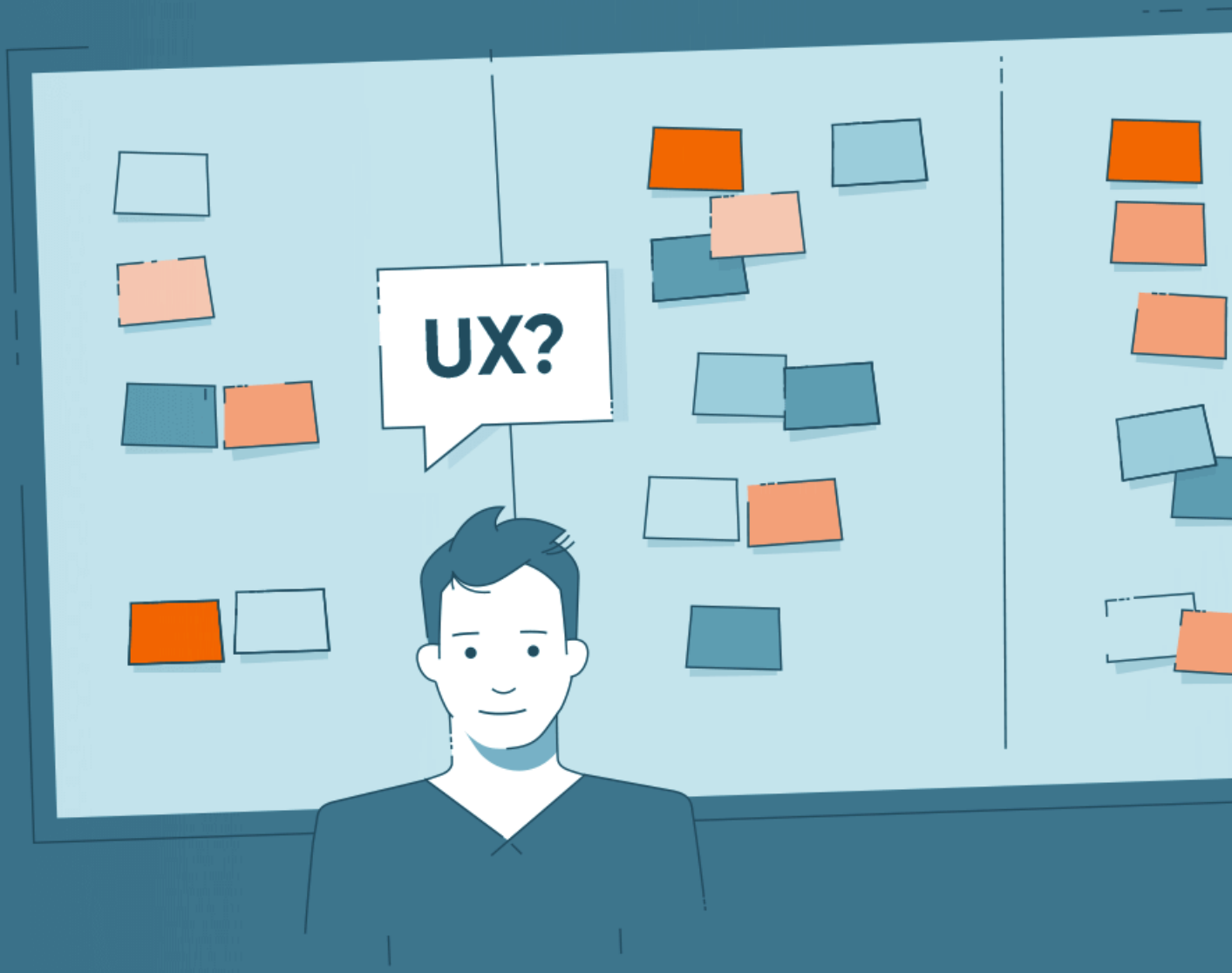
UX-design in een agile omgeving

Van hordeloop naar sprint



Informaat

Creatief. Systematisch. Duurzaam.

Auteur
Susanne van Mulken

Bijgewerkt
29 maart 2019

Contact
T: +31 (0) 35 543 1222
E: susanne.van.mulken@informaat.nl
www.informaat.nl

Postadres
Jacob van Lenneplaan 57, 3743 AP Baarn. Nederland

Copyright: Dit document is in zijn geheel auteursrechtelijk beschermd. Alle rechten zijn voorbehouden, met name het recht op vertaling, presentatie, reproductie en duplicatie. Ongeacht de nauwkeurigheid van de tekst, afbeeldingen en programma's kunnen noch de auteur, de uitgever noch de vertaler gerechtelijke of andere verantwoordelijkheid nemen voor mogelijke fouten en de gevolgen daarvan.
De naamgevingsconventies, handelsnamen, productbenamingen, enz. die in dit werk worden weergegeven, kunnen, zelfs zonder speciale aanduiding, handelsmerken zijn en als zodanig onderworpen zijn aan wettelijke voorschriften.

INHOUD

Introductie	4
Samenvatting	6
1. Soft skills	7
2. Continuous concepting	10
3. Design-organisatie	15
Conclusie	20
Over Informaat	21

Introductie

Agile is de meest recente van drie grote ontwikkelingen die een bepalende invloed hebben op de positie van design binnen organisaties. De eerste van die ontwikkelingen was de omslag van een analoge naar digitale dienstverlening.

In de jaren 90 volgde de snelle ontwikkeling van user interface design naar UX-design, waarbij de ervaring van de gebruiker steeds meer centraal kwam te staan in het ontwerp van digitale diensten en producten. UX-design gaat om het bereiken van een optimale, consistente gebruikerservaring. In de afgelopen jaren hebben steeds meer bedrijven en organisaties de waarde van de UX-design aanpak ontdekt en omarmd. Ze zetten externe UX-capaciteit in en gaan er tegenwoordig steeds vaker toe over om intern hun eigen UX-afdelingen op te richten.

In 2001 kwam de opmars van agile, als antwoord op de watervalmethode die traag en weinig flexibel omging met de snelle veranderingen in de markt en de technologie. Dit alles heeft geleid tot de volgende stand van zaken. 75 procent van de bedrijven in Nederland en België werkt agile[1], 17 procent van de agile teamleden zijn UX-professionals en 22 procent van de teams werkt niet puur agile maar hybride.[2]

Informaat is een bureau dat gespecialiseerd is in experience design en design-organisatie. Onze designers werken dan ook in toenemende mate in een agile setting. Hierdoor zien wij dat zij in de praktijk veel tijd winnen door passende werkwijzen en tools te gebruiken en dat zij organisatievormen ontwikkelen waarmee ze disciplines beter op elkaar afstemmen.

