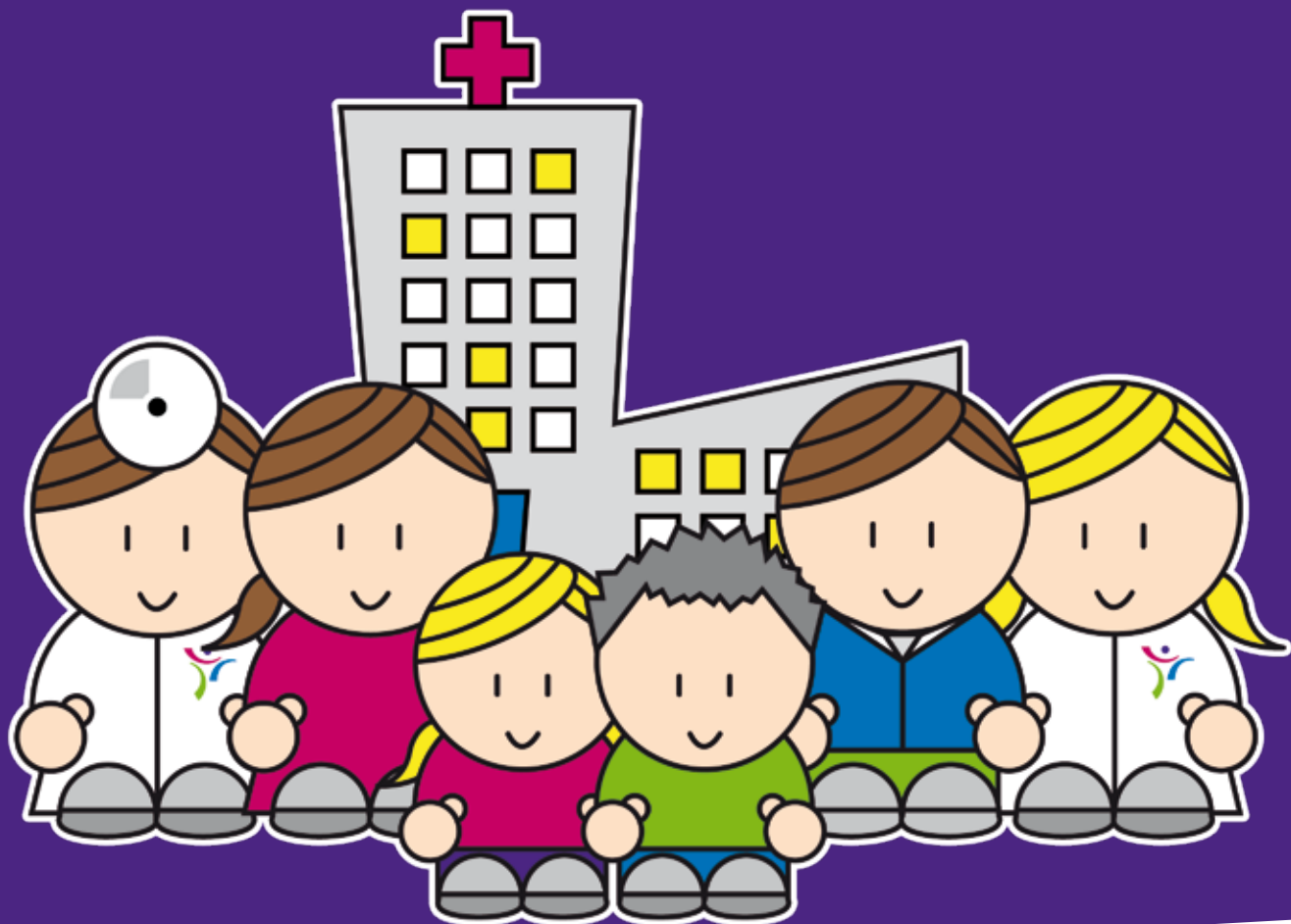


NAAR HET ZIEKENHUIS



ROALD CRAENEN
weert, 08/06/09

TITELPAGINA

STUDENT

Roald Craenen
Van Berlostraat 54
6001 EG Weert

Tel.: 06 20 22 77 29
Email: r.craenen@student.fontys.nl
Studentnummer: 204767
[Http://www.roaldcraenen.nl](http://www.roaldcraenen.nl)

AFSTUDEERBEDRIJF

Beeldvang
Wilhelminasingel 177
6001 GS Weert

Tel.: 0495 – 54 48 93
Fax: 0495 – 54 66 17
Email: info@beeldvang.nl
[Http://www.beeldvang.nl](http://www.beeldvang.nl)

De illustraties in deze scriptie zijn gemaakt door Roald Craenen. De stijl van de illustraties is gelijk aan de stijl van de illustraties die gemaakt zijn voor de website.

VOORWOORD

Deze scriptie is geschreven in het kader van mijn afstudeerproject voor de opleiding ICT Media Design aan de Fontys Hogeschool te Eindhoven. In de periode van 2 februari tot 12 juni heb ik dit afstudeertraject doorlopen bij Beeldvang te Weert. In deze periode heb ik een deel van een website ontwikkeld voor kinderen voor het Sint Jans Gasthuis te Weert.

Deze scriptie vertegenwoordigt zowel een leerzaam proces en de afsluiting van mijn studie, alsook een leuke tijd bij Beeldvang en het begin van een nieuwe periode. Het resultaat van deze scriptie is tot stand gekomen met behulp van een aantal personen, welke ik hier graag wil bedanken.

Allereerst wil ik Hans Corstjens, directeur van Beeldvang, bedanken voor het beschikbaar stellen van deze stageplaats, de afstudeeropdracht, de begeleiding en

het advies.

Daarnaast wil ik Rob van Cooten, afstudeerbegeleider van Fontys, bedanken voor zijn begeleiding en ondersteuning bij de voortgang van dit afstudeerproject.

Ook wil ik het SJG bedanken voor het beschikbaar stellen van deze opdracht en de leuke samenwerking en overlegmomenten.

Naast de hulp van de directe begeleiding, wil ik ook de medewerkers van Beeldvang bedanken voor hun begeleiding, advisering en natuurlijke een leuke tijd.

Weert, juni 2009

Roald Craenen
IMD student Fontys Hogescholen Informatica

INHOUDSOPGAVE

Samenvatting	8	5 Concept- & productontwikkeling	32
		5.1 conceptvoorstellen	33
Summary	10	5.2 definitieve keuze concept	34
		5.3 realisatie	35
Verklarende woordenlijst	12	5.4 toelichting product	37
1 Inleiding	14	6 Productevaluatie	38
1.1 aanleiding onderzoek	15	6.1 checklist	39
1.2 opbouw van het rapport	15	6.2 resultaten	39
		6.3 conclusie	40
2 Bedrijfsbeschrijving	16	7 Trajectbeschrijving	42
2.1 visie & strategie	17	7.1 doorlopen fases	43
2.2 organisatie	17	7.2 drempels	43
2.3 opdrachtgever	18		
3 Doelstelling & probleemstelling	20	8 Reflectie	46
3.1 probleemstelling	21	8.1 terugblik	47
3.2 opdrachtoomschrijving	21	8.2 theorie & praktijk	47
3.3 doelstelling	22	8.3 stand van zaken	47
3.4 deelvragen	23		
4 Onderzoek	24	Nawoord	48
4.1 vooronderzoek	25		
4.2 onderzoeksmethodieken	25	Bronnen	50
4.3 onderzoeksanalyse	26		
4.4 onderzoeksresultaten	27		
4.5 conclusies & aanbevelingen	30		

SAMENVATTING

Het afstudeerproject is gerealiseerd bij Beeldvang te Weert. Beeldvang is een communicatie- en ontwerp bureau met drie werknemers en een directeur. Beeldvang heeft een gevarieerd klantenpakket met specialisaties in de vastgoedsector en de zorg. De opdracht voor het afstudeerproject is afkomstig van het Sint Jans Gasthuis (SJG). Het is een kleinschalig ziekenhuis in Weert met 700 werknemers.

Het SJG heeft een vernieuwde website voor bezoekers en patiënten, maar deze is niet geschikt voor kinderen. De afbeeldingen en de teksten spreken kinderen niet aan, en er is geen specifieke informatie te vinden over de kinderafdeling of behandelingen die veel voorkomen bij kinderen.

Tijdens dit project wordt een afdeling speciaal voor deze kinderen gerealiseerd. Door het verdelen van de doelgroep in verschillende groepen wordt specifiek informatie aangeboden in visuele en tekstuele vorm, passend bij de beleving van deze doelgroep. Interactieve elementen en animatie zorgen daarbij voor een leuke beleving.

Om inzicht te krijgen in de doelgroep is er onderzoek verricht naar het internetgedrag van deze doelgroep. Naar aanleiding van de resultaten van het onderzoek en het overleg dat twee-wekelijks plaats vindt met het SJG is de doelgroep verdeeld in kinderen van 3 tot 10 jaar, jongeren van 10 tot 16 jaar en de ouders van deze kinderen. Op basis van deze verdeling en de resultaten is een concept en een ontwerp gemaakt voor de kindersite, waarbij de ontwerpen per doelgroep verschillend zijn.

Het ontwerp is in samenwerking met Total Support geïmplementeerd in de bestaande website van het SJG. Total Support is een projectenbureau in Eindhoven en biedt volledige ondersteuning bij de technische ontwikkeling en innovatie van nieuwe producten. De interactieve elementen en animaties zijn door de student uitgevoerd in Flash, een programma waarin dergelijke animaties gemaakt kunnen worden.

Aan het einde van het afstudeerproject is de website nog niet opgeleverd. Het SJG zal de komende tijd de website gaan vullen. Daarbij wordt geadviseerd om goed te letten op het taalgebruik bij de verschillende doelgroepen.

De eerste reacties op de "lege" website zijn zeer positief. Nadat de website gevuld is, zal een interview gehouden worden met enkele willekeurige personen uit de doelgroep. Zo kan gecontroleerd worden of het gemaakte product de gestelde doelen heeft behaald.

Uiteindelijk zal de website te zien zijn op:

<http://www.sjgweert.nl/kinderen>

Voorlopig wordt verwezen naar de testomgeving:

<http://sjgweert.totalsupport.eu/kinderen>

SUMMARY

I've completed my graduate internship at Beeldvang in the centre of Weert. Beeldvang is a communication and design agency with one director and three employees. Beeldvang has a variety of clients and is specialised in real estate and in the care sector. The subject for this graduate internship comes from the Sint Jans Gasthuis (SJG). This is a small hospital in Weert with 700 employees.

The SJG has a renewed website for visitors and patients, but it isn't suitable for children. The images and texts used on the website aren't appropriate for children and there is no specific information about the children's ward or treatments that are common with children.

A part of the website especially for children is produced during this project. By dividing the target group into separate groups, specific information can be given to each group. Interactive elements and animations also provide a fun webexperience.

Research is done into the online behaviour of the target group. Following the results and the biweekly consultation the target group is divided into children in the age of 3 to 10, youth in the age of 10 to 16 and the parents of these children. Based on this division and the further results, a concept and a design are created for the children's website, for which the designs vary per target group.

The design is implemented in the existing website in cooperation with Total Support. Total Support is a project agency in Eindhoven and offers total support for the development and innovation of new products. The

interactive elements and animations are produced by the student in Flash, a program in which such things can be made.

At the end of the graduate internship the website isn't completely finished. The SJG has to fill the website with content. It is advised to keep the target group in mind, when writing content.

The first reactions on the "empty" website are very positive. People like the illustrations, the animations and the sounds used in the animations. After the website is completely filled with content, an interview will be held with random people from the target group. The results will tell if the predetermined goals are met.

Eventually the website can be visited at:

[✚ http://www.sjgweert.nl/kinderen](http://www.sjgweert.nl/kinderen)

For now is referred to the test environment:

[✚ http://sjgweert.totalsupport.eu/kinderen](http://sjgweert.totalsupport.eu/kinderen)

VERKLARENDE WOORDENLIJST

Chatroom

Een soort virtuele ruimte op een website waar men met een of meerdere personen kan praten (chatten).

