

Website Portfolio Do's en Don'ts

UXD | Online Portfolio

You only have one chance to make a first impression

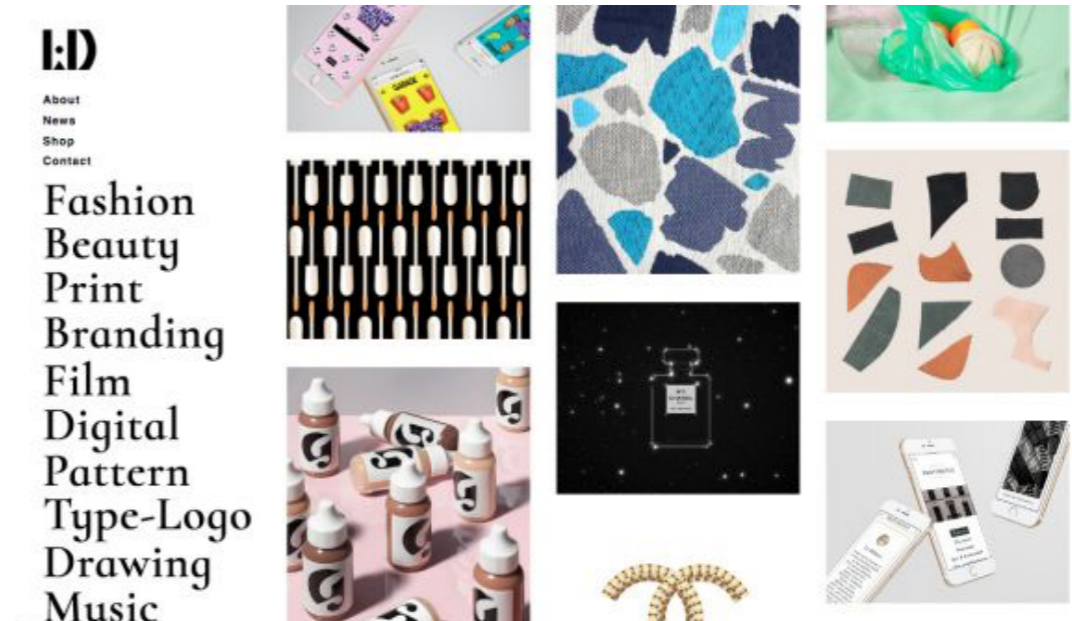
De do's en don'ts voor een online portfolio website

Als ontwerper is een portfolio essentieel voor je succes in je verdere loopbaan.

Maar uiteindelijk gaat het niet om het portfolio, maar om jou en jouw werk.

In plaats van te focussen op het bouwen van de perfecte portfolio, **focus je op het vinden van de perfecte manier om het werk dat je al hebt gemaakt te delen.** Al het andere zal vanaf daar op zijn plaats vallen.

Het uiteindelijke doel moet zijn om een **unieke online aanwezigheid te creëren** die je persoonlijkheid vertegenwoordigt, en om je werk in detail weer te geven.



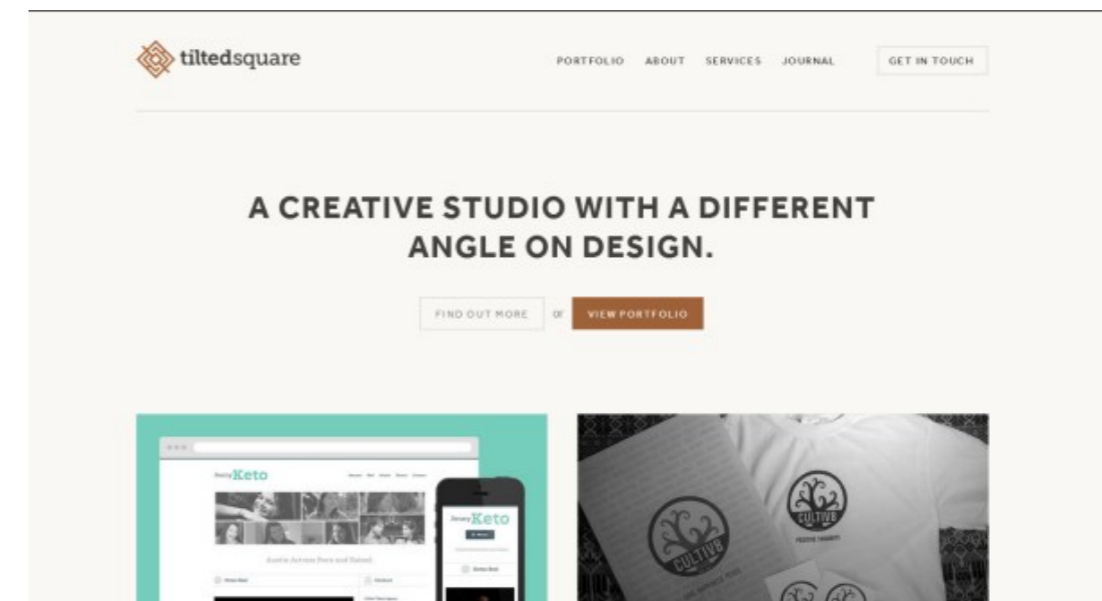
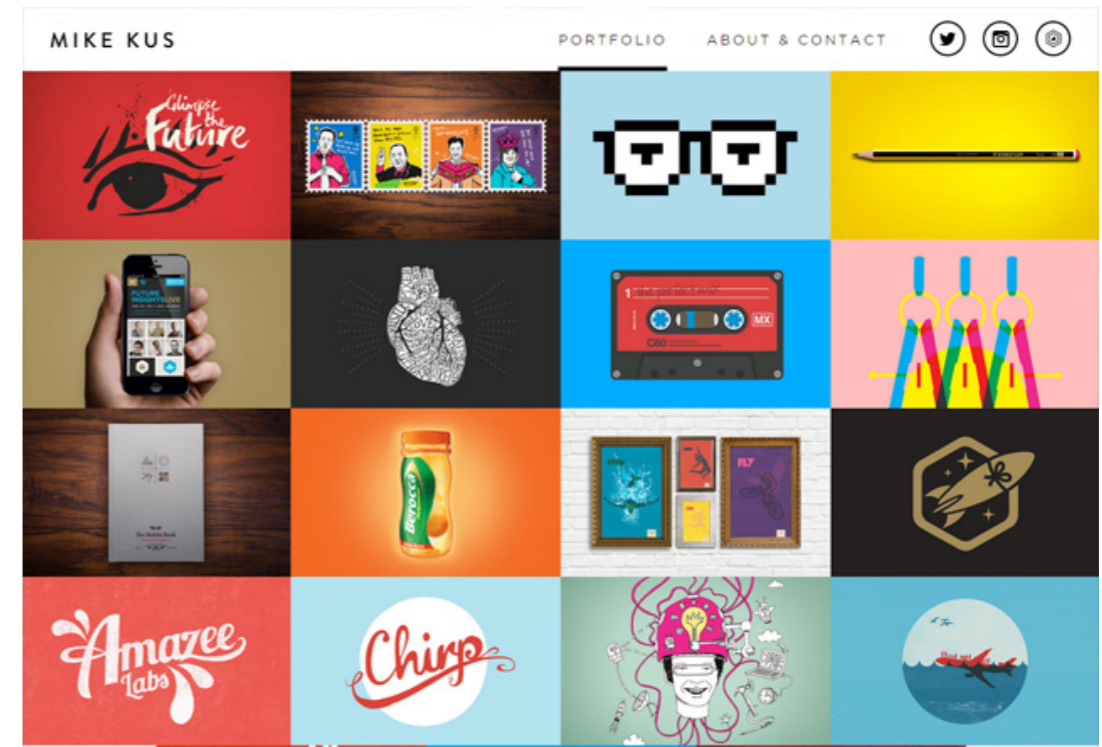
De do's en don'ts voor een online portfolio website

Wat is je doel?

Allereerst moet je een **doel definiëren** met je portfolio, en daar naar toe werken door het hele project.

- **Ben je op zoek naar een baan, of wil je gewoon de designwereld verbazen met je awesomeness?**
- **Welk type ontwerper wil je zijn?**
- **Waar wil je werken en welk type werk wil je doen?**

Een portfolio gericht op reclamebureaus zou brutaler en gekker moeten zijn dan wanneer je een baan wilt krijgen door digitale educatiesystemen te creëren en de wereld te veranderen.



De do's en don'ts voor een online portfolio website

Empathie & Emotie

Uiteindelijk, op zijn meest fundamentele, gaat ontwerp over **empathie**.

De essentie van je portfolio ligt dus in **het begrijpen van je publiek** - in dit geval de ontwerpers, agency's en wervingsspecialisten die ernaar zullen kijken.

En er is een ding dat je moet weten over al deze mensen: **ze hebben heel weinig tijd**.

Geweldig design sluit vrijwel onmiddellijk aan, raakt je. Dus dit is wat een portfolio ook zou moeten doen. **Wordt je geprikkeld? Laat het je iets voelen? Wil je meer weten?**