ONZE ERVARINGEN

In onze praktijk hebben we goede ervaringen met de combinatie van agile werken en UX-design. In elk van de organisaties hebben we oplossingen geïmplementeerd die werken en die de organisaties wendbaarder en meer klantgericht hebben gemaakt.

In een onderzoek naar het verbeteren van onze werkwijzen zijn de ervaringen en behoeften van onze UX-professionals bij het werken in een agile setting geïnventariseerd. Uit dit onderzoek onder 16 designers, ingezet bij 13 organisaties, bleek dat al deze organisaties agile zijn, maar in de praktijk nog niet heel wendbaar. Het goed implementeren van agile werken op alle niveaus in de organisatie blijkt lastig. De nadruk ligt vaak op de snelheid van de codeontwikkeling, maar de samenwerking met de overige disciplines is onveranderd. Daardoor blijft de wendbaarheid van de organisaties als geheel achter.

Ook in onze UX-managementkring – een groep van UX-managers van 25 organisaties die viermaal per jaar op initiatief van Informaat bijeenkomt – wordt regelmatig aandacht besteed aan het inbedden van UX-design in een agile werkwijze. Vragen uit de praktijk komen hier aan de orde: Hoe ga je om met concepting en met gebruikersonderzoek? Hoe kan de UX-designer helpen om beslissingen te nemen op basis van klantwaarde in plaats van op basis van ‘wat levert het snelst resultaat’?

---

[1] KPMG. ‘Bedrijven hebben ‘agile’ projecten onvoldoende onder controle’ (2017)

[2] Nielsen Norman Group. ‘The State of UX Agile Development’ (2017)

RAAKVLAKKEN UX-DESIGN EN AGILE

Formeel voorziet de agile manier van werken niet in een rol voor een UX-designer – alle teamleden zijn 'developers'. Maar er zijn wel degelijk raakvlakken.

Belang van de klant
Een van de leidende principes van agile is 'Customer collaboration over contract negotiation'. Samenwerking, niet alleen met de teamleden dus, maar ook met de 'customer'. Daarin kunnen UX-professionals, die altijd de gebruiker centraal stellen, en agile beoefenaars elkaar vaak goed vinden.

Iteratief
Een van de agile kernbegrippen is het iteratief werken. Ook UX-designers werken van huis uit iteratief. Het vragen om, en krijgen van feedback van de gebruiker, voor, tijdens en na het ontwerpproces, is essentieel voor UX-design. Op basis van die feedback worden ontwerpbeslissingen bijgesteld of verfijnd. Methoden als A/B testing, enquêtes of interviews, of paper prototyping worden voor deze doeleinden ingezet.

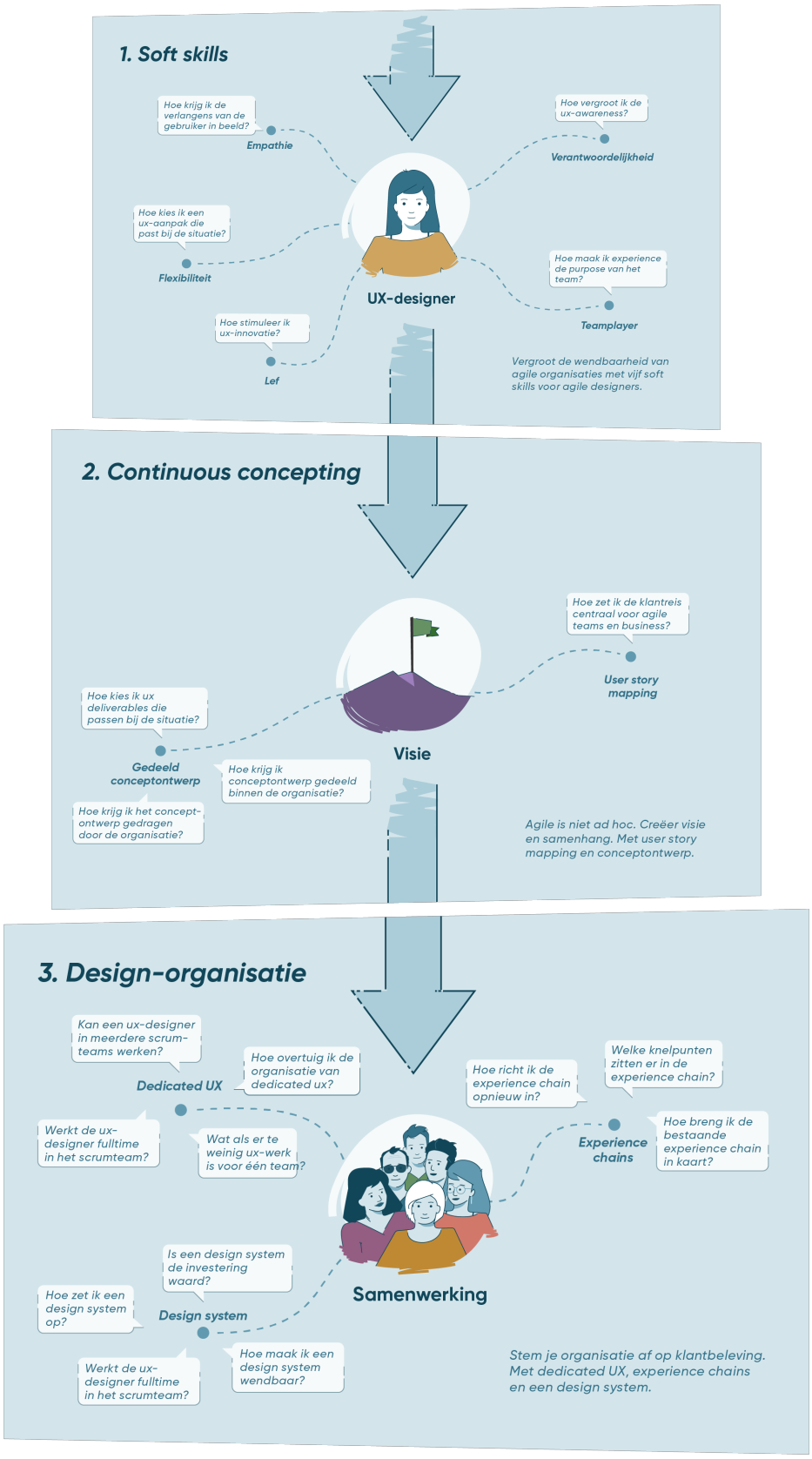
AGILE MANIFESTO

In 2001 verscheen The Agile Manifesto, waarin een groep van 17 software-ontwikkelaars hun 12 principes voor een nieuwe werkwijze wereldkundig maakten.

