

# WEBDESIGN

Als je een aantal willekeurige webdesigners vraagt naar hun visie op het ontwerpen van websites, zul je meestal hetzelfde antwoord krijgen: "Dat hangt ervan af!"

Mensen die onbekend zijn met webdesign vinden dit antwoord eerder onbevredigend dan verhelderend. Maar uiteindelijk is dit hetgeen webdesign zo spannend maakt. Elke klant neemt nieuw materiaal met zich mee. De projectdoelen en de eisen die aan de functionaliteit van het ontwerp worden gesteld, verschillen voortdurend. Sommige projecten vereisen een actieve deelname van een volledig ontwerpsteam, maar aan de meeste projecten werkt maar een klein aantal leden van een team of slechts een persoon die van alle markten thuis is. Daarom zien we steeds vaker moderne webdesigners die niet alleen ervaring hebben met alle verschillende onderdelen van het ontwerpproces, maar ook bereid zijn om leiding te nemen en ervoor zorgen dat de opdracht met succes wordt voltooid.

Hoeveel verschillende rollen moet een webdesigner aannemen voor een bepaald project? Ook dat hangt ervan af.

DEEL 2	PRAKTIJK
MODULE 7	WEBDESIGN
BLOK 1	<b>Het projectontwikkelingsproces</b>

Het proces van het ontwikkelen van een website kan tegenwoordig enorm verschillen per individu en firma. Maar om er zeker van te zijn dat een project voor alle betrokken partijen, onder wie de klant, op rolletjes loopt, is een gestructureerde planning, die kan worden opgedeeld in fases en bijbehorende stappen essentieel.

### De planfase

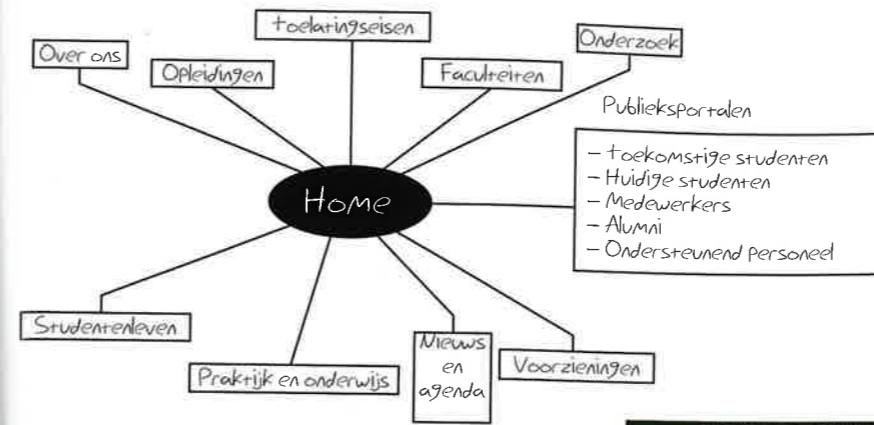
De planfase van het ontwikkelen van een website is de meest cruciale fase, omdat de eerste stappen de voortgang van het gehele project bepalen.

**Maatstaf** Bij aanvang van het project komen de ontwerper en de klant samen om de doelen van de klant te bepalen, de doelgroep vast te stellen en te bespreken wat de specifieke kenmerken en/of functionaliteit van de website moeten zijn. Jullie zullen samen de maatstaf moeten vaststellen waaraan het succes van de website kan worden getoetst, zoals de toename van het bezoekersaantal of de verkoop met als doel dat de klant zijn investering terugziet (RODI).

**Het verzamelen van informatie** De volgende stap is het samenvatten van de informatie die op de website zal worden gepresenteerd: de tekst van de website, maar ook de belangrijkste visuele elementen.

**Flowchart** Een flowchart of stroomdiagram is een schematische weergave van het bereik van de website. Het laat de elementen zien die onderdeel uitmaken van de structuur van de website (weergegeven als blokken, één per pagina), evenals de verkeersstromen door de website (de lijnen die de blokken met elkaar verbinden). Het vormt de basis van een succesvolle website.

**Software, technologie en middelen** Je moet het format bepalen waarin de website zal worden ontwikkeld.



Houd rekening met de verschillende apparaten waarop de website zal worden bekeken. Inventariseer de verschillende middelen die nodig zijn (het lettertype, afbeeldingen en foto's) die bijdragen aan het totale kostenplaatje van het project.

**Training** Misschien heeft je klant instructies op papier, ondersteuning via de telefoon of training nodig om zelf zijn website te kunnen onderhouden. Ook dit zul je moeten verwerken in deze planfase, omdat het je extra tijd zal kosten.

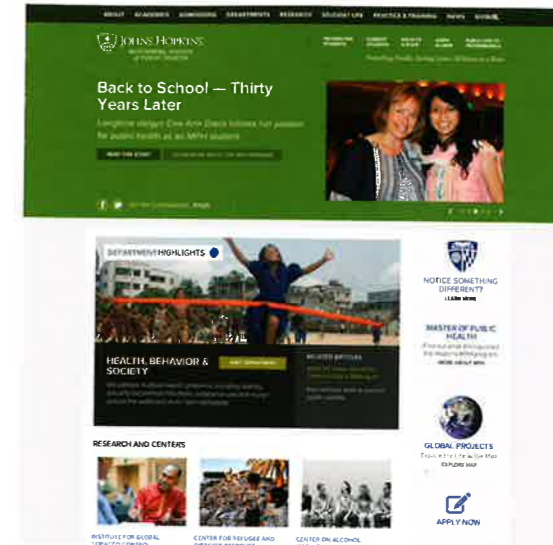
**Contract** Het contract vormt het eindproduct van de planfase. Je moet er goed op letten dat alle onderdelen die je in deze fase hebt bepaald ook hun plaats krijgen in het ontwikkelingsplan van het project. Goede contracten bevatten heldere doelen, de te leveren producten, duidelijke rolverdeling, een tijdsplan, een flowchart, copyright en de financiële informatie van het project.

### De ontwerpfase

In de ontwerpfase wordt de informatie die in de planfase is verzameld uitgewerkt. In het algemeen worden traditionele websites ontwikkeld volgens twee tot vier verschillende lay-outvarianties of sjablonen: een voor de homepage, met een tot drie aanvullende gestandaardiseerde lay-outs voor de binnenpagina's. Dit is echter afhankelijk van het soort informatie dat de website bevat.

### Flowcharts

Deze worden gebruikt om de structuur van de website weer te geven. Flowcharts kunnen voordat het project begint nog veranderen. Er kunnen pagina's worden toegevoegd en onderwerpen kunnen op een pagina worden gecombineerd, als dat logischer is.



### DE VRAGENLIJST VOOR DE KLANT

In de meeste gevallen wordt het merendeel van de informatie over het project verkregen door de klant een vragenlijst over de te ontwikkelen website voor te leggen. Deze zijn vaak online te vinden en zijn in categorieën onderverdeeld: algemene vragen, vragen over de functie van de website en over het ontwerp. Vermijd het gebruik van technisch jargon dat de klant zal verwarren. Vraag bijvoorbeeld niet of hij een e-commerceoplossing wil, maar of hij iets via zijn website wil verkopen.

### WOORDENLIJST

**Contentmanagementsystemen (CMS):** Een gestructureerd kader, gemaakt door een webontwerper, waarin de klant de website kan bijwerken zonder code.

**CSS (Cascading Style Sheets):** de code die het uiterlijk van de website bepaalt.

**E-commerce:** websites die zijn gemaakt met het doel producten online te verkopen.

**HTML (Hypertext Markup Language):** elementen die de bouwstenen van alle websites vormen.

**Maatstaf:** de strategie om het succes of het mislukken van projectdoelen te meten.

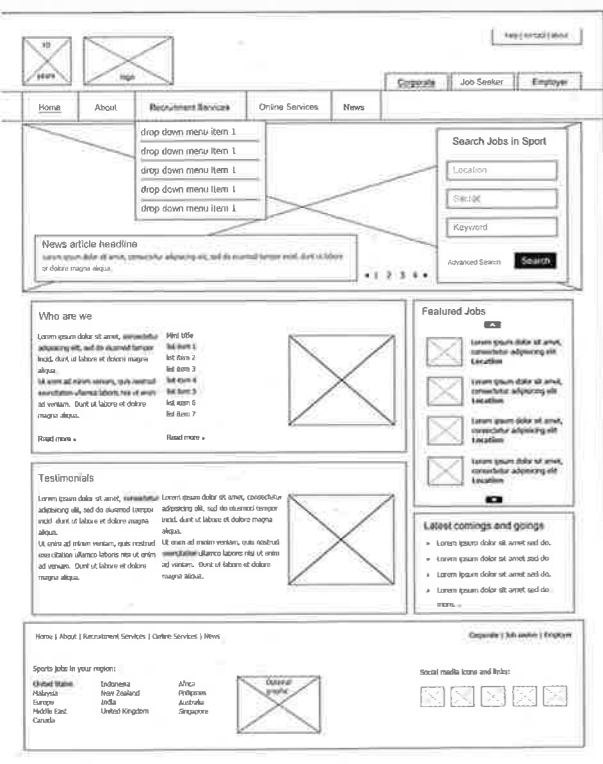
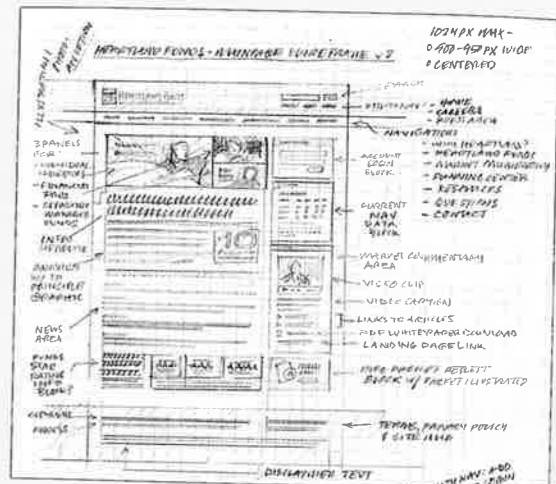
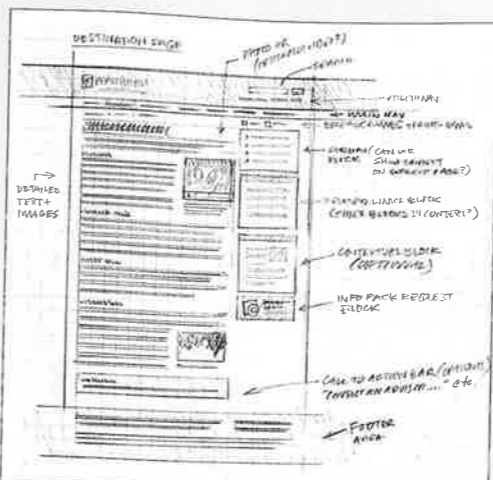
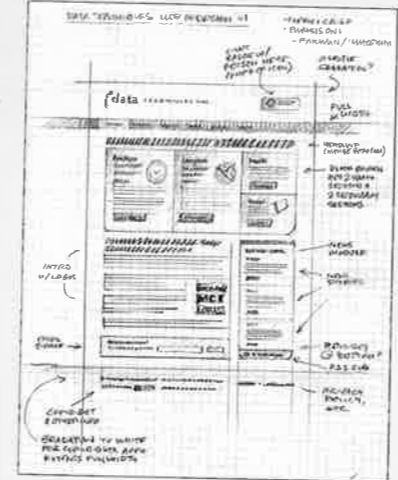
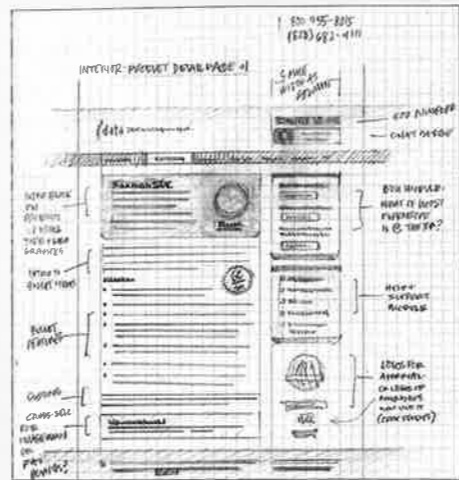
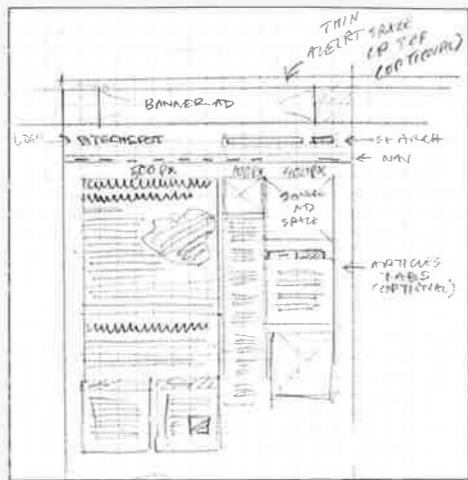
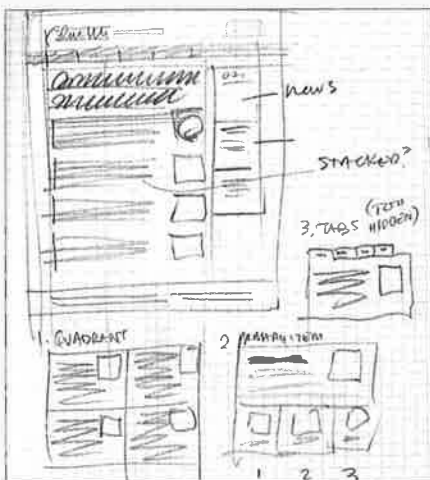
**RODI (Return On Design Investment):** verwijst naar het succes van een project wat betreft het behalen van de projectdoelen.

**Sitemap:** een samenvatting van de structuur van de website, die is bedoeld om bezoekers van die website naar een specifieke pagina te sturen.

**Wireframe:** een blauwdruk of weergave van de structuur van de belangrijkste pagina's van een website.

**404 error-pagina:** de webpagina die wordt weergegeven als het resultaat van een ongeldige link. Als het niet specifiek is, wordt de 404 error-pagina van de website weergegeven.

**➤ ZIE OOK:** PLANNEN, ORGANISEREN EN AFWERKEN, P. 26



Wireframe

Zoals deze afbeelding laat zien, fungeert een wireframe als een visuele blauwdruk die de structuur van een website weergeeft. Het is een efficiënte manier om content anders te ordenen zonder te focussen op de details die verbonden zijn aan de verschillende keuzes.

Presentatie-idee

Presenteer je ontwerpen in een mock-upbrowser, zodat je klant een idee krijgt van hoe de website eruit komt te zien. Browsersjablonen kunnen online worden gevonden. Maar je kunt ook een screenshot van een browserpagina van jouw voorkeur maken en onderdelen van deze pagina vervangen door je eigen ontwerp.

OVERLEG MET KLANTEN

Wanneer je op specifieke momenten binnen de ontwerpfase met de klant overlegt, zul je belangrijke feedback krijgen op punten die eerder misschien over het hoofd zijn gezien. Het is verstandig om de goedkeuring van de klant te vragen voor specifieke stappen in de ontwerpfase, voordat je verder gaat. Zo zorg je ervoor dat eventuele extra kosten kunnen worden gerechtvaardigd wanneer de klant van mening verandert en een andere weg wil inslaan.

Een wireframe maken Een wireframe geeft de visuele structuur van de lay-out van een webpagina weer. Begin met het creëren van een aantal vereenvoudigde composities met lijnen, die lijken op de plattegrond van een architect. Zorg ervoor dat alle benodigde elementen zijn weergegeven en dat de verhoudingen tussen de verschillende elementen kloppen. Vermijd het weergeven van specifieke visuele keuzes. Deze komen aan bod in de volgende fase van het ontwerpproces.

De afmetingen van een website De ideale afmetingen van een website kunnen verschillen en zijn afhankelijk van de huidige trend, de doelgroep en zelfs van de manier waarop de klant de onlinecontent het liefst bekijkt. Bespreek alle

mogelijke opties met je klant en overleg welke het beste passen bij het doel van de klant. Werkvolgorde: overleg met klant; herzie de website waar nodig; vraag om goedkeuring van de klant.

Mock-ups Wanneer de gewenste wireframe is uitgekozen, moet je aandacht besteden aan de stijl van de verschillende elementen van je visuele compositie. Deze lay-out wordt traditioneel ontwikkeld in gelaagde Photoshop-documenten. Complete bestanden worden vervolgens geëxporteerd in (platte) JPEG-bestanden voor de klant.

Laatste lay-outs Wanneer de eerste mock-ups zijn goedgekeurd kunnen ze worden verwijnd. Hierbij ligt de focus op het tot stand brengen en behouden van consistentie tot op pixelniveau. In deze fase moet de daadwerkelijke content in de lay-out worden geïncorporeerd. Het is niet ongebruikelijk dat je er nu nog achterkomt dat er aanpassingen moeten worden gedaan voordat je verder kunt. Bijvoorbeeld het aanbrengen van meer wit bij langere koppen. [Overleg met klant. Herzie wanneer noodzakelijk. Goedkeuring klant]

Documentatie Tussen de uiteindelijk goedkeuring van de klant en het begin van de productiefase kan de webdesigner worden gevraagd documenten te presenteren aan de programmeur die duidelijk de bijzonderheden van het project uiteenzetten: wireframes, inclusief de pixelverhoudingen, de stijl van het lettertype en functionaliteitsdi-

agrammen die het functioneren van de links tonen.

De ontwikkelingsfase De ontwikkelingsfase bestaat uit het programmeren. De specificaties die in de ontwerpfase zijn vastgesteld worden gebruikt als leidraad bij de ontwikkeling van de website.

Afbeeldingen bewerken Dit proces omvat het bijsnijden of op maat maken van afbeeldingen zodat ze in de lay-out passen. Vervolgens moeten de bestanden geoptimaliseerd worden zodat ze kunnen worden gecomprimeerd tot

Compositieschetsen

Grove schetsen dienen niet alleen om snel de verschillende onderdelen in een compositie aan te geven, maar laten ook de visuele relaties hiertussen zien.

404 ERROR-PAGINA'S

Verkeerde links horen erbij. Soms zijn ze het resultaat van een linkfout of een verwijderde pagina. Soms komt het voor dat een gebruiker een typefout heeft gemaakt in het adres van een webpagina. Een 404 error-pagina is een vereist onderdeel van een website en moet worden aangemaakt om gebruikers de juiste weg te wijzen. Deze pagina kan een sitemap en eveneens de contactgegevens van de webdesigner bevatten.

WEBSTANDAARDEN

Webstandaarden zijn standaarden en technische specificaties die algemeen gangbaar zijn bij webontwerpen en waarmee goede en toegankelijke websites kunnen worden ontworpen en ontwikkeld. Een raster met kolommen was een van de eerste ideeën die werden toegepast. Gaandeweg werd het 960 Grid Systeem het meest gebruikt. De indeling in 12 kolommen werd steeds vaker toegepast door ontwerpers. De volgende stap was het standaardiseren van veelgebruikte elementen (vormen, navigatie, buttons) en alles te verpakken op een gemakkelijke, herbruikbare manier met een bibliotheek die alle gecodeerde beelden bevat.





kleinere bestanden. Hierdoor kan de pagina sneller worden gedownload. Photoshop heeft een optie Save for Web.

**Coderen** De meeste websites zijn gemaakt met behulp van een HTML- en CSS-code. HTML kan worden vergeleken met de architectonische structuur van een gebouw, die het fundament en de plek van de muren bepaalt. CSS is de code die het uiterlijk van de website bepaalt en kan worden vergeleken met de kleur van de muren van een huis en alle andere decoratieve elementen.

**Toegevoegde functionaliteit** Het project kan, zoals in de planfase is omschreven, meer programmeerwerk nodig hebben. Als de website bijvoorbeeld gebruikmaakt van een contentmanagementsysteem (CMS) kan een extra code, meestal PHP- (Hypertext Preprocessor) of ASP-code (Active Server Page) in de HTML-sjabloon worden ingevoegd zodat de webpagina gegevens (tekst en afbeeldingen) uit de database van de website kan halen die vervolgens kunnen worden weergegeven op de pagina. WordPress, Wix en SquareSpace zijn geschikt om mee te beginnen, maar deze hebben vaak beperkte functies en er komen extra kosten bij.

**Contentintegratie** Voor kleinere websites zal deze handeling niet tijdrovend zijn, omdat de informatie wordt geknipt uit een tekstbestand en vervolgens in een webpaginasjabloon wordt geplakt. Voor grotere of e-commercewebsites kan deze stap behoorlijk meer werk opleveren. Er moet bijvoorbeeld een groot aantal productafbeeldingen op maat worden gemaakt of er moeten inventarislijsten worden aangemaakt.

**Test en verificatie** Gebruik de flowchart als leidraad en bekijk iedere pagina van de website om te controleren of hij juist functioneert. Het helpt wanneer iemand anders met een frisse blik meekijkt. Controleer de werking van je website in gangbare browsers als Chrome, Firefox, Safari en IE en op verschillende apparaten (desktop, laptop, tablet en smartphone).

**De lanceringsfase** Het is de bedoeling dat je in deze fase de website klaar maakt voor gebruik.

**Omarm de scrollfunctie**

Wanneer je voor drukwerk ontwerpt, maak je gebruik van de hele pagina. Maar op het web kan de lay-out in grootte toenemen of afnemen afhankelijk van de content die op elke pagina wordt gepresenteerd. Soms past deze precies in de browserpagina. Maar soms, zoals in dit voorbeeld, zal de bezoeker van de pagina instinctief naar beneden scrollen om de gehele pagina te bekijken. De eerste indruk van de website is zeer belangrijk. Probeer de belangrijkste informatie direct zichtbaar te maken, zonder scrollen.

**Uploaden naar de server van de klant** Websiteontwikkelaars maken vaak een website in een test- of productieomgeving die een ander webadres heeft dan die van de klant. Wanneer de website klaar is om te worden gelanceerd moeten de bestanden worden aangepast om te 'verhuizen' naar het adres van de klant.

**Hosting en domeinnamen** Afhankelijk van je budget is het altijd raadzaam zoveel mogelijk domeinnamen te kopen, bijvoorbeeld joebloggs.nl, joebloggs.com, joebloggs.org. Verschillende bedrijven kunnen domeinregistratie voor je regelen tegen schappelijke prijzen: kijk rond op internet en vergelijk de service, zodat je waar voor je geld krijgt. Bedenk daarbij dat de goedkoopste sites niet altijd een goede klantenservice bieden.

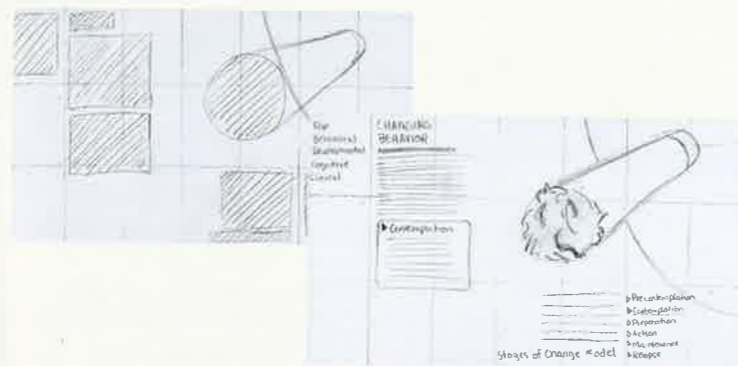
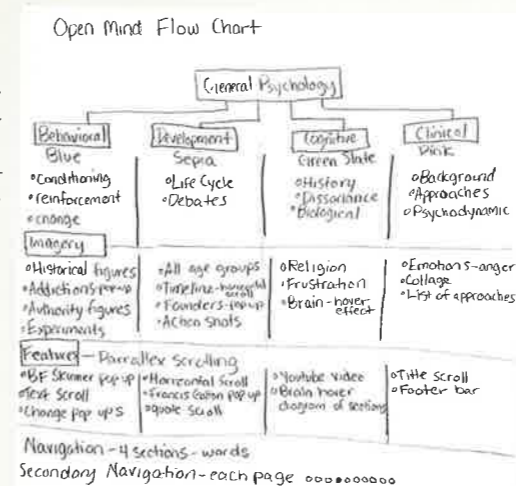
**Codeaanpassingen** Als het project een derdepartijcode vereist zoals Google Analytics (om de statistieken van de website bij te houden) zal dit worden geïmplementeerd als de website is geüpload naar de server van de klant.