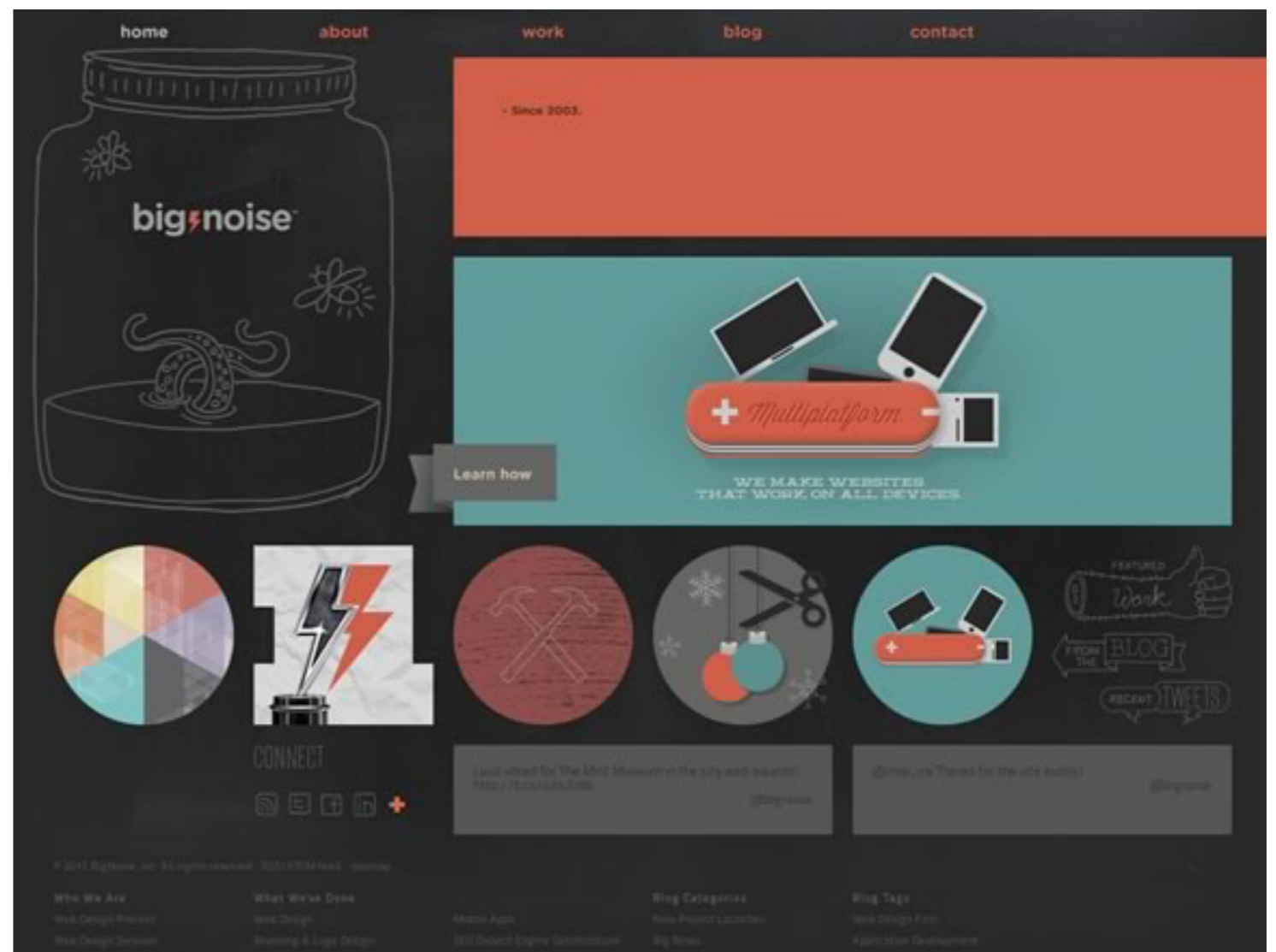


De do's en don'ts voor een online portfolio website

Creëer iets waar je van houdt, en ben enthousiast over delen.
Vertel wat je hebt gedaan en waarom, en houd het simpel.

“ Imagine that the person looking at it is going to spend seconds on it. It's got to be visual

Olly St John, NB Studio



You only have one chance to make a first impression

01. Maak een geweldige eerste indruk

DO

Stel jezelf onmiddellijk voor met een korte alinea waarin staat wie je bent, waar je je bevindt (als dat van belang is voor je werk) en welk soort werk je graag doet.

Laat je persoonlijkheid zien, maar wees duidelijk, dus de eerste blik op je website geeft je kijker de context die ze nodig hebben.

DON'T

Schrijf **geen generieke onzin intro** die zegt dat je 'zinnvolle ervaringen' maakt. Afgezien van overmatig gebruik, betekent een zin als deze niets en zal het je potentiële werkgever of cliënt niet helpen begrijpen wat je doet.





YARON SCHOEN
WEB & APPLICATION DESIGN

[HOME](#)

[BLOG](#) • [PROJECTS](#) • [PROFILE](#) • [CONTACT](#)

SOME SAY I MAKE MAGIC

*Hello there, my name is Yaron Schoen and I am a New York based designer.
Feel free to look around, but be careful, the hypnotic effect of my designs may
leave you craving for more....*



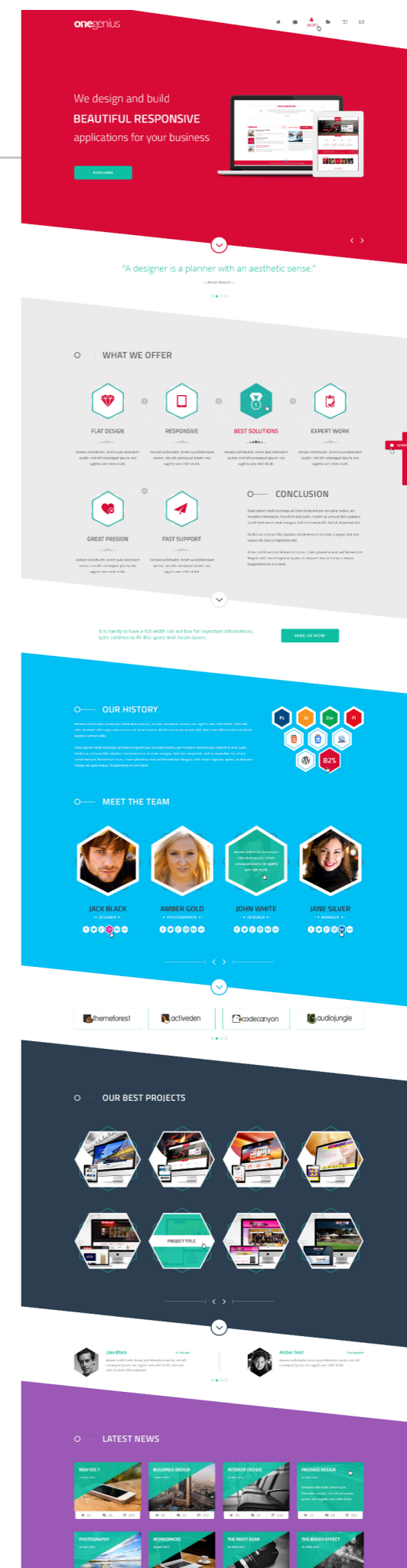
01. Maak een geweldige eerste indruk

Maak gebruik van visuals

Het duurt ongeveer 50 milliseconden voordat bezoekers zich een mening vormen over je website; of ze het leuk vinden of niet, of ze blijven of vertrekken. Bovendien zijn de eerste indrukken vooral **ontwerpgerelateerd**.

Probeer de beste eerste indruk te maken die je kunt, begin je ontwerp met een mooie intropagina. **Geef korte maar duidelijke beschrijvingen van jezelf** - dit is een geweldige manier om gebruikers te betrekken en hen aan te moedigen om andere delen van je website te bekijken. Denk na over wat je wilt zeggen en hoe je het wilt zeggen.

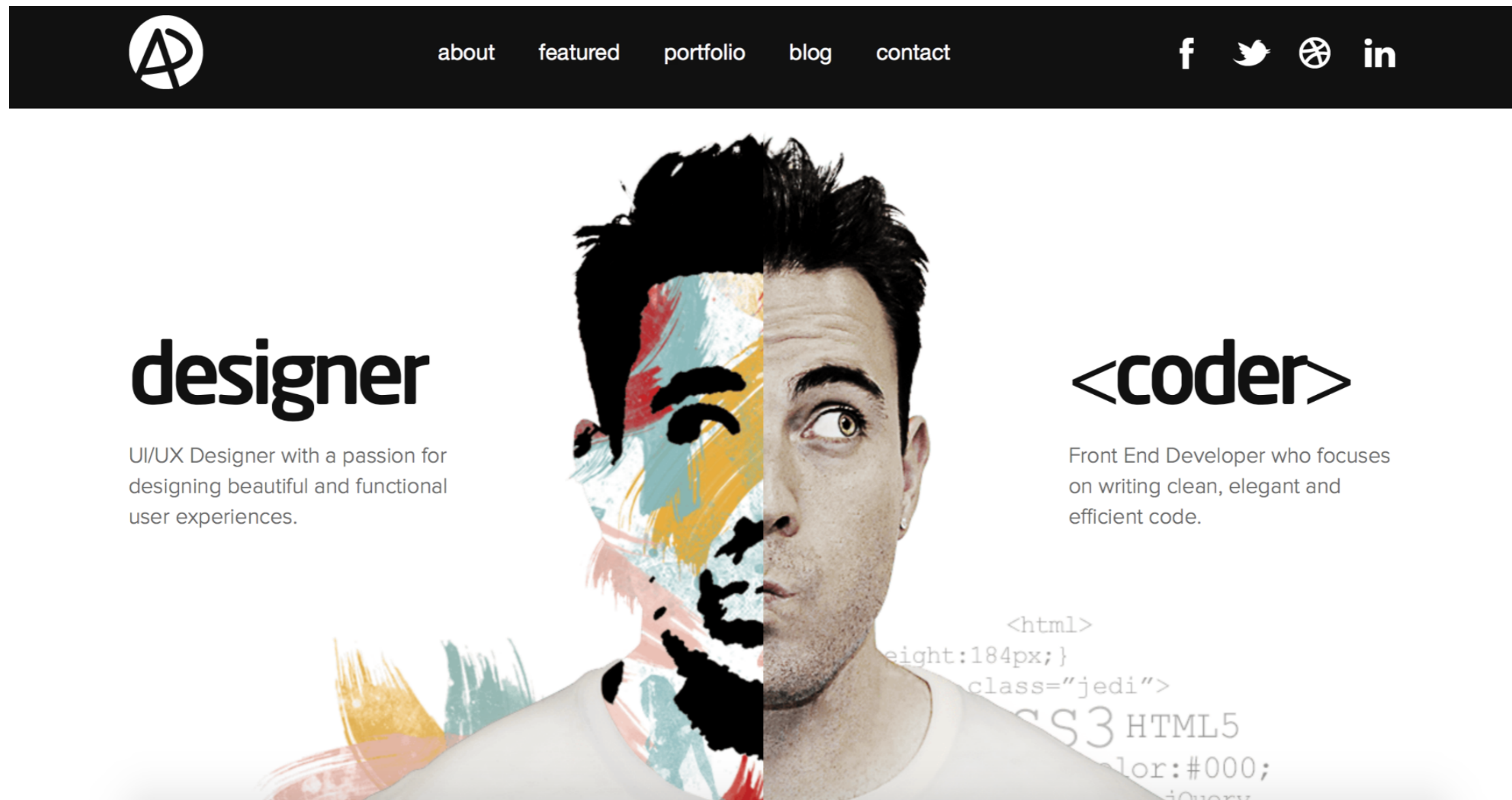
Behandel de homepage als de cover van een boek. Niet alleen moet het aantrekkelijk zijn, de gebruiker moet ook op het eerste gezicht kunnen zien **wie je bent en wat je doet**.



