voor. Daarom heb je een goed netwerk nodig waar je in dergelijke situaties op kunt terugvallen. Michael heeft zijn netwerk opgebouwd door naar de SAP-borrel te gaan, die om de twee maanden werd gehouden. Daar leerde hij mensen kennen, waarbij andere ZZP'ers de borrel organiseerden en bedrijven deze sponsorde. Daarnaast had hij tijdens zijn loondienst veel mensen leren kennen. Zoals ik al eerder aangaf, zochten veel mensen naar zijn kennis, waardoor het gemakkelijk werd om een netwerk op te bouwen, omdat hij snel veel opdrachten kreeg.



## Bijlage 10 - Interview 5

Het volgende interview is gehouden met Daan Kroft. Hij werkt als UX-designer en is nu twee jaar werkzaam als ZZP'er. Hij werkt voor een bedrijf en daarnaast voor zichzelf. Hij vertelde dat hij over het algemeen geen onvoorziene kosten heeft. Toch beschouwt hij het als onvoorziene kosten wanneer bijvoorbeeld zijn laptop kapot gaat. Bovendien gaf hij aan dat bij de hostingpartij waar hij de websites van zijn klanten onderbrengt, de kosten plotseling omhoog gingen. Ook dat was een onvoorziene uitgave.

Daan heeft al een paar keer meegemaakt dat hij te laat was met zijn belastingaangifte. Dit vond hij erg vervelend, omdat het hem veel geld heeft gekost. Ten eerste kreeg hij een boete van 68 euro. Bovendien maakt de overheid een schatting van wat je moet betalen, en dit kan meer zijn dan wat hij daadwerkelijk verschuldigd is. De reden dat hij dit vergat, was vooral omdat hij de aangifte doen een vervelende taak vond. Het kost hem veel tijd, en hij vindt het saai. Om ervoor te zorgen dat dit hem niet nogmaals zou overkomen, had hij de app Jortt gedownload. Dit is een boekhoudprogramma. Jortt controleert je boekhouding en geeft ook advies. Dit werkt het hele jaar door. Je kunt een abonnement afsluiten voor 20 euro per maand en de app gedurende die tijd gebruiken.

Daan heeft meerdere apps uitgeprobeerd, maar vindt dat Jortt het beste werkt. Het werkt snel en is een eenvoudige app zonder te veel poespas. Wat hij wel mist, is dat je je bonnetjes niet kunt inscannen, maar alles met de hand moet invullen. Zijn advies voor nieuwe freelancers is dan ook om een app te gebruiken voor hun boekhouding of om een boekhouder in te huren. Wanneer je het zelf doet, kan het namelijk voorkomen dat je af en toe een foutje maakt. Dit kan je veel geld kosten, en dat is zonde, zeker in het begin.

Een andere tip die Daan geeft, is dat je als starter moet zorgen voor een financiële buffer. Dit is iets wat Michael ook al zei tijdens het interview met hem. Daan gaf aan dat het handig is om een buffer te hebben op het moment dat je net begint. Het is verleidelijk om geld uit te geven, en in het begin vergeet je misschien zelfs dat je nog je BTW-aangifte moet indienen. Door een buffer te hebben, kun je je dit veroorloven. Daarnaast zet hij elke maand een bepaald bedrag opzij. Hij probeert vaak 10% van zijn verdiende geld opzij te zetten. Naast zijn werk als ZZP'er, is hij ook in loondienst. Daarom is het voor hem gemakkelijker om geld opzij te zetten, omdat hij elke maand al kan rekenen op het bedrag dat hij krijgt van zijn loondienst. Op zijn ZZP-werk kan hij niet altijd rekenen, omdat dit elke keer verschilt. Dit vindt hij verder niet vervelend.

Qua verzekeringen heeft hij alleen een zorgverzekering, omdat dit verplicht is. Als hij nog een andere verzekering zou moeten afsluiten, overweegt hij een AOV. Hij zou echter eerder de keuze maken om zich aan te sluiten bij een broodfonds. Een AOV is namelijk te duur voor hem. Aangezien hij ook in loondienst is, acht hij het niet nodig, omdat hij daar al verzekerd is.