CMS (Content Management Systeem)

Een softwaretoepassing, meestal een web-applicatie, die het mogelijk maakt dat mensen eenvoudig, zonder veel technische kennis, documenten en gegevens op internet kunnen publiceren. Een functionaliteit van een CMS is dat gegevens zonder lay-out (als platte tekst) kunnen worden ingevoerd, terwijl de gegevens worden gepresenteerd aan bezoekers met een lay-out door toepassing van stylesheets.

Content

Inhoud op een webpagina die bestaat uit tekst en/of afbeeldingen.

CSS (Cascading Style Sheets)

Een manier om de vormgeving voor een serie webpagina's in één keer vast te leggen. Een stylesheet maakt de platte tekst van een webpagina op.

E-card

Een digitale wenskaart die verzonden wordt over het internet.

Flash

Een computerprogramma waarmee animaties, (korte) webvideo's en webapplicaties (zoals spelletjes en gehele websites) gemaakt kunnen worden.

HTML (HyperText Markup Language)

Een opmaaktaal voor de specificatie van documenten

op het internet. HTML bestaat uit platte tekst waarin met markeringstekens is aangegeven hoe de tekst moet worden geïnterpreteerd.

JPEG (Joint Photographic Experts Group)

Een bestandsindeling voor het opslaan van afbeeldingen in digitale vorm. De grootte van de afbeelding is gecomprimeerd.

Movieclip

Een symbool dat gebruikt wordt in het programma Flash van Adobe om animaties mee uit te voeren.

MSN (MicroSoft Network)

Een stukje software ontwikkeld door Microsoft waardoor personen met elkaar kunnen chatten via internet op hun eigen pc.

PHP (Hypertext Preprocessor)

Een scripttaal waarmee dynamische webpagina's gecreëerd kunnen worden. Dit script wordt op de server uitgevoerd. Een bezoeker van een website kan door middel van PHP bijvoorbeeld de datum van de huidige dag zien op een webpagina.

Wist je dat...

het SJG een website wil hebben speciaal voor kinderen en jongeren.

In dit hoofdstuk wordt de aanleiding van het onderzoek beschreven. Vervolgens wordt de opbouw van het rapport doorgelopen. Deze dient als wegwijzer.

1.1 AANLEIDING ONDERZOEK

De bezoeker staat centraal! Informatie aanbieden die aangepast is aan de bezoeker is noodzakelijk om de bezoeker te interesseren en te behouden. Veel verouderde websites houden geen rekening met hun doelgroep, waardoor de website niet of nauwelijks bekeken wordt.

Het Sint Jans Gasthuis (SJG) wil daarom online informatie door middel van een website op maat aanbieden aan kinderen en jongeren. Door gebruik te maken van gepaste visuele en tekstuele middelen wordt de doelgroep geïnformeerd en vermaakt.

Vanuit een oriënterend gesprek met Beeldvang, het stagebedrijf, en het SJG wordt gestart met het schrijven van een plan van aanpak. De probleemstelling die hieruit volgt staat centraal tijdens het project. Uit de resultaten van het onderzoek naar de probleemstelling vloeit een concept en ontwerp voort. De website wordt in samenwerking met Total Support gerealiseerd. Na de realisatie van de website volgt een controle. Hieruit kan geconcludeerd worden of het gemaakte product het gewenste resultaat oplevert.

1.2 OPBOUW VAN HET RAPPORT

Het rapport is opgebouwd uit acht hoofdstukken, in hoofdstuk 2 wordt informatie gegeven over het bedrijf waarbinnen het afstudeertraject is doorlopen. Ook

wordt er informatie gegeven over het bedrijf waarvoor de opdracht is uitgevoerd.

In hoofdstuk 3 wordt de opdracht concreet omschreven. Vanuit een centrale probleemstelling worden enkele deelvragen opgesteld.

In hoofdstuk 4 wordt het onderzoek beschreven. Het onderzoek is gehouden om antwoord te kunnen geven op de probleemstelling en de deelvragen.

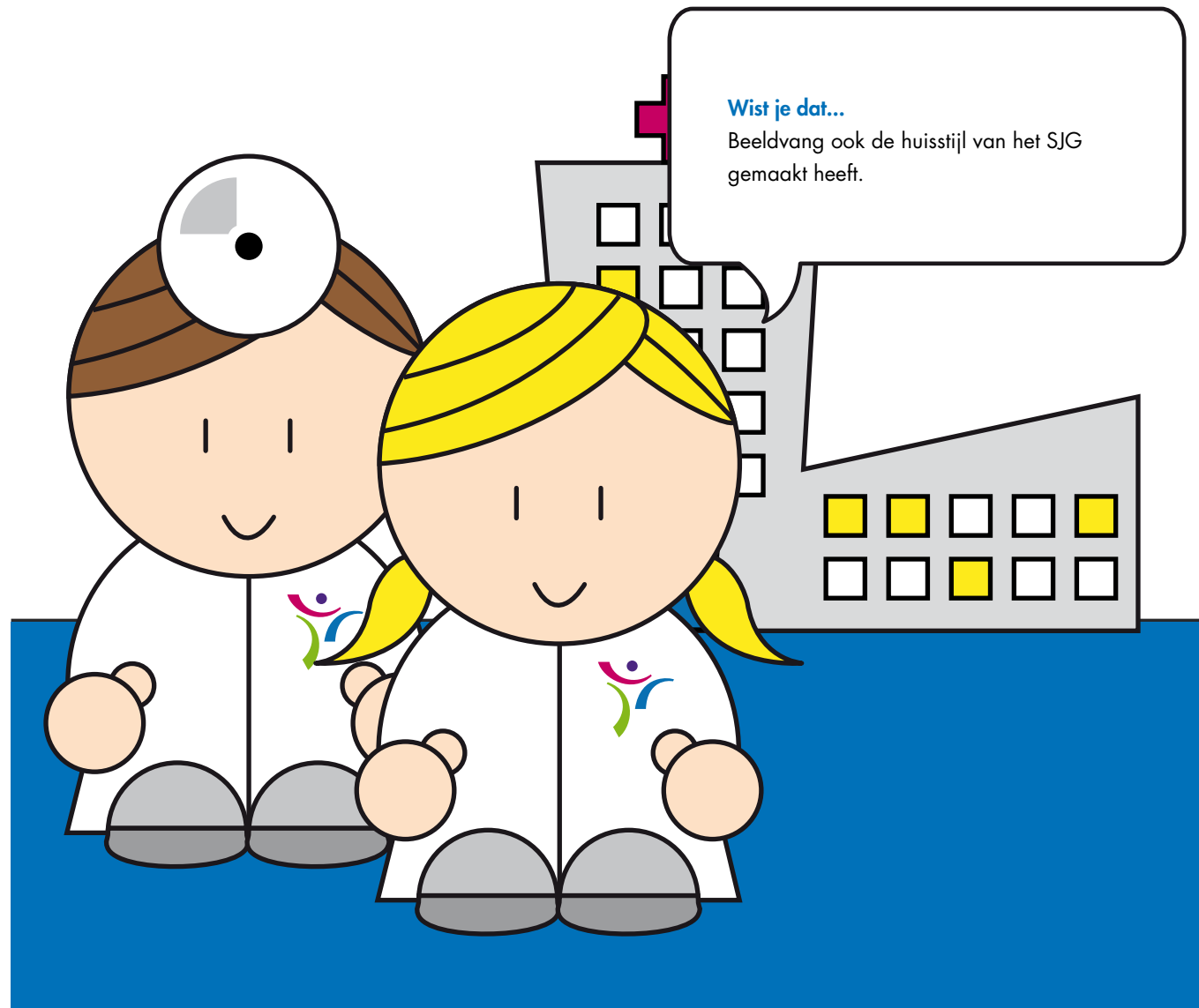
De ontwikkeling van het concept en het product wordt beschreven in hoofdstuk 5, met een korte toelichting op het product.

Uit hoofdstuk 6 blijkt of de resultaten van het onderzoek goed zijn vertaald naar de ontwikkeling van de website.

In hoofdstuk 7 wordt het traject in fases beschreven.

Als afsluiting volgt in hoofdstuk 8 een terugblik op het onderzoek en de resultaten.

HOOFDSTUK 2 BEDRIJFSBESCHRIJVING



BEELDVANG *communicatie- & ontwerpburo*



Wilhelminasingel 177
6001 GS Weert
T.: +31 (0)495 54 48 93
F.: +31 (0)495 54 66 17
E.: info@beeldvang.nl
[Http://www.beeldvang.nl](http://www.beeldvang.nl)

Beeldvang is een communicatie- en ontwerpburo gevestigd in het centrum van Weert. De naam zegt het al, Beeldvang vangt het juiste beeld en draagt zorg voor de totale visuele identiteit van een onderneming.

2.1 VISIE & STRATEGIE

Visie

De kracht van Beeldvang ligt in de integratie van strategie en creativiteit. Het gaat daarbij om een juiste wisselwerking tussen ontwerp en marketing. Of het nu een nieuwe huisstijl betreft, een bedrijfsbrochure, een verpakkingsontwerp of een website. Intensieve samenwerking en persoonlijke betrokkenheid is wat de gepresenteerde projecten gemeen hebben.

Strategie

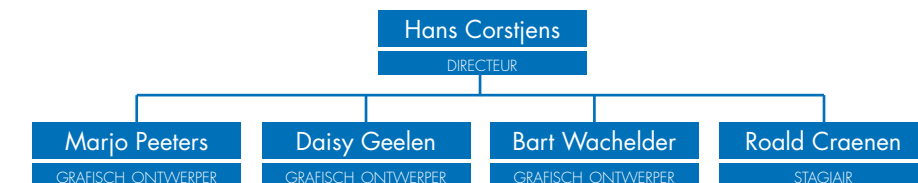
Beeldvang is een creatief strateeg. Gestart wordt met het vaststellen van het doel en de strategie waarna de creatieve pijlen gesmeed worden die de doelgroep raken. De rode draad door het werk is dat er altijd vertrokken wordt vanuit de essentie van een bedrijf, product of dienst. De vluchtigheid en snelheid van de moderne communicatie dwingt tot verbeelding van de essentie. Beeldvang spreekt de taal van vorm en kleur en gebruikt de kracht van verbeelding.

2.2 ORGANISATIE

Het bedrijf bestaat uit vier personen:

- Hans Corstjens (directeur)
- Bart Wachelder (grafisch ontwerper)
- Marjo Peeters (grafisch ontwerper)
- Daisy Geelen (grafisch ontwerper)

De organisatiestructuur is zo ingedeeld, dat de medewerkers rechtstreeks onder de directeur staan. Ook ik sta rechtstreeks onder de directeur, welke tevens mijn bedrijfsbegeleider is. Daarnaast word ik ondersteund door Bart Wachelder, en zal mijn plaats in het organigram naast hem zijn.



Afbeelding 1: organisatie Beeldvang

2.3 OPDRACHTGEVER



Vogelsbleek 5
6001 BE Weert
T.: +31 (0)495 57 21 00
E.: info@sjgweert.nl
[Http://www.sjgweert.nl](http://www.sjgweert.nl)

Het SJG in Weert is een dynamische organisatie die volop in beweging is. Het kleinschalige ziekenhuis kenmerkt zich door korte lijnen en wil op professionele wijze verantwoorde, hoogstaande zorg leveren. Klant- en servicegerichtheid behoren daarbij tot de speerpunten. Het SJG heeft ruim 700 professionals in dienst, waarvan 70 gespecialiseerde artsen. Op een bewogen en betrokken manier verlenen zij kwalitatief deskundige zorg. Dat maakt SJG Weert een vertrouwende basis voor zorg dichtbij.