**Testen** De gebruiksvriendelijkheid moet worden getest. Ook nu zal de hulp van iemand met een frisse blik ervoor kunnen zorgen dat fouten worden ontdekt die eerder over het hoofd werden gezien. [Overleg met klant. Herzien wanneer noodzakelijk. Goedkeuring klant.]

**De post-lanceringsfase** Dit is de laatste stap in de ontwikkeling van de website: de webdesigner draagt het project over aan de klant. Het projectcontract wordt beëindigd, dus zorg ervoor dat alle lastminuteverzoeken van de klant zijn verwerkt en dat je hebt voldaan aan alle contractuele verplichtingen voordat je aangeeft dat het project is voltooid. Afhankelijk van het soort project zal deze fase het volgende kunnen omvatten:

- **Bronbestanden verpakken** Deze handeling omvat het ordenen en samenvoegen van alle bestanden die naar de klant worden gestuurd, zoals stockfotografie-afbeeldingen, de aangeschafte lettertypen en de Photoshop- en Word-bestanden. Voeg een sitemap van de uiteindelijke structuur van

**Van concept tot uitvoering** Dit afstudeerproject van een student begon met het volgen van de ontwikkelingsstructuur van een traditioneel ontwerp van een website. Hij gebruikte grove schetsen om de belangrijkste structuur en de gewenste visuele aspecten weer te geven. Ook probeerde hij verschillende rastersystemen en koos hij de succesvolste benadering om de website te creëren.



de website toe, een samenvatting van de technische vereisten van het project, waaronder de gebruikte talen, documentatie van de weblettertypen en -stijlen, en een aparte lijst met de wachtwoorden om toegang te krijgen tot de site (één website kan meerdere wachtwoorden vereisen, waaronder paswoorden voor derde partijen zoals sociale media).

- **Documentatie en training** Als de website door de klant zelf wordt onderhouden moet de webontwikkelaar dit proces documenteren en alle gegevens verzamelen, waaronder de paswoorden en de technische instructies voor het updaten van de website. Als in het contract is opgenomen dat de klant training of telefonische ondersteuning krijgt aangeboden, vindt dat nu plaats.
- **Tevredenheidsonderzoek** Meteen na de lancering van de website krijgen de meeste klanten feedback van hun klanten, kennissen en vrienden. Informeer een paar weken nadat de website de lucht in is gegaan of de klant nog steeds tevreden is met je werk. De extra moeite die je doet kan ervoor zorgen dat de klant andere opdrachtgevers naar je doorverwijst. Omdat je deze stap in je projectontwikkelingsproces hebt opgenomen, kun je deze mate van ondersteuning in je originele prijsopgave verwerken.



**Online en offline** Tijdens de planfase van elk project is het belangrijk het formaat van je afbeeldingen te weten. Deze ontwerpen voor moestuin-restaurant Chiswick moeten zowel online als op drukwerk goed uit de verf komen. Er is bij deze beelden gekozen voor een reeks sobere tinten en de subtiele, elegante typografie van de naam werkt op beide media, zodat het merk coherent is.



DEEL 2	PRAKTIJK
MODULE 7	WEBDESIGN
BLOK 2	<b>Projecttypen</b>

Het is vaak de taak van de webdesigner om in de beginfase te bepalen om welk type project het gaat, omdat deze beslissing effect zal hebben op het ontwerp- en ontwikkelingsproces. Je klanten zullen vaak hun wensen niet goed kunnen verwoorden. Maar het is jouw taak als designer om goed naar je klant te luisteren en erachter te komen wat hij eigenlijk wil. Dit blok behandelt een aantal projecttypen waaronder het specifieke project van je klant kan vallen.

**Brochure**

Dit is een straight webproject. Brochurewebsites moeten vaak snel worden ontworpen. Hierbij wordt de meeste aandacht besteed aan branding en de visuele onderdelen van de website. De tekst is hierbij minder belangrijk en de content wordt niet vaak veranderd. Technisch wordt dan gesproken van statische content, HTML en CSS.

**Portfolio**

Een onlineportfolio vertoont veel overeenkomsten met een onlinebrochure. Maar hier wordt nog meer de nadruk gelegd op de presentatie van de visuele elementen. Wanneer je klikt op een afbeelding in een onlinebrochure kan je worden doorgelinkt naar een pagina met gedetailleerde informatie over het product. Maar wanneer je klikt op een portfolioafbeelding krijg je in hetzelfde scherm slechts een gedetailleerdere afbeelding.

**Campagnewebsite**

Je kan worden gevraagd een website te ontwerpen voor een event of campagne om een concert, lezing of een tentoonstelling te promoten. Deze websites zijn slechts een kort leven beschoren, omdat ze verbonden zijn aan een specifieke datum of een bepaalde periode. Hierbij is de visuele branding en bijvoorbeeld de mogelijkheid om tickets te kopen belangrijk.

**Blog**

Een weblog is een onlineverslag of bestaat uit nieuwsberichten in een lineair tijdsformat. Blogs maken vaak gebruik van contentmanagementsystemen (CMS) om de inhoud van de website vaak en gemakkelijk te kunnen veranderen. Ook biedt een CMS de mogelijkheid aan bezoekers van de website om commentaar te leveren op specifieke blogberichten. De blogger kan zo een conversatie aangaan met zijn publiek.

**Community**

Op communitywebsites kunnen bezoekers informatie delen over een bepaald onderwerp of elkaar steunen. Deze websites hebben het doel om bezoekers ervan met elkaar in contact te laten komen door commentaar en gebruikersreviews te plaatsen op een hiervoor bedoeld forum.

**Nieuws**

Een nieuwswebsite is erg dynamisch en bedoeld voor het plaatsen van veel informatie. Meestal wordt hierbij gebruikgemaakt van een CMS en een redactiestructuur om de inhoud te managen (bijdrage-, redactie- en moderatorniveaus). Dergelijke websites worden vaak gesponsord door advertenties. Banneradvertenties of knoppen zijn elementen die moeten worden verwerkt in de lay-out van een website.

**E-commerce**

Websites die worden ontworpen met het doel om producten online te verkopen hebben het voordeel dat ze 24/7 open zijn en zo een groter publiek trekken dan een traditionele winkel. Deze websites kunnen gebruikmaken van een groot aantal mogelijkheden: van Paypal-betaalopties tot aangepaste CMS, die met een betalingskoppeling verbonden zijn en een SSL-veiligheidssysteem hebben. E-commercewebsites kunnen veel UI-componenten hebben, zoals banners voor 'recent bekeken artikelen' en 'anderen bekeken ook'. Populaire systemen zijn PayPal, Google Checkout, Magento en Zen Cart.

**WOORDENLIJST**

**SSL (Secure Sockets Layer):** zorgt voor veiligheid van communicatie op het internet.  
**UI (User Interface):** waar interactie tussen mensen en computer plaatsvindt.

**ZIE OOK:** HET PROJECT-ONTWIKKELINGSPROCES, P. 142  
 WERKEN MET CONTENT-MANAGEMENTSYSTEMEN, P. 173

CONTENTMANAGEMENTSYSTEMEN (CMS):

**WordPress** Een opensource-CMS dat de reputatie heeft gemakkelijk in gebruik te zijn. Websites die hiervan gebruikmaken zijn blogs waarop veel berichten worden geplaatst.

**Joomla** Meest geschikt voor websites van een gemiddelde grootte die niet erg complex zijn. Uitbreidingen, die gratis beschikbaar zijn of geld kosten, voegen extra functionaliteit toe aan het standaardstelsel.

**Drupal** Dit systeem wordt gebruikt voor grotere websites die complexere elementen bezitten. Extra functies worden toegevoegd door modules te installeren. Heeft een steilere leercurve en de meeste webdesigners die hiervan gebruikmaken werken samen met een webontwikkelaar.



1



2



3



4



5



6

**1 Donker, niet zwart** Bezoekers van websites geven er de voorkeur aan om donkere tekst op een lichtere achtergrond te lezen, omdat dit prettiger voor de ogen is. Omdat deze lay-out echter niet veel tekst bevat heeft men ervoor gekozen van de norm af te wijken. Het slimme gebruik van een donkergrijze achtergrond (i.p.v. zwart) zorgt voor een visueel contrast met de gemakkelijk te lezen witte tekst.

**2 Van de redactie** De inhoud van een blog is bedoeld om gelezen te worden. De lay-out van deze blog doet denken aan die van traditionele gedrukte publicaties met een sterke visuele hiërarchie waarbij gebruik is gemaakt van een speelse rasterstructuur, een zorgvuldig geselecteerde typografie en een opvallende hoofdletter die de eerste paragraaf inleidt.

**3 Visueel communiceren** Wanneer je een onlineportfolio maakt, selecteer je voorbeelden van je werk die voor zichzelf spreken.

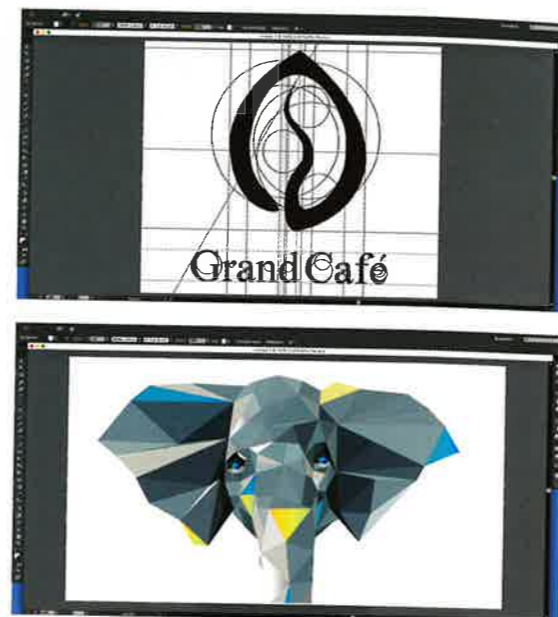
**4 Een volledige homepage** De homepage van een nieuwswebsite fungeert als de gateway voor het presenteren van de inhoud van de website. Een verscheidenheid aan onderwerpen wordt hier voor een breed publiek gepresenteerd in een beperkte ruimte. Een rastersysteem met een duidelijke indeling wordt gebruikt om de informatie te ordenen. Door middel van balken met roterende content en 'tabbladen' wordt gelijksoortige content efficiënt geordend. Nieuwswebsites worden vaak ontworpen naar het papieren voorbeeld; dat zou natuurlijk ook helemaal anders kunnen.

**5 Weergegeven afbeeldingen** Het combineren van een afbeelding met een tekst die naar een artikel verwijst, dient om het onderwerp van dat artikel visueel te versterken. Voor de tekst op de homepage worden grote letters gebruikt om aan te geven dat de website vaak nieuwe informatie bevat. Op de binnenpagina kan deze afbeelding worden gebruikt ter illustratie van het volledige artikel.

**6 Houd het eenvoudig** Voor e-commerceprojecten moet de bezoeker van de website gemakkelijk toegang krijgen tot beschrijvingen van de beschikbare producten en de aankoop eenvoudig kunnen afronden. Het icoontje van de boodschappenmand is meestal rechtsboven in de lay-out gesitueerd en blijft op elke pagina van de website zichtbaar.



DEEL 2 | PRAKTIJK  
 MODULE 7 | WEBDESIGN  
**BLOK 3 | Toepassingen voor het web**



Illustrator is een ideaal programma voor het veranderen van lettervormen. Live-tekst kan worden geconverteerd in vectorvormen om verder te worden veranderd. In dit voorbeeld is het Grand Café-logo systematisch met vormen van de letters getekend.

Illustrator gebruiken  
 Deze olifant is gemaakt met Illustrator als vectorillustratie, die kan worden ingezet voor een aantal toepassingen, vergrotingen en verkleiningen, zonder dat er afbreuk wordt gedaan aan de kwaliteit van de afbeelding.

HET CREËREN VAN EEN PERFECT ONTWERP

Met Illustrator kun je graphics bewerken die het op pixels gebaseerde raster overschrijden. Als je bijvoorbeeld een icoontje maakt van 20 bij 20 pixels en dit later handmatig andere afmetingen geeft door gebruik te maken van de bounding box, kunnen de resulterende afmetingen fracties van een pixel zijn (30,565 bij 30,565 pixels). Hoewel dit er prima uit kan zien in Illustrator, zal je ontwerp in Photoshop (of wanneer je het exporteert naar het web) rafelige contouren in plaats van strakke hebben. Webdesigners kunnen een op pixels gebaseerd raster in Illustrator behouden door de rasterfunctie aan te zetten (View > 'Show Grid'), gebaseerd op waarden van één pixel (Illustrator > Preferences > Guides & Grid > 'Gridlineevery: 10px/subdivisions: 10'); gebruik het dialoogvenster om de gewenste breedte-lengteverhoudingen van de weergegeven vormen te bepalen; controleer de verhoudingen in het Properties-paneel om er zeker van te zijn dat alle vormen hele waarden hebben.

Het internet en de functies en het gebruik van online media ontwikkelen zich verder, en hetzelfde geldt voor de programma's. Naarmate op een gebied vooruitgang wordt geboekt, wordt het ook complexer en vergt het de inspanningen van een heel team nodig.

Zulke ontwikkelingsteams bestaan meestal uit een webdesigner, die zich toelegt op de zichtbare elementen, zoals het kleurenprogramma, de typografie en compositie, en de manier waarop de pagina werkt. De webdesigner heeft weinig weet van de codering. Deze wordt geschreven door de codeerder; andere teamleden maken gebruik van CSS, HTML, JavaScript enz., terwijl andere teamleden gebruik maken van database management. En dan is er ook nog UX, ofwel user experience, gericht op de interactie tussen de instelling en de gebruiker: de website moet er niet alleen fraai uitzien maar ook gebruiksvriendelijk zijn.

Er is geen 'correcte' manier voor het maken van een website; je zult zien dat webdesigners en andere betrokkenen webdesign op allerlei manieren aanpakken. Het is echter wel van belang dat je begrip hebt van alles wat er in de verschillende processtadia bij komt kijken, en hoe je de door jou bestanden kunt aanleveren aan alle leden van het ontwikkelingsteam.

**Adobe Illustrator** Dit is een op vectoren gebaseerde teken-toepassing die kan worden gebruikt om afbeeldingen te creëren voor drukwerk of het web. Webdesigners gebruiken dit programma voor het snel creëren van de lay-out van wireframes en flowcharts (die vervolgens worden geëxporteerd naar PDF-bestanden voor de klant).

Illustrator kan ook worden gebruikt voor het weergeven van afbeeldingen die in een website worden geïncorporeerd, zoals logo's en icoontjes. Het is efficiënter en gemakkelijker om complexe afbeeldingen te creëren in Illustrator dan in Photoshop.

Instellingen: RGB-kleurmodus, met 'pixel' als de maateenheid en de scherm- of webresolutie op 72ppi.

Creëer je ontwerpen in Illustrator in de grootte waarin ze zullen worden gebruikt en zorg ervoor dat je vormen genereert die binnen de rasterstructuur vallen. Kopieer je ontwerpen in Illustrator en plak ze in Photoshop als 'Smart Objects', zodat ze ten alle tijden kunnen worden bewerkt.

**Adobe Photoshop** wordt door de webdesigner gebruikt om de website vorm te geven, maar degene die verantwoordelijk is voor het coderen van de lay-out van de webpagina zal voornamelijk gebruikmaken en bekend zijn met Photoshop. Daarom vraagt men meestal om de definitieve bestanden aan te leveren in een gelaagd Photoshop-bestand (PSD).

Instellingen: RGB-kleurmodus, met 'pixel' als de maateenheid en de scherm- of webresolutie op 72ppi en de gewenste lengte-breedteverhouding.

Gelaagde PSD-bestanden kunnen vaak meer dan honderd lagen hebben. Zelfs wanneer je de lagen opnieuw labelt en ordent in een coherent structuur kan het zeer gecompliceerd zijn om met dit bestand te werken. De Photoshop Layer-Comp-toepassing (lijkt op 'States' van Fireworks) geeft je de optie om snapshotviews te maken die tonen welke elementen zichtbaar dan wel verborgen zijn wanneer een bepaalde webpagina wordt bekeken.

**Adobe Photoshop**  
 Het uiterlijk en de plaats van de paletten en toolbars kan net als bij de andere Adobe-software worden aangepast aan je eigen voorkeur. De gebruikelijke lay-out is geoptimaliseerd voor het werken op een laptop, maar kan worden aangepast voor grotere schermen.

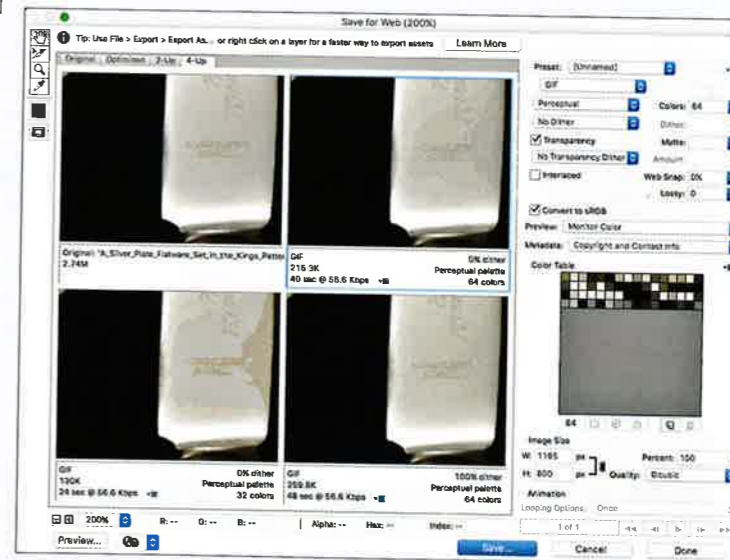
**Photoshop-etiquette**  
 Deze website laat zien hoe je je Photoshop-bestanden moet ordenen en labelen wanneer je werkt in teamverband.  
[www.photoshopetiquette.com](http://www.photoshopetiquette.com)

**Adobe TV**  
 Online video-tutorials over alle Adobe-producten. Een excellente manier om kennis te maken met nieuwe toepassingen die recent zijn toegevoegd aan software-updates.  
[www.tv.adobe.com](http://www.tv.adobe.com)

GRAFISCHE ELEMENTEN EXPORTEREN

Je kunt, totdat je zelf weet welke specifieke bestandsformaten je kunt gebruiken, de 'Save for Web'-optie gebruiken in de hierboven beschreven programma's om de visuele resultaten alvast te bekijken zodat de bestandsgrootte zo klein mogelijk blijft. De grootte van afbeeldingen die onderdeel uitmaken van de lay-out van de webpagina hebben een directe impact op de laadtijd hiervan.

**GIF** en **PNG** worden gebruikt voor knoppen, logo's en eenvoudige graphics. GIF's zijn geschikt voor kleinere bestandstypes, terwijl PNG's voor betere visuele resultaten zorgen. Beide bestandsformaten ondersteunen (zo nodig) transparantie. GIF ondersteunt ook animaties (zoals banners). **JPEG** wordt voornamelijk gebruikt voor het optimaliseren van foto's. Meestal zorgt de gebruikelijke kwaliteitsinstelling (80%) voor het beste resultaat. Vermijd een kwaliteitsinstelling van 90% of meer, omdat de bestandsgrootte dan toeneemt.



**Visuele compressie**  
 Photoshop's 'Save for web'-optie geeft je de mogelijkheid om verschillende compressiemogelijkheden van je afbeelding te bekijken zodat je weet hoe ze de originele afbeelding zullen beïnvloeden. Gebruik de '4 up'-optie (zie links) om de compressieresultaten en de corresponderende bestandsgroottes te bekijken. Je doel is het zo veel mogelijk reduceren van de bestandsgrootte zonder kwaliteitsverlies. Een andere optie die wordt gebruikt voor banners is het comprimeren van afbeeldingen naar een bepaalde grootte.



**Coderen** Webpagina's zijn meestal opgebouwd uit tekstbestanden die op een specifieke manier zijn geannoteerd en aan de webbrowser aangeven hoe die bestanden moeten worden weergegeven. Dit wordt coderen genoemd. De meest gebruikte codeertaal is HTML, die samen met CSS en JavaScript kan worden gebruikt om het uiterlijk van de webpagina te verbeteren.

**HTML en CSS** De combinatie van HTML en CSS kan worden vergeleken met een compleet huis. HTML representeert de structuur van het huis terwijl CSS wordt gebruikt voor het uiterlijk.

Het voordeel van basiskennis van de programmeertaal HTML is dat je hiermee een structuur kunt bouwen van op tekst gebaseerde informatie, beelden en interacties op je site. Zoals veel technologieën krijgt ook HTML regelmatig een upgrade. De nieuwste HTML5 bouwt voort op de codestructuur van HTML4.1 maar ordent de code anders en is gebaseerd op een nieuwe semantiek, dus niet volgens de traditionele structuur met markeringsstekens als 'head' en 'body'. HTML5 biedt ook de optie om het veranderen van animaties via programmering aan te sturen. Zo is HTML5 niet afhankelijk van extra programma's voor animatie en effecten als sliding-elementen, geleidelijke kleurverandering en 3D-extrusie-effecten.

Het mooie van kennis van CSS is dat de taal van de stijlsheets (in HTML) flexibiliteit geeft in uiterlijk en formaat van het ontwerp. CSS is veelzijdiger (en complexer) dan HTML, maar kan niet zonder HTML worden gebruikt: dat zou zijn als het beschrijven van een niet-bestaande muur.

CSS kan tegenwoordig niet alleen worden ingezet om het uiterlijk van een webpagina te bepalen, maar kan ook worden gebruikt als een externe stijlbibliotheek voor een hele website. Dit stelt webontwikkelaars in staat snelle aanpassingen te maken.

Omdat CSS in een apart bestand ligt opgeslagen kan het ook de laadtijd van een webpagina versnellen en de hoeveelheid code die de browser van de bezoeker moet downloaden voor elke pagina verkleinen.

Beginnende webdesigners moeten zich de basiskennis van HTML en CSS eigen maken, omdat deze opmaaktalen al lange tijd worden gebruikt en het aannemelijk is dat zij ermee te maken krijgen. Maar naarmate Contentmanagementsystemen (CMS) en sjablonen terrein winnen door hun gebruiksgemak, zijn er ook manieren om ze te omzeilen. Adobe Dreamweaver CC heeft bijvoorbeeld

```
Source Code nim15reset.css style.css
Code Split Live
1 <!DOCTYPE html>
2 <html>
3 <head>
4 <meta charset="utf-8" />
5 <title>Title</title>
6 <link href="css/html5reset.css" rel="stylesheet" />
7 <link href="css/style.css" rel="stylesheet" />
8 </head>
9 <body>
10 <header>
11 <hgroup>
12 <h1>Header in h1 </h1>
13 <h2>Subheader in h2</h2>
14 </hgroup>
15 </header>
16 <nav>
```



CMS ingebouwd, wat de webontwikkeling een stuk gemakkelijker maakt.

**JavaScript-raamwerk** Scripts maken gebruik van een andere webtaal. Grote externe scripts bepalen door codering de werking van de website en het functioneren op kliks door de gebruiker. MooTools, Scriptalicious en jQuery zijn de belangrijkste voorbeelden van bibliotheken binnen het JavaScript-raamwerk. Animatieslideshows, touch-handelingen in de stijl van Apple en toon/verberg-opties zijn voorbeelden van functies die aan een website kunnen worden toegevoegd met behulp van scripts.

**Flash/ActionScript** Flash is een op tijdseenheden gebaseerd programma waarmee vectoranimaties kunnen worden gemaakt. Het wordt ondersteund door de robuuste programmeertaal ActionScript. Lange tijd werd het ontwerpen in Flash beschouwd als een essentiële vaardigheid voor webdesigners en -ontwikkelaars en nog steeds is dit programma zeer populair. Tegenwoordig kunnen animaties die eerder slechts in Flash konden worden gecreëerd ook in nieuwere talen of programma's als HTML5, CSS en JavaScript worden gemaakt. Toch is het nog steeds belangrijk om met Flash te leren werken, vooral om het concept en de praktijk van op tijdseenheden gebaseerde animatie te begrijpen.