Alle informatie die Daan mij vertelt, heeft hij zelf vergaard door middel van onderzoek. Hij heeft veel op internet gelezen toen hij wilde beginnen als freelancer. Daarnaast had hij vrienden om zich heen die ook met freelancen begonnen en met wie hij kon overleggen. Hij vond het prettig om samen met anderen beslissingen te nemen, zoals bijvoorbeeld de keuze om al dan niet een boekhouder in te schakelen. Het is namelijk fijn om bevestiging te krijgen van anderen die ook net beginnen, omdat het in het begin wellicht wat onzeker is.

## Bijlage 11 - Interview 6

Dit interview is gedaan met Daan Stormink. Deze persoon werkt in de sales sinds 2018. Hij houdt zich bezig met verschillende projecten.

Hij vertelt dat hij niet per se onvoorziene kosten heeft. Hij is van mening dat freelancers over het algemeen ook niet veel onvoorziene kosten hebben, hooguit een paar tientjes voor bijvoorbeeld een boekhoudprogramma. Als zijn laptop stukgaat, beschouwt hij dit niet zozeer als een onvoorziene kost als freelancer, maar meer als een persoonlijke uitgave. De reden dat hij geen onvoorziene kosten heeft, is simpelweg omdat hij dit zelf nog nooit heeft meegemaakt. Hij ziet belastingen ook niet als onvoorzien. Hij heeft een boekhouder die hem advies geeft, en hierdoor mist hij zijn belastingaangiftes niet.

Toen hij net begon, werkte hij samen met een vriend die al enkele jaren als freelancer actief was. Deze vriend hielp hem bij het doen van zijn belastingaangiftes. Na verloop van tijd gingen ze uit elkaar. Daan besloot toen om een boekhouder in te schakelen, omdat hij zich niet wilde bezighouden met al het papierwerk. Desondanks raadt Daan aan om pas een boekhouder te nemen op het moment dat je wat meer geld begint te verdienen. Anders, zo stelt hij, is het niet nodig om je hier zorgen over te maken. Hij beschouwt het als zonde van je geld als je nog niet veel verdient. Er zijn voldoende platforms die je kunnen helpen, en je kunt veel informatie op internet vinden.

Daan had in het begin moeite met het feit dat zijn inkomen onzeker was. Hij probeerde zoveel mogelijk opdrachten tegelijk te krijgen, zodat hij niet zonder geld zou komen te zitten. Hij maakte geen gebruik van platformen om overzicht te krijgen over zijn financiën. Hij ging samenwerken met een vriend van hem om het een en ander te leren over het vak. Uit die samenwerking ontving hij een aantal opdrachten die ook werden verlengd. Hierdoor werd het zekerder dat hij inkomen zou hebben. Nu, enkele jaren later, werkt hij nog steeds aan opdrachten die telkens worden verlengd. Van dat inkomen zet hij elke maand een deel opzij. De ene maand heeft hij een extra opdracht en zet hij meer geld opzij. Hij streeft ernaar om elke maand hetzelfde bedrag of zelfs meer opzij te zetten.

Daan heeft een AOV afgesloten voor het geval dat hij ziek wordt. Op die manier heeft hij iets om op terug te vallen. Hij heeft nooit nagedacht over een broodfonds, omdat hij een AOV gemakkelijker vond om af te sluiten. Een broodfonds zag hij meer als een verplichting, omdat je vaak in een 'groep' zit met mensen die je kent. Natuurlijk heeft hij een netwerk, maar hij wil dit niet combineren met geld en uitkeringen. Nu is een AOV wel wat duurder, maar hij kan er ook meer uithalen.

Daan heeft zijn informatie vergaard door boeken te lezen en naar podcasts te luisteren. Op internet is veel informatie beschikbaar, en je kunt eigenlijk alles wel vinden. Daarnaast had hij mensen om zich heen die hem hebben geholpen.

Hij vertelde dat hij in het begin veel geld heeft uitgegeven. Hierna moest hij nog aangifte doen en toen kwam hij erachter dat hij veel te veel geld had uitgegeven. Ondanks dat hij mensen had die hem hielpen en veel had gelezen, overkwam dit hem toch. Het is voor iedereen verleidelijk om geld uit te geven, en daar moet je als starter echt rekening mee houden. Zorg ervoor dat je goed voorbereid bent en een buffer hebt opgebouwd. Dit advies komt nu al voor de derde keer terug.