Agile is gericht op samenwerking in zelf-organiserende teams, werken in time-boxes (sprints van twee of drie weken) en het opleveren van incrementen. Agile gaat uit van adaptieve planning en continue verbetering. Op die manier is een organisatie beter in staat om in te spelen op veranderingen – en dus wendbaar. Scrum is een populaire methode die onder de agile paraplu past. Bij scrum verdeelt de product owner de features van een product of dienst in user stories die samen een product backlog vormen. User stories beschrijven de werking van het stukje functionaliteit vanuit het perspectief van de gebruiker.

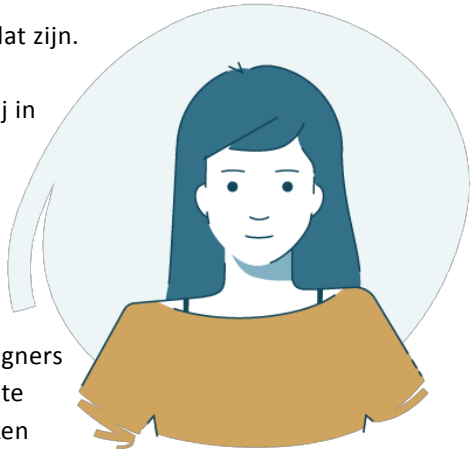
Samenvatting

In dit whitepaper bespreken we drie designoplossingen voor een wendbare organisatie: Soft skills, Continuous concepting en Design-organisatie.



1. Soft skills

“Vergroot de wendbaarheid van agile organisaties met soft skills”



Een organisatie is wendbaar als haar medewerkers dat zijn. Veel bedrijven hebben alle disciplines om sublieme klantervaringen te realiseren in huis. Toch hebben zij in de praktijk moeite dit waar te maken. Gevolg is frustratie bij designers, developers en stakeholders en onvermijdelijk dus ook bij klanten.

Als UX-manager is het van belang je team(s) zo samen te stellen dat vijf specifieke skills goed vertegenwoordigd zijn. Dit zijn soft skills die UX-designers in staat stellen hun bijdragen het best tot hun recht te laten komen. Ze maken de omgeving waarin ze werken bewust van UX, wat resulteert in een veel betere klantbeleving.

Deze soft skills zijn:

1. **Empathie** voor de gebruikers van de applicatie die je ontwikkelt.
2. **Verantwoordelijkheid** voor het de kwaliteit van UX.
3. **Flexibiliteit** voor de keuze van een optimale UX-aanpak.
4. **Teamplayer** voor het verbinden van belangen.
5. **Lef** voor het realiseren van vernieuwing.

SKILL 1: EMPATHIE

Onder tijdsdruk lijkt empathie al snel een luxe. Is echt contact met gebruikers wel nodig? ‘Werk de schermen maar uit’. ‘Interviews, gebruikerstests? Dat heeft de business toch al gedaan?’. ‘We moeten door!’.

Zelfs onder dit soort omstandigheden is het voor designers cruciaal ruimte te nemen om de gebruiker te leren kennen.

HOE KRIJGT DE UX-DESIGNER DE VERLANGENS VAN DE GEBRUIKER IN BEELD?

Een agile UX-designer wil gebruikers begrijpen. Hoe denken, leven en werken ze? Wat voelen ze? Wat zijn de onuitgesproken dromen, verlangens en verwachtingen?

Om dit te weten te komen organiseert hij gebruikersonderzoek, laat hij gebruikers dagboeken bijhouden, creatieve opdrachten uitvoeren, empathy-maps en context-maps maken. Allemaal om vast te stellen of de gebruiker een taak voor elkaar krijgt, maar vooral ook om te weten waarom hij aan die taak begonnen was.

SKILL 2: VERANTWOORDELIJK VOOR KWALITEIT VAN UX

De UX-designer wil de beste UX. Dit is uitdagend in bedrijven met een lage UX-maturiteit, waar men UX-designers soms nog ziet als veredelde plaatjesmakers.

UX-awareness lost deze mismatch tussen de missie van de UX-designer en die van de organisatie op.

HOE VERGROOT JE DE UX-AWARENESS?

Door voorbeelden van goed UX-design te laten zien. Door design meetings te organiseren, design walls te maken en presentaties te geven. Door oplossingen, maar ook processen, concepten en werkwijzen te visualiseren. Door deze te delen 'aan het bord' en de afhankelijkheden tussen UX-design en andere disciplines inzichtelijk te maken. Kortom, door de toegevoegde waarde van UX-design te laten zien.

SKILL 3: FLEXIBILITEIT

Organisaties in agile transformaties zijn vaak zoekende hoe ze de agile theorie moeten toepassen. Dit gaat vaak gepaard met weerstand tegen oplossingen die misschien niet zuiver agile, maar wel nodig, waardevol en uitvoerbaar zijn. Het eigenlijke doel van agile werken, waarde creëren voor gebruikers, raakt men dan tijdelijk uit het oog.

Wees in dit soort situaties pragmatisch in plaats van perfectionistisch.

WELKE AANPAK KIES JE? KIJK WAT NODIG IS

Stel jezelf de volgende vraag: *Welke UX-aanpak heb je op dit moment minimaal nodig om een goed ontwerp te maken?*

Is dit een volledig uitgewerkt persona, of een korte profielbeschrijving? Is het een hifi-prototype, of een paper-prototype? Zijn gebruikersinzichten nodig? En zo ja, volstaat dan een light-weight of heavy-weight aanpak?

Een light-weight UX-aanpak kun je altijd nog opschalen. Heb je nu weinig ruimte of urgentie, wellicht is een workshop om de doelgroep te beschrijven een passende light-weight aanpak. Ontstaat er later urgentie voor het opdoen of verifiëren van diepere inzichten? Breid je aanpak dan uit met interviews en het maken van persona's.

De agile UX'er houdt niet nodeloos vast aan zijn eigen ontwerp. Hij kan ideeën weggooien en opnieuw beginnen. Hij kan schakelen tussen UX-aanpakken en toch een goed ontwerp maken. Hij heeft de drang om te zoeken naar verbeteringen, maar weet dat 'optimaal' iets anders is dan 'perfectionisme'.

SKILL 4: TEAMPLAYER

Als in een organisatie nog weinig ervaring is met design thinking, of kennis van het werk van de UX-designer, wordt al snel gedacht dat de designer in zijn eentje kan zorgen voor een uitstekende user experience. De wens van de UX-designer om met het hele team te werken aan het verbeteren van de experience wordt niet begrepen en de UX'er staat er voor zijn gevoel alleen voor.