**Dreamweaver** Adobe Dreamweaver is voor mensen die werken met HTML/CSS de standaard voor het creëren van webpagina's omdat het de zuiverste code genereert.

#### Websitecode

HTML-code is een georganiseerde structuur van het openen en sluiten van tags die je browser vertellen hoe de inhoud van de website moet worden weergegeven.

#### Websitestructuur

Dit diagram toont de typische organisatiestructuur van een HTML-document.

#### Code academy

Een zeer gewaardeerde website met online-cursussen die de nieuwkomer in het web stap voor stap het gebruik van HTML en CSS leert. [www.codecademy.com](http://www.codecademy.com)

**ZIE OOK:** FLOWCHARTS EN WIREFRAMES, P. 158

**Adobe Muse** behoort tot Adobe Creative Cloud en stelt webdesigners in staat sites te bouwen zonder enige codering. Adobe Muse biedt vele mogelijkheden door gebruik van HTML5- scripts aan de hand van Widgets. The Widgetbibliotheek kan worden uitgebreid met nieuwe scripts, gedownload van de website van de ontwikkelaar (<http://resources.muse.adobe.com/collections/widgets>). Adobe Muse sluit naadloos aan op alle platforms en alle nieuwe versies van webbrowsers. Een van de voornaamste functies is gebruik van Master Pages, responsief webdesign en het gebruik van Scroll Effects.

**Bootstrap en Foundation** In het verleden was het vaak behoorlijk lastig om te browsen op het web op mobiele telefoons of andere gadgets dan desktopcomputers. De diverse formaten van de verschillende apparaten waren niet alleen van invloed op de opbouw en de gebruiksmogelijkheden van een site, maar de inhoud werd ook niet op alle apparatuur eender weergegeven: sommige informatie kwam niet in beeld of werd vervormd. De snelheid liet ook vaak te wensen over, aangezien het downloaden van veel content op een mobiele telefoon internetdata slurpt. Ethan Marcotte pakte deze kwesties aan door gebruik van dezelfde inhoud maar met codering voor verschillende layouts van het design voor elk apparaat. Hij kwam met de term 'responsief webdesign'.

HTML en CSS worden nog steeds gebruikt in responsief webdesign, dus het gaat eerder om een conceptuele dan om een technische ontwikkeling. Voor een webdesigner betekent responsief dat er verschillende lay-outs voor verschillende apparatuur moeten worden geboden. Voor de klant betekent het dat hij de site kan bekijken op zijn telefoon. Voor de webontwikkelaar heeft deze methode vooral te maken met de manier waarop beelden worden geplaatst, snelle downloads, semantiek en een benadering van mobile of desktop first. Het grote voordeel is hier dat de inhoud van de website overal bruikbaar is, op een desktop en op een mobiele telefoon.

Bootstrap (beschikbaar in Dreamweaver CC) en Foundation zijn allebei front-end frameworks met responsief design-gereedschap, waarmee je een website kunt bouwen op een en hetzelfde formaat (bij voorkeur uitgaande van het computerscherm), dat automatisch je ontwerp formatteert voor verschillende andere gebruiksmiddelen, bijvoorbeeld een mobiele telefoon. Het nadeel is wel dat de ontwerpen vaak nogal op elkaar lijken. Bovendien

zijn ze alleen toegankelijk met een code, dus veelal alleen te bewerken door de webbouwer.

**InDesign** Adobe InDesign is een vectorprogramma voor het creëren van bestanden met meerdere pagina's. Tegenwoordig kan het ook worden gebruikt voor het produceren van iPad-apps, zoals audio, video, wisselende lay-out en op aanraking gebaseerde interactie.



#### Adobe Dreamweaver

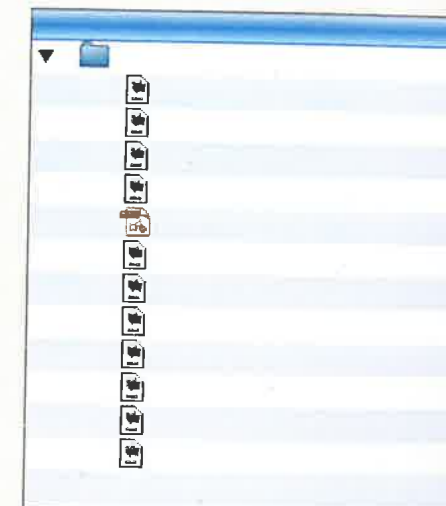
De Dreamweaverinterface kan worden aangepast om het eindresultaat van de webpagina, alleen de code of een combinatie van beide te bekijken.

**ZIE OOK:** RESPONSIEF WEBDESIGN EN SCHERMGROOTTE, P.167

#### BESTANDEN BENOEMEN

Wanneer je graphics voor het web creëert moeten alle bestanden worden benoemd volgens criteria die voldoen aan de eisen van zoekmachines en corresponderen met toegankelijkheidsvereisten voor bezoekers met beperkingen. Als je je bronbestanden juist benoemt, hoef je ze niet telkens wanneer je afbeeldingen exporteert opnieuw een naam te geven.

- Gebruik altijd kleine letters.
- Gebruik nooit spaties.
- Gebruik een koppelteken (-) om woordcombinaties van elkaar te scheiden.
- Gebruik een underscore (\_) om concepten van elkaar te scheiden.
- Gebruik geen punten, komma's of andere leestekens.
- Gebruik kernwoorden en/of beschrijvingen die corresponderen met het project.
- Bronbestanden kunnen ook worden geda-teerd (012313) wanneer het om meerdere versies gaat.





DEEL 2	PRAKTIJK
MODULE 7	WEBDESIGN
BLOK 4	<b>Eerste bespreking</b>

Webdesigners worden meestal uitgenodigd voor de eerste bespreking met de klant. Ze kunnen inzicht verschaffen in de ontwikkeling van het project op basis van hun ervaring. Ze spelen een rol bij het vaststellen van de technische vereisten en de ordening van de inhoud van de website.

#### TIPS VOOR DE BESPREKING

- Beperk het aantal vragen. De meeste klanten kunnen zich op dit moment niet op details richten.
- Vermijd technisch jargon.
- Notuleer zorgvuldig. Je toont respect voor de tijd en mening van je klant door de tijd te nemen om de belangrijkste punten van jullie gesprek te noteren.
- Luister actief. Stel de vragen die je hebt voorbereid en luister naar het antwoord. Brainstorm in je eigen tijd als onderdeel van je voorbereiding.

Deze besprekingen duren meestal niet langer dan een uur en vinden plaats bij de klant of via een conference-call. Het doel van dit verkennend gesprek is om de klant te ontmoeten en de projectdoelen helder te krijgen. Hierop volgende besprekingen kunnen nodig zijn om specifieke kwesties te bespreken, maar het doel van deze stap is om de doelen voor het ontwikkelingsvoorstel vast te stellen.

#### Vorbereiding

Zorg ervoor dat je de belangrijkste aspecten van het project kent voordat je naar de eerste bespreking gaat. Verschillende projecten (zie p. 148–149) vereisen andere soort vragen.

Het is gebruikelijk om eerst aan de klant te vragen zes websites uit te kiezen die je met hem of haar zal bespreken.

#### • Drie concurrerende websites

Een designer kan uit de mening van de klant over wat hij goed vond aan een website en wat niet afleiden hoe hoog (of hoe laag) de lat wordt gelegd voor het project. De designer kan hier ook uit afleiden welke technische eigenschappen als banners, e-commercefuncties, het gebruik van sociale media en e-mailinglijsten belangrijk zijn voor de klant en moeten worden besproken.

#### • Drie mooie websites

Met behulp van deze websites kan de klant aangeven welke visuele aankleding van de website zijn voorkeur heeft. De klant kan aangeven wat hij

wel of niet mooi vond aan de websites. Het is niet de bedoeling om een van deze websites te kopiëren, maar de designer kan deze informatie wel gebruiken om zich te laten inspireren door bijvoorbeeld het kleurenpalet, de lay-out, typografie en het gebruik van afbeeldingen.

#### Consultatie-onderwerpen

**Projectdoelen** Stel vragen aan de hand waarvan je klant kan uitleggen wie hij is en wat zijn businessdoelen zijn.

- Wat moet de website voor het bedrijf betekenen?
- Wat onderscheidt uw bedrijf van de concurrentie?
- Vormt het helder formuleren van de voordelen en eigenschappen van uw organisatie een uitdagende taak?
- Wie nemen de beslissingen bij dit project?

**Maatstaf/RODI** Wanneer je weet waaraan een klant het succes van het project afmeet en hoe hij zijn investering wil terugzien (RODI), kun je bepalen op welke aspecten je je moet focussen.

- Toenemende verkoop? Sociale media-volgers? Meer bezoekers?
- Meer abonnees van de e-mailnieuwsbrief?
- Hoe zullen klanten je website vinden?

**Technische vereisten** Gebruik begrijpelijke taal als je de klant vraagt naar de technische vereisten van het project. Omdat je de website van de concurrentie hebt bekeken zal je al een lijst hebben aangelegd waarover jullie kunnen praten. Bovendien kun je uit je eigen ervaring putten en nieuwe mogelijkheden en benaderingen



aanbevelen die bij het project aansluiten.

- Hoe communiceert de opdrachtgever nu met klanten?
- Hoe vaak zal de website worden geüpdatet? En door wie?
- Worden producten direct via de website verkocht?

**Bereik** De grootte van een website heeft een grote impact op de prijsopgave van een project. Help de klant met het vaststellen van de verschillende secties en subsecties van de website. Het kan helpen om de sitemap van concurrerende websites te bekijken. Aan de hand hiervan kan je de eerste flowchart ontwerpen (zie p. 142–143).

- Definieer de secties en subsecties van je website.

Het tijdsplan van het project is afhankelijk van hoever de klant zelf is gevorderd met de website en wat hij aanlevert.

- website: hoeveel tijd heeft de klant nodig om de tekst te produceren die op de website zal worden weergegeven?
- Voor een update van de website: hoeveel tekst of afbeeldingen zullen hetzelfde blijven (of worden veranderd) in de geüpdatete website?
- Zijn er foto's of illustraties nodig voor de website? Levert de klant deze zelf aan of heeft hij jouw hulp nodig?

**De benodigde tijd om het project af te ronden** Je moet zelf ongeveer weten wat voor jou een prettig tijdspad is voor de ontwikkeling van je project. Als dat niet het

**Research** Overleg met klanten en andere leden van het ontwerpteam gaan hand in hand met beeldresearch. Of je hiervoor nu handmatig typografie bewerkt of voorbeelden op een demonstratiebord prikt, deze vergaderingen zijn van groot belang voor een optimaal ontwerp.

#### Een smashing idee

SmashingMagazine.com biedt veel vragenlijsten en projectlijsten die aansluiten bij de verschillende soorten projecten.

#### Plan B

Als het budget van de klant onrealistisch laag is, kun je een alternatieve oplossing bieden, zoals een DIY-service van een webhost (of WordPress.com). Dat is niet alleen beleefd, maar ook goed voor je eigen bedrijf. Wanneer de klant het doet-zelfen niet bevalt, zal hij je wel inhuren.

geval is, maak dan een schatting en verdriedubbel deze om onvoorziene vertragingen door jou of de klant op te vangen. Een kortere afrondingstijd vereist dat je actief de planning bewaakt en navolgt.

- Wil de klant dat de website op een bepaalde datum de lucht in gaat?
- Hangt deze datum samen met een bijzondere gebeurtenis?

**Budget** Wees niet bang om eerst naar het budget te vragen voordat je een uitgebreid projectvoorstel schrijft. Sommige klanten zullen meteen duidelijk zijn over hun budget. Sommige weten het echt niet. Andere willen graag dat jij met een prijsopgave komt. Dus jij zult ook over het budget moeten nadenken voordat het eerste gesprek plaatsvindt.

#### De meeting afsluiten

Je sluit de meeting af met een samenvatting van de actiepunten. De designer doet een follow-up door een lijst met vragen te e-mailen die de klant eerder nog niet kon beantwoorden. Ook legt hij uit wat de volgende stap is: dat kan een meer gedetailleerde conversatie over het projectvoorstel zijn.



DEEL 2	PRAKTIJK
MODULE 7	WEBDESIGN
BLOK 5	<b>Informatie-opbouw (IO)</b>

De informatie-opbouw (IO) van een website is een belangrijk onderdeel van het creëren van de algehele gebruikersbeleving (GB). Het vormt een balans tussen de intrinsieke essentie van een website en de gebruikersverwachtingen, gecombineerd met de doelen van de klant. Dit is de praktische en functionele expertise die een webdesigner inzet voor het ontwikkelen van een website en het heeft grote invloed op het succes van het project.

#### Definieer de belangrijkste trajecten

Als je de belangrijkste trajecten van een website wil bepalen moet je eerst de projectdoelen formuleren en deze uitleggen aan het publiek van de website. Dit kan door duidelijke actieknoppen in de pagina-lay-out te verwerken. Of je kunt de bezoekers door de navigatiestructuur van de website leiden zodat ze snel de gewenste inhoud vinden zonder dat ze door veel pagina's hoeven te klikken.

#### Navigatie

Navigatie is een van de belangrijkste factoren bij onlinedesign. Navigatie kan voor elke website weer anders zijn. Soms is een eenvoudige navigatiebalk benodigd, soms juist een complexe; soms zijn er enkele pagina's te navigeren, soms honderden; en soms zijn er verschillende soorten gebruikers die op een verschillende manier moeten navigeren. Er zijn dus geen vaste regels voor het opzetten van de navigatie.

Vermijd het presenteren van te veel verschillende navigatieopties, die de bezoekers van de website doen twifelen op welke link ze moeten klikken. Maak in plaats hiervan gebruik van positionering en schaalverschillen om de bezoekers door de navigatieopties van de website te leiden. Groepeer gelijksoortige, secundaire pagina's in subsecties en presenteer ze met behulp van een dropdown- of fly-out-navigatiemenu.

Vooraf op een grote website is het gebruik van primaire en secundaire navigatie te overwegen. Primaire navigatie voert naar de inhoud die de gebruiker in de eerste plaats

zoekt op de site. Bij secundaire navigatie gaat het om extra informatie die niet specifiek op het doel van de site is gericht: zoals 'over ons' of 'FAQs', op een minder prominente plaats op de pagina weergegeven, bijvoorbeeld onderaan.

#### Creëer een beleefde website

Een 'beleefde website' reageert op de manier die de bezoeker verwacht.

Wanneer gebruikers op een hyperlink klikken, verwachten ze dat er een nieuwe webpagina wordt geopend in hetzelfde browserwindow. Wanneer er echter een nieuw browserwindow (pop-up) of een programma als Adobe Acrobat wordt geopend, is het netjes om de bezoeker te waarschuwen wat hij kan verwachten als hij op die link klikt.

[Bekijk programma \(PDF\)](#)

[Bekijk volledig artikel \(via een pop-up\)](#)

Email ons: [info@website.com](mailto:info@website.com)

Breng variatie aan in de kleur van de bezochte hyperlinks zodat de bezoeker weet welke webpagina's hij al heeft bezocht. Onderstreep geen tekst die geen hyperlink is.

Laat bezoekers zelf hun audio- of videobeleving kiezen. Laat geen audio- of video-elementen vanzelf afspelen als de bezoeker de pagina downloadt. Geef de bezoeker tijd om zijn speakervolume aan te passen voordat hij op de play-knop klikt.



#### Eerste indruk

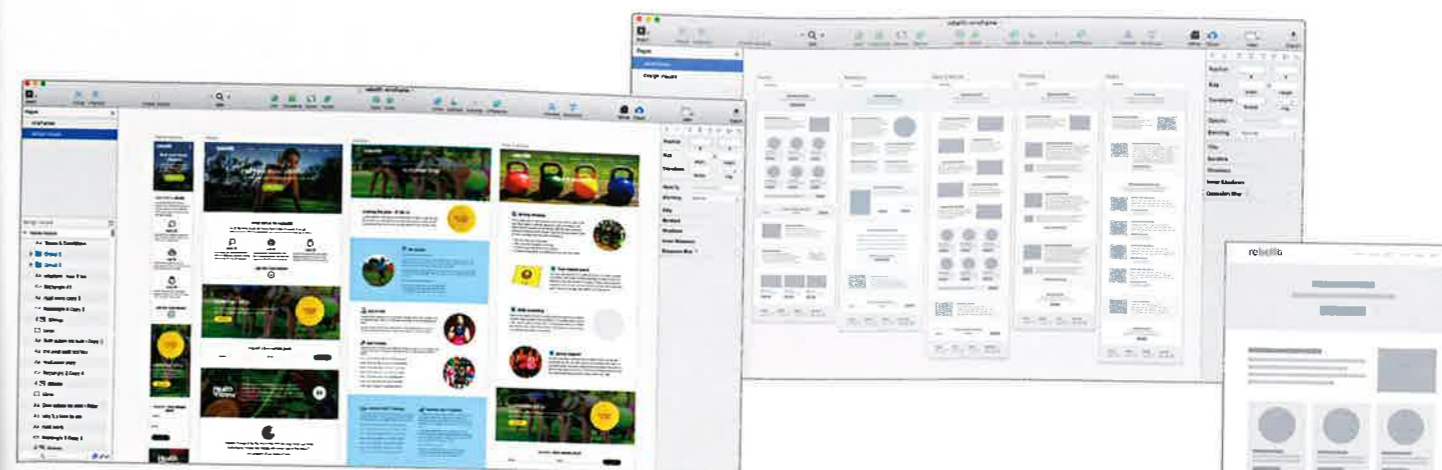
De gemiddelde bezoeker beslist binnen drie seconden of hij op een webpagina blijft. Zorg er dus voor dat de landingspagina impact heeft. De landingspagina van Bitdefender is helder weergegeven, komt direct ter zake en vraagt om reactie ('call to action').

#### Reduceer het aantal klikken

Probeer het aantal links dat een gemiddelde bezoeker van de website nodig heeft om de informatie te vinden te beperken.

#### Gebruiksgemak

Jakob Nielsen wordt algemeen erkend als een autoriteit op het gebied van het gebruiksgemak van websites. Op zijn website staat een groot aantal studies: [www.useit.com](http://www.useit.com)



#### Presenteer behapbare inhoud

Hoewel de webdesigner maar zelden verantwoordelijk is voor de tekst van de website, is het vaak wel zijn verantwoordelijkheid om de klant te begeleiden bij de totstandkoming hiervan, aangezien er verschil bestaat tussen het schrijven voor het web en traditionele media.

Bezoekers van websites zijn op zoek naar informatie en 'scannen' de inhoud van een webpagina. Ze bekijken eerst de taxonomie van de navigatiestructuur en lezen de koppen en onderkoppen, waarna ze hun keuze maken.

- Gebruik beschrijvende sleutelwoorden in je navigatiemenu. Vermijd het gebruik van te algemene benamingen als 'producten' of 'diensten'. Selecteer woorden die accuraat de producten en diensten van de klant beschrijven. Categorieën als 'contact' en 'over ons' kun je wel gebruiken.
- Gebruik visuele middelen als koppen, onderkoppen, lijsten en call-outs om bezoekers van de website door de informatie te leiden.
- De twee eerste paragrafen van een pagina moeten de belangrijkste informatie bevatten voor de websitebezoekers. Beschrijf kort en duidelijk waarvoor een product of dienst is bedoeld en waarom de bezoeker het zou moeten aanschaffen.
- Gebruik in de lopende tekst relevante sleutelwoorden. Beperk het gebruik van persoonlijke voornaamwoorden (hij, zij, het) en noem de namen van producten of diensten. Hierdoor zal de website hoger in de zoekmachineresultaten komen.
- Houd de beschrijvende tekst kort en gebruik relevante sleutelwoorden. Vermijd samengestelde zinnen en

deel langere stukken tekst op in kleinere paragrafen.

- Gebruik opsommingstekens of alfanumerieke lijsten zodat gebruikers sneller toegang tot de gezochte informatie krijgen. Bovendien zorgen deze lijsten ervoor dat items met een gelijksoortig thema worden gegroepeerd (m.b.v. opsommingstekens) of worden geordend (m.b.v. genummerde lijsten).

#### Zorg voor structuur en visuele hiërarchie

Verdeel de lay-out in duidelijk omliggende inhoudsgebieden. Creëer visuele relaties door items met hetzelfde thema te groeperen (bijvoorbeeld een lijst met recente nieuwsberichten).

Varieer met de grootte van je lettertype. De gebruikelijke grootte voor een standaardtekst is 11 tot 13 punts. Koppen en onderkoppen moeten in verhouding groter worden weergegeven zodat ze opvallen. Gebruik vet of cursief alleen om nadruk in de broodtekst aan te brengen. Het gebruik van witruimte is belangrijk. Gebruik van verticale witruimte op een webpagina is nog belangrijker. Het deelt de lopende tekst op in segmenten en zorgt ervoor dat de pagina rustig oogt.

#### Laat je inspireren

Innovatief webdesign komt tot stand door het verlangen een betere gebruikersbeleving (GB) te creëren en heeft niet verandering op zich als doel. Bestudeer de elementen van de websites die je zelf vaak bezoekt kritisch.

Zoek naar patronen en overeenkomsten. Neem trends over als ze in jouw ogen geschikt zijn voor het project.

#### Hiërarchie

Bij het maken van de opzet voor een website of app is het van belang na te denken over de volgorde van de informatie. Wat is het belangrijkste, wat moet de webbezoeker direct zien, wat is het voornaamste doel, welke reactie wil je oproepen? Breng de doelen en belangen door research en in gesprekken met de klant in beeld. Zet in je ontwerp de voornaamste informatie bovenaan.



**BLOK 6 | Flowcharts en wireframes**

Flowcharts en wireframes stellen de designer en klant in staat om de structuur van een website te visualiseren en mogelijke problemen bloot te leggen. Het is handig om deze schema's uit te werken voordat je aan het project begint zodat ze kunnen worden opgenomen in het contract.

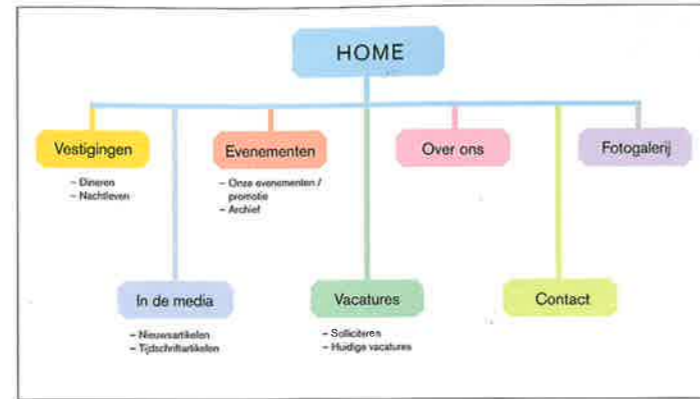
**Flowcharts**

Flowcharts worden in de eerste planfase ontwikkeld om de navigatiestructuur te illustreren, om de belangrijke keuzemogelijkheden van de bezoekers van de website te tonen en om het algehele bereik van het project te bepalen. Deze fundamentele elementen kunnen worden gebruikt als discussiepunten voor de designer en de klant.

Ervaren webdesigners zullen je adviseren deze stap niet over te slaan. Een visuele weergave van de structuur van de website kan je helpen bij het bespreken van details die de klant anders niet meteen zou kunnen begrijpen. Bepaal samen met je klant welke pagina's nodig zijn, schrijf ze op kaartjes en geef een visuele presentatie, waarna jullie in overleg besluiten tot een structuur alvorens deze te digitaliseren.

