Inspiratiedocument voor Fietsapp (White Label Concept)
Op basis van een kritische blik op de Ik fiets-app, Sjees-app en Enschede fiets-app en een onlangs uitgevoerd gebruikersonderzoek bij gebruikers van deze 3 apps, zijn een aantal inzichten opgedaan over hoe de fietsapps verbeterd zouden kunnen worden. Graag delen wij deze inzichten met u ter inspiratie en om een zo goed mogelijke aanbieding te kunnen doen.

Visie
De app moet als white label fungeren, zodat de 5 startende provincies en eventuele toekomstige provincies dezelfde app kunnen gebruiken. Het ontwerp moet generiek genoeg zijn om alle Nederlanders aan te spreken. Het doel is om een app te ontwikkelen die iedereen aanspreekt, ongeacht achtergrond, locatie of fietsgewoonten.

Design/visualisatie
Berichtenknop
In de huidige apps, staat er een grote berichtenknop op het startscherm. Het is volgens ons niet nodig dat de berichten zo prominent in beeld staan. Het is voldoende als er een 'bericht-icoon' boven in app is, met een getal van het aantal nog te lezen berichten.

Fietsritten centraal
We vinden het belangrijk dat de app uitstraalt dat het een fietsapp is. Dit betekent dat gemaakte fietsritten centraal staan, niet de ritten die met andere modaliteiten zijn gemaakt. Een voorbeeld van hoe dit zou kunnen worden vormgegeven, is door primair fietsritten te tonen en de ritten van andere modaliteiten zichtbaar te maken door verder te klikken (bijvoorbeeld met pijlen: < mijn fietsritten >)

Individuele voorkeuren
Verschillende mensen, hebben verschillende wensen. Informatie wat de ene persoon motiverend vindt om vaker te fietsen (bijvoorbeeld gezondheid of de lengte van een fietsrit), hoeft dat niet voor een andere persoon te zijn. De mogelijkheid om zelf te kiezen welke informatie (3 dingen?) je prominent op de homepage wil zien, zou de aantrekkelijkheid van de app kunnen vergroten.

Het ontwerp moet toekomstbestendig zijn en de periode 2025-2035 kunnen doorstaan. We zoeken een look and feel die herkenbaar en betrouwbaar is, maar flexibel genoeg om per doelgroep aan te passen. We vinden het belangrijk dat de app breed aanspreekt, maar ook rekening houdt met specifieke gebruikersgroepen zoals:
- Mensen uit zowel steden als dorpen, van de Randstad tot landelijke gebieden.
- Verschillende soorten fietsers: wielrenners, e-bikers, recreatieve fietsers, enz.
- Gebruikers met diverse opleidingsachtergronden en culturele achtergronden.
- Mensen die fietsen voor gezondheid, duurzaamheid, kostenbesparing of gewoon plezier.

Kleurvoorkeuren
Uit het gebruikersonderzoek bij gebruikers van de Ik fiets-app, Sjees-app en Enschede fiets-app, blijkt dat het kleurgebruik in de apps niet optimaal is. Meerdere gebruikers geven aan dat ze de gebruikte kleuren saai vinden en liever 'frissere' kleuren zien. Met name de kleur rood spreekt niet aan in de apps. Bij de nieuwe app willen we daarom graag dat er frisse, maar ook rustige kleuren worden gebruikt.

Feedback

Voortgang challenges
Uit een evaluatie van de Ik fiets-app blijkt dat gebruikers bij deelname aan challenges behoefte hebben aan feedback over hun voortgang. Op basis hiervan kunnen ze zien of ze een tandje bij

moeten zetten of niet. Een manier om dit inzicht te geven, is door bijvoorbeeld een percentage te tonen dat aangeeft hoever ze al zijn met de challenge.

Voortgang fietsritten
Een andere tip van gebruikers is om per maand een samenvatting te tonen van het aantal gemaakte fietsritten waarbij zichtbaar is of iemand meer of minder ritten heeft gemaakt ten opzichte van de maand ervoor of het gemiddeld aantal fietsritten dat een persoon heeft gemaakt.
Bij het doneren aan een goed doel, geven de app-gebruikers aan dat ze het fijn zouden vinden als er een terugkoppeling is met bijvoorbeeld informatie over dát er een bedrag is overgemaakt naar een goed doel en de totale hoogte van het bedrag.

Relevante en goed leesbare feedback
De feedback in de app moet concreet en relevant zijn. In huidige apps worden grafieken gebruikt waarbij exacte aantallen niet goed af te lezen zijn. Hier gaat onze voorkeur niet naar uit in de nieuwe app.

Streak
Een streak is een reeks die aangeeft hoe lang iemand het al volhoudt om bepaald gedrag achter elkaar vol te houden. Een streak kan bijvoorbeeld zijn dat iemand al 3 dagen achter elkaar naar het werk fietst. Echter, werken lang niet alle mensen meer elke dag op kantoor. Sinds COVID 19 werkt een groot deel van de mensen regelmatig 1 of meerdere dagen per week thuis.
Onze voorkeur gaat er daarom naar uit om een streak niet te koppelen aan het aantal dagen dat iemand nu achter elkaar fietst, maar aan een wekelijks doel dat iemand zich bij het downloaden van de app heeft gesteld (bijvoorbeeld: 2x per week naar het werk willen fietsen).

Naam en Branding
We denken aan krachtige, alomvattende namen. De naam moet zowel als appnaam als slogan functioneren, en bruikbaar zijn in landelijke en lokale campagnes. De naam moet herkenbaar zijn, makkelijk in gebruik, en aansprekend voor verschillende doelgroepen.
Logo: De app zal een eigen logo hebben, onafhankelijk van de provincies, zodat de branding consistent blijft, ongeacht waar de app wordt ingezet.