HOE MAAK JE EXPERIENCE DE PURPOSE VAN HET TEAM?

De agile UX-designer handelt primair in het belang van de eindgebruiker, maar heeft oog voor andere belangen. Hij respecteert de inbreng en expertise van anderen en onderhoudt persoonlijke relaties binnen en buiten het scrumteam. Hij is gemakkelijk benaderbaar, luistert naar invalshoeken van anderen en legt ontwerpbeslissingen altijd in duidelijke taal uit. Hij heeft in meetings altijd aandacht voor wat collega's

goed hebben gedaan en geeft hier regelmatig complimenten over. Op deze manier bouwt hij vertrouwen op en slaat hij een brug tussen zijn UX-doelen, belangen van stakeholders en uitdagingen van andere leden in zijn scrumteam.

Hij werkt samen met zijn teamleden door bij het team op de werkplek te zitten, neemt deel aan de scrumrituelen en maakt UX-taken zichtbaar op het scrumbord.

SKILL 5: LEF

In politiek gevoelige situaties met veel stakeholders, met veel financiële impact en veel tijdsdruk kan het soms moeilijk zijn om uit de groep te breken en een andere koers voor te stellen. Het is dan verleidelijk om de bekende weg te volgen.

Ook in een omgeving waar de UX-designer wordt 'afgerekend' op de resultaten van een gebruikerstest, kan het zijn dat hij voorzichtig wordt en geen nieuwe dingen meer durft voor te stellen.

HOE STIMULEER JE UX-INNOVATIE?

De agile UX-designer gaat niet altijd voor de bekende standaarden uit de stijlgids. Hij stelt ook ontwerp-oplossingen voor die nog geen common practice zijn, oplossingen die meer realisatietijd vragen of beslissingen die uitgangspunten ter discussie stellen. Hij durft fouten te maken, te leren en feedback te vragen. Hij denkt vanuit mogelijkheden en niet vanuit problemen en overtuigt met zijn enthousiasme anderen van nieuwe oplossingen.

Gebruikerstests ziet hij niet als noodzakelijke *stage-gate*, maar als kans om te komen tot een beter ontwerp.

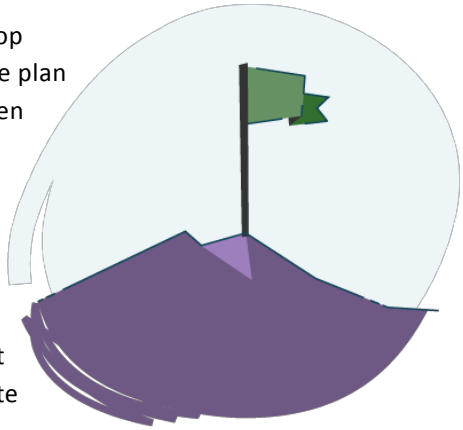
Meer weten over soft skills in een agile setting?

Carla Huls
Agility-lead, product owner, scrum master
carla.huls@informaat.nl
Linkedin

Gerjan Boer
Interim UX & change manager
gerjan.boer@informaat.nl
Linkedin

2. Continuous concepting

"Agile is niet ad hoc. Verbeeld visie en samenhang. Met user story mapping en conceptontwerp."



In het Agile Manifest staat: 'Wij verkiezen inspelen op verandering boven het volgen van een plan'.[3] Gooi je plan echter niet weg! Agile bekent niet ad hoc. Je hebt een productvisie nodig om je user stories te kunnen prioriteren. Anders kijk je straks nog maar één tot twee sprints vooruit.

Zonder een richtinggevende visie ontstaan lange en ineffectieve discussies met de business; het agile team raakt gedemotiveerd als het niet goed begrijpt waarom beslissingen zijn genomen; dit gaat ten koste van de velocity en de user experience.

Je kunt dit voorkomen door het opstellen van een productvisie en een visueel uitgewerkt concept. Een concept dat in hoofdlijnen toont hoe je product of dienst eruit ziet op langere termijn en waarin je de formulering van de productvisie steeds verder uitwerkt en concretiseert in schetsen en visuele weergaves. Een basis om naartoe te werken en waaraan je beslissingen voor de korte en de langere termijn toetst.

Voor de ontwikkeling van een breedgedragen concept in een agile omgeving gebruiken wij twee oplossingen:

1. User story mapping.
2. Conceptontwerp.

1. USER STORY MAPPING

Op een 'klassieke' backlog staan alle user stories onder elkaar. Hierdoor is de samenhang tussen de stories en de productvisie niet goed zichtbaar voor het team. Aan welk Minimal Viable Product (MVP) dragen deze stories bij? Aan welke releases? Wat zijn logische groeperingen van user stories? De agile UX-designer beantwoordt deze vragen met user story mapping.

Wat is user story mapping?

Bij user story mapping[4] werkt de product owner samen met het team op een 'grid'. In dit grid plaats je de customer journey op de horizontale as met daaronder de user activities en user tasks. Op deze onderdelen 'map' je de user stories. Bijvoorbeeld:

- **Customer journey**: 'Boeken van een hotel'.
- **User activities**: 'Hotel kiezen', 'Hotel boeken', 'Hotel betalen'.
- **User tasks bij 'Hotel kiezen'**: 'Datum kiezen', 'Aantal personen opgeven'.

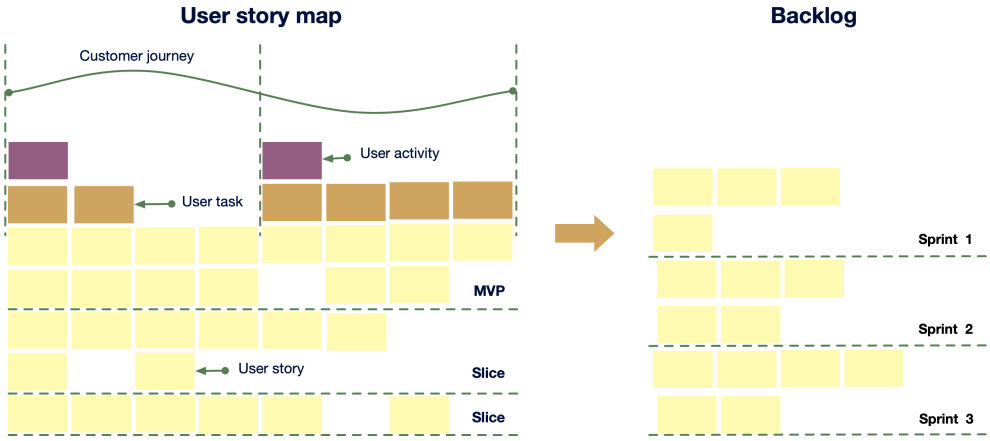
---

[3] 'Agile manifest', 2001

[4] 'User Story Mapping, Discover the Whole Story, Build the right Product', 2014. Jeff Patton, Peter Economy

• **User stories** verdeeld over slices.

