

Gemeente VIANEN



Afstudeerverslag

Onderzoeken of de doelstellingen van de nieuwe website van de gemeente Vianen van een jaar geleden zijn behaald.

Lisette Klok

11011408

Afstudeerder bij Tigges

Februari 2015 tot juni 2015, Voorburg

P.J.G Deters

Begeleidend examinator

Jaap van Beijnum

Tweede examinator

Februari 2015 tot juni 2015

Opleiding: Communicatie en Multimedia Design, CMD
Haagse Hogeschool

Afstudeerbedrijf: Tigges, Voorburg

Opdrachtgever: Gemeente Vianen
Contactpersoon: Indira Scholtmeijer

Referaat

Voor mijn afstudeerstage van de opleiding Communicatie en Multimedia Design aan de Haagse Hogeschool, loop ik stage bij Tigges aanstekelijke communicatie in Voorburg.

Namens Tigges voer ik een onderzoek uit naar de gemeentelijke website van Vianen. Deze website is een jaar geleden (begin 2014) opgeleverd. Tigges en de gemeente Vianen willen graag weten of de toen opgestelde doelstellingen van een jaar geleden zijn behaald.

Trefwoorden: HHS, CMD, afstuderen, Tigges, gemeente, Vianen, website, Onderzoek, doelstellingen, bewoners.

Voorwoord

Mijn opleiding is nu echt bijna voorbij. Het einde is in zicht gekomen. Om de laatste loodjes binnen te halen, heb ik eerst keihard geknald met deze afstudeeropdracht. Alles is af, binnen de 17 weken die hiervoor beschikbaar waren. Ik sta achter mijn producten en het eindresultaat.

Dat diploma komt wel erg dichtbij – en nu, wil ik het hebben ook!

Ik wil mijn afstudeer bedrijf Tigges onwijs bedanken voor de steun en hulp tijdens mijn afstuderen. Ook wil ik mijn lieve ouders bedanken die mij hebben geholpen tijdens de laatste loodjes!

Voorburg, 2 juni 2015

Lisette Klok

Inhoudsopgave

1. Inleiding	6
2. Bedrijf	8
2.1. Tigges	9
2.2. Gemeente Vianen	9
2.3. Mijn positie binnen het bedrijf	10
3. Opdracht	12
3.1. Vaststellen probleemstelling	13
3.2. Bepalen doelstellingen	13
3.3. Vastleggen resultaat	14
3.4. Bepalen werkmethodes	14
3.5. Opstellen activiteiten	16
3.6. Op te leveren producten	16
4. Initiatiefase	18
5. Definitiefase	24
5.1. Opstellen plan van aanpak	25
5.2. Opstellen doelgroepsanalyse	25
5.3. Opstellen persona's	31
6. Ontwerpfase	33
6.1. Opstellen testplan A	34
6.2. Uitvoeren testen A	43
6.2.1. <i>Gebruikerstest</i>	43
6.2.2. <i>Performance test</i>	44
6.3. Testresultaten verwerken A	47
7. Voorbereiding fase	51
7.1. Definiëren concept	52
7.2. Interface design vastleggen	54
7.3. Navigatie design opstellen	56
7.4. Definitief ontwerp	57

8. Realisatiefase	58
8.1. Low-fi prototype ontwikkelen	59
8.2. Opstellen testplan B	60
8.3. Low-fi prototype testen B	62
8.4. Testresultaten verwerken B	62
8.5. Low-fi prototype verbeteren	63
9. Nazorgfase	66
10. Evaluatie	68
10.1. Procesevaluatie	69
10.2. Productevaluatie	73
Literatuurlijst	77
Bijlage A: Afstudeerplan	79

Externe bijlage A: Quicksan
 Externe bijlage B: Plan van aanpak
 Externe bijlage C: Doelgroepsanalyse
 Externe bijlage D: Testplan A
 Externe bijlage E: Testrapport A
 Externe bijlage F: Ontwerprapport
 Externe bijlage G: Testplan B
 Externe bijlage H: Testrapport B
 Externe bijlage I: Adviesrapport