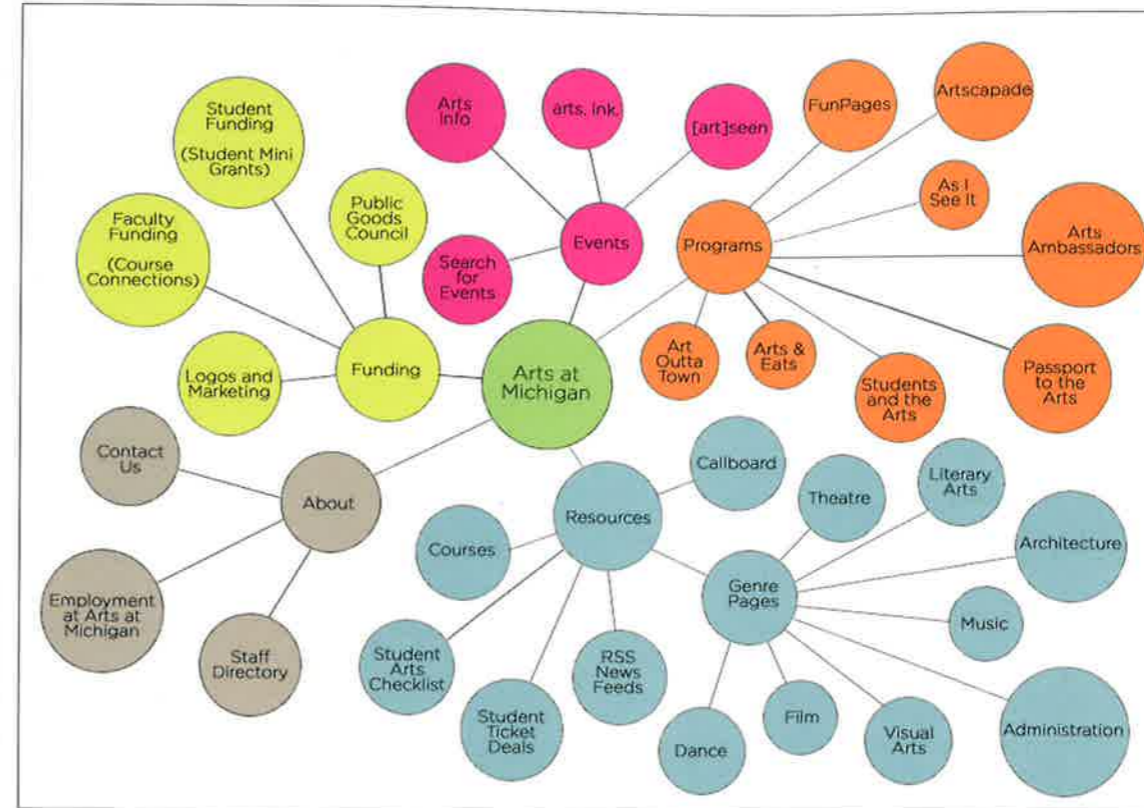
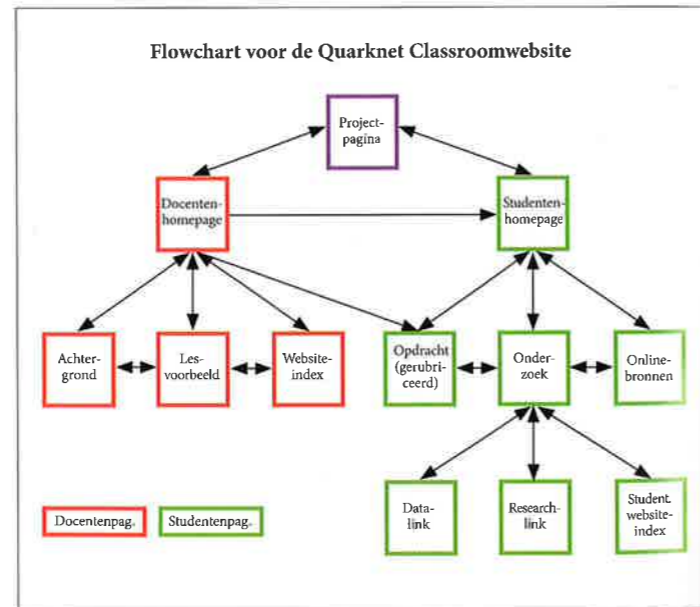
**Navigatiestructuur** Aan de hand van een flowchart waarop de navigatiestructuur staat afgebeeld kan de klant de taxonomie, de volgorde van de links en de verdeling van de inhoud over primaire, secundaire en tertiaire paginastructuren zien.

Bevat een primaire pagina ('onze diensten') bijvoorbeeld een overzicht van de inhoud die kan worden gevonden op de secundaire pagina's (de verschillende diensten)? Of fungeert het als een eerste pagina voor de sectie (dienst #1) en bevat het links naar andere, secundaire pagina's?



**Belangrijke routes**

Het lijkt misschien onnodig veel werk om flowcharts en diagrammen te gebruiken om de hiërarchie en verbanden tussen verschillende webpagina's te visualiseren. Dit is echter een eenvoudige en efficiënte manier om er zeker van te zijn dat aan alle eisen van een logische ordening van de website zijn voldaan en dat niets over het hoofd wordt gezien. Je kunt aan de hand van flowcharts de geplande verbanden aan je klant uitleggen en het aantal stappen dat nodig is om van de ene naar de andere pagina te komen tot het minimum beperken. Dit is erg belangrijk omdat internetgebruikers niet graag een website met een te complexe navigatiestructuur bezoeken.



**Belangrijke routes** Elke website heeft een bepaalde functie en het doel dat de klant met zijn website wil behalen zou duidelijk in het projectcontract moeten zijn omschreven met behulp van de vragenlijst voor de klant (zie p.143). De designer heeft met het creëren van de flowchart als doel het beperken van het aantal pagina's dat een bezoeker moet bekijken voordat hij de gezochte content heeft gevonden. Een algemeen aanvaarde vuistregel is drie klikken of minder. Sommige opties kunnen echter in de lay-out van de website worden geïncorporeerd. Het is bijvoorbeeld efficiënter om de contactinformatie op elke pagina neer te zetten in plaats van alleen op de contactpagina. De footer, een informatiestrook onderaan een webpagina, is ideaal om informatie te herhalen. Zodra de gebruiker weet wat de footer te bieden heeft, zal hij er steeds snel naar toe kunnen navigeren.

**Visueel communiceren** Flowcharts zijn een efficiënte manier om het bereik en de organisatie van een webproject te communiceren. Dit voorbeeld maakt gebruik van kleur om de gerelateerde secties te tonen en verandert in grootte om de belangrijkste routes van de website te identificeren.

**Bereik van het project** Een visuele weergave van de omvang van het project zorgt ervoor dat alle betrokken partijen in staat zijn om het beoogde bereik te beoordelen. Als er wijzigingen in het project worden aangebracht – zoals zo vaak gebeurt – kunnen beide partijen aan de hand van de eerder goedgekeurde flowchart bespreken hoe dit de prijsopgave zou beïnvloeden.

**WOORDENLIJST**

**Flowchart:** een visueel hulpmiddel om de structuur van een website te plannen.

**Wireframe:** een basisschema voor een webpagina waarin de elementen van die pagina zijn gepositioneerd.

**Nuttige links**

- 960 gridstroom**  
Download de gratis sjablonen die een lay-out met raster hebben gebaseerd op 960 pixels.  
[www.960.gs](http://www.960.gs)
- Wirify** Met deze gratis app kun je elke webpagina converteren in een wireframe. Dit kan zeer nuttig zijn wanneer je wilt zien hoe de structuur van een bestaande website in elkaar zit.  
[www.wirify.com](http://www.wirify.com)
- I (Heart) Wireframes**  
Een Tumblr voor het creëren van een wireframe met veel voorbeelden van hoe designers wireframes gebruiken als voorbereiding op hun project.  
[wireframes.tumblr.com/](http://wireframes.tumblr.com/)

**ZIE OOK: HET PROJECT-ONTWIKKELINGSPROCES, P. 142**



**Het raster**

Een raster met twaalf kolommen vormt een algemeen beginpunt voor het ontwerpen van een website. Wanneer je de elementen in een raster ordent, kan de programmeur gemakkelijk het project doen slagen.

**Visuele hiërarchie aanbrengen**

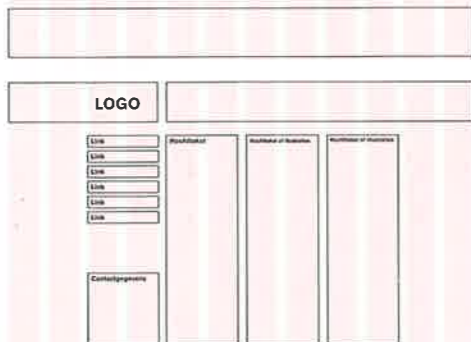
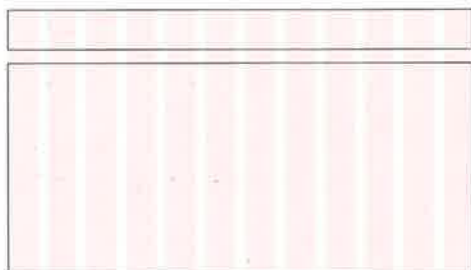
Bepaal de inhoudsgebieden voor de elementen van de lay-out. Geef belangrijke zaken veel ruimte en minder belangrijke minder.

**Verwerk tekst en navigatie-elementen**

Let op de belangrijkste routes door de website. Leid de bezoekers van de website langs deze routes door de opties duidelijk te maken met behulp van verandering in grootte en visuele nadruk.

**Grijschaal-waarden**

Wanneer je de bijbehorende grijschalen bepaalt, weet je zeker dat je de tekst met het juiste contrast weergeeft. Het kleurpalet kan gedurende het project nog worden veranderd. Je kunt dan terugverwijzen naar je grijschaal om de juiste waarden voor je lay-out te bepalen.



**Wireframes**

Het wireframe is een met opzet grove weergave van de lay-outstructuur van de belangrijkste pagina's van een website. Je kunt een wireframe vergelijken met de blauwdruk van een gebouw, waarin ook de visuele hiërarchie en de verhoudingen in de lay-out zijn weergegeven. Aan de hand hiervan kunnen designer en klant een constructieve discussie voeren over de lay-outstructuur zonder afgeleid te worden door details als de keuze voor lettertypen of kleuren.

Wireframes worden meestal gemaakt in Adobe Illustrator omdat designers vaak al bekend zijn met dit programma en keuzes snel kunnen worden herzien. Bovendien kan het eindresultaat direct in Photoshop worden geïmporteerd.

**Begin met een raster** De meeste webdesigners gebruiken het 960 rastersysteem, een gestroomlijnde manier om websites te ontwerpen waarbij gebruik wordt gemaakt van verhoudingen die zijn gebaseerd op een breedte van 960 pixels, die kan worden onderverdeeld in een even aantal kolommen (8, 12 of 16 kolommen). Zie voor meer informatie Webstandaarden op p. 145.

**Voeg regio's toe** Voeg een aantal blokken of vakken aan je raster toe die de verschillende inhoudsgebieden van je lay-out vormen: het logo en de navigatiestructuur, de tekst en het footergedeelte. Deze blokken bepalen de onderlinge verhoudingen tussen de verschillende invullingen van de lay-out.

**Voeg de typografie toe** Bepaal de visuele hiërarchie tussen de verschillende onderdelen van de lay-out. Creëer verschillen in grootte tussen koppen en onderkoppen om de bezoeker van de website door de inhoud te leiden. Lijnen, in plaats van woorden, worden meestal gebruikt om minder belangrijke stukken tekst te representeren.

**Voeg links toe** Bepaal wat de interactieve elementen zijn. Gaat het navigatiemenu dropdownmenu's bevatten? Zullen knoppen, op tekst gebaseerde links of een combinatie van beide onderdeel uitmaken van de lay-out? Op dit moment bepaal je alleen het type link en niet het uiterlijk ervan.



**Incorporeer grijschaalwaarden** De laatste stap van het construeren van een wireframe vormt het toekennen van grijswaarden aan de inhoud. Deze stap helpt je bij het tot stand brengen van de visuele kracht van de onderdelen van de lay-out zonder aandacht te besteden aan het kleurenpalet. Het helpt je ook om later wel kleuren toe te voegen gebaseerd op deze verhoudingen.

Wees niet bang om te experimenteren. Het doel van het construeren van een wireframe is om snel achter problemen te komen en ze op te lossen.

**High-definitionwireframe** (optioneel) Een hi-def-wireframe is een wireframe met extra details. Meestal verwijst het naar het daadwerkelijk invoegen van tekst om de ideale lettertypegrootte en lengte van de regels te bepalen.

**Raster met twaalf kolommen** Het ontwerp van Wonderbird door Rebecca Foster laat goed het bereik en de flexibiliteit van haar raster met twaalf kolommen zien. Ze gebruikt consistent over de hele pagina de breedte van twee kolommen voor de marge links en rechts. Van pagina tot pagina toont ze verschillende soorten informatie en beelden. Rebecca laat, afhankelijk van de pagina en de informatie en afbeeldingen die daar een plaats moeten krijgen, bepaalde details soms over de breedte van verscheidene kolommen lopen.

**RESOURCES TESTEN**

Er zijn verscheidene onlineresources die je helpen problemen op te lossen door de HTML- en CSS-code te valideren of door de navigatiestructuur van je website te controleren op ongeldige links. De World Wide Web Consortium (W3C) wordt beschouwd als de beste validatieservice. [validator.w3.org/](http://validator.w3.org/)



## BLOK 7 | Elementen van een weblay-out

Alle webpagina's hebben elementen gemeenschappelijk. Deze onderdelen vormen de basisbouwstenen van een webpagina.

Voordat er wordt begonnen met het bouwen en combineren van de elementen van een webpagina, moet eerst worden bepaald welke lay-outelementen de meeste websites gemeen hebben. Het bovenste gedeelte van een website wordt vaak de header genoemd. Het bevat meestal de merknaam, het logo en de belangrijkste navigatielinks. Meteen onder de header bevindt zich het body-gedeelte. In dit gedeelte verandert de inhoud als je door de pagina's van de website navigeert. Aan de onderkant van de webpagina bevindt zich de footer. Het bevat meestal items die te maken hebben met de eigenaar van de website en het geeft de belangrijkste navigatiestructuur weer zodat de bezoeker niet naar de header hoeft te scrollen om op een link te kunnen klikken.

**Titel** De titel van de website wordt gebruikt om de inhoud van de pagina die wordt bekeken te beschrijven. Hij wordt boven aan het browserwindow of in een browsertabblad weergegeven; in de favorietenlijst van de gebruiker (als hij deze pagina als favoriet heeft opgeslagen); en fungeert als de paginatitel voor zoekmachineresultaten.

**Favicon** Dit is een klein pictogram dat aan de linkerkant van het adres van de website verschijnt. Hostingsites vragen als favicon meestal .ico file en 32 x 32 of 16 x 16 pixels. Gebruik van een ander formaat zal niet werken voor alle browsers, en tot vervorming leiden.

**Header** Het bovenste gedeelte van de lay-out van een webpagina. Hier wordt meestal aan de linkerkant of in het midden het logo van het bedrijf weergegeven (zie p. 145). Het bovenste gedeelte van de header kan navigatiemogelijkheden als de login/logout voor een website die om registratie vraagt bevatten of toegang bieden tot de inhoud van de winkelmand van e-commercewebsites.

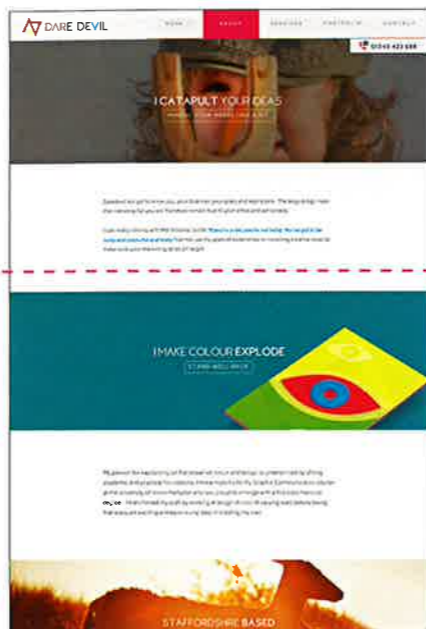
**Hoofdnavigatiemenu/topnavigatiemenu** Zorg dat navigatie tot het minimum beperkt blijft, goed te vinden en gebruiksvriendelijk is. Het hoofdnavigatiemenu bevindt zich meestal horizontaal boven aan het scherm onder de header. Dit ontwerp is populair omdat de vele ruimte over de gehele breedte van de lay-out de mogelijkheid biedt om extra links aan het navigatiemenu toe te voegen. Een alternatief is het

navigatiemenu verticaal weer te geven langs de linkerkant van de lay-out. Dit ontwerp wordt echter steeds minder populair omdat designers het subnavigatiemenu graag daar willen positioneren.

**Dropdownnavigatie/fly-outnavigatie** Zoals de namen al aangeven, bieden deze subnavigatiemethodes de mogelijkheid om gerelateerde links te ordenen. Het dropdownmenu toont een aantal secundaire pagina's. Vanuit deze opties worden aan de rechterkant van de dropdownlijst de tertiaire links getoond. Een alternatief voor de dropdownmethode wordt een megamenu genoemd en bestaat uit een volledig keuzemenu dat subnavigatiemenu's maar ook socialemediafeeds kan bevatten. Afhankelijk van het type website heb je vijf tot tien navigatieknoppen nodig.

**Broodkruimelnavigatie** Dit is een navigatie-element dat zich meestal onder de header bevindt. Het laat aan de bezoeker van de website zien waar hij zich op dat moment bevindt in de structuur van de website en hoe hij terug kan klikken naar eerder bezochte pagina's. Deze navigatiemethode is niet nuttig voor websites die een navigatiestructuur hebben van op z'n minst drie niveaus. Ook voor websites die slechts een primaire en secundaire navigatiestructuur hebben, is deze methode overbodig.

**Slideshow** Een slideshow van afbeeldingen is een visueel marketeermiddel dat kan worden gebruikt voor een aantal



Boven de vouw

Onder de vouw

### Verder gaan onder 'de vouw'

Zoals deze website laat zien, loopt de inhoud van een webpagina vaak verder dan het einde van een browserwindow en is pas te zien door naar beneden te scrollen. Webdesigners plaatsen belangrijke elementen vaak boven aan in de lay-out zodat deze meteen te zien zijn wanneer de pagina wordt geladen. Bezoekers van de website zien aan de onvolledige inhoud dat ze naar beneden moeten scrollen voor de volledige tekst.

### Vakjargon

www.motive.co.nz Designers maken veel gebruik van een steeds groeiende terminologie om met collega's en klanten te communiceren. Er zijn veel naslagwerken beschikbaar, maar deze lijst vormt een goed uitgangspunt en is samengesteld door het webdesignbedrijf Motive.

### Meerdere navigatiebronnen

Deze website bezit een combinatie van primaire en secundaire navigatielinks voor het navigeren binnen de hele website en het onderhavige deel van de site. Hoewel de navigatie niet op traditionele manier is geplaatst, is hij wel consistent.



doeleinden. Meestal wordt het gebruikt om een aantal nieuwe producten of nieuwe inhoud uit te lichten. Of het kan worden ingezet om een reclameboodschap visueel over te brengen.

**De body** Het bodygedeelte bevat meerdere content of subcontent die specifiek is voor het type website dat wordt ontwikkeld en/of de specifieke pagina die wordt bekeken. De meeste websites ordenen hun content binnen de body waarbij vaak gebruik wordt gemaakt van een verticale indeling die bestaat uit twee tot vier kolommen.

**Call-out/call-to-action-elementen** Speciale berichten of knoppen die de bezoeker overhalen om tot een bepaalde handeling (call to action) over te gaan worden meestal in de body boven de 'vouw' gepositioneerd.

**Onder de vouw** Deze term is afkomstig uit de krantenwereld en verwijst naar de content die zich zo laag op de pagina bevindt dat bezoekers het niet meteen zien als de pagina wordt geladen. Vroeger was men ervan overtuigd dat bezoekers er zelden aan dachten naar beneden te scrollen, maar we weten nu dat dat meestal wel gebeurt.

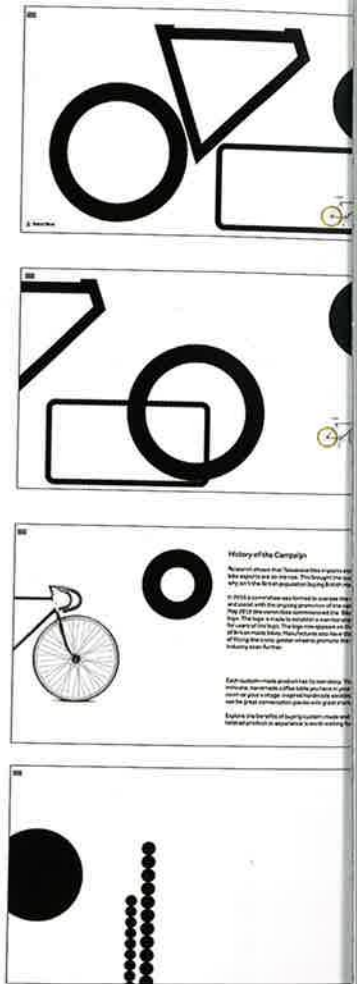
**Inlinelinks** Uit tekst bestaande links die zich in het tekstcorpus bevinden en die naar een andere webpagina linken op basis van de verwante onderwerpen.

### Ankerlink/jumplink/link bovenkant pagina

Een navigatie-element dat wanneer je erop klikt, de bezoeker naar een specifiek gedeelte van een webpagina stuurt. Wordt meestal gebruikt op pagina's met FAQ's. Ze geven de bezoeker de mogelijkheid om snel naar het begin van de pagina terug te keren zonder te scrollen.

### Structuur met animatie

De website van Bike British heeft een vaste lay-out. Linksboven staat het menu en als je naar beneden scrolt, zie je animatiebeelden en grafische beelden. Deze structuur wordt in de hele website consistent aangehouden. Grote vectorvormen en een fotocyclis dienen als boeiende achtergrondbeelden tijdens het navigeren.





Ontwerpen voor het web is vaak een intelligente combinatie van reflectie op de doelen van de klant, begrip van de verwachtingen van de bezoekers van de website, op de hoogte blijven van de huidige trends en je eigen creatieve inbreng.

GEBUIKELIJKE LAY-OUTSTRUCTUREN

**Lay-out met vaste breedte**

Deze website-indeling is tegenwoordig het populairst. De lay-outstructuur heeft een vaste pixelbreedte en de content bevindt zich precies in het midden van de browserpagina.

**Dynamische lay-out**

Deze lay-out kan van indeling veranderen. De content op de pagina wordt geherpositioneerd afhankelijk van de breedte van het browserwindow.

**Drijvende lay-out**

Deze lay-out heeft een vaste hoogte en breedte binnen het browserwindow. De achtergrond blijft aan minstens drie zijden zichtbaar (links, rechts, onder) zodat de bezoeker niet hoeft te scrollen om de content van de pagina te zien. Deze lay-out is populair onder de detailhandelaar uit het duurdere segment, maar kan problemen opleveren omdat de ruimte beperkt is.

**Webtrends**

Een grote slideshow in het bovenste gedeelte van de homepage die met behulp van afbeeldingen het doel van de website toont is een populaire trend. Een alternatief is een slideshow gebruiken om nieuwe content weer te geven, zodat de website fris oogt voor terugkerende bezoekers.

**Stijlcollage**

Het presenteren van stijlvolle verschillende ontwerpopties – onafhankelijk van de lay-outindeling van de website – is een populaire manier om de focus van een bespreking op de stijlopties te richten, zoals het kleurenpalet, het lettertype en de afbeeldingen.

**Doelen van de klant**

In de eerste projectbesprekingen (zie p. 154–155) zul je de doelen van de klant hebben vastgesteld en het verwachte bereik van de website hebben besproken. Met behulp van de flowchart (zie p. 158–159) kunnen de belangrijkste trajecten worden besproken die de bezoeker kan nemen om door de website te navigeren.

**Gebruikersverwachtingen**

De beginselen van webdesign worden gevormd door algemeen geaccepteerde regels ofwel webstandaarden. Beginnende webdesigners zijn misschien onwillig deze te volgen, maar het accepteren en navolgen hiervan zorgt ervoor dat de gebruikersbeleving consistent is wanneer bezoekers van de ene naar de andere pagina navigeren. Zo kan de webbezoeker bijvoorbeeld door het merkelement in de header aan te klikken naar de home-pagina worden geleid.