Een slice is een logische groepering van user stories over de gehele breedte van de customer journey. Slices hebben een onderwerp, zoals ‘Boekingen van grote reisgezelschappen’ en geen vaste tijdsspanne, zoals de sprint.



De bovenste slice bevat de minimale set user stories die nodig is om de volledige customer journey te kunnen doorlopen. Dit is het MVP. Slices daaronder voegen steeds meer functionaliteit toe aan deze MVP.

HOE ZET JE DE KLANTREIS CENTRAAL VOOR AGILE TEAMS EN BUSINESS?

Met de slices uit de user story map. Slices maken het communiceren met de business en de teams gemakkelijker, omdat ze zijn afgestemd op de klantreis. Bovendien zijn de slices de mijlpalen in de UX-roadmap. Slices creëren zo de samenhang die nodig is voor een samenhangend ontwerp en samenhangende code. Naarmate het project vordert, kan voortschrijdend inzicht erin worden verwerkt, waarbij de bovenste slice altijd verder is uitgewerkt dan de onderste.

2. CONCEPTONTWERP

In een agile omgeving is soms weerstand tegen een conceptontwerp, omdat men het niet ziet als agile maar als ‘waterval’: eerst ontwerpen, dan bouwen. Tegelijkertijd is het uitwerken van een concept voor UX designers een voorwaarde voor incrementeel en iteratief ontwikkelen van een MVP.

HOE CREËER JE TIJD EN AANDACHT VOOR CONCEPTONTWERP?

Door uit te leggen hoe je met een conceptontwerp de onduidelijkheden en verschillen in meningen en beelden bij het scrum team, product owner en stakeholders kunt wegnemen. Bedenk wel vooraf hoe je het werk dat nodig is voor het conceptontwerp ten opzichte van de sprints uitvoert. Om dit voor jezelf helder te krijgen (voor je het met PO en team deelt) kun je het Agile conceptontwerp-canvas gebruiken.

In het Agile conceptontwerp-canvas beschrijf je de integratie van het conceptontwerp in de sprint. Reserveer je een timebox per sprint? Reserveer je tijd in refinements?

Agile conceptontwerp-canvas

Creëer aandacht en tijd voor conceptontwerp

Stap 1: ***Werk je concept uit***

Noodzaak	*Drijfveren*	*Resultaat op korte termijn*
Gebruikersdoelen	*Klant- en bedrijfsdoelen*	*Resultaat op lange termijn*

Stap 2: ***Kies je agile insteek***

Aanknopingspunten	*Keuze*

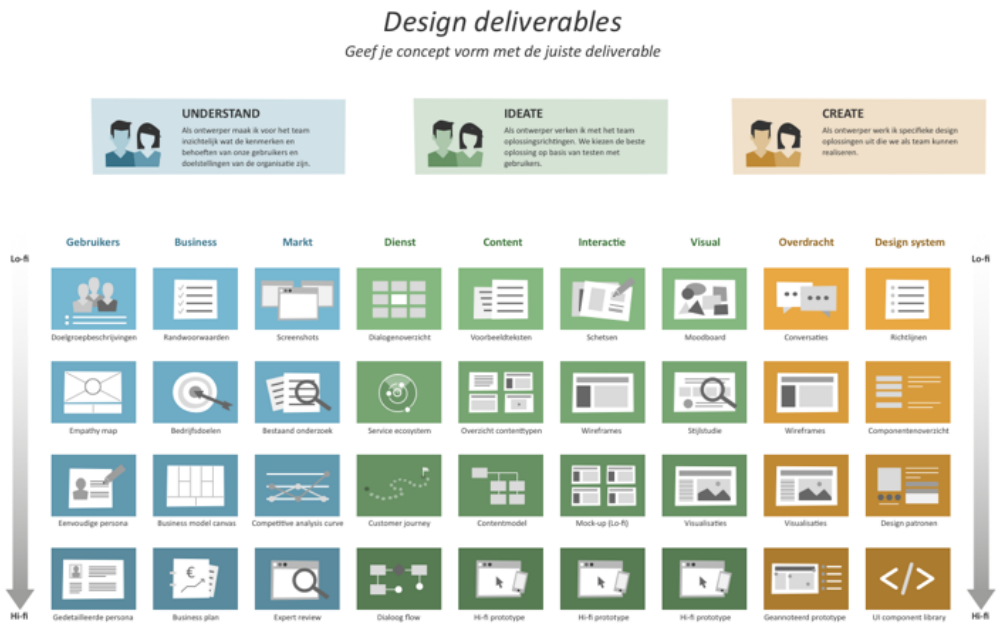
Stap 3: ***Bepaal de aanpak***

Aanpak	*Aanpak deliverables*
Benodigdheden	*Timebox*

Neem je UX stories op als spikes? De beslisboom in het canvas biedt hulp bij deze keuze. In het canvas kun je ook omschrijven wat het doel is van het conceptontwerp, welke deliverables er zijn, wat ervoor nodig is en hoeveel tijd het gaat kosten.

WELKE UX DELIVERABLES PASSEN BIJ DE SITUATIE?

Bij het bepalen van de aanpak voor conceptontwerp is het de uitdaging om elke keer de diepgang van de deliverables te kiezen die past bij de situatie: Wat moeten we echt