Daan vertelde als laatste het volgende: 'Zorg dat je iemand in je omgeving hebt die verstand heeft van financiën. Dit kan moeilijk zijn in het begin. Lees hierover en zorg dat je zelf ook kennis krijgt. Zorg er daarnaast voor dat je altijd geld hebt om op terug te vallen. Geef niet alles uit, maar behoud een buffer. Je moet ook niet afhankelijk zijn van één opdrachtgever. Zorg er altijd voor dat je voldoende inkomsten hebt. Mocht je slechts één opdrachtgever hebben, zorg dan dat je duidelijke afspraken maakt en een contract hebt, zodat je in ieder geval geld binnenkrijgt.'



## Bijlage 12 - Interview 7

Kevin, een vierdejaars student Communicatie- en Multimediadesign (CMD) en freelancer gedurende iets meer dan zes maanden, heeft ervaring opgedaan in webdesign en het ontwerpen van visitekaartjes en andere grafische elementen. Hij combineert zijn freelancewerk met een baan bij Albert Heijn.

Kevin heeft weliswaar weinig te maken gehad met onverwachte kosten, maar herinnert zich een incident waarbij de hostingkosten voor een klant hoger bleken te zijn dan aanvankelijk aangegeven, deels door de keuze om jaarlijks te betalen.

Als startende freelancer heeft Kevin aanzienlijk onderzoek verricht naar potentiële kosten, met name gericht op webhostingkosten voor zowel zijn eigen behoeften als die van klanten.

Kevin definieert onverwachte kosten als kosten die zich voordoen wanneer je bepaalde aspecten over het hoofd ziet in je planning, zoals het onderschatten van de grootte van een hostingpakket.

In het verleden heeft Kevin geen problemen ondervonden met betrekking tot belastingen of boetes. Het proces van belastingaangifte doen ervaart Kevin niet als bijzonder moeilijk, vooral als je je boekhouding op orde hebt en gebruikmaakt van speciale programma's om de aangifte voor te bereiden. Hij benadrukt echter het belang van vooraf inlezen over welke kosten je kunt declareren.

Kevin doet zelf zijn belastingaangifte omdat zijn freelanceactiviteiten relatief eenvoudig zijn, met weinig transacties en inkomsten. Zijn bijbaan bij Albert Heijn levert ook nog extra inkomsten op.

Hoewel Kevin geen speciale boekhoud-apps gebruikt, maakt hij gebruik van een door Knab Bank voorgeprogrammeerde Excel-sheet om zijn financiën bij te houden, met name voor btw-aangifte.

Op dit moment investeert Kevin al zijn freelance-inkomsten terug in zijn werk, in de hoop op groei en het aantrekken van meer klanten. Hij beschouwt dit als een investering en heeft het geld momenteel niet nodig, mede doordat hij ook bij Albert Heijn werkt en daar pensioen opbouwt.

Kevin heeft geen specifieke verzekering afgesloten als ZZP'er, vooral omdat hij nog steeds elders werkt en daar pensioen opbouwt. Bovendien heeft hij weinig waardevolle bezittingen die hij zou moeten verzekeren.

Zijn inkomen varieert maandelijks, afhankelijk van de aard van zijn freelanceprojecten. Hij beschouwt deze inkomstenschommelingen echter niet als een probleem, maar eerder als een manier om ervaring op te doen voor de toekomst.

Kevin heeft zijn kennis over belastingen en financiële zaken grotendeels opgedaan via online evenementen, met name van de Kamer van Koophandel en de Belastingdienst. Deze evenementen boden uitgebreide informatie over zakelijke financiën, belastingen en gerelateerde onderwerpen, waaruit hij waardevolle inzichten heeft verkregen voor zijn freelanceactiviteiten.

Achteraf gezien, merkt Kevin op dat hij zichzelf in het begin misschien te weinig heeft uitbetaald voor de tijd en het werk die hij in sommige projecten heeft gestoken. Dit is een veelvoorkomende valkuil voor beginnende freelancers, en hij suggereert dat nieuwe freelancers zich van tevoren goed inlezen en een financieel plan opstellen om onverwachte kosten te voorkomen.

# Bijlage 13 - Uikomsten test Teamlancer

Eerste test:

Respondenten: 1 CMGT student en 1 CMD student

Algemene indruk: Het concept werd als leuk ervaren, vooral het kijken naar andere teams.  
De navigatieflow was intuïtief.