**Webtrends**

Het web is innovatief. Aan trends ligt vaak een logica ten grondslag: een slimme oplossing die herhaaldelijk in het web opduikt gewoon omdat het werkt. Natuurlijk moeten



niet alle trends blind worden gevolgd; je eigen esthetische oordeel als designer speelt hierbij een belangrijke rol.

**Flat design**

Als gevolg van responsief design is 'flat design' tegenwoordig een webtrend. Voor responsief design zijn lay-outs voor verschillende apparatuur nodig, wat meer ontwerptijd vergt dan een ontwerp dat enkel voor het computerscherm nodig is. Om ontwerptijd te sparen, gingen designers bepaalde elementen stroomlijnen en vermeden ze gedateerde designtrends (zoals slagschaduw), waardoor de inhoud meer aandacht kreeg. Simplificatie van visuele elementen ofwel flat design houdt in dat glimmende knoppen worden vervangen door vectorbeelden en iconfonten die niet alleen sneller laden maar er ook frisser uitzien. Het merkwaardige is dat dit de manier was waarop het web aanvankelijk al werkte. We zijn weer terug bij afl

**Lay-outindelingen**

De meest gebruikte lay-outindeling is een vaste horizontale indeling. Een verticale indeling is echter dynamischer en kan in grootte toe- en afnemen afhankelijk van de hoeveelheid content per pagina. Alternatieve mogelijkheden zijn: geproportioneerde breedte, zoals 80% van het browserwindow; volle breedte, 100% van het browserwindow; een vaste breedte aan de linkerkant van het browserwindow en vast horizontaal en verticaal, een 'drijvende' lay-out die erg populair is in de detailhandel maar extreem lastig op de lange termijn, omdat de presentatie van de content kan veranderen waarbij dan meer verticale ruimte is vereist.

WOORDENLIJST

**Belangrijke routes:** het vaststellen van de gewenste route die bezoekers van de website moeten nemen voor een 'call to action' (kopen, contact opnemen, registreren enz.)

**Dropdownmenu:** een navigatie-onderdeel dat wordt getoond wanneer een bezoeker op een link uit het hoofdmenu klikt om gerelateerde links (subsecties) te bekijken.

**Fly-out (menu):** een menu dat tevoorschijn komt als je met je muis op een belangrijk navigatie-element gaat staan.

**Layer Comps (Photoshop):** een toepassing die de gebruiker in staat stelt om vast te leggen welke items je kunt bekijken in een complex, meerlagig document.

**Stijlcollage:** een presentatie van websitestijlen die door een klant kunnen worden beoordeeld zonder aandacht te besteden aan de indeling van de website.

**Tooltip:** een mededeling die verschijnt als een gebruiker met een muis over een link gaat.

**Start op papier**

Werk je concepten uit op papier voordat je op de computer aan de gang gaat. Bepaal de plek van de content en stel de hoeveelheid visuele ondersteuning vast die bepaalde elementen nodig hebben.

**ZIE OOK:**

FLOWCHARTS EN WIREFRAMES, P. 158

**Waar te beginnen?**

Het is algemeen geaccepteerd om bij het ontwerpen van een website uit te gaan van de traditionele laptopgrootte van 1024 pixels (met schermresolutie/72ppi).

Ontwerpers creëren meestal een Photoshop-document dat 1200 pixels breed bij 2500 pixels hoog is, waarbij het niet de bedoeling is het gehele canvas volledig verticaal te vullen. Sommige pagina's zullen veel content bevatten en met deze hoogte hoeft je items later niet te herpositioneren. Hoe meer ruimte je besteedt aan de elementen in het bovenste gedeelte van de lay-out, hoe meer informatie zich onder de 'vouw' van de pagina zal bevinden waardoor men naar beneden moet scrollen voor die inhoud. Een header (met een gedeelte voor navigatie) van meer dan 200 pixels hoog zal als excessief worden beschouwd. De meeste websiteontwerpen zijn compact en gebruiken minder dan de helft van de beschikbare hoogte.

**SCHONE BESTANDEN LEVEREN**

Waarschijnlijk moet je jouw gelaagde Photoshop-bestanden aanleveren aan een team van webontwikkelaars of codeerders. Orden je bestanden. Geef de lagen een naam volgens een helder systeem en verwijder ongebruikte lagen. Breng gerelateerde content in dezelfde mappen onder. Als jij bestanden niet kunt vinden, geldt dat waarschijnlijk ook voor de webontwikkelaar. Gebruik de Notes en LayerComps-opties voor gecompliceerde instellingen.



**Je informatie structureren** Voor alle nieuwe apparatuur en formaten moeten websites geschikt zijn om zich te voegen naar nieuwe schermformaten. Deze site van Dare Devil heeft verschillende platformen, elke net even anders qua rasterstructuur en navigatie-elementen, maar het ontwerp is consistent gelijk en herkenbaar voor gebruikers die de site meermaals bereiken vanaf verschillende platformen.

**Hamburger** Dit dropdown navigatiemenu is vernoemd naar de hamburger. De streepjes geven aan dat hierachter een menu verborgen is zonder de aandacht van het webdesign af te leiden. Het teken wordt vooral gebruikt op mobiele sites om ruimte te sparen.

**Je navigatie structureren** Websites groeien en gaan soms meer content bevatten. De navigatiestructuur van een website kan worden ontworpen dat hij kan meegroeien met de toenemende grootte van de website door een aantal dropdown- of fly-outnavigatie-elementen te implementeren.

**Rasterstructuur**

Het compositieraster (zie p. 160) is een ontwerpconcept dat afkomstig is uit traditioneel grafisch design voor drukwerk. In webdesign wordt gebruikgemaakt van een verticale rasterindeling om visuele consistentie te bereiken en het omzetten van het ontwerp naar de programmeerfase minder gecompliceerd te maken.

Het 960 rastersysteem is het meest gangbaar omdat het gelijkmatig kan worden onderverdeeld in twaalf en zestien kolommen. De breedte van een websitelayout die van dit systeem gebruikmaakt is 960 pixels. De overige ruimte kan worden gebruikt voor een achtergrond.

**Webtypografie**

Recente technologische ontwikkelingen in webdesign geven designers de mogelijkheid om wat betreft typografie tot een beter resultaat te komen. Online luistert typografie minder nauw dan in druk. Recente technologische ontwikkelingen in webdesign geven designers de mogelijkheid om wat betreft typografie tot een beter resultaat te komen, maar check of je gekozen font geschikt is voor gebruik op een website voordat je een mock-up maakt!

De breedte van een tekstparagraaf wordt bepaald door de vaste breedte van de tekstkolom, vastgelegd in je rastersysteem. Als de gebruiker van de website besluit om de browserinstellingen te veranderen en de tekst groter weer te geven, zal de rest van de inhoud zich hieraan aanpassen.

Dankzij de introductie van lettertypen voor het web hebben designers toegang tot een alsmaar groeiende bibliotheek met lettertypen die zijn geoptimaliseerd voor het beeldscherm. De tijd dat je letters als op pixel gebaseerde graphics moest creëren is voorbij. We leven in een tijdperk waarin je snel nieuwe lettertypen gebruikt (meestal met de CSS) die gelezen kunnen worden door zoekmachines.

**Ontwerp om te ontwikkelen**

In tegenstelling tot het ontwerpen voor drukwerk blijven webdesignprojecten zich ontwikkelen gedurende een langere periode. Een designer moet eventuele revisies vooruit plannen en zijn projectdoelen kunnen herzien. Wanneer je dat niet doet, kan het nodig zijn dat later de website volledig opnieuw moet worden ontworpen zodat de gewenste wijzigingen kunnen worden verwerkt. De designer moet gebruikmaken van sjablonen waarin hij de content kan onderbrengen.

Het is ongebruikelijk en duur om een website van 24 pagina's te ontwerpen waarbij elke pagina een compleet andere lay-outindeling heeft. Het is beter om een lay-out voor de homepage te ontwerpen en een of twee voor de binnenpagina's. De manier waarop de content en de afbeeldingen worden weergegeven kan per pagina worden aangepast, maar de algehele structuur blijft consistent dankzij de ontworpen sjablonen. Dat is niet alleen goedkoper maar geeft ook een coherente uitstraling.

**Responsief webdesign**

Responsief webdesign is een nieuwe trend waarbij onderdelen van een lay-out worden aangepast in reactie op het apparaat waarop de website wordt bekeken. Deze mogelijkheid wordt gecreëerd door de backendcodering van de website die de bijbehorende CSS-code inzet om de website-elementen juist te herpositioneren. Het ontwikkelen van een responsieve website vereist meer werk dan een gewone website en dit kan invloed hebben op de prijsopgave van het project. De designer moet in staat zijn om meerdere versies van zijn ontwerp te creëren die door de klant kunnen worden beoordeeld en ten slotte kunnen worden overgedragen aan het programmeerteam.



**Herpositioneer en bewerk** Dit is een geweldige voorbeeld van hoe een voor een browser ontworpen lay-out verandert wanneer hij wordt bekeken op een smartphone. Veel van de belangrijkste elementen zijn nog aanwezig, maar ze zijn aangepast aan het kleinere scherm. Sommige

onderdelen, zoals het menu-icoon, zijn ingekrompen voor een minder rommelig effect.

**Responsief design**

Een responsief design kan elementen herschikken volgens de portret- of landschapsweergave.

**TIPS VOOR LETTERTYPEN**

- Gebruikers geven de voorkeur aan donkere letters tegen een lichtere achtergrond in tegenstelling tot lichte letters tegen een donkere achtergrond die zich in je netvlies lijken te branden.
- Neem voor het lettertype dat je in je Photoshop-document specificeert de voor broodtekst gebruikelijke grootte van 12 tot 13 punten en voor de koppen 16 tot 18 punten.
- De breedte van een paragraaf kun je het best beperken tot tussen de 20 en 40 karakters.

- Dit is geen must, maar experts op het gebied van gebruiksvriendelijkheid adviseren een schreefloos lettertype, zoals Helvetica, voor de broodtekst en een ander lettertype naar keus voor koppen en onderkoppen.
- Vermijd het gebruik van vetten en cursieven voor hele paragrafen en beperk het tot het uitlichten van bepaalde onderdelen van de lopende tekst.
- Vermijd het onderstrepen van tekst die geen link is.

**RESPONSIEF WEBDESIGN EN SCHERMGROOTTE**

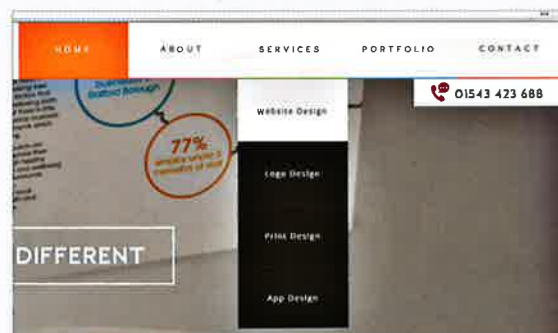
De huidige schermgrootten zijn:

- Desktop (1600 pixels)
- Laptop (1024 pixels)
- Tablet (768 pixels)
- Smartphone (320 pixels)

Een traditionele (niet responsieve) website kan worden aangepast zodat hij ook leesbaar is op een kleiner scherm, zoals dat van een smartphone.

- Herschaal het merkelement (logo) en centreer het.
- Verander een hoofdnavatiebalk in een dropdownmenu met scrollfunctie.
- Verwijder roll-overeffecten, omdat er geen cursor aanwezig is.
- Creëer witruimte rondom links.
- Pas de uitlijning van de onderkoppen zo aan dat ze binnen het scherm worden gecentreerd.
- Snijd de afbeeldingen bij of verklein ze zodat ze in het scherm passen.
- Plaats content die meerdere kolommen vult in een enkele kolom door elementen te stapelen.

- Richt je bij het weergeven van de content op de wensen van de gebruiker van de smartphone. Bijvoorbeeld wanneer een restaurant de openingstijden en reserveringsmogelijkheden op de homepage van zijn website uitgelicht wil hebben. Om te beoordelen hoe een responsieve website zich gedraagt kun je de websites bestuderen die je zelf vaak met je computer bezoekt. Verklein je browserwindow en maak het smaller. Responsieve websites zullen content optimaal weergeven. Traditionele websites kunnen nog steeds met andere apparaten worden bekeken, maar de bezoeker zal moeten inzoomen op de content.





### De details vastleggen

In een webdesignproject kan de lijst van elementen die moeten worden ontworpen (en gespecificeerd voor het programmeerteam) erg lang worden. Aan sommige elementen zal aanvankelijk niet zijn gedacht, maar deze moeten later nog worden toegevoegd. De volgende lijst kan worden gebruikt zodat je zeker weet dat de website alle gebruikelijke elementen bevat.

#### Navigatiemenu

Het navigatiemenu van een website verschijnt meestal horizontaal aan de bovenkant. Houd rekening met groei van de website en reserveer ruimte om extra navigatielinks in te voegen.

- Positionering
- Uitlijning (links uitlijnen, centreren, inspringen)
- Uiterlijk van de tekst (lettertype, grootte, kleur, witruimte)
- Achtergrond
- Uiterlijk van actieve links
- Grafische elementen (verticale lijnen of een driehoek, gebruikt om een submenu aan te duiden)
- Uiterlijk van het dropdownmenu (uiterlijk van de tekst, horizontale regels, achtergrondkleur, matheid van de achtergrond, grafische elementen)
- Uiterlijk van het fly-outmenu

#### Achtergrond

Liever een subtiele kleur dan een witte achtergrond.

- Effen, patronen, kleurverloop
- Uitlijning
- Staat hij vast of kun je erin scrollen?
- Een afbeelding versmelten met de achtergrondkleur
- Verschilt de achtergrond per pagina?

#### Verticale positionering

- Hoe zal de lay-out zich herpositioneren wanneer de browserpagina van afmetingen verandert?
- Hoeveel verticale ruimte moet er tussen de elementen zijn?
- Wat is de kleinste verticale lay-outgrootte?
- Hoeveel ruimte boven de footercontent?

#### Footercontent

- Uiterlijk van hyperlinks
- Uiterlijk van tekst (copyright)
- Extra elementen

#### Inlinelinks

- Uiterlijk link (lettertype, grootte, kleur, onderstreept)
- Uiterlijk van een reeds aangeklikte link
- Uiterlijk actieve link
- Uiterlijk hover-link

#### Het uiterlijk van navigatieknoppen

Een website kan gebruikmaken van een groot aantal verschillende knoppen: van 'lees meer'-links tot knoppen waarmee je producten aan je winkelmandje kunt toevoegen.

- Standaard uiterlijk van de knop (hoogte, breedte, kleur, doorsnede, lettertype, grootte, kleur van de letter)
- Uiterlijk van de hover-knop
- Uiterlijk van de knop als je erop hebt geklikt
- Uiterlijk niet-beschikbare knoppen (meestal weergeven als een incomplete knop)

#### Submenu's

- Submenu's bevinden zich meestal aan de linkerkant van webpagina's en dienen om te navigeren in een subsectie.
- Positie op pagina (rechterkolom, linkerkolom, horizontaal onder navigatiemenu)
- Stijl (lettertype, grootte, kleur, achtergrond, graphics enz.)
- Uiterlijk van actieve link
- Uiterlijk van fly-outmenu (voor submenu)

#### Stijl van de tekst

- Broodtekst (lettertype, kleur, grootte, spatiering, vet enz.)
- Koppen (H1, de grootste, tot H6, de kleinste)
- Witruimte tussen paragrafen
- Lijsten (genummerd of met opsommingstekens)
- Uiterlijk citaten
- Uiterlijk 'lees meer'-link
- Uiterlijk (en lengte) tekstfragment
- 'Top of Page'-navigatielink

#### Horizontale regel

- Uiterlijk (grootte, kleur enz.)
- Witruimte (boven/onder)

#### Stijl van de afbeeldingen

Misschien heb je de trend opgemerkt om afbeeldingen in een breed formaat weer te geven in plaats van een groot formaat, omdat dit minder verticale ruimte inneemt.

- Schermafmetingen
- Hoekradius
- Slagschaduw
- Marges
- Uiterlijk bijschriften (lettertype, grootte, kleur, spatiering, enz.)

#### Tabellen

Tabellen fungeren als een format voor gestructureerde content.

- Begrenzing
- Uiterlijk eerste kolom en eerste rij
- Padding
- Lettertype en -grootte

#### Banners

- Schermgrootte
- Aantal advertenties binnen de lay-out
- Plek van de advertenties (kop, kolom zijkant, footer, met content enz.)

#### Formulieren

Een formulier kan door websitebezoekers worden gebruikt om een boodschap te verzenden of een verzoek in te dienen.

- Algeheel uiterlijk (achtergrond, padding, witruimte, uitlijning enz.)
- Soorten inputvelden (tekstveld, dropdownmenu enz.)
- Uiterlijk tekstlabel
- Benodigde velden
- Tekst van de submit-knop
- Geslaagd/mislukt-boodschap (positie, uiterlijk tekst, inhoud tekst)
- Waarheen wordt het formulier gestuurd (e-mail of database)

#### Animatie

- Uiterlijk (hover)-knoppen
- Tooltip
- Slideshow van afbeeldingen
- Lightbox (weergave van titel en ondertekening, vorige/volgende-icoontje enz.)

#### Sociale media

- Uiterlijk van twitterfeeds (tekststijl, uiterlijk link, Twitterlogo of -embleem enz.)
- Uiterlijk Facebookicoontje (maar ook 'Like'-knop, aantal vrienden, totale aantal 'Likes', toon recente berichten)
- Uiterlijk Flickr-icoontje (aantal afbeeldingen, thumbnail-grootte enz.)



Met de opkomst van responsief design worden webdesigners steeds vaker gevraagd om mobiele applicaties te ontwikkelen voor projecten die als doel hebben een bestaand merk van een klant uit te breiden. Of het nu om smartphones of tablets gaat, je klanten gaan een spannend tijdperk tegemoet en nodigen jou uit deze reis samen met hen te ondernemen.

**Soorten apps**

Tegenwoordig zijn er drie soorten apps waaraan een designer een bijdrage kan leveren. Het is cruciaal om de verschillen hiertussen te begrijpen aangezien het ontwikkelingsproces per soort erg verschilt.

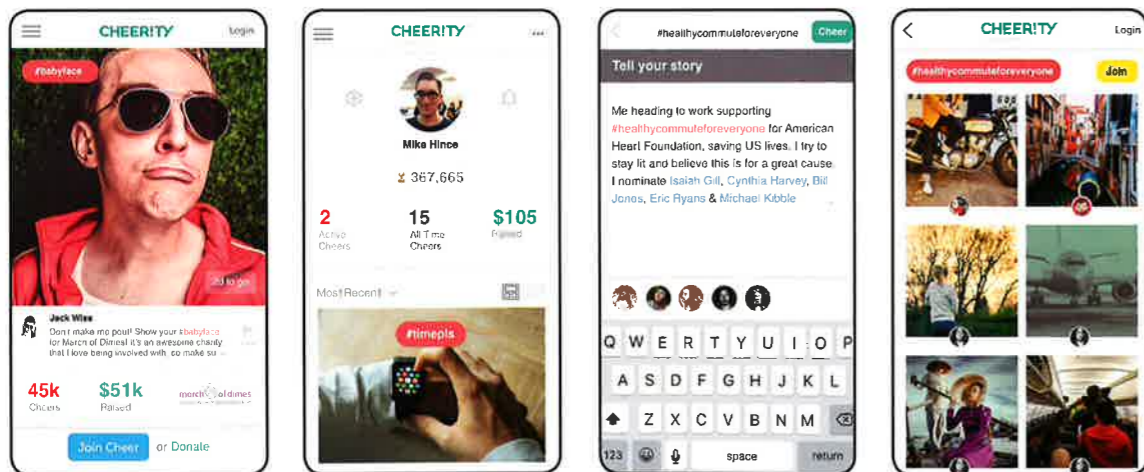
**Native apps** De software van deze apps is ontwikkeld voor een specifiek besturingsprogramma (Apple OS, Android, Windows Mobile). Een designer die aan een dergelijk project werkt, zal samenwerken met in ieder geval een programmeur (van C++). Native apps moeten eerst voldoen aan een groot aantal ontwikkelingsrichtlijnen, die zijn vastgelegd door de fabrikant van het betreffende apparaat, voordat ze op de markt kunnen worden gebracht. Hoewel deze richtlijnen misschien beperkingen lijken op te leggen aan de designer, ligt de



**Indygen** is een telecommunicatiebedrijf met uitingen in drukwerk en op verschillende digitale platformen. De web-app en website vullen elkaar aan. Zo speelt Indygen in op het publiek, dat de site met verschillende apparatuur bekijkt.

focus op het in stand houden van een consistente gebruikerservaring.

**Web-apps** Een web-app wordt op het web gebruikt. Beschouw het als een miniwebpagina die is geoptimaliseerd om te worden bekeken op een mobiel apparaat. Wanneer de app wordt gelanceerd wordt hij geladen in het browserwindow van het mobiele apparaat. Dit kun je zien aan de navigatiebalk van de browser aan de onderkant van het scherm van je apparaat. Wanneer je gebruikmaakt van een JavaScript-paradigma, zoals jQuery Mobile, kun je een soortgelijk paradigma voor touchscreens incorporeren dat ook wordt gebruikt voor native apps.



**Cheerity** is een socialemedia-platform voor bewustwording en fundraising. Deze app is ontwikkeld voor gemakkelijk gebruik op de desktop-computer en mobiele apparaten, legt verbinding met je socialemedia-kanalen en houdt je impact bij in de loop van je campagne. Cheerity is ontworpen met Sketch, een online app-design programma.

**App-icoontjes** Icoontjes zijn de belangrijkste merkelementen voor een app-project. De afgeronde hoeken worden automatisch toegepast door de fabrikant van het apparaat. De glossy highlight is eveneens standaard, maar deze instelling kan worden veranderd.



**Adobe Illustrator Draw**  
Een handige Illustrator-app voor werk onderweg. Niet ideaal voor professionele eindresultaten, maar prima voor een ruwe mock-up.



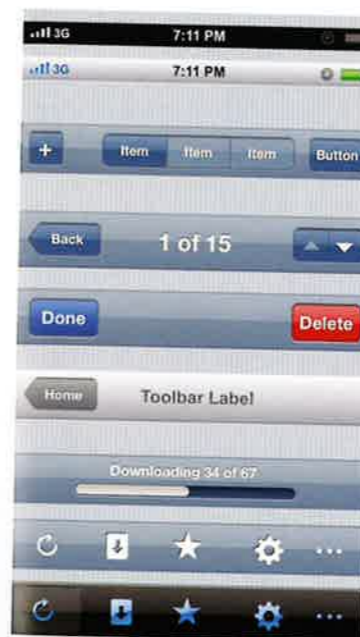
**Instagram**  
Een beeldbibliotheek met foto's die door de gebruikers worden aangeleverd. Een schitterende inspiratiebron. Met hashtags (#) kunnen beelden worden gepromoot.



**Pinterest**  
Een uitgebreide catalogus met inspiratiebronnen en hippe designstijlen. Gebruik Pinterest echter niet om ideeën te stelen.



**Evernote**  
Een handige organisatie-app waarmee je to do's kunt beheeren. Onmisbaar voor elke student om alle werkzaamheden bij te houden!



**Offline webapps** Deze web-apps hebben geen internetverbinding nodig om te kunnen functioneren. Ze draaien lokaal: alle benodigde webbestanden worden samen met de app gedownload.

**Apps ontwerpen**

De designer raakt meestal pas later bij het ontwikkelingsproces van apps betrokken. De projectleider stelt een script of document samen dat bepaalt welke content op elk scherm wordt weergegeven: het navigatiemenu en specifieke programmeervereisten. Bovendien maakt hij een lijst van vereiste graphics. Hoe meer ervaring de projectleider heeft met het ontwikkelen van apps, hoe inzichtelijker dit document zal zijn.