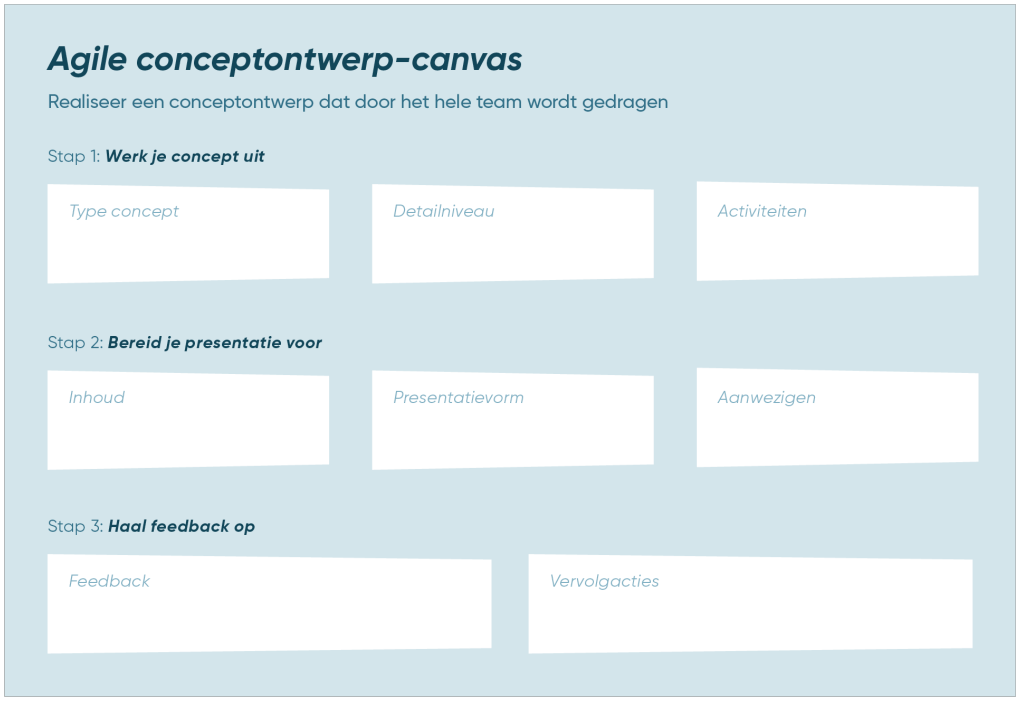


weten? Hoe kan dat het best in kaart worden gebracht? Onze design deliverables menukaart geeft overzicht en inspiratie.

We hebben voor elk van de drie hoofdstappen van conceptontwerp (Understand, Ideate, Create) meerdere niveaus van deliverables in kaart gebracht: van low fidelity (snel en met aannames) tot high fidelity (uitgebreid en goed onderbouwd). De UX-designer is daarmee flexibel in het kiezen een deliverable die past bij de situatie.

HOE KRIJG JE DRAAGVLAK VOOR HET CONCEPTONTWERP?

In een agile setting visualiseert de UX-designer de productvisie van de product owner in een concept. Dit conceptontwerp speelt de hoofdrol in gesprekken met stakeholders en tijdens refinementsessies met het team. Afstemming met de product owner is cruciaal om conceptontwerp en productvisie elkaar te laten versterken. Ook het doen van gebruikersonderzoek met het concept zorgt voor meer draagvlak of juist een koerswijziging in de gekozen oplossing. Ons canvas helpt de UX-designer met het voorbereiden van deze activiteiten.



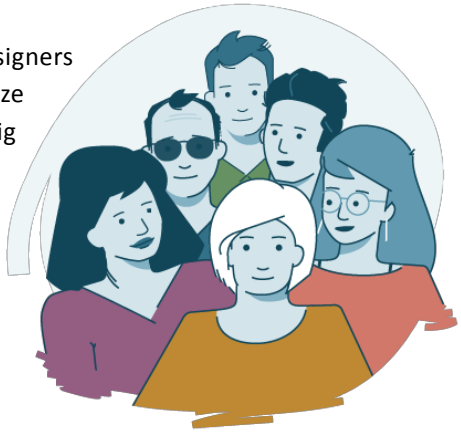
Meer weten over user story mapping en conceptontwerp?

Annemarie Faber
UX-designer
annemarie.faber@informaat.nl
Linkedin

Ineke van Gelder
Product owner
ineke.van.gelder@informaat.nl
Linkedin

3. Design-organisatie

"Stem je organisatie af op klantbeleving. Met dedicated UX, experience chains en een design system"



Hoe een bedrijf is georganiseerd, bepaalt of men designers wel of niet bij het productontwerp betrekt. Het is onze ervaring dat managers dit vaak inefficiënt of te weinig faciliteren: betrokkenheid van designers blijft dan vaak lokaal, ad hoc en op persoonlijke basis.

Een gevolg kan zijn dat de klantbeleving een inconsistent beeld geeft en dat klanten afhaken. Wij zien de volgende oplossingen:

1. Dedicated UX.
2. Experience chains.
3. Design systems.

1. DEDICATED UX

In veel organisaties heerst het beeld dat dedicated UX-design in scrumteams niet nodig is. Het team is immers niet continu bezig met front-end. Maar is dit beeld terecht?

Weegt halve ondersteuning aan twee teams op tegen dedicated hulp aan één team? Is het effectief? En zo nee, hoe verander je de situatie? En wat doe je bij te weinig werk voor een dedicated designer? Wat werkt in de praktijk?

KAN EEN UX-DESIGNER IN MEERDERE SCRUMTEAMS WERKEN?
In de meeste gevallen niet. Op de langere termijn wegen de voordelen niet op tegen de nadelen:

Voordelen van dedicated UX:
1. Onafhankelijkheid: designcapaciteit ligt niet buiten het team.
2. Kwaliteit: focus op werkende software in plaats van op 'design only'.
3. Hogere velocity: geen vertraging door directe design-input.
4. Lagere belasting UX-manager: niet meer de vraag 'Wie krijgt wanneer hoeveel tijd?'
5. Duidelijkheid: team en designer hoeven elkaar niet steeds 'bij te praten'.

Wij adviseren dus, daar waar het kan, 'dedicated UX'. Dit brengt de UX-manager wel een paar uitdagingen.

HOE OVERTUIG JE DE ORGANISATIE VAN DEDICATED UX?
Simpel gezegd? Door de waarde ervan aan te tonen. Start bijvoorbeeld een pilot waarin enkele UX-designers dedicated in scrumteams gaan werken. Kies hiervoor productteams waarmee je het snelst de meeste UX-waarde kunt realiseren. Zo richt je direct de aandacht op UX-design én je bewijst dat investeren in UX loont. Beide zijn cruciaal om de uitbreiding van UX-capaciteit te bespoedigen.

WERKT DE UX-DESIGNER DAN ALLEEN IN HET SCRUMTEAM?

Nee. De UX-designer heeft naast de sprints ook tijd nodig voor designoverleg, gebruikerstesten en het waarborgen van de consistentie van de UX. Aan deze teamoverstijgende activiteiten besteedt hij ongeveer 20% van zijn tijd. Dit werk doet hij samen met andere designers in een UX-Guild.

Zijn er meer dan vier scrumteams? Dan heeft het UX-Guild coördinatie nodig om de kwaliteit van de UX over de scrumteams te bewaken en beslissingen te communiceren. Dit wordt gedaan door een UX-lead die over de scrumteams heen opereert.

WAT ALS ER TE WEINIG UX-WERK IS VOOR EEN TEAM?

Agile UX-designers zijn T-shaped. Hij kan dus andere taken binnen het team oppakken, zoals scrummaster-taken, het uitwerken van user stories met de product owner, testen of het coderen van CSS. Het verschilt per persoon.