01. Maak een geweldige eerste indruk

Als het gaat om beeldmateriaal op je startpagina, overweeg dan om je eigen foto te gebruiken als een heldafbeelding om **wat persoonlijkheid in de website te injecteren.**

Adham Dannaway deed dit met zijn website; Als **zowel ontwerper als ontwikkelaar**, vond hij een unieke en creatieve manier om te laten zien **wie hij is en waar hij toe in staat is** op de startpagina.

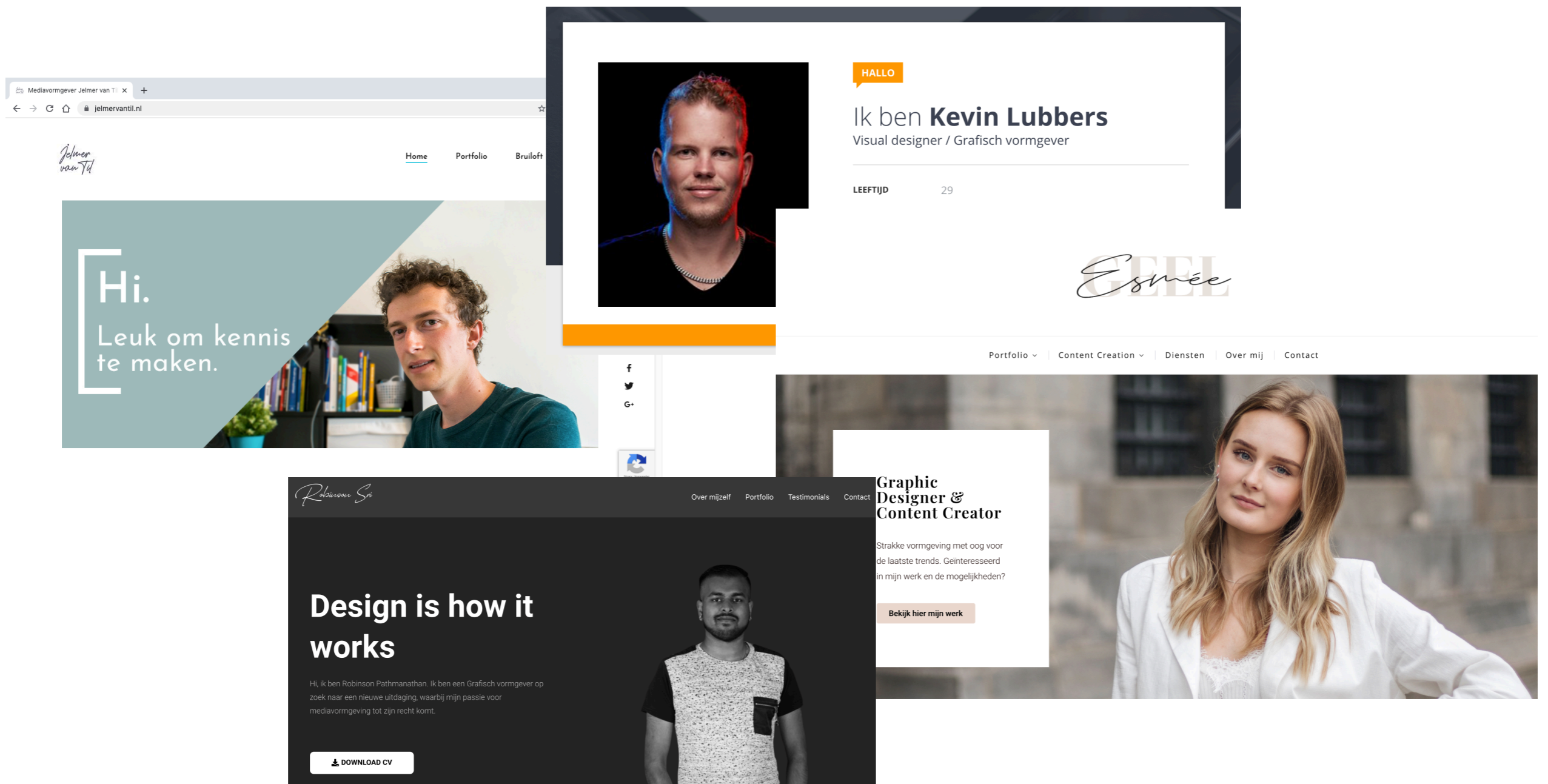


01. Maak een geweldige eerste indruk

Maar die foto moet dan wel een **artistieke waarde** hebben

Geen vakantie kiekje, geen gezellige foto met een biertje of je vrienden etc.

Toon liever jouw werk, expertise, dan jouw aardige en/of knappe koppie.



01. Maak een geweldige eerste indruk

Of anders als cartoon of illustratie...?



02. Ontwerp een heldere navigatie

Bij het ontwerpen van een portfolio, wil je een website die eenvoudig is. Niemand wil omgaan met onhandige of gecompliceerde navigatie.

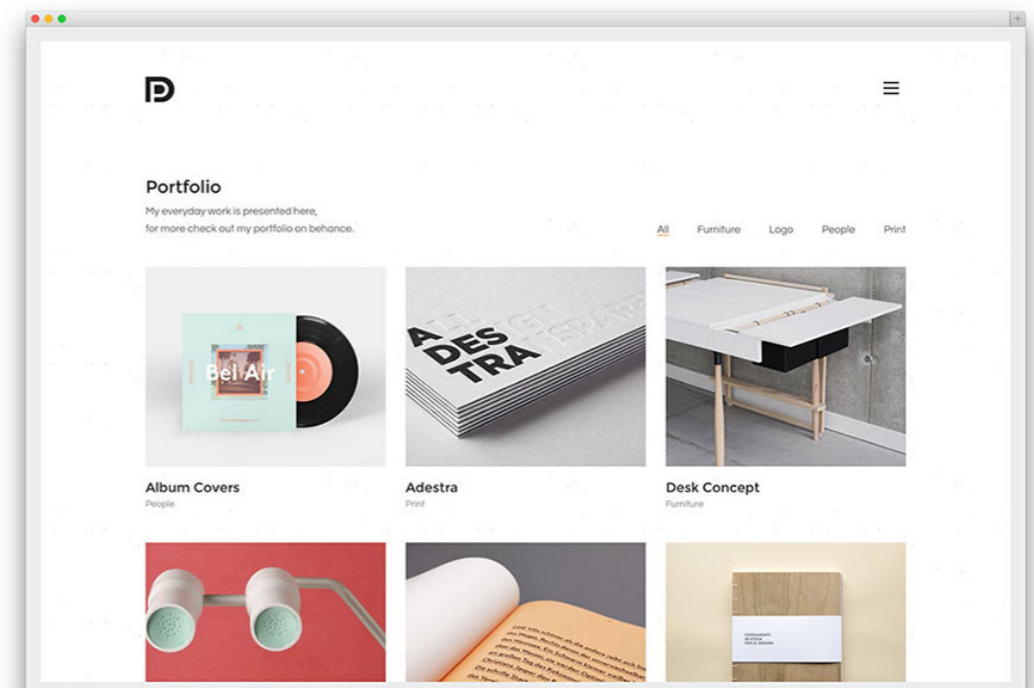
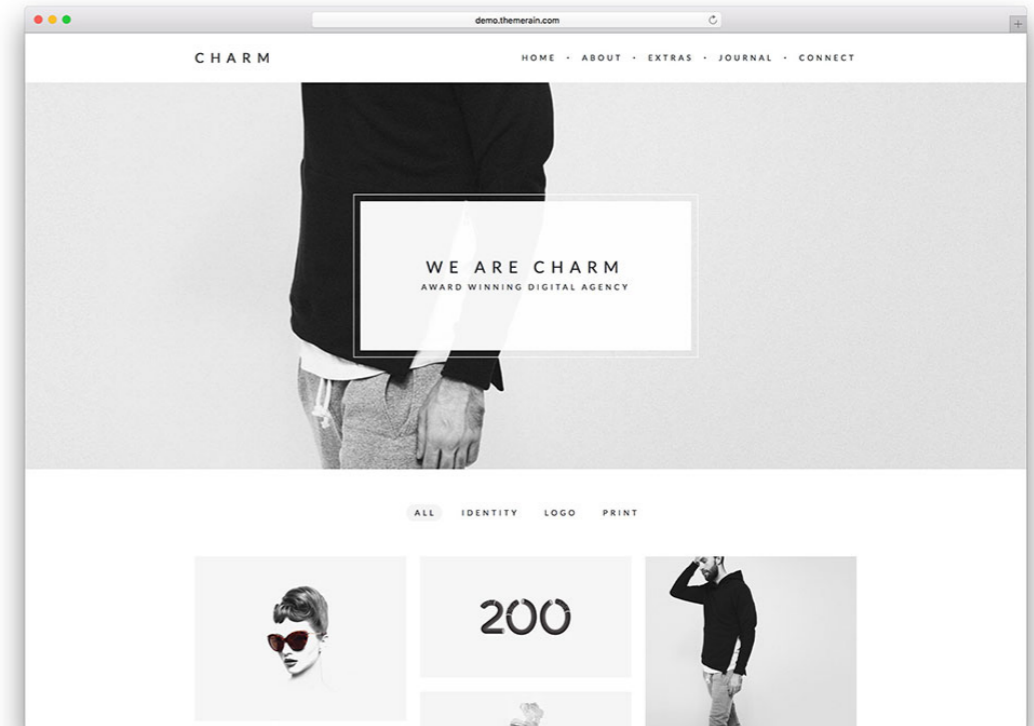
Volg daarom deze basisprincipes:

Navigatie moet **eenvoudig** zijn. Beperk het aantal navigatie-opties tot het absolute minimum.

Navigatie moet **duidelijk** zijn en de functionaliteit vanzelfsprekend. Ik zou niet moeten nadenken over hoe ik hem moet gebruiken. Don't make me think!