De efficiëntste methode om apps te leren ontwerpen is om op zoek te gaan naar UI-kits die online beschikbaar zijn en de onderdelen beoordelen. Dit is eveneens een goede manier om jezelf vertrouwd te maken met de specifieke terminologie wat betreft de specifieke elementen, kenmerken en eigenschappen.

Als je een native app ontwerpt, wordt geadviseerd om terug naar de bron te gaan en een UI-kit te beoordelen die is geproduceerd door de fabrikant van het apparaat (Apple, Android enz.). Als je hun goed gedocumenteerde richtlijnen volgt, zal je ontwerp geen belemmering vormen voor het goedkeuringsproces.

**User Interface aanpassen**

Bestudeer de apps die jij het meest gebruikt en probeer een patroon te ontdekken in hoe jij interacteert met de app. Bijvoorbeeld: waar bevinden zich de 'cancel'- en



**Kew app**  
De Kew Gardens-app werd ontwikkeld om bezoekers te helpen bij het vinden van hun weg in het 120 hectare grote park. Deze educatieve app kan worden gebruikt om te zien wat op dat moment in bloei staat en om meer over het wetenschappelijk onderzoek.





'done'-knoppen. Waarom zou je breken met de traditie als het overnemen van de positionering hiervan leidt tot een intuïtievare gebruikersbeleving?

Wanneer je voor het eerst een UI-kit bekijkt, besteed dan speciaal aandacht aan de designspecificaties van de belangrijke elementen (schermgrootte, vereiste schermelementen enz.). Richt je dan pas op de details. Gebruik voorbeelden van knoppen als referentiepunt voor de juiste grootte. Je kunt het uiterlijk ervan zelf aanpassen.

Veel UI-elementen zijn voorgeprogrammeerd en beschikbaar voor de programmeur van het project, zodat hij ze gemakkelijk in een app kan verwerken. Aanpassingen aan deze elementen kosten, zo mogelijk, extra tijd. Je kunt het best eerst samen met je programmeur bekijken wat mogelijk is voordat je je ideeën aan de klant voorlegt.

### Bestanden aanleveren

Je werkt waarschijnlijk gedurende het hele ontwerpproces in een gelaagd Photoshop-bestand. Dit bestand zul je zorgvuldig moeten ordenen. Maak gebruik van Photoshop's Layer-Comp-optie, die een preview van elk scherm biedt. Als je een app ontwerpt die zich aan moet passen aan schermrotatie, zal je de lay-out in twee Photoshop-bestanden moeten specificeren: landschap en portret.

### Ontwerpen van een app-icoon

Het icoon dat voor een app wordt gecreëerd is een belangrijk merkelement. Het concept moet uniek zijn en het doel van de app visueel weergeven. Net als met het ontwerpen van een logo, moet je ook hier soortgelijke apps bekijken

om er zeker van te zijn dat je niet een graphic aanlevert die te veel lijkt op die van een bestaande app.

Je zal het icoonontwerp als .PNG-bestand aan de programmeur moeten aanleveren. Deze bestanden worden vervolgens geconverteerd naar een .ico-bestandstype en bij de app gevoegd. Je zult je icoonontwerp meestal in verschillende groottes moeten aanleveren: van heel klein (device view) tot groot (store view). Misschien wil je elk icoon herzien om er zeker van te zijn dat de graphic in elke grootte zijn visuele impact heeft behouden.

Apple vraagt bijvoorbeeld om vijf verschillende groottes voor gebruik op het betreffende apparaat, voor hun Spotlight-app en eveneens voor hun App Store display. Dit aantal neemt toe wanneer je ook bestanden moet aanleveren voor hun apparaten met Retina Displays.

De afgeronde hoeken van je icoon worden automatisch gegenereerd door het apparaat. De glossy glans wordt eveneens automatisch aan je icoon toegevoegd, maar je programmeur kan deze eigenschap verwijderen.

### Sjablonen

Naarmate de scheidslijn tussen apps en websites steeds vager wordt, worden steeds meer sjablonen en software gemaakt om appdesign te vergemakkelijken. Naast het responsieve sjabloon Bootstrap (Dreamweaver) en Foundation zijn er nog andere websites die je helpen bij het ontwerpen van een app en waarmee je een proef-app kunt downloaden voor testgebruik en om je klanten te tonen tijdens een pitch. Zoek de verschillende platforms via 'mobile application mock-ups'.

## ONTWERPEN VOOR GEWONE EN HOGE SCHERMRESOLUTIE

Het Retina-scherm van Apple heeft een twee keer zo hoge pixeldichtheid als een gewoon apparaat. Wanneer je voor beide soorten schermen ontwerpt, moet je twee afzonderlijke Photoshop-bestanden aanleveren: een met de standaardgrootte (de afmetingen verschillen per apparaat) en een ander bestand voor het scherm met hoge resolutie dat het document twee keer zo groot laat zien (beide bestanden blijven echter 72ppi). Als je je Photoshop-bestand juist instelt, is het creëren van een tweede bestand net zo gemakkelijk als het

herzien van de grootte van de afbeeldingen. Je kunt de 'Save As'-optie gebruiken om het tweede document te gebruiken.

Als je onzeker bent over welk bestand je eerst moet ontwerpen – de grotere versie of de kleinere – stel jezelf dan de vraag of het bestand foto's zal bevatten. Als het antwoord bevestigend is, ontwerp dan eerst de grote versie: het opschalen van geplaatste afbeeldingen in Photoshop maakt ze minder scherp. Vervolgens wil je je bestand opzetten waarbij je gebruikmaakt van vectorvormen, die worden gecreëerd in Photoshop (of als

'Shapes' in Photoshop worden geïmporteerd) en de stilingopties gebruiken om kleur, contrast en schaduw aan te brengen omdat je vectorontwerpen kunt vergroten of verkleinen zonder kwaliteitsverlies.

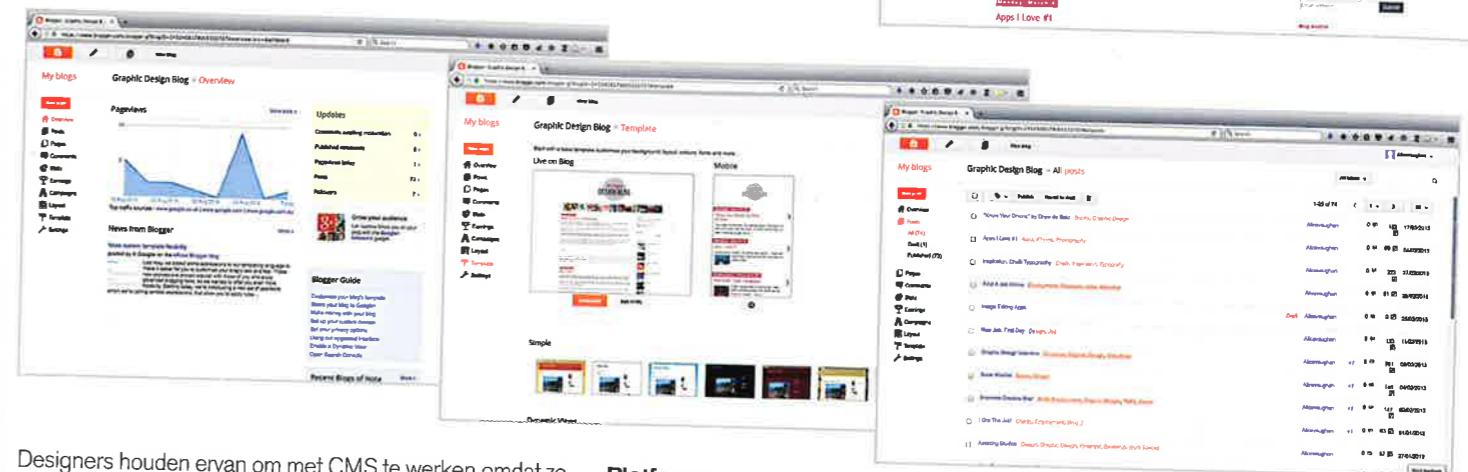
Ten slotte, omdat je of de afmetingen van het document halveert of verdubbelt, zal je even waarden voor de afmetingen moeten gebruiken. Vormen, witruimte en puntgrootte voor je tekst moeten door twee kunnen worden gedeeld. Hiermee voorkom je dat je je tweede document moet herzien om een perfecte lay-out te bereiken.

DEEL 2 PRAKTIJK

MODULE 7 WEBDESIGN

## BLOK 10 Werken met contentmanagementsystemen

Een steeds populairdere mogelijkheid binnen webdesign is het gebruik van een gestructureerd raamwerk van een contentmanagementsysteem (CMS), een softwaretoepassing die zich op je webhosting-account bevindt. Het CMS fungeert als een intermediair tussen de database, waar tekst en afbeeldingen zijn opgeslagen, en de dynamische lay-outindeling van de website.



Designers houden ervan om met CMS te werken omdat ze zo niet hoeven te worstelen met programmeercodes. Hierdoor kunnen ze meer tijd besteden aan het uiterlijk en de algehele ordening van de content van de website.

Klanten vinden het prettig om met CMS te werken omdat het hen in staat stelt om zelf hun website-updates te verwerken zonder de programmeercode aan te passen. De website kan worden bewerkt door in te loggen bij de netwerkbeheerder of het dashboard. Dit is een micro-website die alleen toegankelijk is met geldig password waarmee jij – of de netwerkbeheerder – nieuwe content kan creëren of bestaande kan aanpassen.

Designers beschouwen CMS-projecten meestal als pogingen om een thema te integreren. Het project omvat meestal het installeren van het CMS; het selecteren van een thema; het verhogen van functionaliteit; het integreren van de content van de website, training en soms het onderhoud van de website.

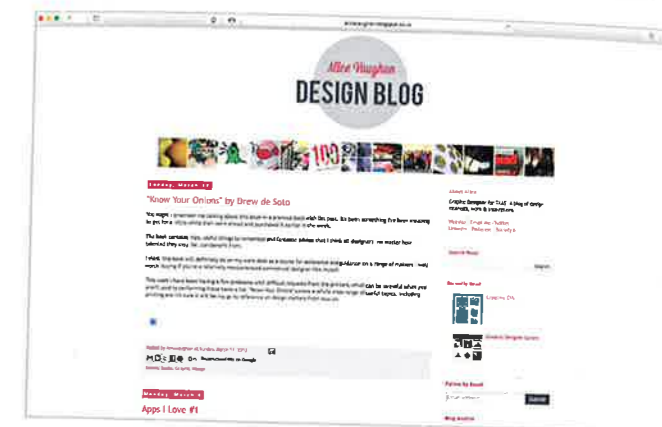
### Platforms

Er zijn veel CMS-platforms beschikbaar, variërend van gepatenteerde systemen tot open-sourceopties. WordPress.org is de populairste open-sourcemogelijkheid voor kleine tot middelgrote websites. Andere mogelijkheden zijn Joomla.org, Drupal.org en LightCMS.com.

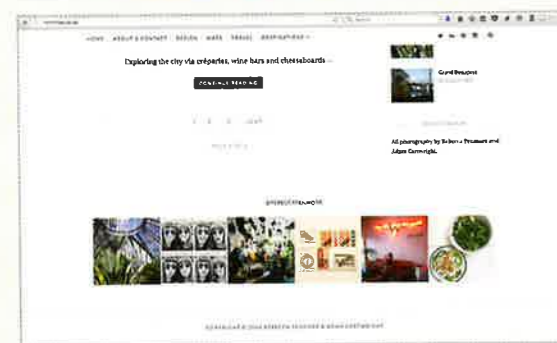
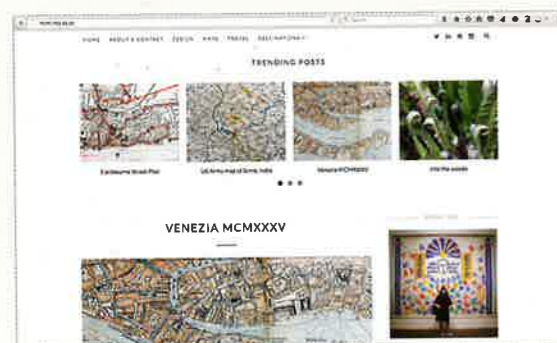
### CMS-installatie

CMS-toepassingen worden meestal geïnstalleerd in de webhosting-account van de klant. De meeste webhosts zorgen voor een geautomatiseerde installatie van de belangrijke CMS-systemen (WordPress.org, Squarespace.com en Wix.com zijn de populairste). Bij dit installatieproces wordt een database aangemaakt, waar tekst en afbeeldingen kunnen worden opgeslagen, en een password waarmee je toegang hebt tot het dashboard van het systeem.

**Blogger** is een blogpublishing service die een aantal sjablonen en systemen aanbiedt voor het maken van diverse blogs met datumvermelding. Dit blog van een designstudent toont ook bezoeken en commentaar in het gebruikerspaneel, toegankelijk door inlogging.







➔ **Expositie** Blogs zijn fantastische platforms voor het exposeren van de meest uiteenlopende beelden, ervaringen en gezichtspunten. De slideshow op het blog Formlines verwijst slim naar andere posts aan weerszijden van het uitgelichte beeld.

➔ **Vage scheidslijnen** Naarmate websites en sjablonen steeds toegankelijker worden, vervaagt de grens tussen websites en blogs. Reisblog Formlines is zo professioneel en gekikt dat hij haast een echte, functionele website lijkt.

➔ **Trends** Veel platforms hebben een aantal ingebouwde features, zoals trending posts. Daarmee kunnen bezoekers direct de populairste content vinden. In sommige gevallen kun je als ontwerper bepalen of beïnvloeden wat de trending posts zijn.

➔ **Sociale media** Blogs behoren althans in theorie tot sociale media, dus het is een goed idee ze te linken aan je andere platforms. Instagram toont perfect hoe reizen en een bloghobby kunnen samengaan. Houd echter wel in gedachten dat ook klanten kunnen meekijken: en niet iedereen wil jou dronken zien rondwandelen op het strand.

### De website beveiligen

Gebruik met een CMS-project altijd complexe passwords voor de database en ook voor de toegang van de netwerkbeheerder. Dit voorkomt aanvallen van hackers. Maak gebruik van een dienst die willekeurige passwords genereert, zoals [www.random.org/passwords](http://www.random.org/passwords).

### Thema's selecteren

Een thema is een verzameling van standaardlay-outs die zijn gecentreerd rond één concept. Hierbij wordt de indeling van de pagina's bepaald door de 'auteur' van het thema. Het thema kan een aantal paginalay-outs voor verschillende contentgebieden van de website bevatten, zoals de homepage; blogpagina; contactpagina; pagina met afbeeldingen-galerij; portfoliopagina; een lay-out over de gehele breedte of een lay-out die bestaat uit twee kolommen.

Veel thema's die je zo kunt aanschaffen zijn goed naar eigen wens aan te passen. Dit stelt de designer in staat om wijzigingen aan te brengen zodat de uiteindelijke website uniek voor de klant is. Voor grotere projecten zal de designer wellicht moeten samenwerken met een programmeur om zo hun eigen thema vanaf de grond af op te bouwen dat voldoet aan de exacte vereisten van het project.

### Het installeren van plug-ins

De functionaliteit van een basale CMS-structuur kan worden vergroot door plug-ins, die ook widgets of modules worden genoemd, toe te voegen. Een plug-in kan bestaan uit een contactformulier, banners, weersvoorspellingen, samenvattingen van recente berichten of live chats. Een plug-in kan ook automatisch 'like'-knoppen aan de lay-out van een pagina toevoegen. De meeste CMS-systemen bieden een groot aantal plug-ins gratis aan.

### Visuele aanpassingen

Thema's bieden de mogelijkheid om logo's, kleuren en achtergrondelementen aan te passen. Maar je kunt niet alles naar eigen wens invullen. De meeste visuele aanpassingen kunnen met de instellingen van het thema worden gedaan, terwijl de overige stiling wordt aangestuurd door de CSS-code (Cascading Style Sheets) aan te vullen met 'uitzonderingselementen'. Met sommige Contentmanagementsystemen (CMS) is het echter niet mogelijk de codering aan te passen.

### Content integreren

Bepaal de navigatiestructuur van de website met behulp

van de flowchart. Creëer vervolgens de vereiste pagina's van de website en voeg de tekst en afbeeldingen toe. Snijd of herschaal de afbeeldingen wanneer nodig.

Bepaal de categorieën voor de newsfeed of blogberichten en maak een aantal berichten aan zodat de website een scala aan voorbeelden bevat.

### Training

Als de klant zijn eigen website wil aanpassen, zal de designer hem waarschijnlijk moeten instrueren wat betreft het gebruik van het dashboard. Designers schrijven vaak een op maat gemaakte gebruikershandleiding die de specifieke kenmerken van de lay-out beschrijft en die laat zien hoe de inhoud kan worden geüpdatet, aangezien dit proces per thema verschilt. Veel opensource-beschikbare Contentmanagementsystemen (CMS) als WordPress hebben een onlinebibliotheek met gebruikershandleidingen die klanten van pas kunnen komen, bijvoorbeeld voor makkelijke dingen als het toevoegen van extra pagina's.

### Onderhoud

CMS en plug-ins ontvangen regelmatig automatisch veiligheidsupdates. Deze zullen moeten worden geïnstalleerd als het systeem er melding van geeft. Commentaren op blogs of nieuwsberichten zullen altijd moeten worden gecontroleerd door een moderator om spam op je website te voorkomen. Beveiligingsplug-ins en andere diensten moeten worden ingezet om potentiële virussen te bestrijden.

➔ **ZIE OOK:** HET PROJECTONTWIKKELINGSPROCES, P. 142  
WERKEN MET CONTENTMANAGEMENTSYSTEMEN, P. 173  
BANNERONTWERP, P. 176

### VERKOOP VAN THEMA'S EN PLUG-INS

ThemeForest.net  
WooThemes.com  
Themazilla.com  
ElegantThemes.com  
GraphicPaperPress.com  
WPMUdev.org  
CodeCanyon.net

### WORDPRESS.ORG VERSUS WORDPRESS.COM

**WordPress.org** is het open-sourceprogramma dat je kunt installeren op de server. Je kunt het bewerken zoals je wilt en je hebt toegang tot aangepaste thema's en plug-ins. Je bent echter wel zelf verantwoordelijk voor het verwerken van updates voor de software en plug-ins.

**WordPress.com** is een commercieel programma. Je kunt het gratis installeren, maar voor extra 'premium upgrade'-opties moet je betalen. Als je de gesponsorde advertenties wilt verwijderen moet je ook betalen. Als je de visuele stijlen wilt bewerken moet je 'premium themes' aanschaffen. Software-updates worden echter wel automatisch uitgevoerd.

### PAGINA'S EN BERICHTEN

Een pagina is simpel gezegd een individuele webpagina binnen de navigatiestructuur van de website. Een bericht is een individueel item (bijvoorbeeld een nieuws- of blogbericht) dat in een chronologisch gedateerd format op een pagina wordt weergegeven.

### WOORDENLIJST

**Categorieën:** een taxonomie-structuur die ervoor zorgt dat dynamische content in dezelfde of andere nieuwsfeeds op een site verschijnt. Ze kunnen worden gebruikt als zoekcriteria om verwante content te tonen.

**Contentmanagementsystemen (CMS):** een webapplicatie voor dynamische websites.

**Dashboard:** de backend van een CMS.

**Plug-in:** een WordPress-term voor een element dat de basis van een CMS-structuur verbetert. Wordt ook wel widget of module genoemd.

**Tag cloud:** een navigatie-element dat gebruikmaakt van sleutelwoorden die kunnen worden geselecteerd om zoekcriteria te verfijnen zodat berichten met een soortgelijk thema kunnen worden weergegeven.

**Widgetgebieden:** locaties binnen een CMS-thema waar plug-ins en widgets in een bestaande lay-out kunnen worden ingevoegd. Deze bevinden zich meestal in de kolom aan de zijkant en in het footergedeelte van een webpagina.



BLOK 11 | **Bannerontwerp**

**Onlineadvertenties stimuleren de ontwikkeling van het web. De opbrengst die wordt gegenereerd door bannerreclame op websites kan enorm zijn. De verkoopcijfers die tot stand komen door een succesvol ontworpen reclamecampagne kunnen even indrukwekkend zijn. De meeste designers krijgen wel een keer de opdracht om een website te ontwerpen met bannerreclame of om een bannerontwerp te creëren.**

**Soorten reclamecampagne**

Wanneer je een website ontwikkelt met banners is het belangrijk om de verschillende soorten reclamemodellen van elkaar te onderscheiden die van invloed zijn op de lay-out van de gehele website. Een webdesigner zal met de klant moeten overleggen over het aantal banners, de afmetingen en de positionering.

**Kosten per M (KPM)** De 'M' staat voor duizend weergaves. In dit model betalen adverteerders op basis van het aantal keer dat hun advertentie aan websitebezoekers

is getoond. In het algemeen is deze optie de goedkoopste voor adverteerders en daarom ook zeer populair. Websites die dit model gebruiken, geven vaak een groot aantal van dergelijke banners in hun lay-out weer, zodat de inkomsten uit advertenties worden gemaximaliseerd.

**Kosten per klik (KPK)** Kosten per klik stelt de adverteerder in staat om alleen te betalen voor de bezoekers die werkelijk op zijn advertentie heeft geklikt. Voor de designer betekent dit: minder banners in de lay-out incorporeren.

**Banners en reclamecampagnes ontwerpen**

Webdesigners kan worden gevraagd om als onderdeel van een bannercampagne banners van verschillende grootte te ontwerpen. Ook is het mogelijk dat er een aantal verschillende ontwerpen moet worden gecreëerd met een andere tekst of afbeelding. De klant kan op basis van de statistieken met betrekking tot de reclamecampagne bepalen welk ontwerp het best werkt.

## SOORTEN BANNERADVERTENTIES

Banneradvertenties zijn in de volgende categorieën onder te brengen:

- **Tekst** Eenvoudige banners met tekst zijn meestal verbonden met een onlineadvertentieserver als Google Ads die op basis van bepaalde kernwoorden de content in je webpagina invoegt wanneer deze wordt geladen. Hoewel deze advertenties niet door hen zijn ontworpen, reserveren webdesigners wel ruimte binnen de lay-out zodat de gerelateerde HTML-code kan worden ingevoegd.
- **Statische graphics** Een enkele, statische afbeelding meestal met tekst. Statische graphics kunnen worden gecreëerd in Adobe Illustrator, Fireworks of Photoshop. Het eindresultaat moet worden aangeleverd in PNG-, JPEG-, GIF-bestanden.

- **GIF-animatie** Dit type wordt gekenmerkt door een kleine animatie die is bedoeld om de aandacht van de bezoeker te trekken. Het kan worden ontworpen en gemakkelijk worden geanimeerd in Adobe Fireworks of Photoshop door een opeenvolging van afbeeldingen of 'frames'. De timing kan eveneens worden aangepast. GIF-animaties moeten voldoen aan een vastgestelde standaard met betrekking tot bestandsgrootte, het aantal animatie-dia's (meestal drie omdat meer de maximale bestandsgrootte zou overschrijden) en een aantal gecontroleerde rotaties. De meeste animaties draaien niet meer dan drie keer achter elkaar en stoppen dan. Het ontwerp moet worden aangeleverd in een GIF-formaat of GIF-animatieformaat afhankelijk van welk programma je gebruikt.

- **Flash- en Animatebanners** Een banneradvertentie die in Adobe Flash of Animate CC is ontworpen, stelt de gebruiker in staat tot interactie met de banner, bijvoorbeeld door in de banner naar beneden te scrollen om meer content te onthullen. Omdat het een Flash- of Animate-animatie is, zal het minder problemen opleveren dan een GIF-animatie en daardoor voor minder overlast zorgen. De looptijd is beperkt tot 15 seconden, waarbij er 24 frames per seconde worden afgespeeld. Ze zijn echter duurder om te ontwikkelen en kunnen niet worden afgespeeld op smartphones en tablets. Het ontwerp moet worden aangeleverd in een SWF-formaat.



## BANNERS EN GROOTTE

De meeste websites die banners bevatten voldoen aan de standaardoptie (zoals vastgelegd door het Interactive Advertising Bureau) en kunnen aangeven aan welke specificaties wat betreft afmetingen en bestandsgrootte de banner moet voldoen. Hieronder staan de meest gebruikte formaten. Deze zijn gemeten in pixels met schermresolutie (72ppi) en in RGB-kleurmodus. Ook is de maximale bestandsgrootte aangegeven.