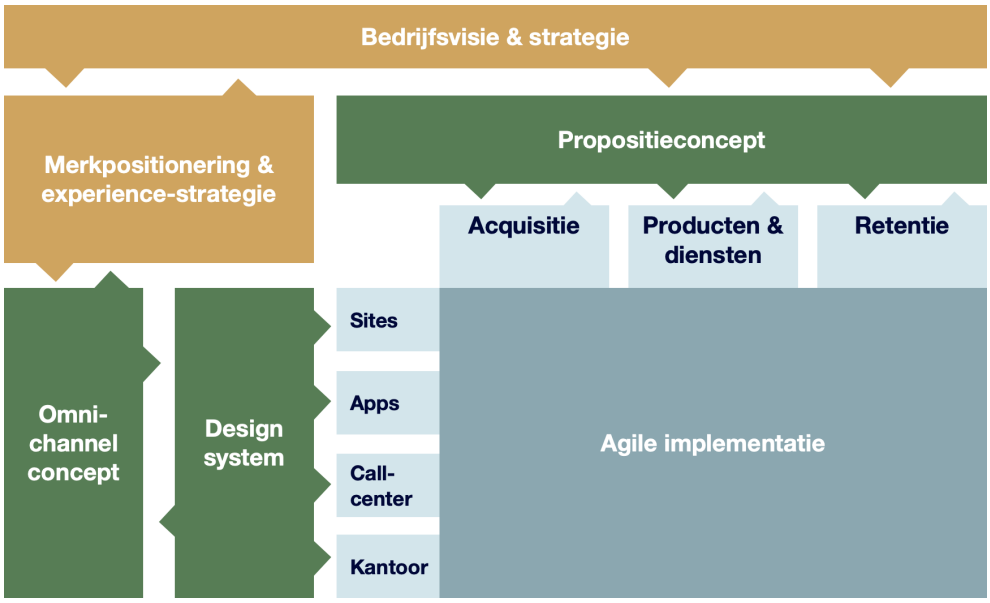
Is er structureel te weinig werk? De designer kan dan voor een of meerdere sprints een ander team bijstaan.

2. EXPERIENCE CHAINS

Klantbeleving bestaat uit al het contact tussen klant en organisatie in alle kanalen. Website, mobile app, callcenter of campagne: de overgang tussen verschillende kanalen moet naadloos zijn. Onze ervaring leert dat een goede UX van digitale kanalen niet tot een goede experience leidt als niet alle kanalen (online én offline) aandacht krijgen en op elkaar inspelen. UX maakt onderdeel uit van een bredere CX.

In veel organisaties worden de bedoelingen van de CX-strategie niet vertaald of uitgewerkt in de kanalen waarmee de klant interacteert. Het gevolg is dat klanten geen authentieke en geloofwaardige ervaringen hebben en afhaken. Hoe komt dit?

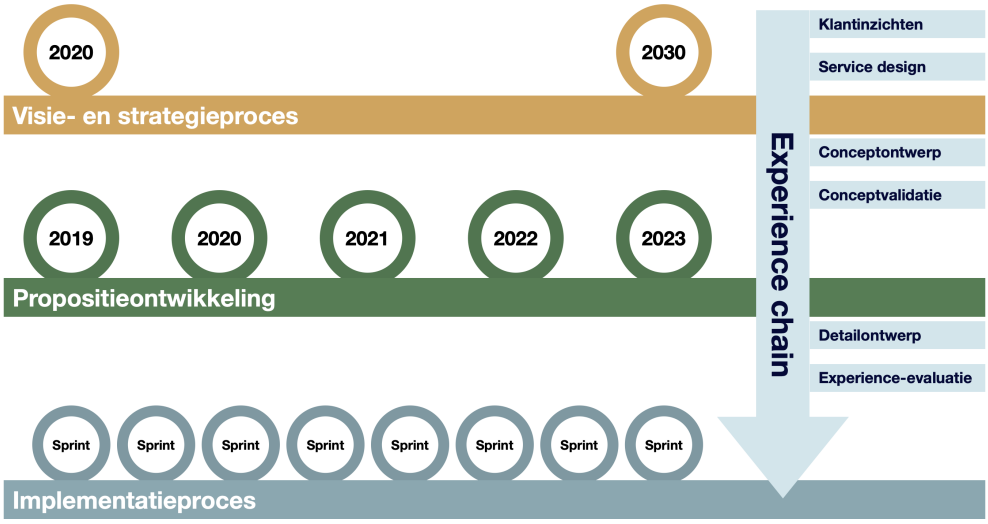
Afdelingen die zich bezighouden met het leveren van klantbeleving zijn vaak niet goed op elkaar afgestemd of opereren als losse silo's. Zelfs in kleinere bedrijven.



Consistente klantbeleving ontstaat als deze silo's worden omgesmeed tot een samenwerkende keten. De experience chain.

HOE BRENG JE DE BESTAANDE EXPERIENCE CHAIN IN KAART?

Met het bovenstaande model breng je de afdelingen die werkzaam zijn in de keten van strategie naar klantbeleving in kaart. Het model toont vergelijkbare onderdelen waaruit een typische experience-gedreven organisatie bestaat.



Door deze afdelingen in dit model te plaatsen en aan te geven hoe ze samenwerken, kom je tot een eerste beeld van de huidige keten van bedrijfsstrategie tot klantbeleving. Nu kun je deze keten gaan optimaliseren.

WELKE KNELPUNTEN ZITTEN ER IN DE EXPERIENCE CHAIN?

Problemen die je vaak ziet zijn onderbroken ketens, geen feedback op klantgedrag, inefficiëntie door dubbel uitgevoerde werkzaamheden of door gebrek aan hergebruik en ontbrekende teams en processen.

HOE RICHT JE DE EXPERIENCE CHAIN OPNIEUW IN?

De optimalisatie start met eigenaarschap. Benoem een eigenaar van de experience chain en start initiatieven op om de knelpunten weg te nemen.

Let bij de herinrichting van de experience chain vooral op klantbeleving die inconsistent is en beschadigend voor het merk. Onderzoek de kanalen, producten, diensten en de relatie tussen klant en bedrijf op deze inconsistenties. Omschrijf het probleem met de klantbeleving, identificeer welke teams in de keten nodig zijn voor de oplossing en stel vast of deze teams al voldoende op elkaar zijn afgestemd om bij te kunnen dragen aan de experience chain.

Zo ontstaat een optimalisatie-backlog. Het startpunt voor de experience chain owner voor het orkestreren van alle activiteiten in de experience chain. Van klant tot customer experience excellence.