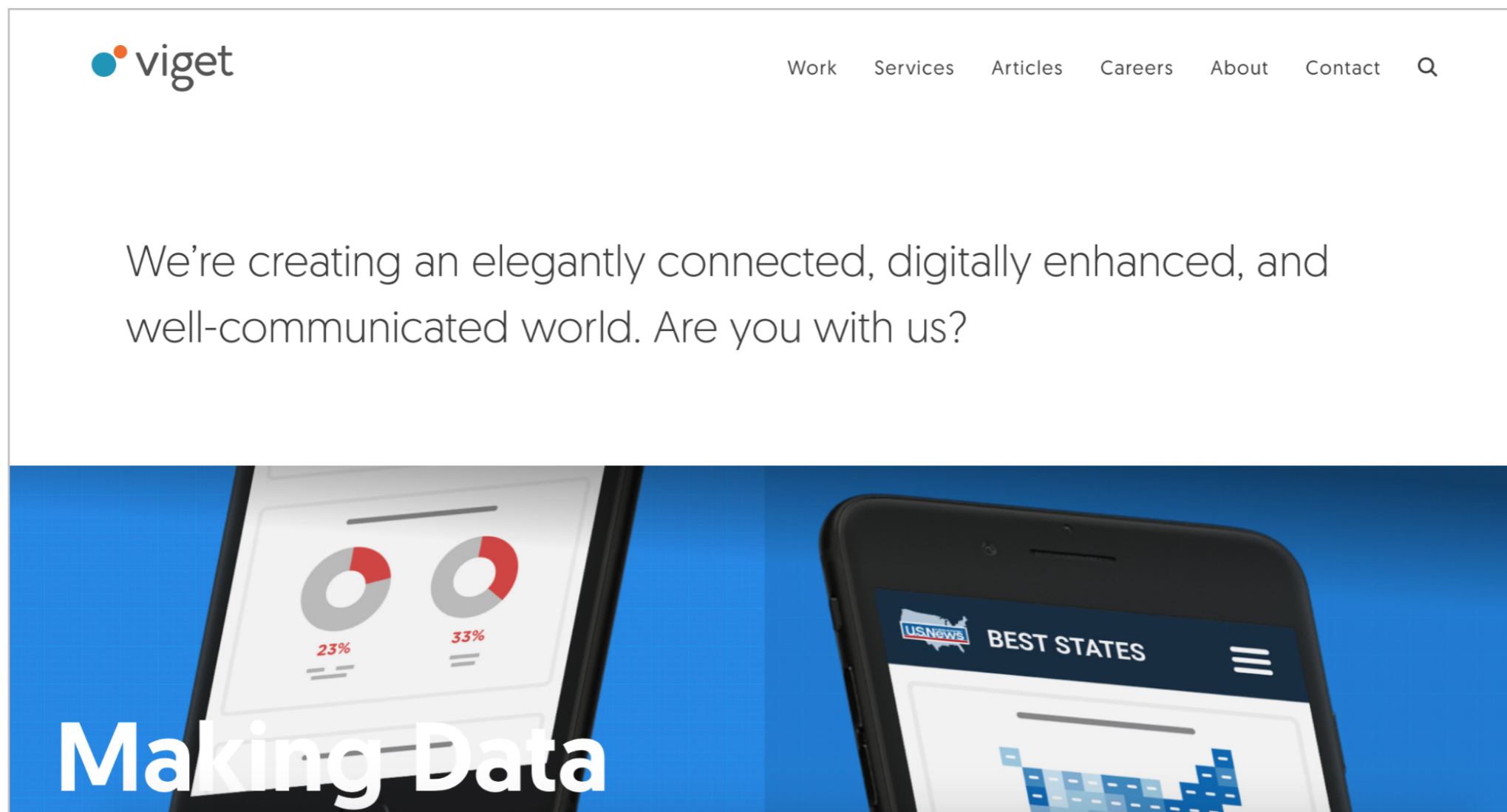
Navigatie moet **consistent** zijn. Het zou op elke pagina hetzelfde moeten zijn. Vermijd het veranderen van de positie van het menu of het verbergen op sommige pagina's.

- **Werk (of projecten)**
- **Over mij**
- **Contact**



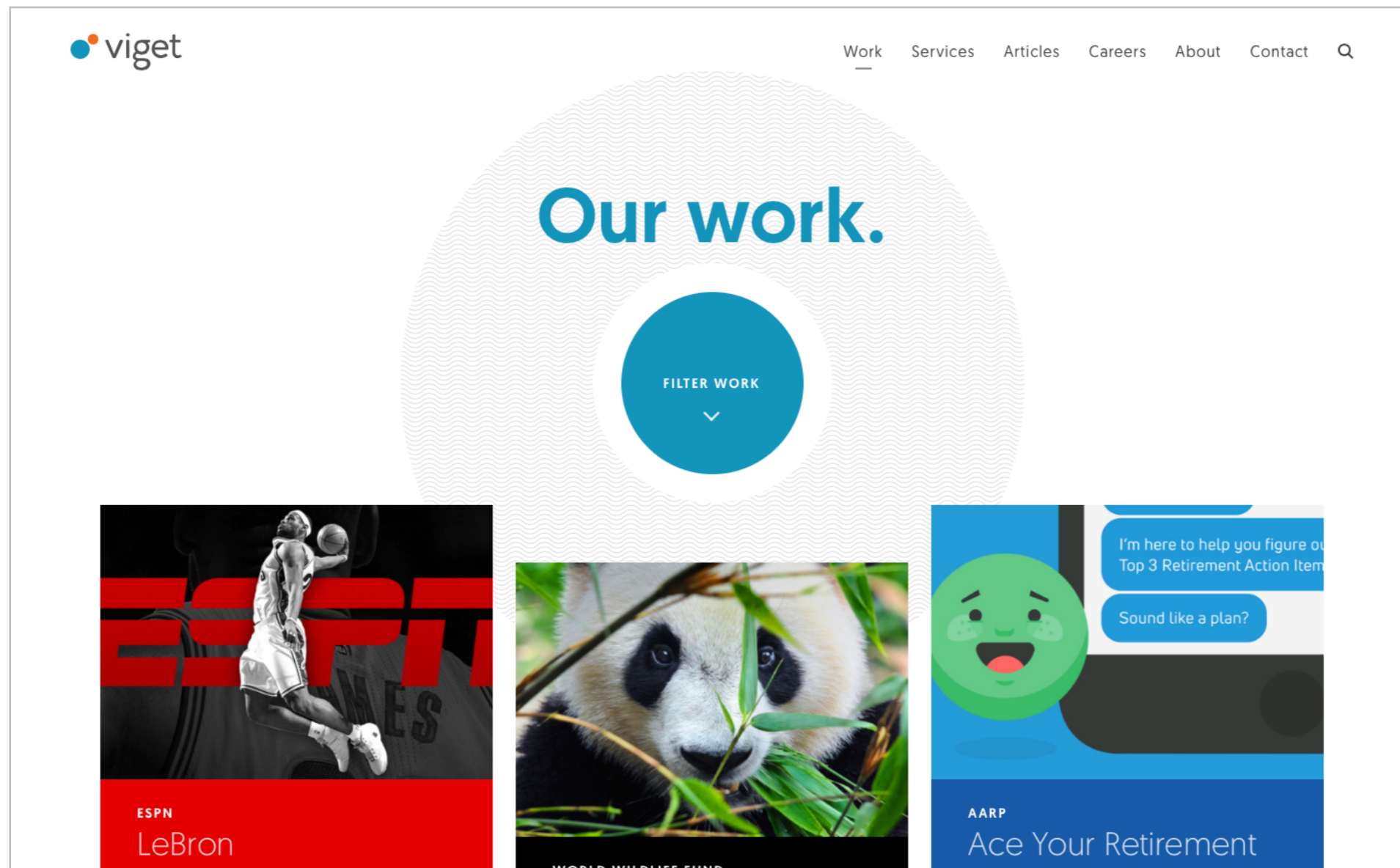
02. Ontwerp een heldere navigatie

Bekijk de Viget-website in het onderstaande voorbeeld. Hun online portfolio heeft een eenvoudige structuur en een grote hoeveelheid witruimte zorgt voor een goede visuele hiërarchie - het menu onderscheidt zich van andere inhoud op de pagina.



03. Zorg voor de kortste route

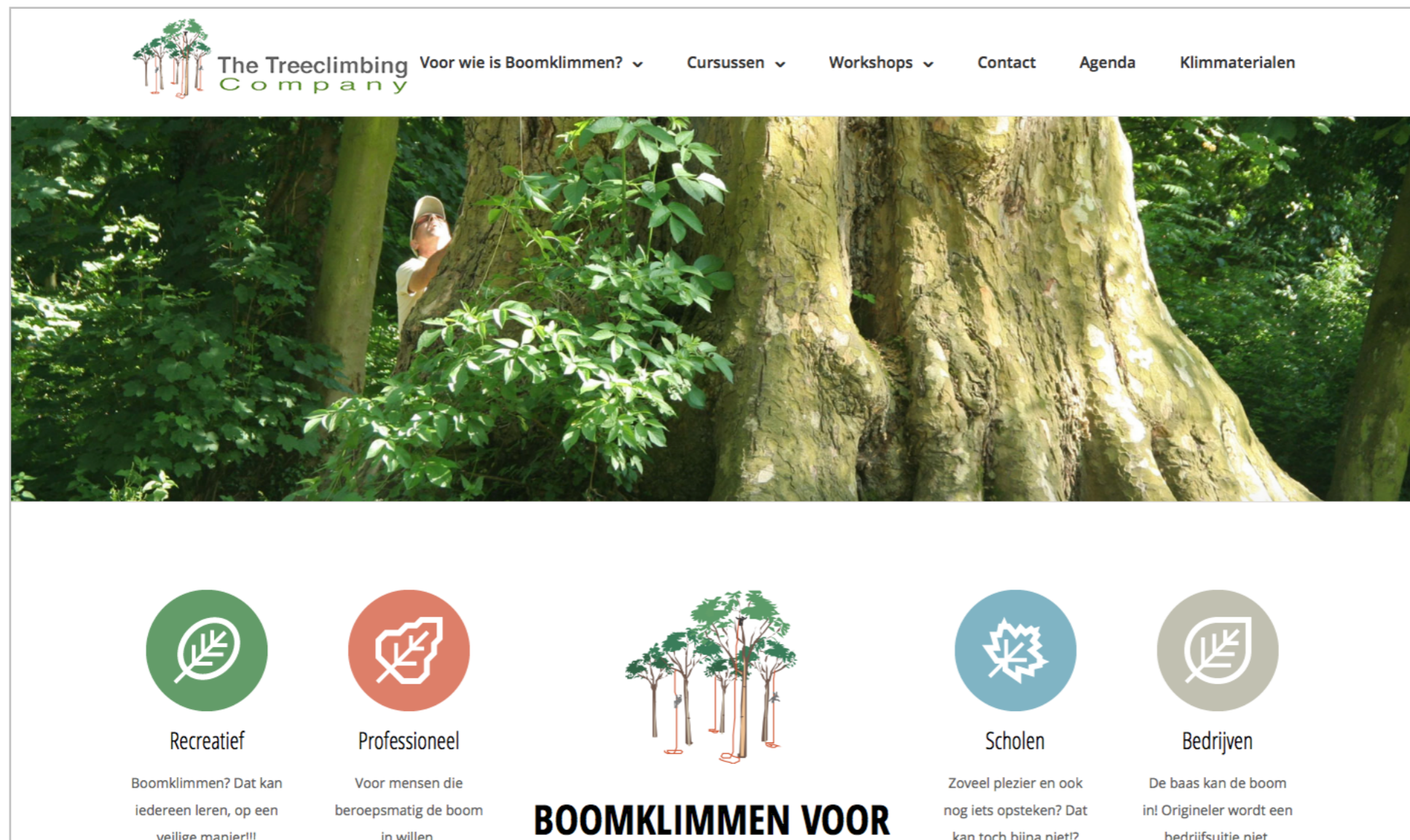
En ook heel belangrijk: **zorg dat de gebruiker in zo min mogelijke stappen zijn doel kan bereiken.**



03. Zorg voor de kortste route

In de onderste website gaat het erom dat de gebruiker een cursus of workshop gaat boeken, (eigenlijk het belangrijkste deel en doel van deze website), maar dat is nog niet zo makkelijk...