Kernwaarden

- Patiënt- en servicegericht
Niet kennis, maar patiënt centraal stellen
- Betrouwbaar en professioneel
Verantwoorde, hoogstaande 5 sterren zorg leveren
- Open en toegankelijk
Helder en duidelijk informeren, zowel intern als extern
- Gedreven en dynamisch
Bevlogen je vak uitoefenen in een ziekenhuis waar je trots op kunt zijn
- Samenwerking en buitenregionale uitstraling
Vergroten aantrekkingskracht door samenwerking
- Dichtbij en bij de tijd
Moderne organisatie, extern en intern, bij de tijd in middelen en mensen

HOOFDSTUK 3 DOELSTELLING & PROBLEEMSTELLING



In dit hoofdstuk wordt de opdracht beschreven door middel van een doelstelling en een probleemstelling. De probleemstelling wordt verdeeld in deelvragen. Door het beantwoorden van de deelvragen wordt een oplossing aange dragen voor de probleemstelling.

3.1 PROBLEEMSTELLING

Het verdere verloop van de scriptie wordt gebaseerd op de probleemstelling. Dit vormt de centrale vraag, waarop antwoord wordt gegeven door middel van het onderzoek.

De probleemstelling luidt:

“Ontwikkel een ziekenhuiswebsite die informeert en interesseert gericht op de beleving van een specifieke jongere doelgroep en die past binnen het gestelde budget.”

Bij het beantwoorden van deze probleemstelling zullen verdere eisen en wensen, geformuleerd in paragraaf 4.1, meegerekend worden.

3.2 OPDRACHTOMSCHRIJVING

Het SJG heeft een vernieuwde website waarop bezoekers, patiënten en professionals terecht kunnen voor informatie over het ziekenhuis. Voor de kinderafdeling wil het SJG binnen de huidige website een afdeling creëren voor kinderen, jongeren en ouders van deze kinderen.

Nu worden kinderen die angst hebben voor het ziekenhuis voorbereid door enkele personen van de kinderafdeling. Deze voorbereiding vindt meestal een dag voor

opname plaats.

Wie & Wat

Het project bestaat uit het realiseren van een gedeelte van de website voor het SJG. Dit gedeelte dient in te spelen op de drie verschillende doelgroepen:

- Ouders
- Jongeren
- Kinderen

De website dient van informatieve aard te zijn en de informatie wordt op een per doelgroep (aan)gepaste manier aangeboden. Daarnaast dient de website naast informatief vooral ook interessant te zijn voor de hierboven genoemde doelgroepen. De website voor deze afdeling neemt de angst voor het ziekenhuis weg, door op een goede en duidelijke manier uitleg en voorlichting te geven.

Dit project zal uitgevoerd worden door twee partijen, namelijk de student en Total Support. De student zal een passende oplossing voor het probleem zoeken, ontwerpen en deels realiseren. Het realiseren van de website zelf en het koppelen met een CMS zal door Total Support uitgevoerd worden. Het SJG geeft aan dat er gelet moet worden op het budget, aangezien dit beperkt zal zijn.

Waarom

Het SJG wil de verschillende doelgroepen op een unieke en passende manier aanspreken. Zo wil zij ervoor

zorgen dat de doelgroep die informatie, waarnaar ze opzoek is, krijgt op een manier die bij deze groep past. Door kinderen op een leuke en informatieve manier aan te spreken, kan de angst voor het ziekenhuis afnemen.

Waar

In de regio Midden-Limburg zijn twee ziekenhuizen, namelijk in Roermond en in Weert. Doorgaands gaan mensen in de buurt van Roermond naar het ziekenhuis in Roermond. Ditzelfde geldt natuurlijk ook voor Weert. Ziekenhuizen “concurreren” niet op landelijk niveau met elkaar, omdat het voor mensen uit Limburg simpelweg te ver reizen is om bijvoorbeeld naar een ziekenhuis in Noord-Holland te gaan. Om deze reden beperkt dit project zich tot de regio Midden-Limburg.

3.3 DOELSTELLING

Het doel is om de kinderen en jongeren te informeren over het wel en wee van het SJG in een voor hun passende sfeer, stijl en taal. De uitleg geeft antwoord op aanwezige vragen, angsten en onzekerheden met betrekking tot een bezoek aan het SJG. Door het online aanbieden van informatie neemt de angst voor een aanstaande behandeling of operatie af. Binnen een tijdsbestek van een half jaar wordt deze website gerealiseerd.

Sommige kinderen zullen de website samen met hun ouders bezoeken, omdat ze nog niet kunnen lezen. Daarom is het belangrijk om naast informatie ook een stukje vermaak te bieden. Dit wordt gedaan door leuke en onderhoudende elementen voor kinderen en jon-

geren. Ook de ouders worden geïnformeerd over het ziekenhuisbezoek van hun kind. Dus als hoofddoelstelling:

- Informeren van doelgroep met gepaste informatie
- De doelgroep heeft plezier in het tot zich nemen van de informatie

Naast deze hoofddoelstelling zijn de volgende subdoelen vastgesteld:

- Wegnemen van angst of onzekerheden omtrent een ziekenhuis(bezoek)
- Kortere behandelgesprekken door betere informatievoorziening
- Uitdragen van het imago van het SJG, ‘met elkaar voor elkaar’

Doelgroep

De doelgroep wordt verdeeld in drie primaire doelgroepen, ouders, jongeren en kinderen. Ze bezoeken het ziekenhuis of hebben het ziekenhuis bezocht.

Met de ouders worden die ouders bedoeld waarvan hun kinderen naar het ziekenhuis moeten gaan, of zijn geweest. Ditzelfde geldt voor de jongeren en de kinderen. Hiermee worden alleen die kinderen en jongeren bedoeld die naar het ziekenhuis gaan, zijn geweest of informatie zoeken over het ziekenhuis.

Deze doelgroepen dienen op een aparte manier benaderd te worden over de informatie en de manier waarop deze informatie gebracht wordt.

Voor kinderen en jongeren zien de ontwerpen er anders uit. De verschillende onderdelen moeten bij de

beleving van de doelgroep aansluiten.

Voor de ouders zal de bestaande website lay-out aangehouden worden. Er wordt daarnaast wel specifiek informatie gepresenteerd over de opname(s) en de behandeling(en) van hun kind(eren).

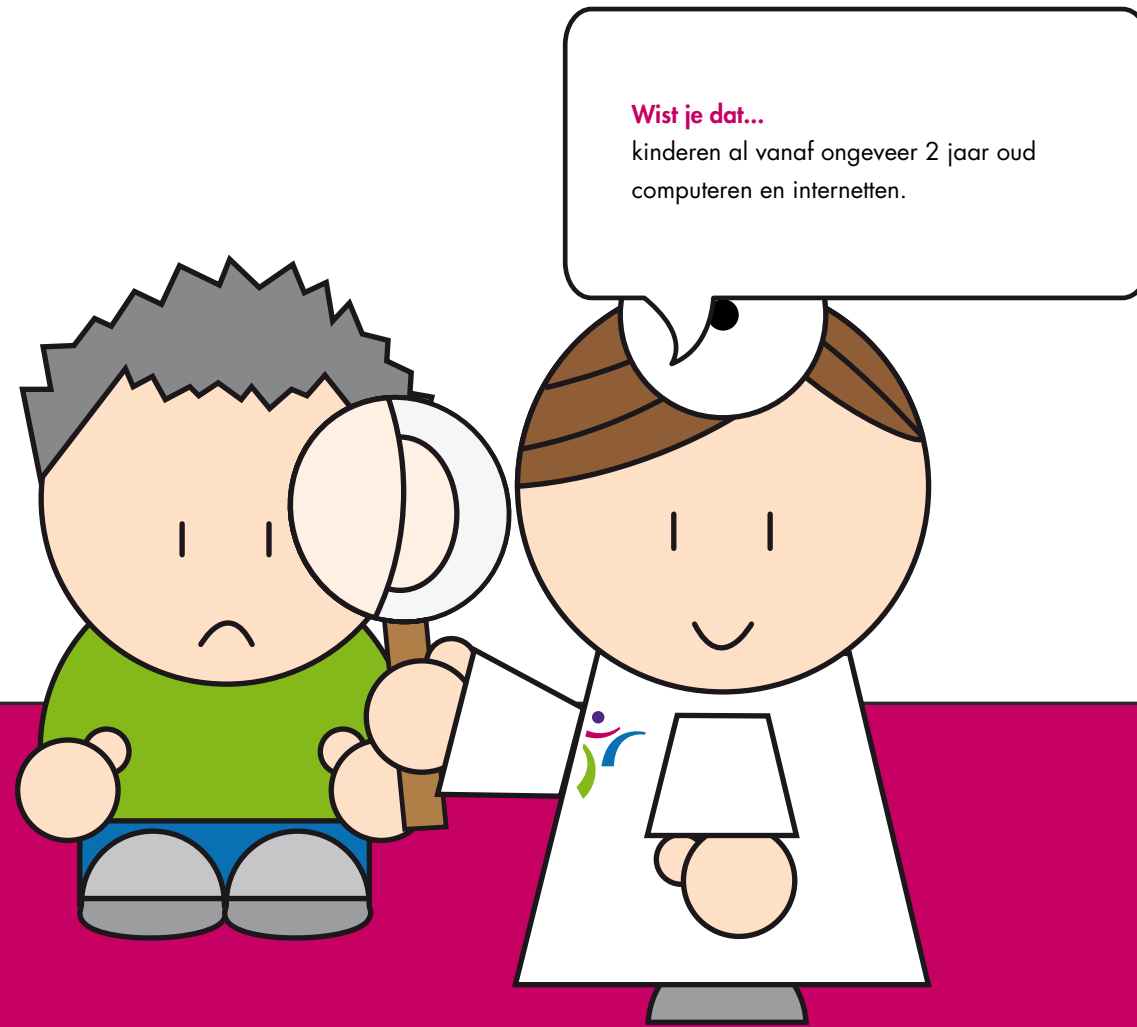
3.4 DEELVRAGEN

Om een antwoord te kunnen geven op de probleemstelling, is deze in verschillende deelvragen opgesplitst.

Deze luiden:

- Vanaf welke leeftijd werkt de doelgroep met computers/internet?
- Waarom bezoekt de doelgroep een ziekenhuis?
- Waarom bezoekt deze doelgroep de website van een ziekenhuis?
- Wat vindt deze doelgroep interessant op het internet?
- Welke componenten/modules/onderdelen dient de website te bevatten?
- Hoe blijft de website interactief met verschillende animatie elementen, terwijl het geheel toch grotendeels beheerbaar en betaalbaar blijft?
- Hoe past een ontwerp voor een dergelijke website binnen de bestaande huisstijl?

HOOFDSTUK 4 ONDERZOEK



Het onderzoek van deze scriptie richt zich op het kunnen beantwoorden van de probleemstelling en de daarbij geformuleerde deelvragen. Daarnaast wordt ook gekeken naar het huidige aanbod aan websites van kinderziekenhuizen of kinderafdelingen binnen een ziekenhuis. Na het onderzoek wordt antwoord gegeven op de centrale vraag en wordt er een passend ontwerp gemaakt voor de kindersite binnen de SJG website. Voor het uitgebreide onderzoek wordt verwezen naar bijlage III.