3. DESIGN SYSTEMS

Een design system is de enige bron voor de merk-, klant- en gebruikerservaring binnen een organisatie. Hiermee draagt het bij aan consistentie in de klantbeleving. Het bevat naast componenten (code), ook de achtergronden, designprincipes, richtlijnen, toepassingscriteria en een beschrijving van de experience chain.

IS EEN DESIGN SYSTEM DE INVESTERING WAARD?

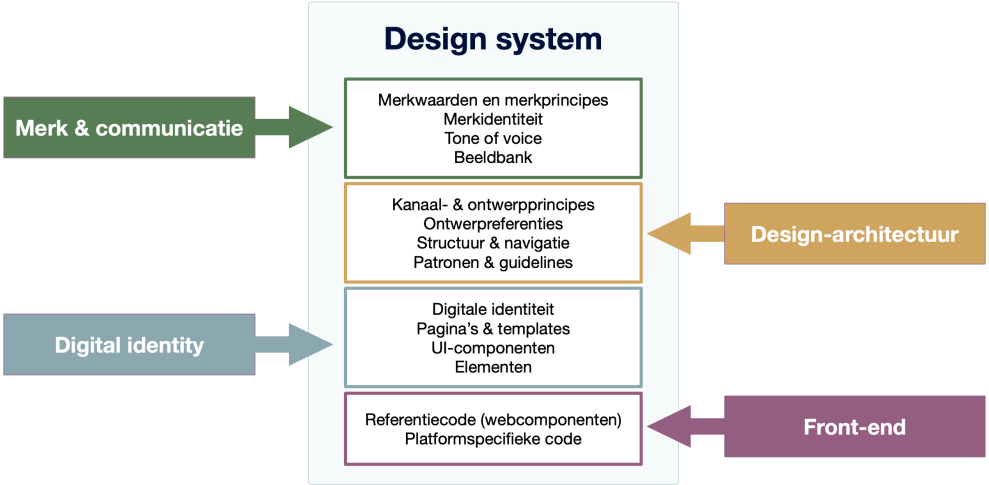
Het opzetten van een design system betekent vaak een additonele investering naast de investering in agile teams. De investering betaalt zich echter snel terug in efficiënte processen, meer hergebruik, consistente oplossingen en gemakkelijkere innovatie. Designers hoeven niet steeds het wiel opnieuw uit te vinden en de code is generiek opgezet. Hierdoor kunnen wijzigingen snel over alle uitingen worden doorgevoerd, waarmee tijd over is voor innovatief ontwerp.

HOE MAAK JE EEN DESIGN SYSTEM WENDBAAR?

Een design system bouw je iteratief en incrementeel uit tot het niveau dat nodig is in een organisatie. Vaak begin je met de designprincipes, een kleurpalet, de code voor enkele interactieve componenten en richtlijnen die iets toevoegen (dus geen open deuren). Dit bouw je uit tot oplossingen die idealiter direct toepasbaar zijn. De designer neemt daarom alleen componenten op die agile teams nodig hebben en willen bouwen.

WIE WERKEN ER SAMEN AAN EEN DESIGN SYSTEM?

De ontwikkeling en het onderhoud van een design system is onderdeel van de experience chain. In deze keten verzorgen meerdere teams delen van het systeem. Dit zijn teams als het merk- en communicatieteam, het design architectuurteam, het digitaal identiteitsteam en het front-end team.



Meer weten over design systems en experience chains?

Vincent Smedinga
Design system architect
vincent.smedinga@informaat.nl
Linkedin

Rob van der Haar
CX design consultant
Rob.van.der.haar@informaat.nl
Linkedin

Conclusie

Agile is de standaard bij software development en inmiddels ook in veel andere bedrijven. Het vergroot de wendbaarheid van de organisatie, waardoor het de snelheid verhoogt waarmee meer waardevolle software kan worden gerealiseerd.

Wij zien grote kansen voor een verbeterde UX-integratie in agile. Hierdoor kunnen gebruikers en klanten veel positievere ervaringen hebben, met minder fouten, meer WOW en loyaliteit aan de organisatie die die ervaringen biedt. Om op de lange termijn succesvol te blijven, is het essentieel om UX-design op alle niveaus in de agile organisatie te integreren. Wij noemen dit agile design.

In dit whitepaper hebben wij oplossingen beschreven die deze integratie mogelijk maken: van de benodigde soft skills voor agile teamleden (inclusief de UX-designer), via hulpmiddelen om een samenhangend geheel in een concept te kunnen ontwerpen, tot de optimale inrichting van de organisatie rondom agile en design.

Is met het implementeren van deze oplossingen een succesvolle integratie verzekerd? Nee. Het startpunt om organisaties wendbaarder te maken is de steeds sneller veranderende omgeving waarop ze moeten kunnen inspelen. Intern en extern.

Het integreren van agile en design is op zichzelf dus ook een iteratief en incrementeel proces waarin men doet, meet en leert. Zo evolueert de organisatie naar een blauwdruk die uniek is voor haar situatie. Een situatie waar van tevoren geen standaardmodel voor te geven is. De methodieken zoals beschreven in deze whitepaper leiden je echter wel naar een wendbaardere organisatie met steeds positievere klantervaringen. En daarmee tot een succesvolle organisatie.

Over Informaat

Informaat is een ontwerp- en adviesbureau voor digitale producten en diensten. Wij ondersteunen organisaties bij de ontwikkeling en implementatie van hun digitale strategie. We werken voor organisaties die hun customer experience naar een hoger niveau willen brengen.

Onze insteek is voordoen, meedoen, zelf doen. Voordoen bij het uitvoeren van ontwerpwerk voor opdrachtgevers met (nog) onvoldoende interne UX-competenties. Meedoen in gezamenlijke ontwerpprojecten. Zelf doen door organisaties te helpen om met eigen UX-expertise succesvol te zijn met hun digitale diensten.

Ons team bestaat uit verschillende disciplines zoals interaction designers, contentstrategen, service designers, contentarchitecten, visual designers, webredacteuren, front-end developers, coaches, projectleiders en strategisch adviseurs.

De UX-professionals van Informaat werken veelal bij grote en middelgrote bedrijven, maar ook bij start-ups en scale-ups. Een groot aantal is certified product owner of scrum master. In de afgelopen tien jaar werken wij in toenemende mate in agile omgevingen. Bij tientallen van onze klanten hebben wij gewerkt aan, in of na agile transformaties. Op basis daarvan hebben wij geleerd hoe agile en UX-design goed samen kan en hoe dat leidt tot echte experiences.

Meer weten over de combinatie van agile werken en UX-design?
We helpen je graag verder.

Susanne van Mulken
Managing director Strategy & Delivery
susanne.van.mulken@informaat.nl
Linkedin