- **Leaderboard – 728 x 90 pixels (40kb)** Een grotere en opvallende versie van de traditionele volledige banner (zie onder). Gewoonlijk geplaatst aan de onderkant van de webpagina.
- **Brede skyscraper – 160 x 600 pixels (40kb)** Een grote, smalle banner die is ontworpen om in beeld te blijven als de gebruiker naar beneden scrolt. Verschijnt meestal in een kolom aan de zijkant naast de websitetekst.
- **Bannerelementen – 300 x 250 pixels (40kb)** Een steeds populairdere optie

- **Bannercampagnes** Een van de mooiste uitdagingen van het ontwerpen van een bannercampagne is dat je een grote compositie mag creëren die voor meerdere formaten bruikbaar is (rechthoek, leaderboard, badge). Ontwerp eerst de advertentie die volgens jou wat formaat betreft het meest uitdagend is. Ga dan verder met de gemakkelijkere formaten en ontwerp zo consistent mogelijk.

- **Rechthoek – 180 x 150 pixels (40kb)** Deze kleinere banner is populair bij blogwebsites en verschijnt meestal aan de zijkant.
- **Volledige banner – 468 x 60 pixels (40kb)** Bevindt zich meestal boven aan de webpagina. Deze banner grootte is erg populair geweest, maar geniet nu niet de voorkeur en wordt steeds minder aangeboden.

**Bannerelementen**

Succesvolle banners bevatten meestal de volgende onderdelen: een vetgedrukte graphic met een focuspunt; een korte tekst; een logo of merkelement en een duidelijke 'call to action'.



- **Nuttige link** **Interactive Advertising Bureau Nederland** Dit professionele bureau voor onlineadverteerders probeert een standaard te ontwikkelen voor een steeds veranderende industrie. Deze website vormt een geweldige bron voor de huidige standaard en bevat creatieve richtlijnen. [www.iab.nl](http://www.iab.nl)

- **ZIE OOK:** TOEPASSINGEN VOOR HET WEB, P. 150

## WOORDENLIJST

- **Advertentieserver:** een websysteem om gemakkelijk advertentiecontent in de webpagina in te voegen.
- **IAB:** Interactive Advertising Bureau.
- **Rotaties:** het aantal keren dat een GIF-animatiebestand wordt afgespeeld, van het eerste frame tot het laatste.
- **Schermresolutie:** de resolutie van een bestand dat op scherm wordt bekeken is 72 pixels per inch (PPI).



Het is de taak van de designer om bij een website-ontwikkelingsproject de website zo te ordenen en structureren dat deze hoog in de resultaten van zoekmachines als Google, Bing en Yahoo! komt te staan. Het doel is om niet-betaalde of organische zoekresultaten te bereiken.

### Landingspagina

De zoekmachine zoekt eerst naar de zoektermen in de landingspagina, dus zorg ervoor dat je landingspagina de voornaamste termen en links naar de webinhoud bevat. Daardoor wordt de pagina niet alleen makkelijker maar ook sneller te vinden via on Google.

### Paginatitel (metatag)

Metatags zijn elementen van de HTML-code die worden gebruikt door zoekmachines om je website juist te indexeren. Deze zijn, afhankelijk van de betreffende tag, wel of niet zichtbaar voor de gebruiker van de webpagina. Een website zonder metatags zal niet optimaal in de zoekmachines functioneren.

### Sleutelwoorden (metatag)

Sleutelwoorden zijn de woordcombinaties die gebruikers van het web bij zoekmachines invullen. Eerst moeten alle woorden en woordcombinaties die een gebruiker zou kunnen gebruiken om de website te vinden worden geïnventariseerd. Je kunt dit zelf doen of je kunt samenwerken met je klant.

### Paginatitel (metatag)

De paginatitel verschijnt boven aan de lijst met zoekresultaten. Ook staat deze naam in je lijst met bladwijzers en boven aan het browserwindow of -tabblad. De naam kan worden afgeknapt, dus zorg ervoor dat de belangrijkste informatie eerst komt.

Slecht: Naam van de website | Recept  
Goed: Chili: bekroond recept | Naam van de website

### Beschrijving van de website (metatag)

Een beschrijving van een website bestaat uit een zin

van ongeveer twintig woorden die in de zoekresultaten wordt getoond. Deze zin moet duidelijk definiëren welke informatie de bezoekers op je website zullen tegenkomen. Gebruik zoveel mogelijk sleutelwoorden.

### Afbeeldingen

Vaak vinden internetgebruikers een website doordat ze op afbeeldingen zoeken en vervolgens op de bijbehorende link klikken. Je moet een aantal aanpassingen doen zodat je afbeeldingen juist worden geïndexeerd.

- **Geef de afbeeldingen een nieuwe naam** Verwerk in de bestandsnaam sleutelwoorden. Gebruik nooit spaties. Gebruik koppeltekens (-) of underscores (\_) om woorden te scheiden.

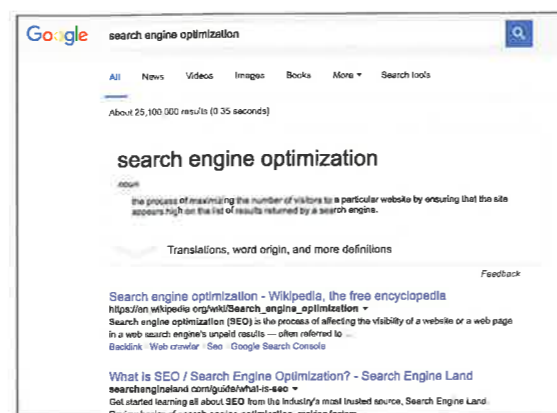
Slecht: img00123-23.jpg  
Goed: recept-wint-de-chili-kookwedstrijd.jpg

- **Gebruik ALT-tags voor je websiteafbeeldingen** Beschouw zo'n label als een hoofdletter die je voor elke afbeelding gebruikt en die in de HTML-code verschijnt. Je mag wel spaties tussen woorden gebruiken.

- **Plaats belangrijke tekst niet in afbeeldingen** Zoekmachines kunnen deze tekst niet lezen.

### Paginapositie

Hoe meer links naar een website vanaf andere relevante websites, hoe hoger de pagina wordt weergegeven in de zoekresultaten (SEO). Dat kan bijvoorbeeld ook door wederzijdse links (jouw link naar de website van een bedrijf, en hun link naar jouw site; of tussen een webdesigner en webontwikkelaar). Zorg dat je alleen links naar betrouwbare sites, bedrijven en/of personen gebruikt.



### Zoekresultaten pagina

In de zoekresultaten wordt de naam van de website eerst weergegeven, gevolgd door de volledige URL en dan de beschrijving van de website.



- **Zoekresultaten afbeelding** Een groeiend aantal internetgebruikers zoekt op afbeeldingen om een website te vinden. Zorg ervoor dat je de afbeeldingen zo hebt gepresenteerd dat ze op de juiste manier worden gelezen door de zoekmachines. Geef het bestand een naam die relevante sleutelwoorden, ALT-tags en beschrijvingen bevat.

### SLEUTELWOORDEN GEBRUIKEN

Leg een lijst met sleutelwoorden (en combinaties van sleutelwoorden) aan die internetgebruikers zullen invullen om te zoeken naar je website. Verwerk deze sleutelwoorden in je website als volgt:

- **Gebruik sleutelwoorden om een descriptieve, gebruikersvriendelijk URL te creëren** Benoem de bestanden van je webpagina met behulp van de sleutelwoorden die de informatie op die pagina beschrijven. Vermijd algemene termen of vakjargon.  
Slecht: [www.naamwebsite.com/recept.html](http://www.naamwebsite.com/recept.html)  
Goed: [www.naamwebsite.com/bekroondchilirecept.html](http://www.naamwebsite.com/bekroondchilirecept.html)
- **Gebruik sleutelwoorden in de koppen en onderkoppen** In een HTML-structuur

worden deze elementen vaak aangeduid met <h>-tags (zogenaamde heading-tags). De zoekmachines lezen de woorden die zo'n tag hebben en geven ze een hogere prioriteit.

- **Verwerk in de lopende tekst van je website de juiste sleutelwoorden** Klanten gebruiken vaak persoonlijke voornaamwoorden (zoals hij, zij, het) in plaats van de sleutelwoorden, die je waar mogelijk moet inzetten. Overdrijf echter niet. Zoekmachines kennen alle trucjes.

Zomaar sleutelwoorden in de websitetekst plaatsen, heeft een negatief effect op je plek in de zoekresultaten.

- **Gebruik de sleutelwoord-metatag** Je kunt een aantal van je sleutelwoorden in de sleutelwoord-metatag gebruiken. Er wordt echter meer waarde toegekend aan sleutelwoorden die natuurlijk in de websitetekst worden weergegeven.

### PRAKTISCHE TIPS SEO

**Voor webdesigners** Belooft nooit aan de klant dat zijn nieuwe website boven aan in de zoekmachineresultaten komt te staan. Het is jouw taak als designer om ervoor te zorgen dat een website er geweldig uitziet en zo is geordend dat hij juist kan worden geïndexeerd. Je hebt geen controle over hoe populair een website zal zijn of hoe hoog hij in de zoekresultaten komt te staan in vergelijking met andere websites die hiervoor betalen.

Je kunt bedrijven inhuren die op een legale manier de zoekresultaten optimaliseren. Ze benaderen de richtlijnen vastgesteld door de zoekmachines op meerdere manieren.

**Voor de klant** Als de webdesigner het hierboven gegeven advies heeft opgevolgd, zal hij of zij een website hebben afgeleverd die juist zal worden geïndexeerd. Maar de klant kan er ook zelf voor zorgen dat zijn website hoog in de zoekresultaten eindigt.

- Weet dat het tot een maand kan duren voordat een website in de zoekresultaten verschijnt.
- Op welke sleutelwoorden zoekt de klant? Misschien gebruikt hij te algemene woorden waardoor hij te veel resultaten krijgt. Heeft hij op sleutelwoordcombinaties gezocht met de naam van de stad waar het bedrijf zetelt?
- Update de website regelmatig.
- Promoot de website direct bij het beoogde publiek door het webadres af te drukken op visitekaartjes, brochures enz.

- Maak gebruik van sociale media om bezoekers naar je website te leiden. Update je status zodat je volgers geïnformeerd blijven over bijvoorbeeld aanbiedingen die op je website staan.
- Probeer actief deel te nemen aan onlinefora en -discussiepanels. Gebruik je ervaring om mensen tips en advies te geven. Zorg ervoor dat mensen zaken met je willen doen.
- Heb je overwogen om te betalen om hoog in de zoekmachines te komen? Of om advertenties in sociale media te sponsoren?





DEEL 2 PRAKTIJK  
MODULE 7 WEBDESIGN  
BLOK 13 Onlineportfolio's



Elke professionele webdesigner heeft een sterke en uitgedachte onlineportfolio nodig. Omdat het aantal low-techmogelijkheden om werk online weer te geven toeneemt, wordt zelfs van designers die niet voor het web ontwerpen verwacht dat hun portfolio online te bekijken is.

Een succesvolle onlineportfolio toont je vaardigheden als een grafisch designer. Net als met andere designprojecten moet je ook hier ontwerpen voor een doelgroep en rekening houden met hun wensen. Potentiële opdrachtgevers bekijken een groot aantal websites van designers en zoeken naar een duidelijke omschrijving van vaardigheden en werkervaring.

#### Onderdelen van een onlineportfolio

Je onlineportfolio moet duidelijk, overzichtelijk en gemakkelijk te doorzoeken zijn. Het moet je naam, werkveld, woonplaats en je beschikbaarheid bevatten. Je kunt ook de mogelijkheid aangrijpen om je cv zo te presenteren dat hij gemakkelijk op scherm gelezen kan worden. Voeg een link toe waarmee je cv in PDF-formaat is te downloaden. Nodig geïnteresseerde potentiële opdrachtgevers uit om contact te leggen door middel van een 'call to action'.

#### Zet je afbeeldingen klaar

Beperk het aantal afbeeldingen dat je presenteert. Je kunt meer voorbeelden aan de klant laten zien wanneer je hem persoonlijk spreekt. De meeste beginnende designers beschouwen het als een uitdaging om te besluiten welke afbeeldingen ze in hun onlineportfolio opnemen. Presenteer werk dat de belangrijkste designaspecten toont, zoals typografie, compositie en kleur, en je eigen stijl overbrengt. Idealiter sluiten jouw ontwerpen aan hij het werk dat je potentiële opdrachtgevers eerder hebben laten maken.

Afbeeldingen uit je portfolio moeten consistent zijn wat grootte en visuele vormgeving betreft. Een gebruikelijke grootte is 800 x 600 pixels, bij schermresolutie (72ppi) en geoptimaliseerd om online te bekijken. Thumbnail-afbeeldingen kunnen kleiner worden weergegeven of worden bijgesneden waardoor de websitebezoeker nieuwsgierig wordt naar de rest van de afbeelding en doorklikt. Voorbeelden van websiteontwerpen tonen meestal een browserscherm en ontwerpen van apps meestal een screenview van het apparaat.

Een navigatiestructuur met subcategorieën kan websitebezoekers helpen om hun weg te vinden in de projecten uit je portfolio waarin ze zijn geïnteresseerd, bijvoorbeeld web-sitedesigns met reclamedoeleinden.

#### Beginnen

Om jezelf te onderscheiden van beginnende webontwerpers of hobbydesigners heb je een eigen domeinnaam nodig en een webhostingaccount. Een domeinnaam (bijvoorbeeld: www.naamwebsite.com) is als het leasen van een auto. Webhosting kun je vergelijken met het huren van een parkeerplek voor je geleasde auto. Je moet beide onderdelen op orde hebben om jezelf online te kunnen presenteren. Je kunt beide jaarlijks tegen betaling vernieuwen. Met een traditioneel webhostingaccount kun je ook e-mailaccounts voor je domein aanmaken die je gebruikt voor je zakelijke correspondentie. Koop je eigen domeinnaam, ook als je niet van plan bent een website te maken,

**Slideshow** Deze projectvoorbeelden worden gepresenteerd in een slideshow zodat de gebruiker niet hoeft te scrollen. Dat kan in de vorm van grote foto's, gekleurde panelen of thumbnails, die fungeren als de navigatiemethode om in te zoomen op de details van afbeeldingen.

#### WOORDENLIJST

**Domeinnaam:** het webadres van een website. Het wordt jaarlijks tegen betaling vernieuwd door de eigenaar van de website.

**Webhosting:** een onlineopslag voor websites en gerelateerde e-mailaccounts.

**ZIE OOK:** WERKEN MET CONTENT-MANAGEMENTSYSTEMEN, P. 173

#### OPTIONELE PORTFOLIO-ELEMENTEN

- Afbeeldingen kunnen van een onderschrift worden voorzien waarin je beschrijft hoe je bij het project was betrokken (wanneer het een samenwerkingsverband was).
- Conceptontwerpen en schetsen kunnen een potentiële klant een uniek inkijkje geven in jouw creatieve proces. Selecteer één project, presenteer het als een casestudy en geef met afbeeldingen en foto's het projectproces weer.
- Door jou gemaakte foto's en illustraties kun je gebruiken om te laten zien dat je meer kwaliteiten in huis hebt. Maar zorg ervoor dat dit niet de aandacht afleidt van waar je portfolio om draait: je vaardigheden als grafisch designer.
- Nodig bezoekers van je website uit om contact met je te leggen via je professionele socialemedia-accounts (LinkedIn, Twitter, Facebook Fan Page, Flickr, Pinterest, etc.). Vermijd echter links naar accounts met berichten uit je privéleven. Socialemedialinks bevinden zich meestal in de footer en zijn heel geschikt om contact te houden met een gebruiker nadat deze de website heeft verlaten.
- Blog over grafisch design. Deel inzichten, vertel waar jij je inspiratie vandaan haalt en geef commentaar op design trends.

#### KIES DE JUISTE DOMEINNAAM

Kies liever je eigen naam dan een geestige bedrijfsnaam: zo is jouw website gemakkelijker te vinden door klanten. Gebruik een .com-domeinnaam, omdat de meeste mensen automatisch deze toevoeging intypen. Kies voor een domeinnaam die je niet snel vergeet of fout spelt en denk erover na verschillende namen te kopen. Je kunt deze domeinnamen altijd zo instellen dat de bezoeker automatisch wordt doorverwezen naar jouw website.



**Portfolio** Voor de eerste indruk van je website heb je slechts enkele seconden de tijd: gemiddeld drie seconden, en hooguit 15 seconden om de bezoeker te doen besluiten verder rond te kijken op de website. Bedenk bij het ontwerpen van een portfolio dat het vooral om het getoonde werk gaat. Laat het werk dus als eerste in beeld komen en direct de aandacht trekken. De aparte foto's en felle kleuren op de landingspagina van Jermane Boca trekken de aandacht en stralen zelfvertrouwen uit.



**Landingspagina** Ook op de portfolio-site van Theodor Swanson is nagedacht over een goede eerste indruk. De landingspagina is de pagina waarop je 'landt' als je een website aanklikt. Alles wat van belang is moet op deze pagina met zoektermen te vinden zijn, omdat zoekmachines eerst landingspagina's scannen. Geef al je portfolio-beelden heldere tags, bijvoorbeeld theodor-swanson-graphic-designportfolio-poster-typography-neon.jpg.



alleen al om te voorkomen dat iemand anders jouw naam gebruikt. Regelmatig blijkt er sprake van misbruik van domeinnamen. Koop er dus zoveel als je kunt, niet alleen .nl maar ook .com, .org, .me, .design, enz. Er zijn zoveel opties dat het zeker zinvol is de voor de hand liggende voorbeelden in eigendom te hebben. De site-uitgangen wisselen per land, dus zoek dit uit voor je tot aanschaf overgaat. En kies tot slot een professioneel e-mailadres bij je domein: bijvoorbeeld hello@joebloggs.nl.

### Low-tech online portfolio's

De onlinebronnen die de mogelijkheid bieden om afbeeldingen uit portfolio's te uploaden en delen neemt in aantal toe en zijn ook populair onder designers die niet voor het web ontwerpen. Het is nuttig om afbeeldingen op aanvraag beschikbaar te hebben via een hyperlink zodat ze niet meer als attachment bij een e-mailcorrespondentie hoeven te worden gevoegd.

Je domeinstellingen kunnen zo worden aangepast dat de bezoekers van je website meteen worden doorverwezen naar een van de volgende websites.

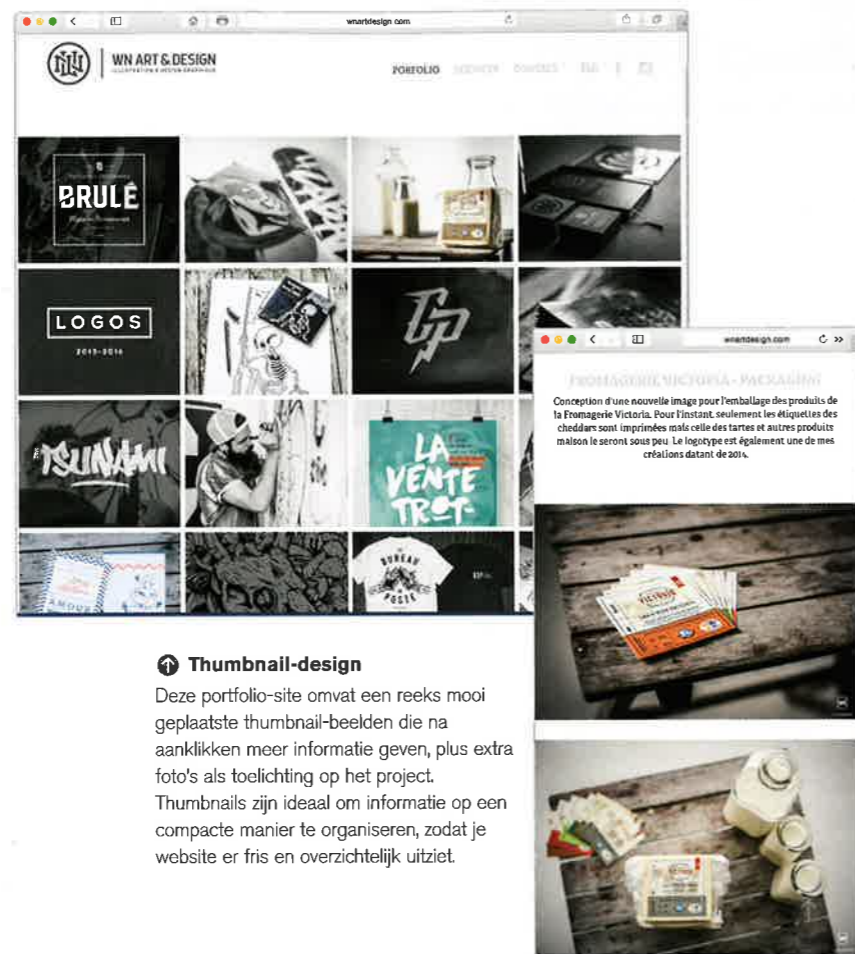
**Flickr.com** Hoewel dit algemeen wordt beschouwd als de meest low-techmogelijkheid, kent Flickr wel de optie om afbeeldinggaleries verder onder te verdelen in fotosets, gebaseerd op gerelateerde thema's. Dit is gebruiksvriendelijk.

### Dribbble.com, Behance.net en Dunked.com

Dribbble is geworteld in sociale media en stelt je in staat om andere designers en potentiële klanten te volgen. Behance presenteert geüploade projecten in een heldere en gestandaardiseerde portfolioachtige presentatie. Dunked gaat een stap verder en stelt je in staat de manier waarop je portfolio wordt weergegeven aan te passen.

**Tumblr.com** Tumblr is een platform voor microblogs en bedoeld om afbeeldingen, links en korte berichten te delen. Het traditionele lineaire tijdspad van een Tumblr-pagina kan worden aangevuld met de app die een 'portofoliothema'-sjabloon genereert.

De verkrijgbare thema's focussen op berichten met afbeeldingen die in een rasterformaat worden weergegeven. Deze zijn gemakkelijk te updaten en een nieuw portfolio-item wordt gepresenteerd als een nieuw bericht. Om de volgorde van de presentatie te veranderen, verander je de datum van het bericht.



### Thumbnail-design

Deze portfolio-site omvat een reeks mooi geplaatste thumbnail-beelden die na aanklikken meer informatie geven, plus extra foto's als toelichting op het project. Thumbnails zijn ideaal om informatie op een compacte manier te organiseren, zodat je website er fris en overzichtelijk uitziet.

### Zelfpromotie

Vergeet niet het adres van je onlineportfolio op je cv, visitekaartjes, het profiel van je sociale media-account en de autosignatuur van je e-mailaccount te vermelden.



### Creatief bijnijden

Dit voorbeeld toont het bijgesneden ontwerp vanuit een schuin perspectief.

**WordPress** Het WordPress-contentmanagementsysteem (CMS) is populair onder ontwerpers en heeft een groot aantal verkrijgbare thema's die speciaal zijn gecreëerd voor het presenteren van portfolio's. Wordpress is complexer in gebruik dan Tumblr, maar biedt meer opties.