Ondertussen is deze website wel verbeterd



The screenshot shows the website for 'The Treeclimbing Company'. The navigation menu includes: 'Voor wie is Boomklimmen?' (dropdown), 'Cursussen' (dropdown), 'Workshops' (dropdown), 'Contact', 'Agenda', and 'Klimmaterialen'. Below the menu is a large photograph of a person climbing a tree. The main content area features four service categories, each with an icon and a brief description:

- Recreatief**: Boomklimmen? Dat kan iedereen leren, op een veilige manier!!!
- Professioneel**: Voor mensen die beroepsmatig de boom in willen.
- Scholen**: Zoveel plezier en ook nog iets opsteken? Dat kan toch bijna niet?!
- Bedrijven**: De baas kan de boom in! Origineler wordt een bedrijfsuitje niet.

In the center, there is a logo of three trees and the text **BOOMKLIMMEN VOOR**.

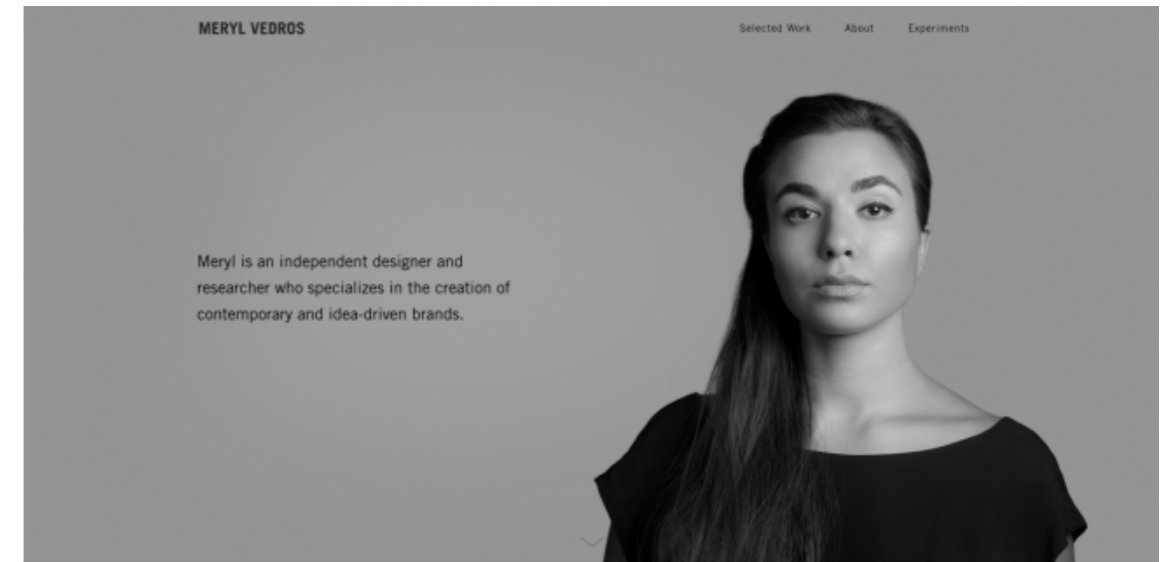
04. Maak een opvallende 'over mij' pagina

DO

Besteed tijd aan het maken van de perfecte About-pagina. **De About-pagina is de belangrijkste pagina in je portfolio.** De meeste werkgevers gaan altijd hier altijd als eerste heen, om context te krijgen voordat ze verder bladeren. Volgens google analytics krijgen de About-pagina's op een portfolio site **meer hits dan elke andere pagina.** Dus ga hier los, doe eens iets anders en maak iets dat echt inzicht biedt in wie je bent.

DON'T

Wordt niet te schattig en laat ook niet de belangrijke informatie weg die we moeten weten. Vergeet je naam niet (ja, er zijn portfolio websites waar je nergens een voor- of achternaam kan vinden), een foto van jou (een leuke persoonlijke touch die een verschil maakt). En vergeet niet je e-mailadres erin te doen. Really.

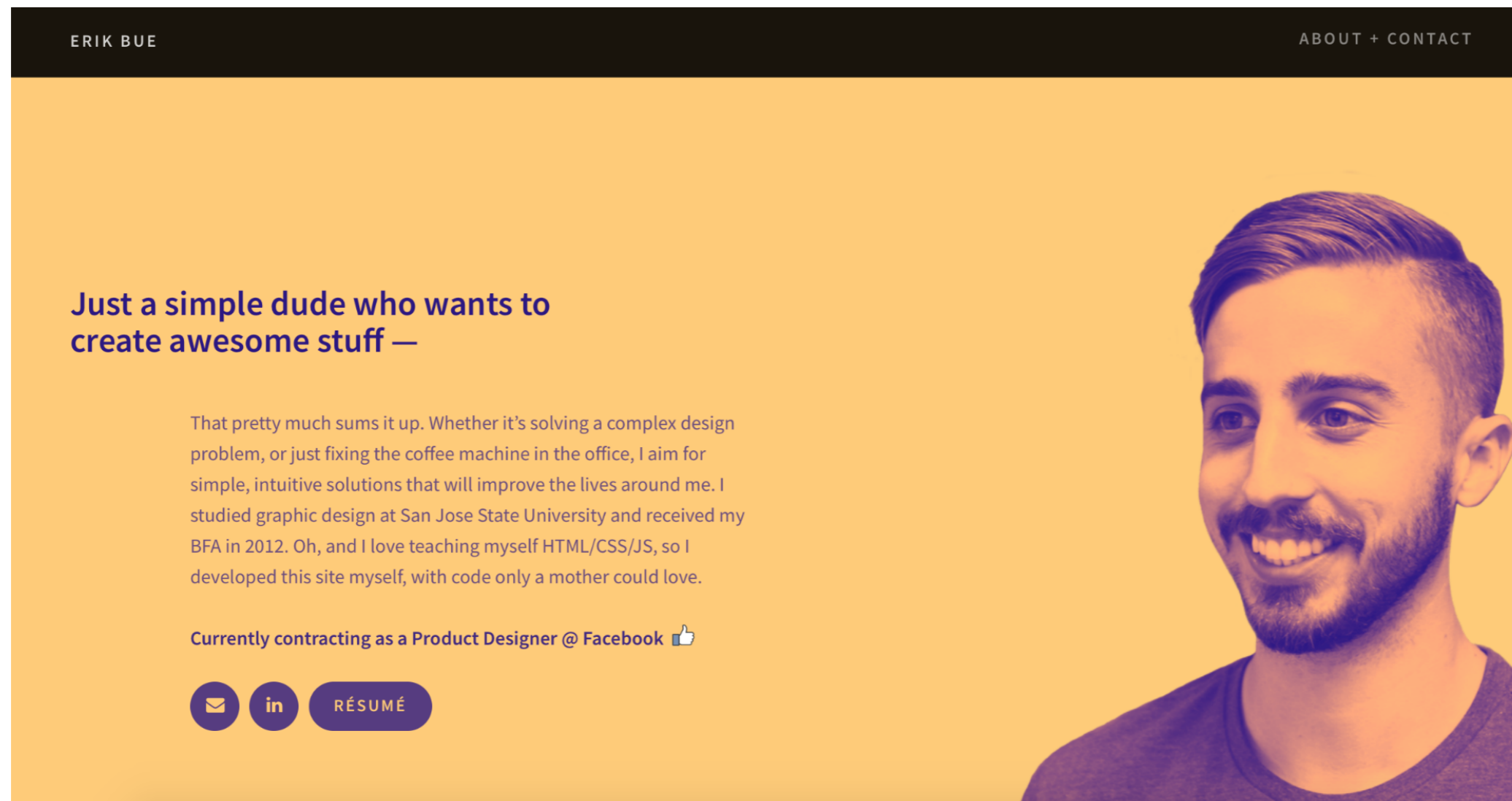


04. Maak een opvallende ‘over mij’ pagina

Vertel het verhaal van wie je bent

Je persoonlijkheid is net zo belangrijk als de tools die je gebruikt, omdat de meeste werkgevers niet op zoek zijn naar een lijst met geweldige projecten - ze zijn op zoek naar een geweldig persoon.

Je website zou dus moeten worden gepresenteerd als een weerspiegeling van jezelf, in plaats van alleen een plek om je projecten op te sommen.