4.1 VOORONDERZOEK

Het vooronderzoek van dit project bestaat uit het bespreken van de opdracht met het bedrijf waarbinnen de opdracht wordt uitgevoerd, Beeldvang, en het bedrijf waarvoor de opdracht wordt uitgevoerd, SJG. Uit de gesprekken met het SJG blijkt dat de nadruk gelegd wordt op kinderen tot 8 jaar oud. De reden hiervoor is dat deze groep het meest in aanraking komt met het ziekenhuis. Deze doelgroep gaat meestal naar de KNO arts voor ingrepen als het knippen van amandelen en het plaatsen van buisjes. Uit de gesprekken worden de volgende eisen en wensen herleid:

Eisen & wensen

- Het product wordt opgeleverd in juni 2009
- De website past binnen de huidige vormgeving van de SJG website
- Er wordt onderscheid gemaakt tussen de verschillende doelgroepen
- De informatie wordt gepresenteerd op een per doelgroep aangepaste manier
- De website is gemakkelijk in het onderhoud, er wordt een afweging gemaakt tussen interactiviteit, animatie en beheerbare inhoud
- Er wordt gewerkt met een juiste beeld/tekst verhouding
- Er is een ziekte abc, dit is een overzicht van

allerlei verschillende ziektes

- De website heeft links naar spelletjes voor de doelgroep
- De website heeft een foto & film archief
- Er bestaat een categorie voor allerlei weetjes en vragen
- De website past binnen het budget

Budget

Het budget wordt in acht genomen tijdens het ontwerpen van dit project. Doordat het budget beperkt is, zullen er afwegingen gemaakt worden omtrent het ontwerp van de website, ook al is dit niet overeenkomstig met de bevindingen van het onderzoek.

4.2 ONDERZOEKSMETHODIEKEN

Het onderzoek van dit project is uitgevoerd met verschillende onderzoeksmethodes. Allereerst is informatie verzameld omtrent de opdracht. Daarna is informatie gezocht om antwoord te kunnen geven op de probleemstelling en de deelvragen. Er is een combinatie van deskresearch en fieldresearch toegepast.

Interviews - groepsgesprekken

Iedere twee weken heeft er een overleg plaatsgevonden tussen Beeldvang en het SJG. Daarbij is de voortgang van de opdracht besproken. Door deze groeps-

gesprekken is veel informatie verkregen over het SJG en de opdracht. De overlegmomenten zijn tevens gebruikt om ontwerpen en concepten te controleren en goed te keuren.

Deskresearch

Het grootste gedeelte van het onderzoek is uitgevoerd door middel van deskresearch. Door in eerste instantie actief en vervolgens selectief op zoek te gaan naar informatie is een duidelijk beeld gecreëerd over de opdracht.

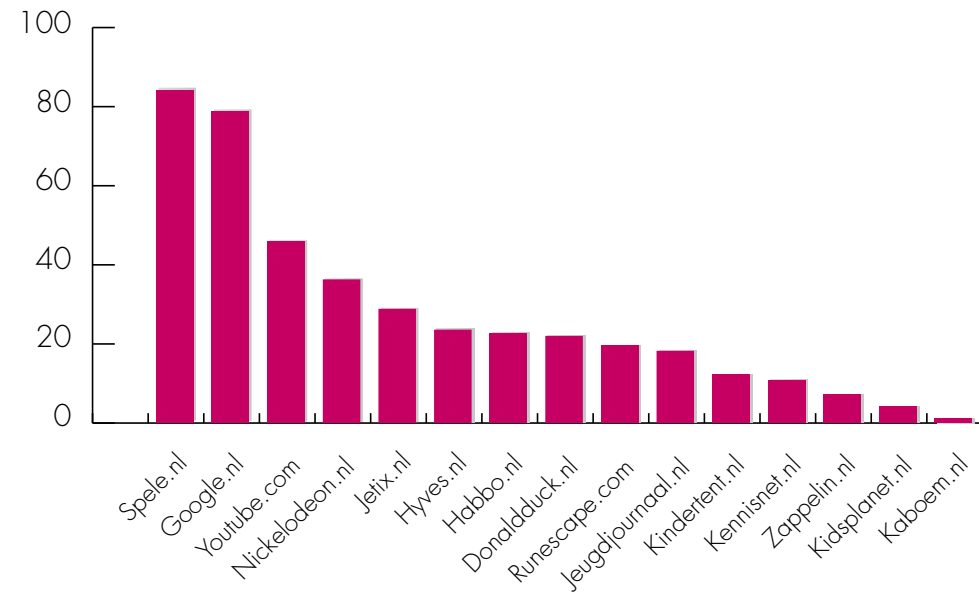
Een groot deel van het onderzoek berust op een eerder uitgevoerd onderzoek door 2C Usability in samenwerking met Stichting Mijn Kind Online. In 2008 is er onderzoek gedaan naar het surfgedrag van kinderen. Het onderzoek is gepubliceerd op 14 mei 2008, voor

het volledige onderzoek wordt verwezen naar de literatuurlijst. Dit is recent genoeg om als valide bron te gebruiken.

Verder is er gekeken naar vergelijkende sites. Door de sterke en de zwakke punten van deze websites naast elkaar te zetten, kan een opsomming gemaakt worden van onderdelen die ook voor moeten komen in de kindersite.

4.3 ONDERZOEKSANALYSE

In de eerste fase van het onderzoek vinden interviews, groepsgesprekken en overleg plaats. De uitkomst van deze fase geeft een concreet beeld van de opdracht. Hierdoor kunnen de eisen en de wensen vastgesteld worden.



Afbeelding 2: bezochte websites door kinderen, bron: Klik en klaar

De tweede fase van het onderzoek is het zoeken naar informatie, zodat er antwoord gegeven kan worden op de deelvragen. Aan de hand van de deelvragen wordt vervolgens eenduidig antwoord gegeven op de probleemstelling van dit project. De informatie wordt naast interviews en groepsgesprekken verkregen uit het deskresearch.

Als derde en laatste fase wordt er gekeken naar bestaande kindersites van andere ziekenhuizen. Door andere sites met elkaar te vergelijken, kan zo een beeld geschetst worden voor het ontwerp van de kindersite.

4.4 ONDERZOEKSRESULTATEN

In deze paragraaf wordt antwoord gegeven op de deelvragen, daarnaast wordt eenduidig antwoord gegeven op de probleemstelling. Een uitgebreid antwoord op de deelvragen is terug te vinden in bijlage III.

4.4.1 antwoord deelvragen

Leeftijd

Kinderen komen steeds eerder in aanraking met computers en internet. Tegenwoordig hoort een computer bij de algemene opvoeding. De leeftijd waarin kinderen voor het eerst in aanraking komen met een computer of internet varieert van 2 tot 4 jaar oud. De kinderen zijn echter nog niet in staat om zelfstandig gebruik te maken van de computer of internet, ze worden hierin begeleid door hun ouders. Als de kinderen ouder worden, vanaf ongeveer 8 jaar oud, dan zijn ze meer zelfstandig bezig met de computer en internet. Naarmate de kinderen ouder worden, besteden ze hier ook meer

tijd aan.

Interesse

Ongeveer 80% van de kinderen op het internet speelt spelletjes. Deze spelletjes worden gespeeld op internetsites als spele.nl of funnygames.nl, zie afbeelding 2. Als de kinderen iets ouder zijn, vanaf ongeveer 8 jaar oud, dan houden ze zich meer bezig met chatten. Dit gebeurt door middel van programma's als MSN of chatsites. Op school zijn kinderen meer op zoek naar informatie voor bijvoorbeeld spreekbeurten of werkstukken. Kinderen vanaf 12 jaar willen niet meer als kind aangesproken worden, zij vinden zich te oud voor deze term en bezoeken vaker websites die bedoeld zijn voor oudere doelgroepen zoals Hyves en Google.

Ziekenhuisbezoek

Jongeren bezoeken het ziekenhuis veel minder dan kinderen. Kinderen tot 8 jaar komen het meest in aanraking met het ziekenhuis voor problemen aan de zintuigen. De KNO arts is daarbij de meest bezochte arts. Behandelingen als het plaatsen van buisjes en het knippen van amandelen zijn de meest voorkomende behandelingen bij kinderen in het SJG.

Website ziekenhuis

Alle doelgroepen bezoeken de website van een ziekenhuis, omdat ze op zoek zijn naar informatie zoals bijvoorbeeld de bezoeken. Omdat kinderen tot 8 jaar het meest in aanraking komen met het ziekenhuis voor behandelingen als amandelen knippen of buisjes plaatsen, zijn ze samen met hun ouders op zoek naar informatie over dit soort behandelingen.

Onderdelen website

Vanuit de gesprekken met het SJG zijn de volgende onderdelen genoemd:

- Agenda
- Ziekte ABC
- Foto & filmboek
- Weetjes & vragen
- E-cards

Naast de onderdelen die voortkomen uit de gesprekken met het SJG, zijn er ook onderdelen welke de website kan bevatten die voortvloeien uit het onderzoek, zoals:

- Muziek
- Spelletjes
- Grappige filmpjes/afbeeldingen/mopjes

- Soort forum voor onderling contact (mogelijkheid tot het plaatsen van berichtjes)

Beheerbaar & betaalbaar

Om de website deels interactief, beheerbaar en toch betaalbaar te maken wordt er een afweging gemaakt van dynamische content met statische elementen. De dynamische content is beheerbaar, zoals teksten en afbeeldingen. Vaste menu-items worden interactief en kunnen niet aangepast worden.

Huisstijl

Alhoewel de kindersite gezien kan worden als een onafhankelijke website binnen de SJG website, dient toch de herkenbaarheid gehandhaafd te blijven. Door de kindersite binnen het bestaande raamwerk te ontwer-

pen en door gebruik te maken van de voorgedefiniëerde kleurstalen zal het ontwerp binnen de bestaande huisstijl passen. Het gebruik van tekst en beeld zal overeenkomen met de huisstijlregels.

4.4.2 concurrentie analyse

Naast onderzoek naar het internetgedrag en ziekenhuisbezoek van kinderen, jongeren en ouders, is er ook gekeken naar vergelijkende ziekenhuizen met een website voor de kinderafdeling. Vanuit het onderzoek zijn enkele criteria opgesteld. Deze criteria beoordelen de prestatie van de betreffende website. Voor het uitgebreide concurrentie onderzoek wordt verwezen naar bijlage III.

In tabel 1 is de beoordeling van een selectie van verschillende websites te zien. Een korte toelichting op de criteria volgt hieronder.

- Bereikbaarheid: Hoe is de kinderwebsite te bereiken vanaf de website van het kinderziekenhuis.
- Onderscheid: Wordt er onderscheid gemaakt tussen verschillende bezoekers, zoals kinderen en jongeren.
- Uiterlijk: Het uiterlijk van de kinderwebsite met betrekking tot de doelgroep.
- Herkenning: Is er een vorm van herkenning met het ziekenhuis, zoals huisstijlelementen.
- Navigatie: Is de website duidelijk onderverdeeld in juiste categorieën en is er gemakkelijk door de website te klikken.
- Informatie: Wordt er voldoende informatie aangeboden en ook voor de doelgroep interessante informatie.

- Verhouding tekst/beeld: Wordt tekst goed afgewisseld met beeld, is er een duidelijke balans.
- Vermaak: Is er naast informatie ook een stukje vermaak voor de bezoeker.

Conclusie

Uit de concurrentie analyse kan geconcludeerd worden dat het WKZ en de RDGG het hoogst scoren. Met name de website van het WKZ zet visuele elementen goed in voor kinderen, de navigatie is echter zeer onduidelijk. De kindersite van de RDGG maakt goed onderscheid tussen de bezoekers. De kindersite is tevens een herkenbaar onderdeel van de RDGG.

4.4.3 antwoord op de probleemstelling

“Ontwikkel een ziekenhuiswebsite die informeert en interesseert gericht op de beleving van een specifieke jongere doelgroep en die past binnen het gestelde budget.”