Punten van kritiek:

Onduidelijkheid over het geluidsicoon en de "niet betaald" functie.

De balk in het overzicht werd als onduidelijk beschouwd.

Missende functies: Speluitleg, homescherm voor meldingen.

Tips: Vergroten van sommige knoppen, integratie met LinkedIn, meer aandacht voor privacy, gelijkenissen met de Rabobank app werden als positief gezien.

Tweede test:

Respondenten: 1 CMGT student, 2 CMD studenten, 1 informatica student

Algemene indruk: De app werd gezien als handig voor freelancers die in teams werken.

Punten van kritiek:

Te kleine knop voor melding over niet-betaling.

Het overzichts balkje bij het geldoverzicht was niet duidelijk.

Missende functies: Personaliseerbare meldingsberichten.

Tips: Verwijderen van de "bekijk team" knop, optie om direct op de persoon te klikken die nog moet betalen.

Derde test:

Respondenten: 1 informatica student, 3 CMD studenten

Punten van kritiek:

Onduidelijkheid over het puntenverdienmodel.

Icoon voor melding van niet-betaling was onduidelijk.

Tips: Implementeren van een walkthrough aan het begin van de app, vergroten van eigen teamoverzicht.

Vierde test:

Respondenten: 1 informatica student, 3 CMD studenten

Algemene indruk: Goede flow en layout van de app.

Punten van kritiek:

Verwachting van een grafiek bij de toevoegfunctie in het overzicht.

Tips: Verbetering van de interface en integratie van FaceID of een code voor extra beveiliging.



## Bijlage 14 - Uitkomsten test Hamster

Eerste test Dylan de Jong horeca freelancer:

Respondenten: Diverse gebruikers

Algemene indruk: Positief. Gebruikers vinden het toevoegen van onverwachte kosten en het scheiden van vaste en onverwachte kosten nuttig.

Punten van kritiek:

Onvoldoende uitleg over spaarpercentages.

Het aanpassen van spaarpercentages en bedragen kon duidelijker.

Missende functies: Zichtbaarheid van behaalde spaardoelen.

Tips: Voeg bespaartips toe en geef meer inzicht in de lange termijn voordelen van sparen.

Tweede test Lizarjo Willims personal trainer:

Respondenten: Gevarieerd, van studenten tot professionals

Algemene indruk: Handig voor persoonlijke financiën, vooral het krijgen van herinneringen na een goede maand.

Punten van kritiek:

De 140 euro wordt te vaak getoond.

Het proces om items toe te voegen kan simpeler.

Missende functies: Duidelijkheid over het instellen van spaarpercentages.

Tips: Overweeg een kortere vragenlijst en maak het aanpassen van spaarpercentages gemakkelijker.

Derde test Levi Evenhouse zorg freelancer:

Respondenten: Voornamelijk studenten

Algemene indruk: Gebruiksvriendelijk, maar kan op sommige punten duidelijker.

Punten van kritiek:

Meer uitleg nodig over het spaarpercentage.

Informatie over het sparen kan duidelijker.

Missende functies: Flexibiliteit in het aanpassen van spaarpercentages en categorieën.

Tips: Verbeter de maandelijkse weergave van gespaarde bedragen en voeg een feedbackfunctie toe.

# Bijlage 15 - Usability testen voor presentatie

Nadat we de initiële wireframes hadden beoordeeld en getest, hebben we de feedback en inzichten gebruikt om ze te verfijnen en om te zetten in een high-fidelity prototype. Dit meer gedetailleerde prototype hebben we vervolgens opnieuw onder de loep genomen en getest, gebruikmakend van dezelfde methodologie als bij de wireframes.

Voor deze testronde hebben we dezelfde vier teams van medestudenten als respondenten gebruikt, bestaande uit twee personen die binnen onze doelgroep vallen en twee personen die daarbuiten vallen. Deze deelnemers kregen de taak om dezelfde scenario's te doorlopen als tijdens de vorige testfase.

In het testplan, dat als bijlage bij dit document is gevoegd, staan de specifieke taken en scenario's die we de respondenten hebben voorgelegd. De belangrijkste bevindingen en resultaten van deze testronde hebben we hieronder visueel samengevat voor een duidelijk en overzichtelijk beeld van de uitkomsten.