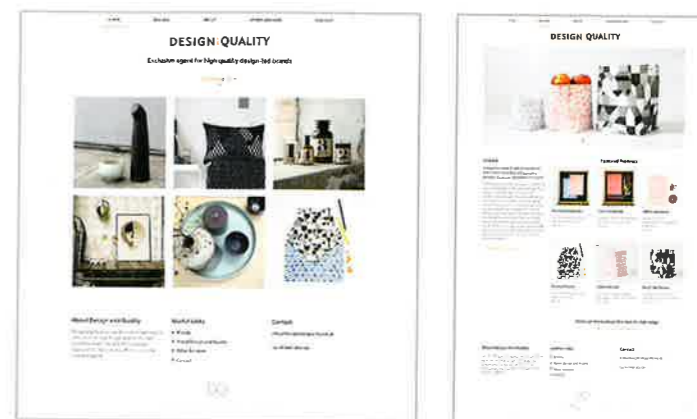
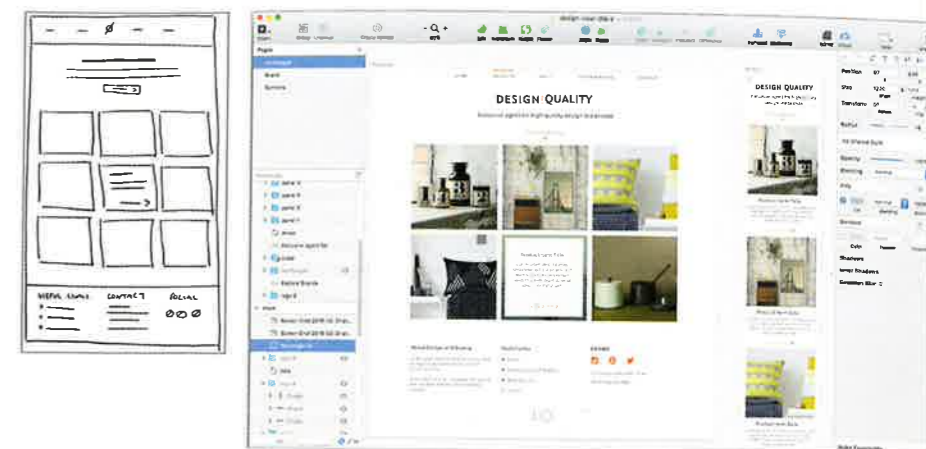
### Traditionele onlineportfolio's

Als je op zoek bent naar werk als webdesigner is een onlineportfolio een perfecte manier om te laten zien wat je beheerst, van HTML en CSS-codering tot het bewerkstelligen van een herkenbare gebruikerservaring. Je portfolio moet representatief zijn voor je designniveau en je technische vaardigheden tonen.

### Je werk controleren

Neem wat afstand van je werk wanneer het project bijna klaar is en kijk ernaar met een frisse blik. Klik op alle links om te controleren of ze allemaal juist functioneren. Ga na of de presentatie van je portfolio netjes en visueel consistent is. Check de tekst op spelfouten.

Voer een bèta-test uit onder een kleine groep vrienden en/of familieleden en bestudeer hun feedback. Als je ouders het moeilijk vinden om door je website te navigeren, kan een potentiële opdrachtgever dezelfde problemen tegenkomen. Verwerk alle noodzakelijke aanpassingen voordat je je webadres deelt met een groter publiek.



### E-MAIL EN AUTOMATISCHE HANDTEKENING

Welk e-mailsysteem je ook regelmatig voor je professionele correspondentie (Gmail, Yahoo enz.) gebruikt, je moet altijd een e-mailaccount aanmaken en gebruiken die gelinkt is aan de domeinnaam van je website. Een e-mailaccount van je school of universiteit suggereert dat je nog studeert en een algemeen Gmail-account dat je een hobbyist bent. Je eigen domeinnaam geeft echter een professionele eerste indruk.

De meeste e-mailsystemen bieden je de mogelijkheid om je e-mails standaard te ondertekenen. Doe je voordeel met deze optie en beschouw het als een virtueel visitekaartje dat je aan iedereen met wie je correspondeert afgeeft. Je automatische handtekening moet je naam, contactinformatie en links naar je onlineportfolio en socialemediapagina's bevatten.



**Laat zien wat je kunt** Als je jezelf als webdesigner presenteert die HTML en CSS kan coderen, is je portfolio een geweldige kans om je expertise te tonen. Hier presenteert de designer zijn vaardigheid met responsief ontwerp voor een website op computerscherm en mobiele telefoon.

### Wees consistent

De thumbnails in dit portfolio zijn allemaal in grijstinten weergegeven. Wanneer de je de muis erover beweegt, krijgen ze kleur.



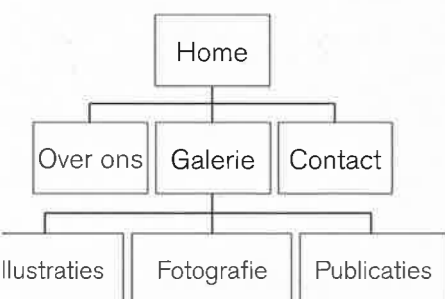
## MODULE 7: OPDRACHTEN

### EERSTE INDRUK

Beschrijf jezelf in 15 seconden voor een klein groepje. 55% van de webbezoekers verblijft korter dan 15 seconden op een website. Hoe kun je binnen 15 seconden een goede eerste indruk wekken? Beschrijf jezelf opnieuw, maar bedenk nu van tevoren welke belangrijke eigenschappen je wilt benadrukken. Overleg een paar minuten met elkaar hoe je dit kunt toepassen op webdesign en bedenk hierbij dat visuele communicatie vaak sneller gaat dan verbale communicatie.

### PAGINA-NAVIGATIE

Bestudeer eenvoudige websites die je frequent bezoekt en maak wireframes van hun lay-out. Zoek naar patronen in hoe de inhoud is geordend. Merk op dat sommige websites met traditionele patronen en trends breken en bepaal hoe ze hiervan profiteren en wat hen uniek maakt. Meet de verticale en horizontale witruimte die in de lay-out wordt gebruikt om verschillende content van elkaar te scheiden. Bespreek in tweetallen waarom je denkt dat deze sites op deze manier zijn ontworpen. Zie je nog verbeterpunten?



### CARD SORTING

Card sorting wordt vaak toegepast in informatie-architectuur en biedt webdesigners een antwoord op verschillende kwesties nog voor het eigenlijke ontwerpen begint. Card sorting helpt designers bij de organisatie van de navigatie, met name van complexe navigatie, zo efficiënt mogelijk.

Maak een schets voor een website van je favoriete kunstenaar. Schrijf voor elke pagina een label op een kaartje, bijvoorbeeld Home, Werk, Project 1, Contact, en schik ze naast elkaar in de navigatievolgorde. Overleg met een groepje je keuzes en bedenk andere oplossingen door de kaartjes van plaats te laten wisselen. Let speciaal op de benaming en ordening van links. Maak ten slotte een foto van het uiteindelijke resultaat en eventuele alternatieven. Maak als je tevreden bent met het resultaat een digitale mock-up van de navigatie in Illustrator

### CREËER EEN STIJLCOLLAGE

Een stijlcollage is een grafische weergave van de stilistische benaderingen die je aan je klant wilt voorleggen. Bepaalde ontworpen elementen worden uitgelicht en dienen als focuspunt van de eerste besprekingen met de klant. Ontwerpers presenteren meestal drie verschillende stijlcollages aan een klant: een conservatieve benadering; een gedurfde benadering en een die het midden tussen deze twee uitersten houdt.

Kies een website uit die je vaak bezoekt en creëer drie stijlcollages. Begin met de stijlen die bij deze websites zijn gebruikt en ontwerp dan twee variaties hierop: een conservatieve en een gedurfde. Bepaal:

- Kleurenpalet: donker, licht, middentonen, accentkleuren
- Typografie: koppen, onderkoppen, broodtekst, links, citaten, bijschriften enz.
- Texturen: achtergrondpatronen, kleurverloop, slagschaduw enz.

- Knoppen: knopgrootte, vorm, kleur, radius van de hoeken, slagschaduw enz.
- Iconen: iconen als onderdeel van knoppen, iconen die inhoud definiëren enz.
- Afbeeldingen: bijsnijden (rechthoek/vierkant), begrenzing, padding/tussenruimte, slagschaduw, radius van de hoeken enz.
- Adjectieven: lijst van vier adjectieven per stijlcollage. Deze beschrijven de stijl van elke benadering en kun je gebruiken om je concept aan je klant te pitchen.

### WEBSTANDAARDEN

Webstandaarden zijn aanbevelingen die worden gepubliceerd door bekende organisaties aangaande webdesign en -ontwikkeling. Het zijn subjectieve standaarden, maar bedoeld om eenheid te creëren in webdesign, en daardoor gebruiksgemak. Maak een lijstje van wat volgens jou webstandaarden zijn: bijvoorbeeld een logo als aanklikbare hyperlink naar een homepage. Kijk voor meer informatie op

[www.evolutionoftheweb.com/](http://www.evolutionoftheweb.com/)

Deze website presenteert een tijdsbalk met innovaties die gedurende de laatste twintig jaar het web hebben beïnvloed: van verschillende webbrowsers en verbeteringen op het gebied van codering en functionaliteit tot het presenteren van het verkeer op het wereldwijde web.

### EEN DREAMWEAVER-WEBSITE MAKEN

Voor deze opdracht maak je een blanco pagina met responsieve settings. Een website in Dreamweaver biedt een centrale locatie voor het opslaan en bewerken van de files voor je website: de root-folder. Nog voordat je Dreamweaver opent, maak je een folder, die je root-folder noemt en waarin je alle content voor je website bewaart.

- Open Dreamweaver; als het welkomsscherm verschijnt, sluit je dit.

- Site > New Site.
- Geef je site een naam.
- Ga naar de root-folder die je bewerkt vanuit je computer en klik die aan.
- Zet de werkruimte op Beginner (dropdownmenu rechtsboven).
- **Open het filepaneel en bekijk de bestanden die je website tot nu toe bevat (alle projectbestanden in je root-folder). Zie je geen ge-update files, klik dan op Vernieuwen.**
- Ga voor een homepage naar: File > New.
- Je maakt een HTML-pagina, dus kies HTML als documenttype.
- Kies de tab Bootstrap (een framework met een componenten waarmee je veel tijd spaart bij het bouwen van een responsieve website).
- Kies Create New voor een nieuw bootstrap.css-bestand. Dreamweaver maakt dit bestand op basis van enkele settings die je nu gaat kiezen.
- Aangezien je begint met een blanco pagina, moet je eerst de voorgestelde layout-optie uitvinken.
- Vervolgens breid je de standaardsettings uit: deze settings vormen de standaardlay-out die ontstaat zodra het HTML-bestand is opgeslagen.
- Het is altijd handig een raster te gebruiken voor webdesign. Met kolommen schep je orde en krijg je de onderdelen van de pagina netjes op een lijn. De standaardinstelling is voor 12 kolommen. Gutter verwijst naar de ruimte tussen elke kolom, houd de standaardinstelling op 30px.
- De schermformaten verwijzen hier naar de breedtes voor grote, middelgrote en kleine schermen. Bij het maken van je website stelt Dreamweaver je in staat gemakkelijk te switchen tussen de verschillende schermen en je design aan te passen aan de verschillende schermgrootten. (Het is raadzaam in dit stadium de standaardinstellingen aan te houden.)
- Klik op Create.
- Het eerste wat je nu doet is de nieuwe pagina opslaan: File > Save. Let op dat je hem opslaat in je root-folder. Noem het bestand index.html en klik op Save.
- Je zult opmerken dat het bestandpaneel verschillende bestanden en folders toont, waaronder nu ook het index.html-bestand dat je zonet hebt gemaakt, en enkele mappen die Dreamweaver automatisch voor je aanmaakt. Deze **standaardmappen laat je met rust; het is belangrijk dat ze intact blijven, zodat je pagina's zullen werken.**

### EEN PAGINATITEL EN CONTAINER TOEVOEGEN

In deze opdracht voeg je een titel toe, die verschijnt in de tab van de webbrowser, waardoor je pagina wordt geselecteerd bij toekomstige zoekresultaten. Ook voeg je de container toe die de inhoud van de site omvat en het design passend maakt voor de paginabreedte.

- Klik op de knop Split View in de gereedschapsbalk van het document om je design live te zien en tegelijk toegang te hebben tot de code. De code verschijnt in de standaardinstelling onder Live View, maar je kunt de code verticaal naar links verschuiven. Ga hiervoor naar View > Split Vertically, dan naar View > Uncheck Live View links, zodat Live View rechts verschijnt.
- Voor het toevoegen van een titel klik je ergens in Live View en zoek je het properties-paneel onder. Voeg je titel toe met Document Title en hij verschijnt tussen de titeltags in de HTML.
- Er verschijnt een asterisk (\*) op de filetab (index.html). Dit geeft aan dat er onopgeslagen wijzigingen zijn. Sla je bestand op met File > Save of Command + S op je toetsenbord.
- Kies Preview in Browser (het kleine wereldbolletje rechtsonder). Klik op de browser van je keuze. Tot nu toe is de enige content van de pagina de zojuist toegevoegde titel, zichtbaar in de tab van de browser.
- Nu ga je een nieuw element toevoegen, de container, die de gehele content van de pagina zal omvatten. Kies Insert Panel en ga naar de categorie Bootstrap Components. Bootstrap-componenten zijn pagina-elementen die al zijn ingesteld op responsief gebruik.
- Er zijn twee opties voor lege containers die je kunt gebruiken voor de pagina-inhoud: vast en vloeïend. De eerste is een containerelement waarmee je een vaste breedte voor je webpagina instelt. Met de component voor vloeïend kun je je ontwerp echter de hele breedte van het scherm laten bestrijken, onafhankelijk van de scherm breedte.
- Klik ergens op Live View en zoek het woord 'body' in de heads-up display, want je wilt er zeker van zijn dat dit element op de juiste plek

terechtkomt, rechts van de code, direct na de bodytag in het codevenster.

- Klik nu op het element Container Fluid op het paneel rechts.
- Er zijn nu twee dingen veranderd: er ontstaat een **blauwe rand** in Live View, met een display die de **zojuist toegevoegde container aangeeft**. Dit element is een div, aangeduid met een klassenaam, container fluid.
- In Code View zie je nu hetzelfde uitgeschreven in HTML: een div met de klassenaam container fluid `<div class="containerfluid"></div>`.
- Een div is een lege container (HTML-element). Op zichzelf doet het niet zoveel, maar je kunt de div wel op allerlei manieren aansturen met behulp van CSS, waarbij de klassenaam van pas komt.
- CSS is een andere webdesigntaal die HTML-elementen aanstuurt qua functioneren en uiterlijk. Om goed te functioneren moet CSS steeds weten welk element moet worden aangestuurd, daarom worden HTML-elementen soms aangeduid met klassenamen. Dus als je deze Bootstrap-componenten toevoegt, krijgen ze klassenamen, en hun functioneren wordt deels bepaald door het bootstrap.css-document dat je aanmaakte toen je deze pagina maakte.
- Nog even over het verschil tussen een vaste en vloeibare container: het zijn allebei lege containers maar hun formaat verschilt in overeenstemming met de aansturing door de Bootstrap CSS.

Je hebt nu een pagina opgezet die je kunt vullen met content. Op dit moment is er nog niets te zien omdat alle containers leeg zijn.



## MODULE 7 OPDRACHTEN, VERVOLG

## STUCTUUR EN CONTENT TOEVOEGEN

Bij deze opdracht breng je de algehele structuur van de pagina aan door de HTML-componenten toe te voegen, zodat je pagina een frame krijgt. Je voegt placeholders toe voor de navigatie van het hoofdmenu, een slideshow, de voornaamste content, een thumbnail-beeld, en een footer.

## Navbar (navigatiebalk)

Het eerste wat je toevoegt is het hoofdmenu. Ook hiervoor kun je een Bootstrap-component gebruiken. Controleer of de div container fluid nog is aangevinkt, klik anders op de div mode op het DOM-paneel, dan is het te zien in Code View en Live View. DOM is een bijzonder handig paneel waarmee je de hele structuur van je webpagina kunt zien in een visuele hiërarchie.

- Zoek in het Insert Panel onder Bootstrap Components de navigatiebalk-component; deze heeft een dropdownmenu met verschillende menustijlen die je kunt gebruiken. Klik op Basic Navbar.
- Kies na de prompt de optie Nest. Daardoor wordt de navbar binnen de gekozen container geplaatst. In dit geval is de navbar een child element binnen de container, het parent element.
- In het DOM-paneel is nu duidelijk te zien dat de navbar in de vloeibare container is 'genesteld'.
- Je ziet nu de navbar in de Live View.
- Dreamweaver voegt eveneens de benodigde code toe in de Code View.
- Voor het vergroten van Live View klik je de knop Live aan, boven het editing-gebied. Je kunt daardoor beter zien wat er gebeurt op Live View.
- Je ziet nu wat standaardcontent in de navbar, zoals Brand/Links/Search.
- Je kunt in live menu de scrubber gebruiken om te zien hoe de navbar eruitziet op verschillende schermformaten. (Trek de rechter blak over Live View). Terwijl het display-formaat kleiner wordt, krimpt het menu in tot een hamburgericoon, zoals vaak wordt gebruikt voor browsen op een mobiele telefoon.
- Klik op de Split-knop en ga zo terug naar Split View; nu kun je nog meer content toevoegen.

## Carousel

- Na al het heen-en-weer klikken keer je weer terug naar de juiste plek om het volgende component in te voegen. In DOM vind je de node `div > class="containerfluid"`, kies het child element, de node `nav > class="navbar navbardefault"`. Als je het child element niet ziet, klik dan de div node om de stack te openen.
- Nu ga je het element Carousel invoegen, in essentie een slideshow voor beelden en tekst. Voeg deze toe na de navbar.
- Kies in Insert Panel het element Carousel en kies na de prompt After. Daardoor wordt het element Carousel ingevoegd na het gekozen navbar-element.
- Klik op Save. Dreamweaver presenteert een dialoogvenster om je te tonen dat het placeholder-beeld van Carousel wordt toegevoegd aan de beeldmap in de root-folder van je site. Klik op OK.
- In Live View kun je nu de slideshow (Carousel) bewerken en bekijken op verschillende formaten.

## Tekst

Nu ga je koppen ten tekst invoegen op je nieuwe webpagina. Eerst maak je een container om de tekst in te voegen. Maak je de goede gewoonte eigen je secties te organiseren in containers, dat maakt het later gemakkelijker de secties een (nieuwe) stijl te geven.

- Opnieuw keer je terug naar de juiste plek in de code. Klik op `div > id="carousel1" class="carousel slide"`.
- Kies in Insert Panel de categorie HTML van het dropdownmenu.
- Scrol omlaag, kies het element Article en plaats het achter de Carousel.
- Klik nu op Heading: de knop H1 van het Insert Panel. Plaats het na de prompt 'genesteld' in het artikel.
- Kies ten slotte de tekst van het Insert Panel. Plaats het na de prompt na Heading: H1.

## Thumbnails

- Klik de artikelnod aan in het DOM-paneel, waarna je een thumbnail kunt aanbrengen na de zojuist ingevoegde tekst.
- Kies in Insert Panel Bootstrap Components van het dropdownmenu.
- Zoek en klik op de Thumbnails-component.
- Kies en voeg het achter het artikel in na de prompt.
- Klik op Save. Dreamweaver presenteert een dialoogvenster om je te tonen dat de thumbnail-placeholder wordt toegevoegd aan de beeldmap in de root-folder van je site. Klik op OK.
- In het DOM-paneel wordt de thumbnail nu opgebouwd: dat is interessant om te zien. Eerst maakt Dreamweaver een rij-paneel (`div > class="row"`) over de breedte van de pagina. Binnen die rij bevindt zich een kolom (`div > class="colmd-4"`). Deze kolom bevat de tekst en het beeld van de thumbnail.

## Footer

- Kies de node met de class of row van het DOM-paneel.
- Ga in het Insert Panel terug naar HTML en kies Footer.
- Plaats de footer na de prompt, zodat hij wordt ingevoegd na de thumbnail-rij.
- Sla de pagina op en preview hem in de browser.
- Het ziet er nu nog niet erg mooi uit, maar je hebt nu wel een basisstructuur. De pagina is nog niet gestileerd maar is gemakkelijker te veranderen dankzij deze basisstructuur.

Je hebt nu een basisjabloon dat je naar wens kunt aanpassen. Met enige research verander je nu de placeholder-content die Dreamweaver toevoegt als je de standaardcomponenten van het Insert Panel gebruikt. Voeg je eigen labels toe aan de menunavigatie en verander de structuur zodat die past bij je design. Vervang de koptekst bij de slideshow thumbnails zodat die aansluit op de beelden. Voeg ten slotte tekst toe aan de hoofdkop en het tekstblok op de pagina, en breng copyrightinformatie aan in de footercontent.

Bewerk de stijl en lay-out van de tekst. Gebruik de CSS Designer voor kleurelementen en herschik de tekst op verschillende secties van de

pagina. Pas het menu aan zodat het er eigentijds uit ziet en goed aansluit op de rest van het paginaontwerp. Vervang de standaardstijl van het menu wat betreft achtergrondkleur, rand en positie op de pagina, zodat hij er precies zo uitziet als je wilt.

Voor de puntjes op de i verander je de standaardstijl van de beelden, zodat ze er goed uitzien op elk scherm. Pas CSS toe op de slideshowbeelden zodat ze zich over de hele breedte van de pagina uitstrekken en/of pas de thumbnailbeelden aan zodat ze passen in de container.

## ICOONONTWERP VOOR EEN MOBIELE APP

Het app-icoontje is het belangrijkste merkelement van het app-ontwerpproces. Kies een bestaande app (of een app die je zou willen ontwerpen) en creëer een icoontje.

Succesvolle app-icoontjes laten zien wat je met de app kunt doen. Maak eerst een lijst met mogelijke visuele elementen. Probeer een unieke invalshoek te gebruiken.

Geef het icoontje vorm in Adobe Photoshop (72ppi, RGB). Pas het ontwerp van het app-icoontje aan voor gebruik op een iPhone en gebruik de volgende afmetingen in pixels: 57x57, 72x72, 114x114, 512x512.

Bekijk welke aanpassingen en veranderingen noodzakelijk zijn opdat je ontwerp op verschillende schermgroottes kan worden gepresenteerd.

## WEBSITE-MAKEOVER

De meeste websites hebben een levensduur van slechts een paar jaar en moeten dan worden aangepast aan bijvoorbeeld nieuwe trends wat betreft de doelstellingen van de klant, nieuwe presentatiewijzen en gebruiksvriendelijkheid. Bekijk een paar ouderwetse websites op de Way Back Machine, <http://archive.org/web/>, een digitaal archief van het World Wide Web en andere informatie over het internet, samengesteld door het Internet Archive.

Veel webdesigners werken graag aan revisieprojecten omdat de meeste content al voorhanden is. Kies een website die volgens jou een nieuwe benadering kan gebruiken. Maak eerst een flowchart en creëer wireframes van verschillende contentpresentaties. Gebruik ten slotte echte content voor je compositie-ontwerp.

## ONLINE-PORTFOLIO

Voor een creatief iemand is het van groot belang dat je je werk online toont. Maak aan de hand van onderstaande vragen een plan voor het samenstellen van je eigen site en bedenk wat je nodig hebt en wat je moet organiseren voor je van start gaat.

- Waartoe dient de website? Wat is het doel?
- Hoe veel niveaus krijgt de website? Hoe wordt de content geordend?
- Welke navigatiestructuur kies je zodat de gebruiker moeiteloos door de site kan browsen?
- Welke beelden en technieken wil je gebruiken?
- Denk na over je domeinnaam en waar je de site laat hosten, want dit heeft invloed op de manier waarop je de site moet bouwen.
- Heb je toegang tot alle relevante onderdelen die nodig zijn om je website te bouwen?
- Wie is het publiek en op welke schermgrootte zal de website worden bekeken? Breedbeeld of op mobiele telefoon?
- Denk na over wie de doelgroep is en met welke browser de website het meest zal worden bezocht.

## Verder lezen:

- Mike Monteiro, *Design is a Job*, Happy Cog/A Book Apart, 2012
- Smashing Magazine, eBook, *Redesign The Web (The Smashing Book 3)*, Smashing Media GmbH, 2012
- Jeremy Keith, *HTML 5 for Web Designers*, Happy Cog/A Book Apart, 2010
- Dan Cederholm, *CSS3 for Web Designers*, Happy Cog/A Book Apart, 2011
- Jennifer Niederst Robbins, *Learning Web Design: A Beginner's Guide to HTML, CSS, JavaScript and Web Graphics*, O'Reilly Media; fourth edition, 2012
- Patrick McNeil, *The Web Designer's Idea Book, Volume 3: Inspiration from Today's Best Web Design Trends, Themes and Styles*, HOW Books; third edition, 2013
- Drew de Soto, *Know Your Onions Web Design*, Bis Publishers, 2014