De verschillen in leeftijd van deze doelgroep zijn niet zo groot, de verschillen in interesses en ontwikkeling zijn daarentegen wel groot. Het is daarom noodzakelijk een verdeling te maken in de groep kinderen. De beste verdeling zou zijn:

- 0 tot 5 jaar
- 5 tot 8 jaar
- 8 tot 12 jaar
- 12 tot 16 jaar

Een dergelijke onderverdeling is echter niet mogelijk vanwege het budget, op deze manier dient de website

	Erasmus ziekenhuis	Ja dokter, nee dokter	Spaarne ziekenhuis	UMCN	WKZ	RDGG	Diaconessenhuis
bereikbaarheid	-	+	0	+	+	+	-
onderscheid bezoekers	-	+	-	-	+	+	0
uiterlijk	-	0	0	-	++	0	+
herkenning	++	nvt	-	++	-	++	0
navigatie	-	-	+	0	-	0	+
informatie	-	0	+	+	+	+	+
verhouding tekst/beeld	-	+	+	-	+	+	+
vermaak	-	0	0	-	++	-	0
TOTAAL	-9	2	1	-1	5	5	3

Tabel 1: Concurrentie analyse

rekening te houden met vier categorieën, waarbij iedere categorie anders benaderd dient te worden. Een verdeling waarbij rekening wordt gehouden met het budget is:

- Kinderen van 3 tot 10 jaar
- Jongeren van 10 tot 16 jaar
- Ouders

De kinderen van 0 tot 3 jaar kunnen volgens het SJG buiten beschouwing gelaten worden, omdat deze nog te jong zijn voor de kinderafdeling. Door het verdelen van de doelgroep, kan gericht informatie aangeboden worden. Kinderen van 3 tot 10 jaar zoeken, al dan niet samen met hun ouders, naar minder specifieke informatie dan jongeren van 10 tot 16 jaar. Het aanbod aan informatie dient dus aangepast te worden aan de doelgroep. De kinderen van 3 tot 10 jaar kunnen vaak niet lezen en bezoeken de website samen met hun ouders. Beelden spreken kinderen veel meer aan, dus er dient een goede verhouding tussen tekst en beeld te bestaan.

Ook het aanbieden van extra's zoals bijvoorbeeld spelletjes of kleurplaten is een meerwaarde in de ogen van de kinderen. Om de kinderen naast statische afbeeldingen te vermaken, kan er gewerkt worden met interactieve elementen. Vooral voor de jongere doelgroep zou dit een leuke ervaring kunnen zijn.

Als laatste is het belangrijk dat de eisen en de wensen van het SJG in acht worden genomen, alsook de herkenbaarheid van het uiterlijk van de kindersite. Door rekening te houden met de huidige huisstijl en de website binnen het huidige raamwerk te ontwerpen, kan de

link gelegd worden met het SJG.

4.5 CONCLUSIES & AANBEVELINGEN

In deze paragraaf worden de conclusies en aanbevelingen naar aanleiding van het onderzoek beschreven.

Conclusies

Het is niet mogelijk om een zo optimaal mogelijke website te creëren voor de doelgroep. De beperkende factor tijdens dit project is het budget. Hierdoor zullen afwegingen gemaakt moeten worden, waardoor het risico bestaat dat de kindersite niet de gehele doelgroep aanspreekt. De belangrijkste conclusies naar aanleiding van het onderzoek zijn:

- Kinderen tot 8 jaar internetten met ouders
- Kinderen vanaf 10 jaar willen niet als kind aangesproken worden
- Kinderen van 3 tot 10 jaar zullen de grootste groep ziekenhuis- en internetbezoekers van het SJG zijn
- Kinderen willen niet lezen, maar vermaakt worden
- Ongeveer 80% van de kinderen speelt online spelletjes

Aanbevelingen

De aanbevelingen berusten op bevindingen van het onderzoek. Naast de bevindingen van het onderzoek, wordt ook het budget van dit project meegeteld. De belangrijkste aanbevelingen zijn:

- Verdeling van de doelgroep in kinderen van 3 tot 10 jaar, jongeren van 10 tot 16 jaar en ouders
- Kinderen en jongeren anders aanspreken

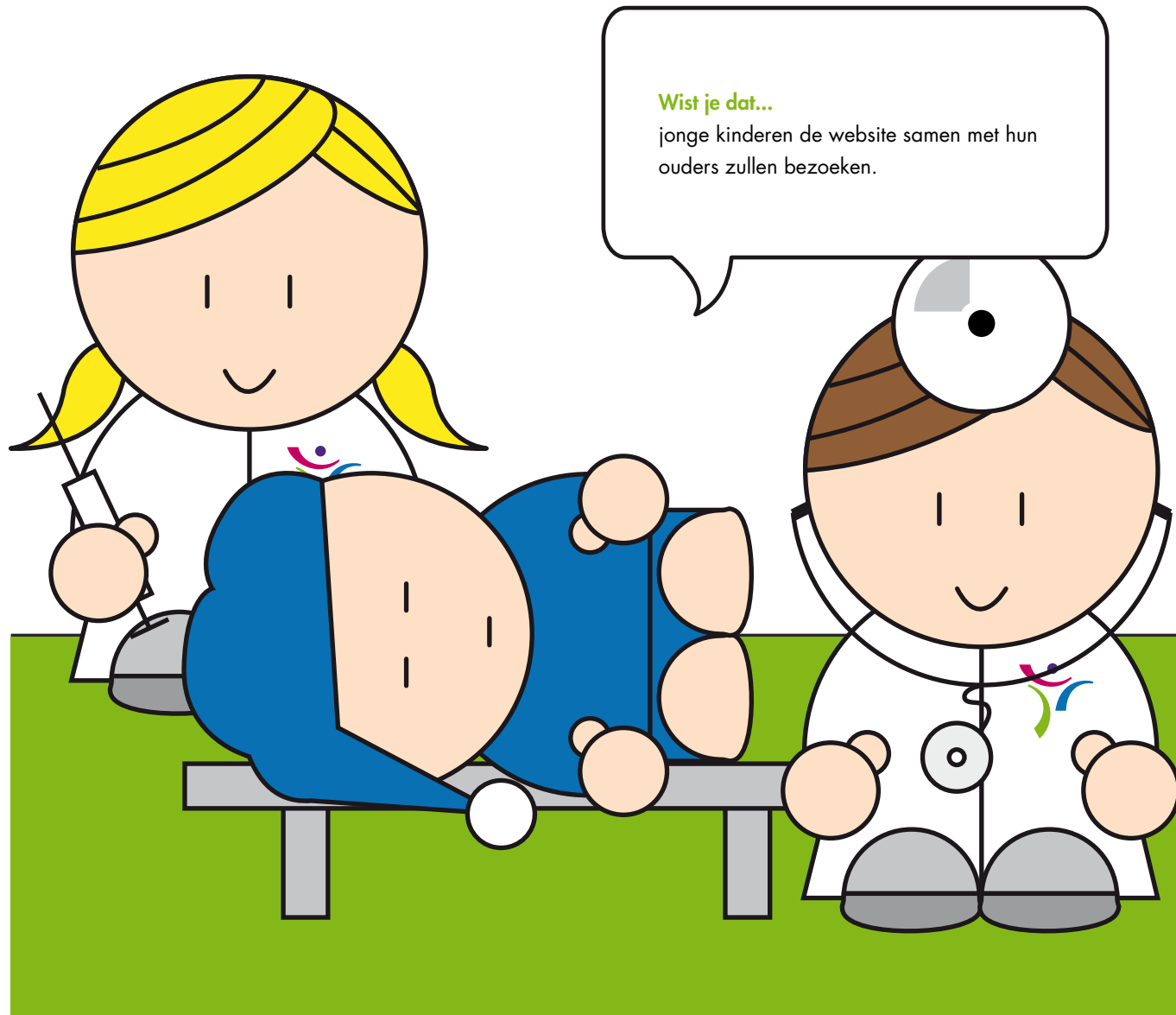
door middel van beeld en taal

- Juiste verhouding maken van tekst en beeld, kinderen willen meer beeld, terwijl de jongeren meer tekst tot zich kunnen nemen
- Eenduidige en duidelijke navigatie hanteren
- Een vorm van vermaak implementeren in de website
- Content wordt dynamisch geplaatst, dus hierbij moet rekening gehouden worden met het ontwerp
- Selectie in aan te bieden informatie maken met betrekking tot de doelgroepen, want overdaad schaadt

Natraject

In de toekomst zal het SJG de website zelf bijhouden door middel van het CMS. Medewerkers van het SJG zullen zelf teksten en/of afbeeldingen plaatsen of wijzigen.

HOOFDSTUK 5 / CONCEPT- & PRODUCTONTWIKKELING



Dit hoofdstuk beschrijft het concept en het product opgesteld naar van aanleiding het onderzoek en de aanpassingen naar aanleiding van de overlegmomenten met het SJG. Voor een uitgebreide conceptomschrijving wordt verwezen naar bijlage IV.

5.1 CONCEPTVOORSTELLEN

Naar aanleiding van het onderzoek en het vooronderzoek is een concept opgesteld voor de kindersite. Het concept bestaat uit een aparte kindersite binnen de bestaande website van het ziekenhuis. Deze kindersite wordt gerealiseerd binnen het raamwerk van deze website. Dit zorgt voor een stukje herkenning en voor eenduidige navigatie. Op de kindersite wordt de informatie op een aan de doelgroep aangepaste manier aangeboden, door middel van tekst en beeld. Door de juiste sfeer te creëren wordt naast informatie ook de eventuele angst voor doktoren en ziekenhuizen weggenomen en wordt een stukje vermaak aangeboden. Dit wordt gedaan door visuele en interactieve middelen.

Structuur

De kindersite wordt gerealiseerd binnen de huidige website, waardoor de hoofdnavigatie behouden blijft. Via het hoofdmenu is de kindersite te bereiken. De doelgroep wordt verdeeld in drie subdoelgroepen, namelijk kinderen van 3 tot 10 jaar, jongeren van 10 tot 16 jaar en ouders. Voor iedere groep zal een apart ontwerp worden gemaakt, dat past bij de beleving van deze groep.

Hoofdmenu

Het hoofdmenu voor de kinderen en jongeren komt qua opbouw overeen. De acht belangrijkste menu items worden overzichtelijk in het ontwerp geplaatst.

Via deze menu items komt de bezoeker op een pagina met tekst.

Tekstpagina

De tekstpagina voor de jongeren en de kinderen komen ook overeen qua opbouw. In het gedeelte voor de content is het tekstkader links geplaatst. Rechts boven het tekstkader komt het submenu. Op deze manier kan de bezoeker meteen doorklikken naar een andere categorie zonder eerst een pagina terug te gaan. Onder het submenu komt een afbeelding of animatie die past bij de doelgroep.

Illustraties

Voor de kinderen worden illustraties gebruikt in plaats van foto's. Illustraties spreken meer tot de verbeelding bij kinderen. Door gebruik te maken van simpele, herkenbare illustraties worden de kinderen visueel vermaakt, terwijl de ouders de informatie voor kunnen lezen of uit kunnen leggen.

Afbeeldingen

De illustraties zijn te kinderachtig voor de jongeren, daarom wordt bij deze doelgroep gekozen voor foto's. De personen op de foto's staan qua leeftijd dichtbij de doelgroep, waardoor deze aanspreken.

5.2 DEFINITIEVE KEUZE CONCEPT

In overleg met het SJG is het definitieve concept/ontwerp vastgelegd. Daarbij zijn ook de onderdelen besproken die definitief in de website opgenomen zullen worden. In afbeelding 3 en 4 is de homepage voor de kinderen en de jongeren afgebeeld. Voor meer informatie wordt verwezen naar bijlage IV.

Het definitieve concept wijkt niet veel af van het concept besproken in paragraaf 5.1. Door het tweewekelijkse overleg met het SJG is het concept en zijn de producten teruggekoppeld. Tijdens deze overleg momenten zijn de producten gepresenteerd en de op- en aanmerkingen zijn meegenomen in het ontwerp. De delen van de website met een afwijkende vormgeving ten opzichte

van de algemene website zijn:

- Doelgroepkeuze
- Hoofdmenu kinderen
- Tekstpagina kinderen
- Ziekte abc kinderen
- Kleurplaten kinderen
- Hoofdmenu jongeren
- Tekstpagina jongeren
- Ziekte abc jongeren
- Film & foto's
- Kangoeroe VMK centrum

Navigatie

De navigatiestructuur van de website wijkt wel af van het concept, zie afbeelding 5. Het SJG heeft besloten de hoofdnavigatie weg te laten, zodra op 'Kinderen'

is geklikt. De motivatie hiervoor is dat de bezoeker dit menu wellicht verwarrend vindt en dat de kindersite door de bezoeker ervaren dient te worden als een op zichzelf staande website. Mocht het weglaten van dit menu de navigatie niet ten goede komen, dan bestaat er de optie om het menu terug te plaatsen.