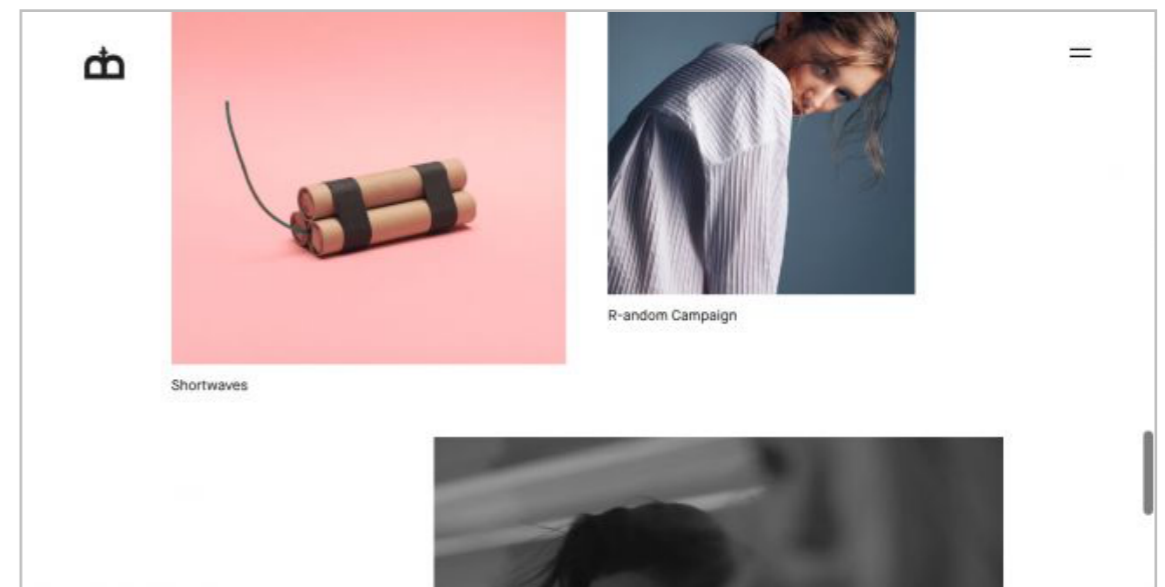
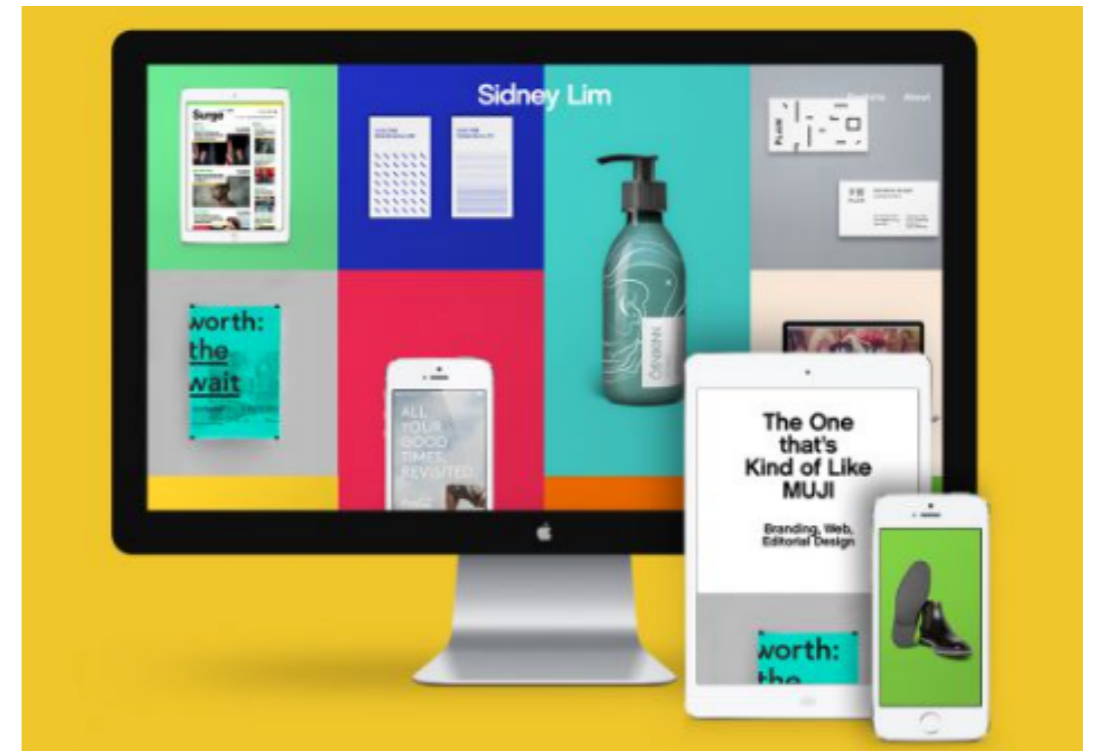
05. Kies het juiste werk om te tonen en te delen

DO

Toon **alleen je beste werk**, werk dat authentiek is voor jou als ontwerper. Voeg ook wat persoonlijk werk, ontwikkelingsmateriaal, schetsen en experimenten toe. **Creëer iets waar je van houdt, en ben enthousiast over het delen.** Vertel ons wat je hebt gedaan en waarom, en houdt het simpel. En nog belangrijker: **kies het soort werk dat je in de toekomst wilt doen.**

DON'T

Als je ervoor kiest om wat vrij werk te tonen, voer dan niet het typische herontwerp uit voor een bedrijf als Nike of Apple. Kies een kleiner bedrijf dat je bewondert. **Laat zien wat je kunt doen als je met niets werkt**, en dat zal indruk maken.



Toon het proces, niet alleen het eindproduct

05. Kies het juiste werk om te tonen en te delen

De beste manier om je werk te presenteren is om een verhaal te vertellen. Probeer elke project in het volgende formaat te presenteren:

Het doel. Vermeld duidelijk het doel van het project. Leg uit wat het doel en probleem is waarmee je je hebt bezig gehouden.

Het proces. Leg in het kort uit, de stappen van het proces van het eerste concept tot het eindproduct en geef context aan de afbeeldingen. Geef een kijkje achter de schermen door middel van afbeeldingen: schetsen, vroege schermafbeeldingen, testnotities - deze zijn allemaal net zo waardevol als een perfecte foto van het eindproduct.

Het eindproduct. Toon de eindresultaten met zowel visuals als tekst. Vermeld altijd een link naar de live-versie van de website waaraan je heeft gewerkt indien van toepassing.

De uitkomst. Laat zien hoe jouw werk de klant heeft geprofiteerd. Leg ook uit wat je hebt geleerd van het project.

Trust
the
Process

05. Kies het juiste werk om te tonen en te delen

Dit kan ook

Wat: Wat heb je gemaakt.

Waarom. Waarom heb je dit gemaakt.

Beschrijf niet *“omdat dat van school moest”*

Hoe. Hoe heb je dit gemaakt

Of

Opdracht / Concept / Ontwerp

Zorg voor een heldere structuur in je beschrijving

Trust
the
Process

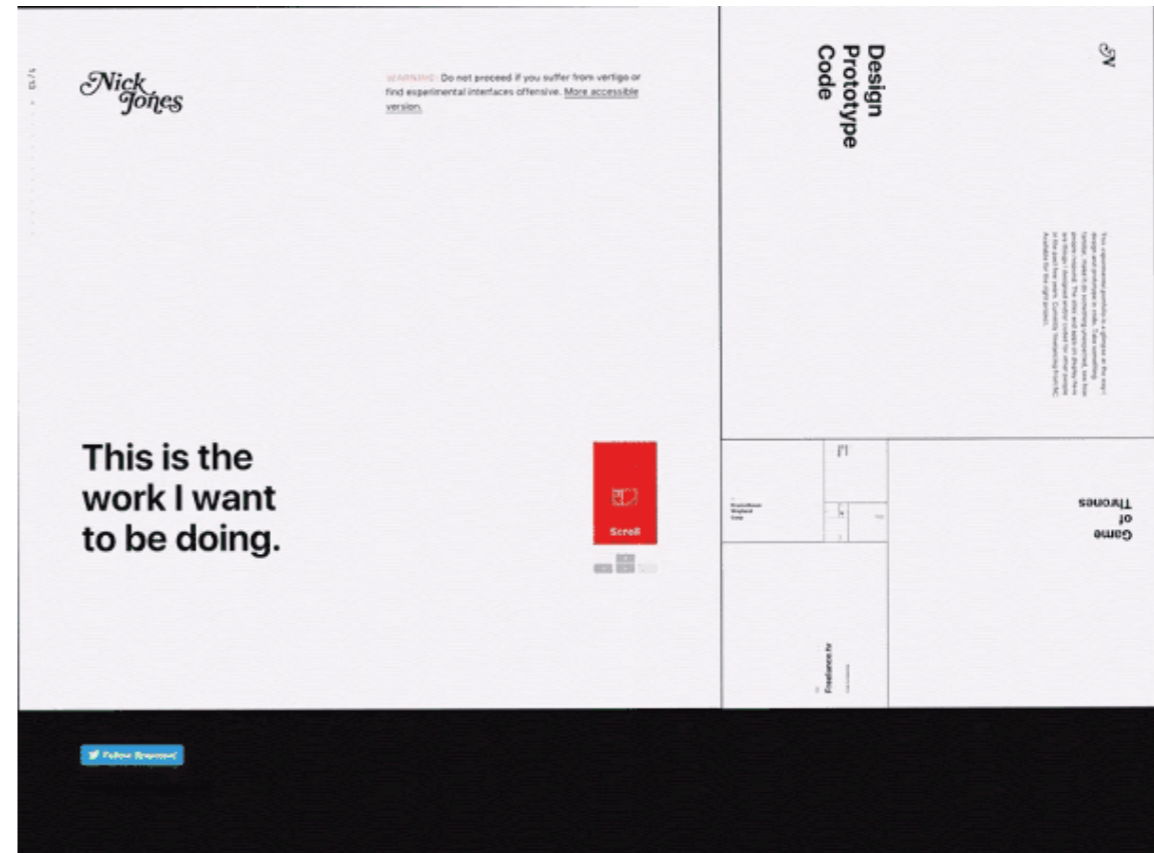
05. Kies het juiste werk om te tonen en te delen

Uitblinken!

Veel portfolio's bekijken wordt echt heel saai.

Doe iets nieuws; **ongebruikelijke kleuren combineren, een whack lay-out maken of dat gekke lettertype gebruiken** dat je altijd te bang bent geweest om te gebruiken.

Wees dapper en onderscheid je van de rest, al was het maar een klein beetje.