Na de doelgroepkeuze gaat het menu bovenin weg. Als links in het submenu op 'Home' geklikt wordt, dan komt men terecht op de pagina van de doelgroepkeuze. Op deze pagina verschijnt dan bovenin het menu weer, en kan zo de verdere algemene SJG site bekeken worden.

5.3 REALISATIE

De realisatie van de website is verdeeld over twee partijen, namelijk de student en Total Support (TS). TS is verantwoordelijk voor het implementeren van de website met een CMS. TS heeft ook de algemene website van het SJG ontwikkeld en gekoppeld aan hun eigen CMS. De stagiair heeft de verschillende interactieve en geanimeerde elementen gerealiseerd.

Hoofdmenu kinderen

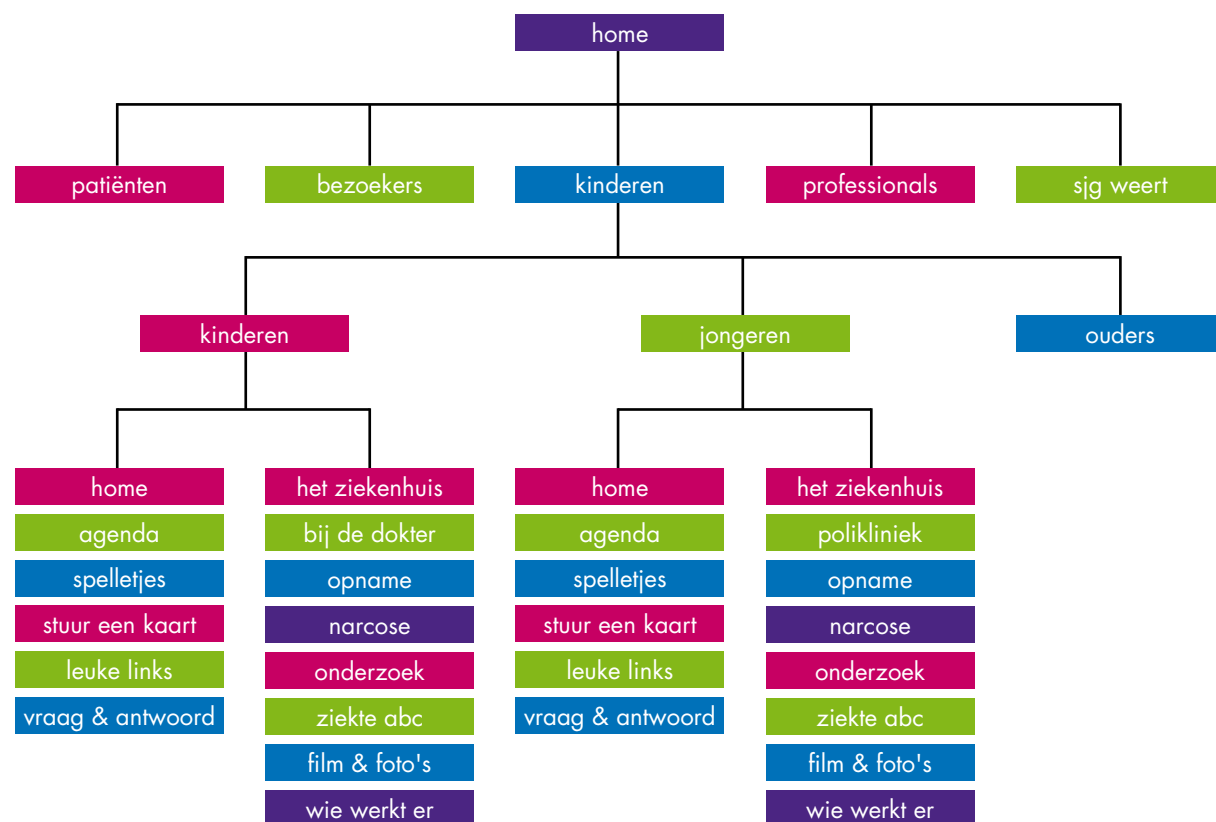
De realisatie van het hoofdmenu voor de kinderen bestaat uit het maken van buttons in Flash. Deze buttons worden voorzien van leuke en vooral passende animaties met geluid.



Afbeelding 3: homepage kinderen



Afbeelding 4: homepage jongeren



Afbeelding 5: navigatie structuur

Hoofdmenu jongeren

Het hoofdmenu van de jongeren is op een zelfde manier gerealiseerd. De buttons die ontworpen zijn, worden geanimeerd en voorzien van geluid.

Tekstpagina kinderen

Omdat kinderen de website zullen bezoeken samen met hun ouders en deze kinderen wellicht nog niet kunnen lezen, is er een animatie in de tekstpagina voor de kinderen gerealiseerd. Op deze manier kunnen de ouders informatie voorlezen terwijl kinderen naar deze animatie kunnen kijken.

Ziekte abc kinderen

Het ziekte abc is gerealiseerd in Flash. Dit interactieve element biedt op een eenvoudige manier informatie over de verschillende ziektes. Het ziekte abc is zo opgebouwd dat de bezoeker op twee manieren een ziekte kan vinden. Je kunt enerzijds de organen of lichaamsdelen aanklikken met de muis, waarna ziektes gerelateerd aan dat deel getoond worden. Anderzijds kan ook naam van het lichaamsdeel of orgaan aangeklikt worden.

Ziekte abc jongeren

Het ziekte abc voor de jongeren is met een andere gedachte gerealiseerd. Er wordt vanuit gegaan dat deze doelgroep meer kennis heeft en wellicht de naam van de ziekte weet. Informatie over ziektes zijn gesorteerd op alfabet. Als de bezoeker op bijvoorbeeld de letter A klikt, dan worden alle ziektes met een A getoond.

Kleurplaten

Ook de kleurplaten zijn gerealiseerd in Flash. Kinderen

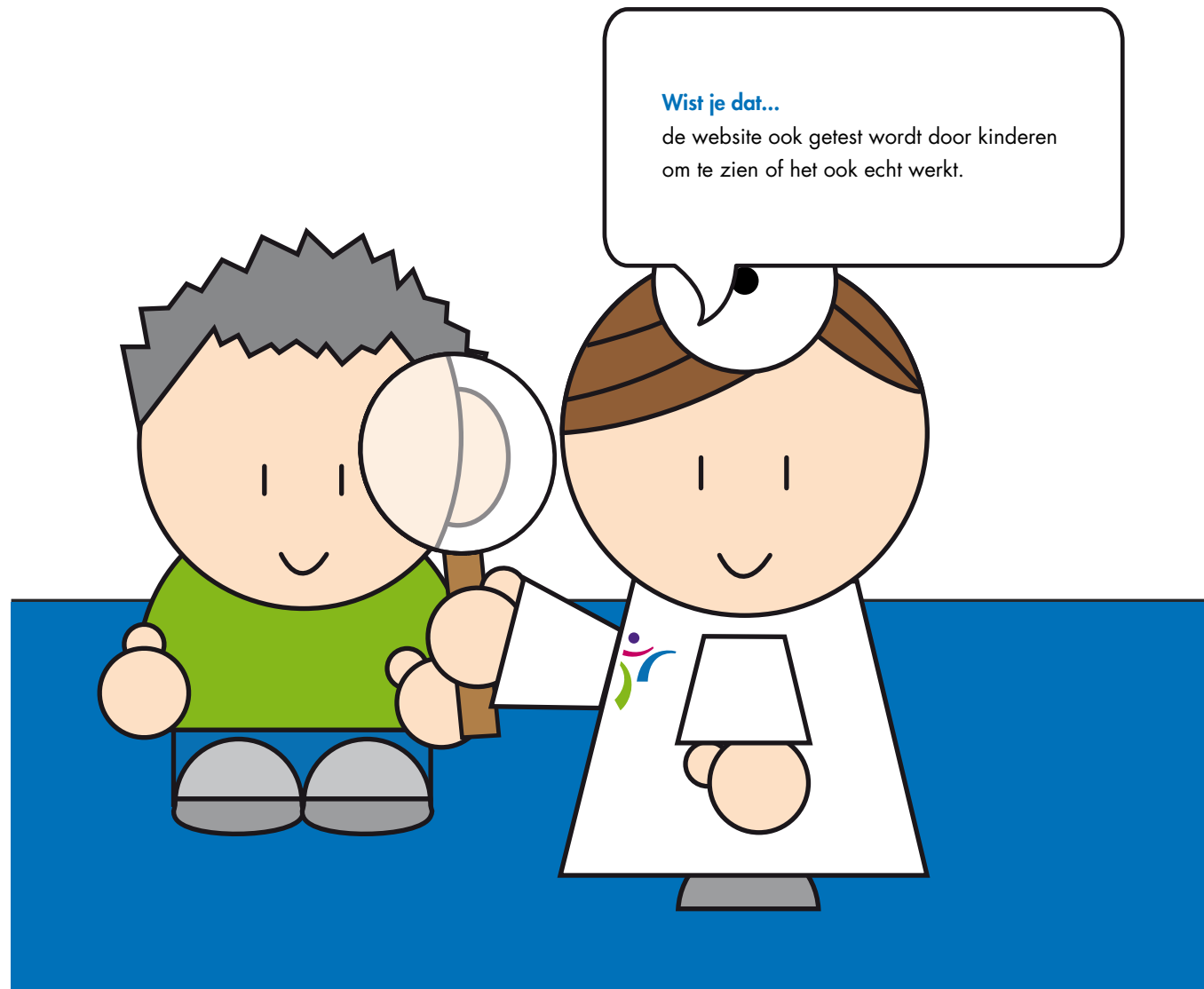
kunnen kiezen uit verschillende kleurplaten (het aantal kan in de toekomst uitgebreid worden). Vervolgens kunnen ze de kleurplaat inkleuren door een kleur te selecteren en dat deel aan te klikken dat met de betreffende kleur gevuld moet worden.

Een combinatie van Flash en PHP maakt het mogelijk de kleurplaten na het inkleuren te versturen. Door middel van het doorsturen van iedere ingekleurde pixel naar PHP, kan de afbeelding opgebouwd worden in JPEG formaat en kan deze via e-mail verzonden worden.

5.4 TOELICHTING PRODUCT

Het product tijdens dit project is tot stand gekomen naar aanleiding van de opdrachtschrijving van het SJG en Beeldvang. De kindersite is ontworpen met behulp van de bevindingen van het onderzoek. Daarnaast hebben de overlegmomenten een grote rol gespeeld in de visuele uitwerking van de website en de elementen in de website.

De realisatie van de website en de koppeling met een CMS wordt verzorgd door TS. De algemene website maakt gebruik van hetzelfde CMS, dat door TS is ontwikkeld. Voor de gebruikers van het CMS is het gemakkelijk als ook de kinderwebsite beheerd kan worden met hetzelfde CMS.



Om erachter te komen of doelstellingen van de kindersite behaald zijn, wordt een klein onderzoek uitgevoerd onder enkele personen uit de doelgroep. Er wordt een interview afgenomen waarbij de personen bepaalde handelingen uit moeten voeren op de kinderwebsite. Daarbij wordt gelet op de uitvoeringen van deze handelingen en de reacties van de personen.

6.1 DOELEN

De doelstellingen geformuleerd in hoofdstuk 3 bepalen of het product dat gedurende deze periode ontworpen en gerealiseerd is, in die mate voldoet zodat deze doelen ook daadwerkelijk behaald zijn, namelijk:

- Informeren
- Vermaken

Met als subdoelen:

- Wegnemen angst & onzekerheden
- Kortere behandelgesprekken
- Uitdragen imago

6.2 CHECKLIST

De kinderwebsite van het SJG wordt bezocht met een persoon uit de doelgroep, de proefpersoon. De proefpersoon wordt een aantal vragen gesteld en wordt gevraagd een aantal handelingen uit te voeren. Aan de hand van de reacties en antwoorden van meerdere proefpersonen kan geconcludeerd worden of de doelen zijn behaald. Er wordt een proces doorlopen, waarbij vragen gesteld worden en handelingen uitgevoerd worden. Hieronder volgt dit proces.

Algemeen

Allereerst wordt de proefpersoon gevraagd naar dat deel van de kinderwebsite te gaan dat voor hem ge-

schikt is:

- Spreekt de titel “Kinderen” in het hoofdmenu de proefpersoon aan?
- Kiest de proefpersoon voor de juiste doelgroep?

Aan de hand van deze vragen kan gekeken worden of de beeldende en tekstuele middelen de juiste doelgroep aanspreekt.

Informeren

De proefpersoon wordt gevraagd wat hij/zij weet van het knippen van amandelen. Hij/zij mag vervolgens informatie zoeken op de kinderwebsite, na afloop van het interview wordt nogmaals gevraagd wat hij/zij nu weet van het knippen van amandelen.

- Is de structuur/navigatie duidelijk?
- Wat is de reactie op de vormgeving, de animaties en geluiden?
- Kan de proefpersoon gemakkelijk de gevraagde informatie vinden?
- Hoe wordt het ziekte abc beoordeeld door de proefpersoon?

Vermaken

Om te controleren of de website ook vermakelijk is voor de bezoeker, wordt gekeken naar de reactie van de proefpersoon.

- Wat is de eerste indruk van de website (saai, leuk, vet)?

- Welke reactie heeft de proefpersoon bij de geanimeerde onderdelen?
- Hoe worden de illustraties/afbeeldingen beoordeeld?
- Kan de proefpersoon overweg met de kleurplaten en vindt hij/zij dit leuk?

Wegnemen angst & onzekerheden

Het testen van dit doel geeft in dit vroege stadium geen betrouwbare informatie. Allereerst dient de website gevuld en compleet online te staan, waarna patiënten ook daadwerkelijk de website zullen bezoeken die in aanmerking komen voor een bepaalde behandeling en daar angst voor hebben. Na de behandeling kan een kort evaluatie gesprek met de patiënt gehouden worden. Hierin kan gevraagd worden of de informatie op de website heeft bijgedragen aan een stukje zekerheid en het wegnemen van de angst voor de behandeling.

Kortere behandelgesprekken

Ook het controleren van het effect van de website op de behandelgesprekken is niet betrouwbaar in dit stadium. Als de website goed informeert en uitleg geeft, dan zal dit in de toekomst merkbaar zijn. De behandelgesprekken zullen korter zijn, omdat de patiënt informatie heeft verkregen via de website.

Uitdragen imago

Het SJG wil laten zien dat het een ziekenhuis is dat de zorg verbetert samen met de patiënten. Voor elkaar met elkaar, dat wil het SJG uitstralen.

- Is de vernieuwde huisstijl herkenbaar in de kindersite?
- Wat vindt de proefpersoon van het SJG na het

zien van de kindersite?

- Sluit 'voor elkaar met elkaar' aan bij de beleving van de website?

Afsluiting

Als afsluiting wordt de proefpersoon gevraagd naar eventuele aanvullingen en/of verbeteringen op de website:

- Wat ontbreekt er volgens de proefpersoon?
- Op- of aanmerkingen

6.3 CONCLUSIE

Omdat de website aan het einde van dit afstudeertraject nog niet is opgeleverd, is het niet mogelijk dit onderzoek uit te voeren met meerdere proefpersonen. De website is op dit moment nog niet volledig gevuld met de nodige content waardoor een aantal punten niet beoordeeld kan worden. Daarom wordt aangeraden deze productevaluatie uit te voeren als de website helemaal gevuld is. Dit valt jammer genoeg buiten de afstudeerperiode. In afbeelding 6 is een voorbeeld te zien van een gevulde pagina.

Momenteel is de website aan een aantal personen uit de doelgroep getoond, waarbij alleen het uiterlijk en de animaties met geluiden beoordeeld konden worden. De reacties hierop waren positief. Kinderen geven reacties als cool en vet, terwijl ouders de website leuk vinden. Volgens deze personen past het uiterlijk en de verschillende onderdelen goed bij de website voor de kinderen van het SJG.



Afbeelding 6: tekstpagina kinderen

HOOFDSTUK 7 TRAJECTBESCHRIJVING



Dit hoofdstuk beschrijft het traject dat het afgelopen half jaar is doorlopen. Ook wordt er gekeken naar eventuele problemen die tijdens het traject voorgevallen zijn.

7.1 DOORLOPEN FASES

Van de initiatie fase tot aan de realisatie fase wordt het traject hieronder kort besproken. Tijdens het gehele traject is een logboek bijgehouden, dit kan bekeken worden op <http://blog.roaldcraenen.nl>.

Initiatiefase

Kennismaking met de opdrachtgever en de opdracht stond deze fase centraal. De eerste dag van het afstudeertraject is begonnen met een overleg met het SJG en Beeldvang. Tijdens dit gesprek is de opdracht doorgesproken en is de basis voor het onderzoek gelegd. Vervolgens is een plan van aanpak opgesteld met een planning om het gehele project te kunnen overzien.

Analysefase

Aan de hand van de informatie omtrent de opdracht is een duidelijke en concrete probleemstelling geformuleerd. Aan de hand van deze probleemstelling is onderzoek gedaan. Door het formuleren van deelvragen en het beantwoorden ervan, is antwoord gegeven op de probleemstelling.

Conceptfase

De antwoorden op de deelvragen en de probleemstelling zijn de basis voor het concept. Tijdens de conceptfase is een opzet voor de website gemaakt op basis van deze bevindingen. Hier zijn verschillende elementen uit het onderzoek in meegenomen en overlegd met het SJG.

Ontwerpfase

Nadat het concept in de vorige fase akkoord heeft gekregen is begonnen met het ontwerpen van de kinderwebsite. In deze fase is een afweging gemaakt tussen bepaalde elementen naar aanleiding van het budget. Er is een opzet gemaakt voor de kinderen. Hiervoor is een familie getekend die het kind begeleidt door de website heen.

Voor de jongeren is op een zelfde manier een ontwerp gemaakt voor de website.

Realisatiefase

Na de uitwerking van het ontwerp zijn de verschillende elementen gerealiseerd. Eerst zijn de hoofdmenu buttons gemaakt, waarbij gebruik is gemaakt van animaties met geluid. Ook is in deze fase het ziekte abc voor de kinderen en voor de jongeren gerealiseerd, met als laatste de kleurplaten voor de kinderen.

7.2 DREMPELS

Net als ieder project, heeft ook dit project enkele drempels gekend. Deze worden hieronder beschreven.

Kangoeroe

Voor het Vrouw-Moeder-Kind centrum (VMKc) is een kangoeroe getekend. Deze kangoeroe zal dienen als soort van mascotte en wordt gedrukt op de uniformen van de kinderafdeling. Het probleem rondom de kangoeroe begint doordat een bedrijf, dat de uniformen

gaat produceren, een voorstel heeft gedaan voor de uniformen van de kinderafdeling. Zij hebben een afbeelding van een vriendelijke kangoeroe gebruikt op het uniform. Omdat deze afbeelding niet in lijn was met de tekenstijl van de figuren op de website, is er gekozen voor een andere kangoeroe, wel in deze stijl.

De tekenstijl is simpel met alleen aanzichten van voren en van opzij, daardoor bleek het nogal lastig een kangoeroe te tekenen die net zo vriendelijk was als die op de afbeelding, zie de linker kangoeroe op afbeelding 7. De kangoeroe aan de linkerzijde is aangeleverd door het bedrijf van de uniformen. De kangoeroe rechts is door de student getekend.

Uiteindelijk is in overleg met Hans Corstjens gekozen voor een beperkt aantal voorstellen, waarin het SJG

een keuze kan maken, waarbij uiteindelijk is gekozen voor de kangoeroe afgebeeld in afbeelding 3 aan de rechterzijde.

Kleurplaten

Voor de kinderen zijn online kleurplaten gerealiseerd in Flash. Ook bestaat de optie om de kleurplaten online te verzenden naar een vriendje. Het probleem hierbij is dat de ingekleurde movieclip omgezet moet worden naar een JPEG, zodat deze per e-mail verzonden kan worden. De kennis om dit te realiseren ontbrak, waarna er informatie is gezocht op het internet.

Uiteindelijk is het probleem opgelost door in Flash iedere ingekleurde pixel te verzenden naar PHP. PHP haalt deze informatie op en bouwt een JPEG afbeelding op. De afbeelding wordt op de server bewaard en per e-

mail verzonden.

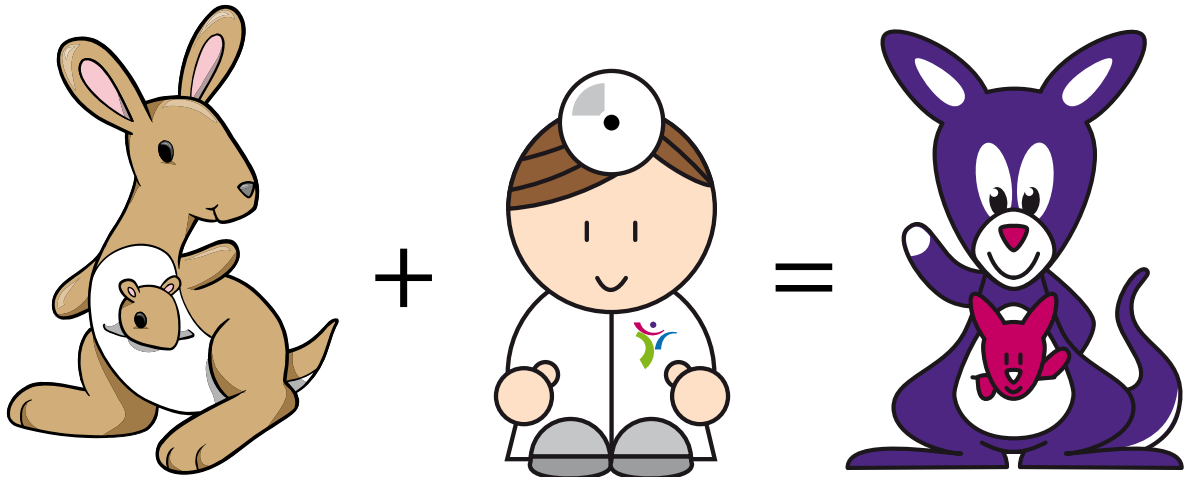
Resolutie browser

Een bekend probleem met betrekking tot het realiseren van een website heeft ook dit project plaatsgevonden. Een gemaakt ontwerp van een website heeft bepaalde afmetingen. Omdat de bezoekers niet allemaal dezelfde computers en beeldschermen met dezelfde resolutie hebben, zien ze de website allemaal net iets anders. Zo heeft de ene (bij een ontwerp met vaste breedte) veel witruimte om de website, terwijl een ander horizontaal moet scrollen om alle content te kunnen lezen.