05. Kies het juiste werk om te tonen en te delen

Brutalist design

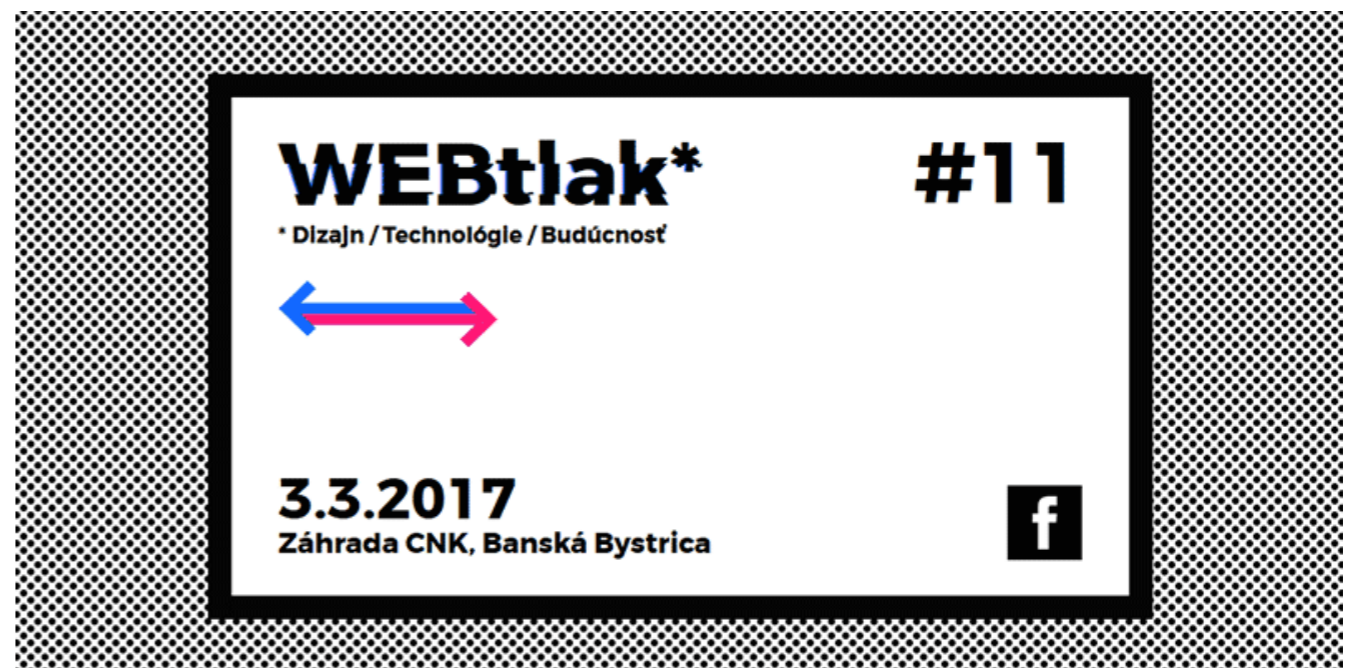
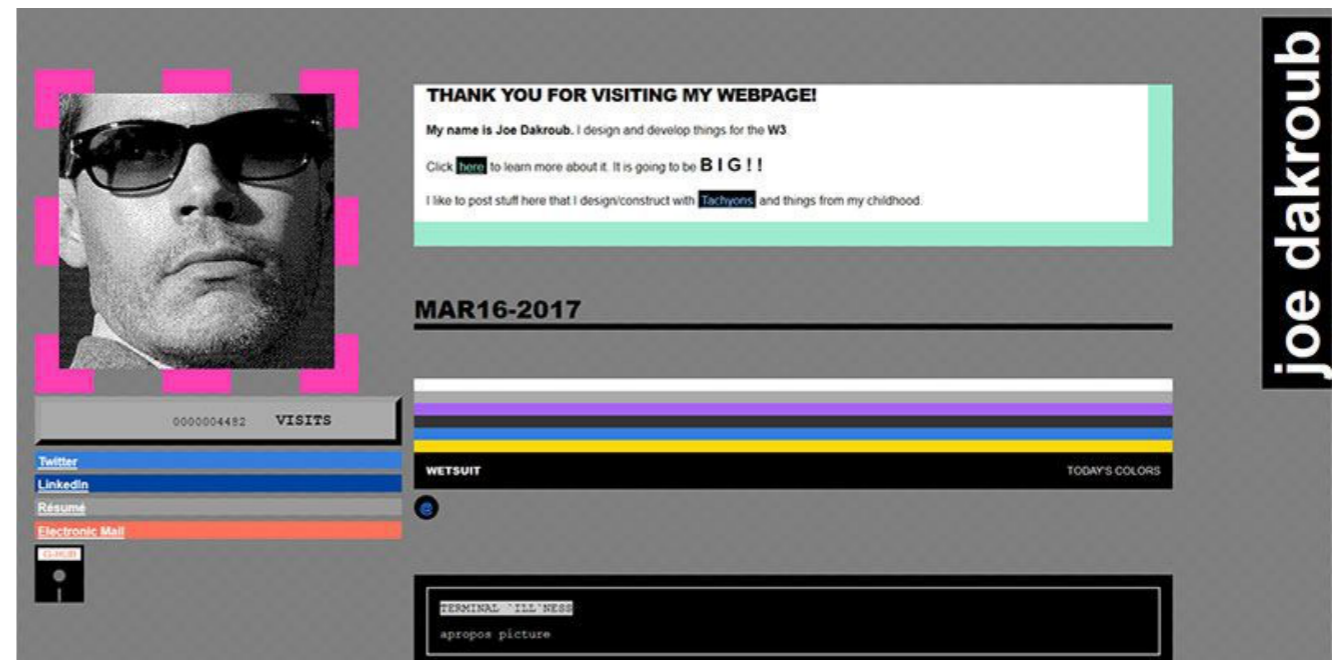
Omdat de meeste websites er tegenwoordig toch hetzelfde uitzien: strak, helder en dus ook een beetje saai, is er een tegenstroming

ontstaan: **brutalist design!**

Harde, niet-logische en uitgekledede ontwerpen. Freestyle, UGLY, oneerbiedig, RAW en niet functioneel.

UXD komt hierbij niet eens op de 2e plaats ;-). Het gaat juist om het opvallen en het onderscheiden van de meute.

Als je hiervoor kiest, zou ik toch aanraden om het rebelse met enige functionaliteit te combineren ;-)





*Brutalist
Framework*



An open source framework for the
brutalist web design trend.



[Home](#)
[Flavors](#)

FLAVORS

Color classes library with
compos and gradients

[View Flavors](#)

BUTCH

Brutalist Utility &
Typography Class Helpers

[Get Butch](#)

BUIX

Brutalist User Int
Experience

[Download](#)
Version BET

[View BUIX](#)

AllHeels.

[Like](#) 130 [Tweet](#)



4 days ago



4 days ago



5 days ago



6 days ago



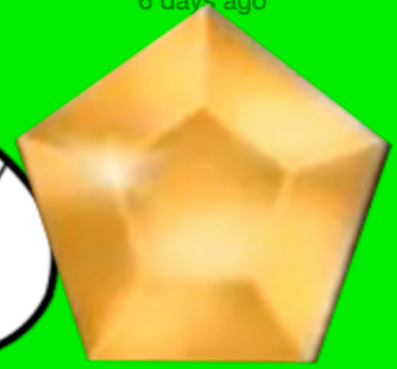
6 days ago



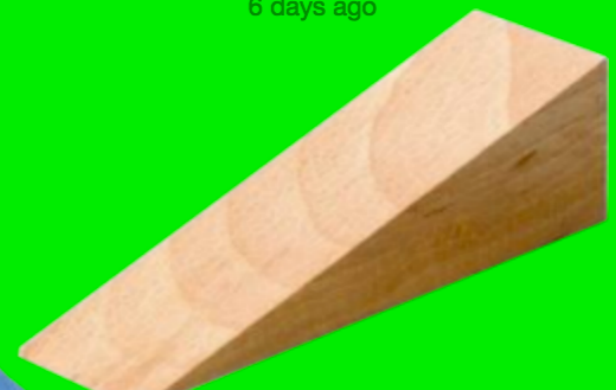
6 days ago



6 days ago



6 days ago



6 days ago

06. Maak contact makkelijk en eenvoudig

De **contactpagina** is een van de belangrijkste elementen van een portfolio website, maar wordt vaak verborgen of zelfs verwaarloosd.

Stel je voor dat een potentiële klant of werkgever jouw website heeft bekeken en je nu wilt bellen. Maak het voor hen gemakkelijk om contact op te nemen - **gebruik een contactformulier, een email link en/of een telefoonnummer.**

Contact me

&

Name *
Hi friend, how may I call you ?

E-mail adress *
I promise I hate spam as much as you do

Website



HOME WORK ABOUT **CONTACT** BLOG →

Want to have a chat?
Send me an email and we can talk til the cows come home!

Please feel free to email me if you have specific requirements, or even if you just want to chat! You can also contact me through any of the places below:

PremiumPhotos.com → premiumphotos.com

[Dribbble](http://Dribbble.com) → dribbble.com/omarsulank

[Twitter](http://Twitter.com) → twitter.com/omarsulank

[Forrst](http://Forrst.com) → forrst.com/doc/placement/omarsulank

devsintAR.com → omarsulank.devsintar.com/

[LinkedIn](http://LinkedIn.com) → [linkedin.com/company/omarsulank/](https://www.linkedin.com/company/omarsulank/)

Your Name:

Your Email:

Message:

SEND MESSAGE
I'll get back to you asap!

06. Maak contact makkelijk en eenvoudig


Strangelove, de portalsite van Gavin Strange, maakt het niet alleen gemakkelijk voor potentiële werkgevers om in contact te komen, maar hij voegt een vleugje persoonlijkheid toe aan de procedure.

STRANGELOVE

WORK ABOUT CONTACT

GET IN TOUCH

If you have a project you would like me to hire me to work on or if you have something we could collaborate on, please feel free to get in touch.