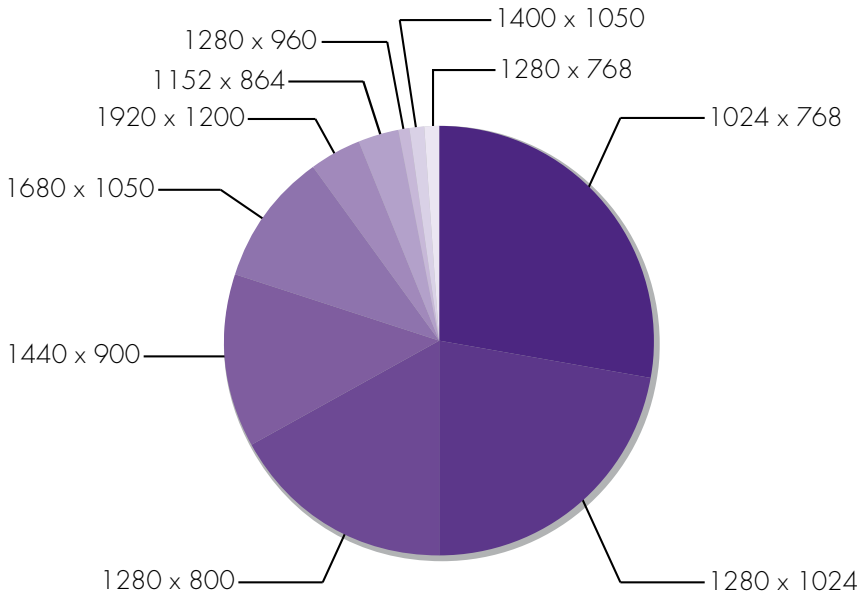
Het hoofdmenu voor de kinderen en de jongeren bestaat uit acht knoppen. Het is de bedoeling dat iedere bezoeker deze knoppen in een oogopslag kan zien. Daarom is er besloten om uit te gaan van een minimale

schermresolutie van 1024 pixels breed en 768 pixels hoog. De keuze voor deze minimale resolutie is gebaseerd op de verdeling van de resolutie van bezoekers van een website op internet, zie afbeelding 8.

Het is onvermijdelijk dat bezoekers verticaal moeten scrollen om alle content te kunnen lezen. Alleen het hoofdmenu dient wel te zien zijn voor alle bezoekers. Daarom is het hoofdmenu in het ontwerp iets naar boven geplaatst.

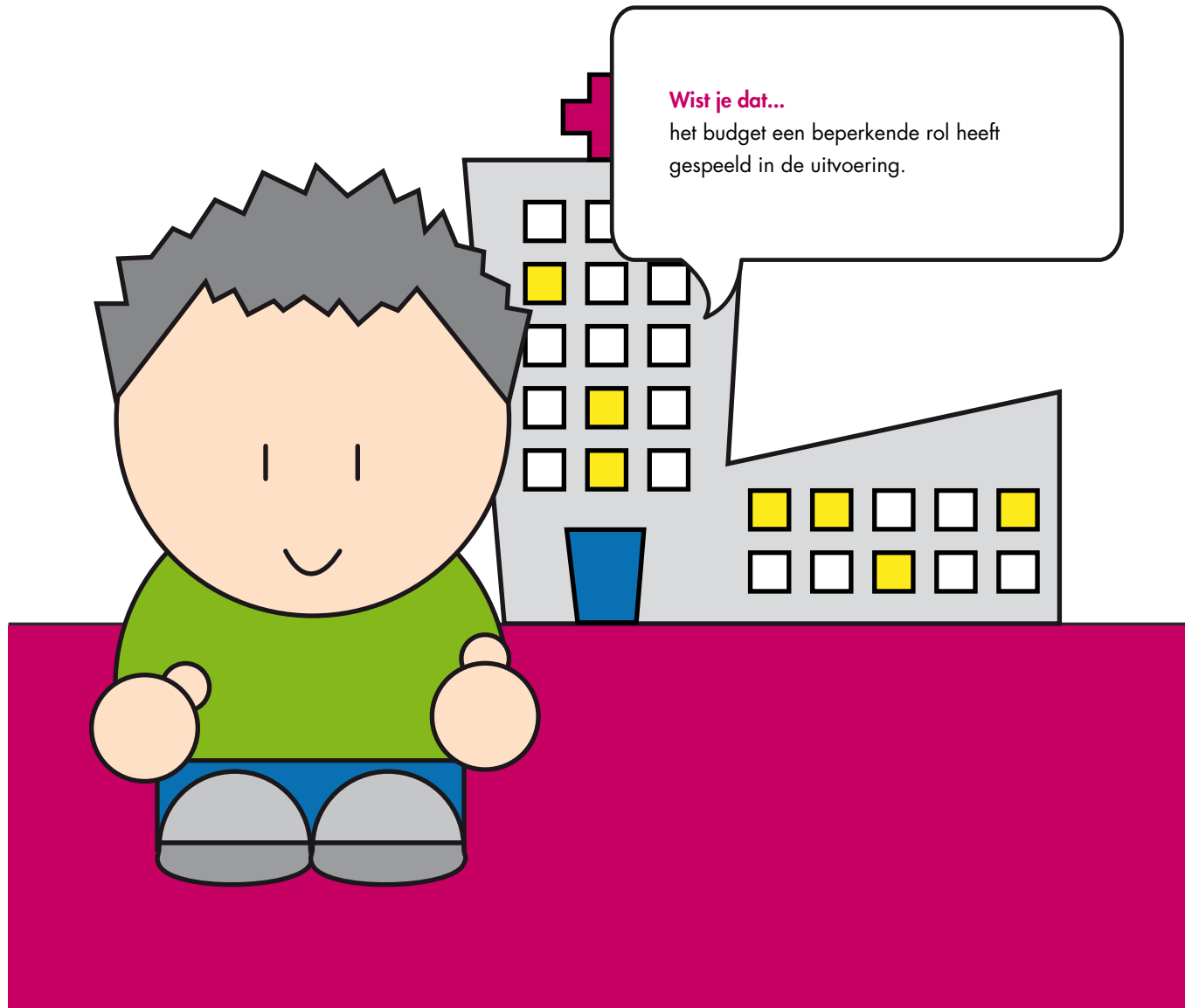


Afbeelding 7: kangoeroe



Afbeelding 8: resolutie beeldscherm internetgebruiker, bron: Google Analytics

HOOFDSTUK 8 REFLECTIE



In dit laatste hoofdstuk wordt teruggekeken naar het project van het afgelopen half jaar. Ook wordt teruggekeken naar de opleiding met betrekking tot de verwachtingen van theorie en de praktijk.

8.1 TERUGBLIK

Het onderzoek is naar mijn mening goed verlopen. In eerste instantie leek het me lastig om een onderzoek op te zetten voor dit onderwerp dat van voldoende niveau is. Het onderwerp leek vanzelfsprekend.

Na het concreet maken van de opdracht met daarbij enkele doelstellingen en deelvragen is een duidelijk beeld ontstaan van het te doorlopen onderzoek. Door antwoord te geven op deze deelvragen heb ik verschillende elementen binnen het ontwerp kunnen realiseren. De resultaten van het onderzoek lagen in de lijn van verwachting, waardoor er geen vreemde dingen zijn ontstaan.

De realisatie aan de hand van de resultaten is jammer genoeg niet 100% uitgevoerd vanwege een beperkt budget. Mocht het budget geen rol gespeeld hebben, dan hadden meer punten uitgewerkt kunnen worden, zoals het verdelen van de doelgroep in meerdere subgroepen.

Verder is de realisatie goed verlopen, mede door kennis voorafgaand aan dit afstudeerproject. Tijdens het ontwerp van dit project heeft het SJG enkele positieve reacties gegeven, waaruit blijkt dat het project op de goede weg zat. Dit werd eveneens bevestigd door Hans Corstjens.

8.2 THEORIE & PRAKTIJK

Dit project is een goed voorbeeld van de theorie en de praktijk zoals deze ook op school aan bod komt. Er is een variëteit aan opdrachten voorgekomen die ict, design en communicatief gerelateerd zijn. Daarbij ben ik van mening dat je jezelf iets meer in een richting moet specialiseren om uit te blinken. De kennis van theorie aangevuld met praktijk ervaring opgedaan tijdens stages of in eigen tijd, zorgt voor een goede basis.

Daarbij vind ik echter dat de opleiding uitgebreid zou kunnen worden met bijvoorbeeld meer marketing kennis om een degelijk onderzoek neer te kunnen zetten. Het uitvoeren van een correct onderzoek is niet voldoende aan bod gekomen in de theorie van de opleiding.

8.3 STAND VAN ZAKE

Aan het einde van het afstudeertraject is de website nog niet opgeleverd. De website staat op een testomgeving, maar zal spoedig "live" gaan. Het SJG moet nog teksten schrijven en informatie verzamelen op de website mee te vullen. Zodra dit gereed is, kan de website de lucht in. Op <http://sjgweert.totalsupport.eu/kinderen> is te zien hoe de website er nu uitziet.

NAWOORD

Het afgelopen half jaar is, net als de opleiding, snel voorbij gegaan. Voordat je het weet zitten de vier jaar bij Fontys er weer op. Dit afstudeertraject is bijzonder leervol en leuk geweest, met name door Beeldvang, waar ik deze opdracht uit heb mogen voeren en het Sint Jans Gasthuis waarvoor dit project is gerealiseerd.

Het opleveren van de website zou volgens de planning plaatsvinden op 2 juni. De implementatie van de website is verzorgd door Total Support. Door een volle planning is de datum van de oplevering verplaatst. Een van de leermomenten hieruit is dat een website die gerealiseerd wordt door meerdere partijen, qua planning strakker in elkaar moet zitten.

Om een oplevering te halen dienen meerdere partijen hun deadlines te halen. Vertragingen en onverwachte

(communicatie) problemen dienen meegenomen te worden in deze planning.

Bij Beeldvang heb ik geleerd hoe je op een professionele wijze kunt werken en projecten kunt doorlopen. Daarnaast heb ik me kunnen grafisch verder kunnen ontwikkelen. Voornamelijk in het gebruik van typografie, het opmaken van bestanden zoals folders en brochures en het volgen van huisstijlregels heb ik veel geleerd.

Dit project heb ik met een goed gevoel af kunnen ronden onder andere door de goede begeleiding en ondersteuning van mijn collega's. Naast enkele kleine opdrachten tussendoor heb ik genoeg tijd gekregen voor het uitvoeren van deze opdracht en het schrijven van deze scriptie.

BRONNEN

LITERATUUR

De onderstaande literatuur is geraadpleegd bij het schrijven van deze scriptie:

- Grit R., Projectmanagement. Noordhoff Uitgevers B.V., 2005.
- Pijpers R. en Martijn T., Klik en klaar. Mijn Kind Online, 2008
<http://www.roaldcraenen.nl/sig/klik-klaar.pdf>
- Pijpers R. en Pardoën J., Next Level. Mijn Kind Online, 2009
<http://www.roaldcraenen.nl/sig/next-level.pdf>
- Verhage B., Inleiding tot de marketing, Stenfert Kroese, 2005.

BRONNEN

De onderstaande bronnen zijn geraadpleegd bij het schrijven van deze scriptie:

- Website van het SJG
<http://www.sjgweert.nl>
- Website Mijn Kind Online: De stichting Mijn Kind Online is een kennis- en adviescentrum over jeugd en (nieuwe) media dat tot doel heeft meer inzicht te verschaffen in de mogelijkheden van nieuwe media, alsook het bevorderen van het verantwoord gebruik daarvan.
<http://www.mijnkindonline.nl>
- Aantal geboren kinderen in de loop van de tijd
<http://tinyurl.com/qa9jdn>
- Ziekenhuisbezoek
<http://tinyurl.com/pd9bmk>
- Veranderingen zorgwet 2009
<http://tinyurl.com/o8ujxj>
- Samenstelling Weert, Nederweert en Leudal
<http://tinyurl.com/o7yztI>
- Reden ziekenhuisopname
<http://tinyurl.com/qfhrqv>

'Naar het ziekenhuis' is de titel van de afstudeerscriptie van Roald Craenen. Deze afstudeerscriptie beschrijft het project waarbij een gedeelte van een website voor kinderen is ontwikkeld voor het Sint Jans Gasthuis te Weert. Dit afstudeerproject is doorlopen bij Beeldvang, een communicatie- en ontwerpbureau in het centrum van Weert.