Name *

First Name Last Name

Email Address *

Subject *

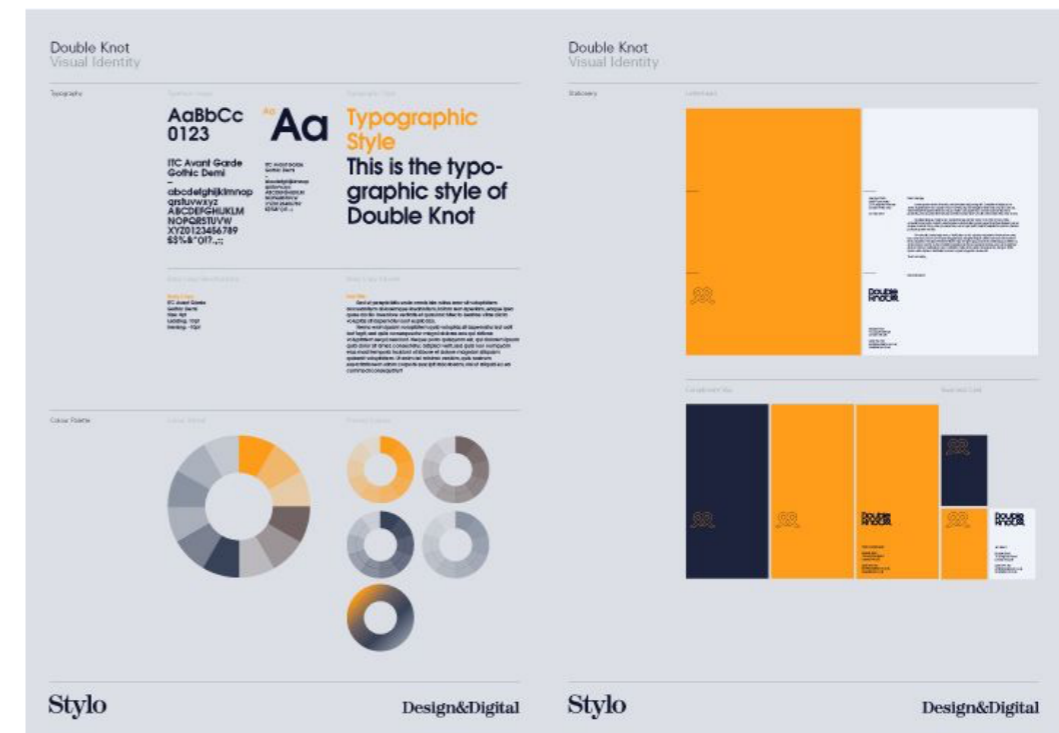
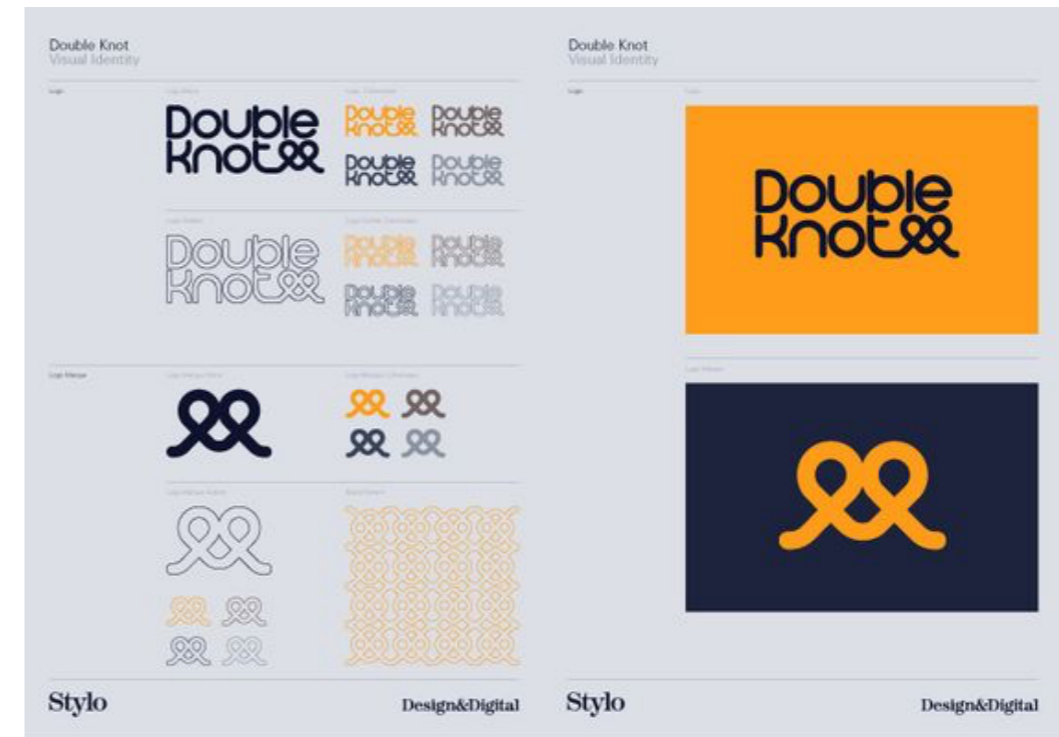
Message *

SUBMIT

07. Continuïteit

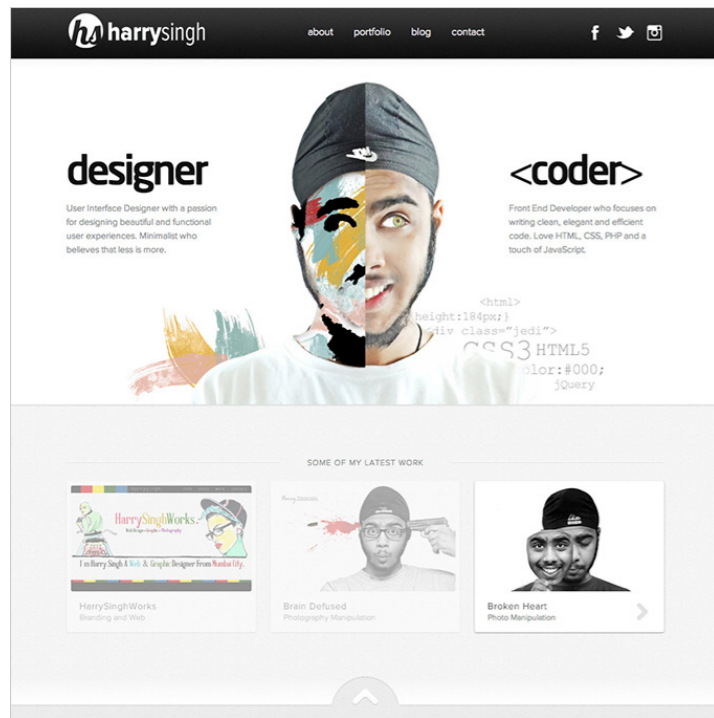
Hierdoor krijgen de gebruikers ook dus meteen een **goede User Experience!**

Ze herkennen buttons, tekst, kleuren etc waardoor hun experience beter, plezieriger, makkelijker en vooral leuker wordt.



08. Lieg nooit

Eerlijkheid is altijd het beste beleid



08. Lieg nooit

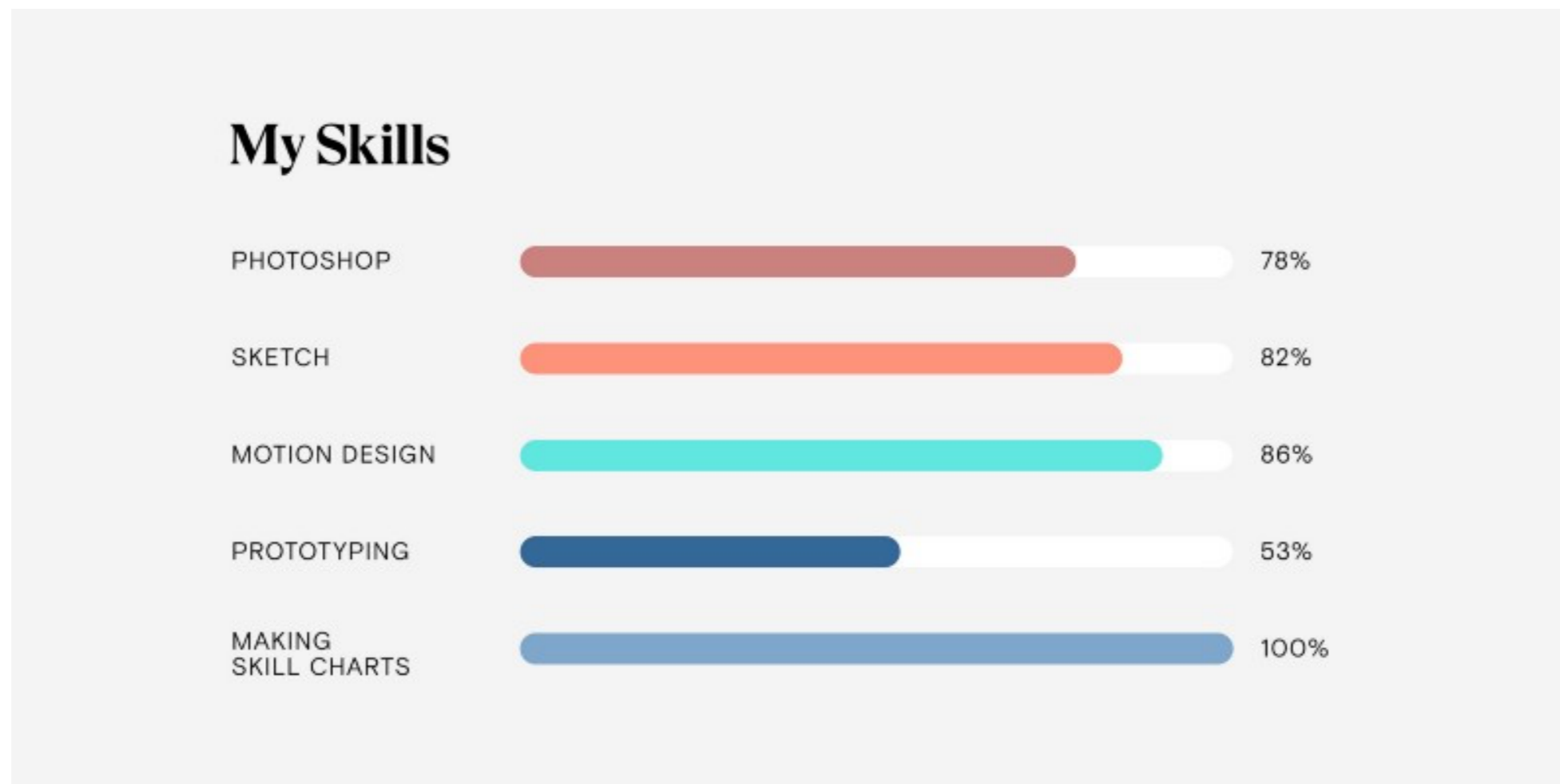
But if you're going to steal, steal like an artist ;-)

09. Geen skill charts

Waag het niet om een skill chart te maken.

78% Photoshop
82% Sketch
53% Prototyping

Wat betekent 78% Photoshop skills? En ik ga ervan uit dat als je van het MediaCollege komt als Media Vormgever, dat je de Adobe programma's natuurlijk gewoon beheerst.



10. Designer en niet 'junior designer'

Noem jezelf geen Junior Designer.
Je bent een **designer** of
ontwerper.

Laat je portfolio voor zich spreken
en wees trots op wie je bent en
wat je kan!



I AM
BRAVE
FEARLESS
BOLD
STRONG

And remember, people hire people, not portfolio