Inleiding

1 Inleiding

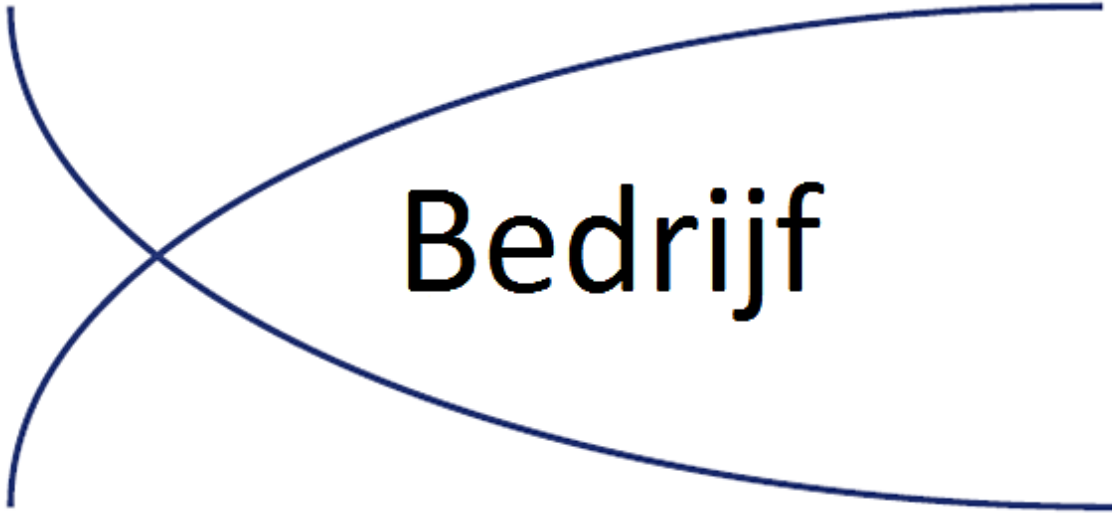
Mijn afstudeerstage zit er op! Wat is die tijd snel gegaan. Ik heb mijn afstudeerstage bij het communicatiebureau 'Tigges' in Voorburg gedaan met een onderzoeksopdracht naar de website van de gemeente Vianen. Tigges had een jaar geleden een nieuw design voor deze website gemaakt. Tigges en de gemeente Vianen willen nu weten of deze website goed aansluit bij de wensen en verwachting van de gebruikers. Dit ben ik gaan onderzoeken. Ik heb deze opdracht alleen uitgevoerd. Ik wist goed wat ik moest doen en binnen welk tijdsbestek. Normaal werk ik liever in groepsverband, maar het is mij deze keer zeer goed bevallen om alles alleen te doen. Er zelf voor moeten zorgen dat alles op tijd af komt, zelf de contacten leggen, afspraken maken en ga zo maar door. De sfeer op het bureau was ook altijd goed, dat gaf een ontspannende werksfeer. Ik ging met plezier naar mijn stage. De producten zijn nu af en ik ben er trots op. Ik heb er mijn uiterste best voor gedaan.



Dit verslag schrijf ik voor de examinatoren en geëngageerde, zodat zij inzicht kunnen krijgen hoe ik mijn afstudeerstage heb doorlopen. Per fase wordt dit besproken. In totaal heb ik zes fases doorlopen. In deze hoofdstukken beschrijf ik mijn werkwijzen. Ik vertel hoe ik opdrachten heb aangepakt en waarom ik voor een bepaalde keuze ben gegaan. Het laatste hoofdstuk, de evaluatie, bestaat uit twee onderdelen: procesevaluatie en productevaluatie. Bij de procesevaluatie ga ik na of ik tevreden ben over de stappen die ik in mijn werkwijze heb gemaakt en wat ik de volgende keer anders kan/ga doen en kan verbeteren. Bij de productevaluatie kijk ik of ik het uiteindelijke product goed vind, hoe het er uitziet en of ik nog iets mis.

In hoofdstuk twee vindt u mijn initiatiefase. Vervolgens in hoofdstuk drie mijn werkwijze van de definitiefase. De ontwerpfase is terug te vinden in hoofdstuk vier. Hierna volgt in hoofdstuk vijf uitleg over de voorbereidingsfase. Hoofdstuk zes beschrijft de realisatiefase. Hierna komt de laatste fase, de nazorgfase en sluit ik af met hoofdstuk acht de evaluatie.

Mijn prototype is te zien op: <http://invis.io/ZU2KXQKJ8>



Bedrijf

2 Bedrijf

2.1 Tigges



Tigges bestaat al sinds 1979 en helpt opdrachtgevers bij het kiezen van de juiste positionering, de formulering van het communicatiebeleid en de vertaling daarvan in plannen en middelen. Ze adviseren, maar voeren het zelf ook graag 'in de volle breedte' uit. In print en online, van concept tot campagne, van schets tot magazine, van ontwerp tot huisstijl en van beeldmerk tot belettering. Tigges werkt voor een gevarieerde klantengroep: zakelijke dienstverlening, overheid en industrie. Uitgangspunt voor alle activiteiten zijn de doelstellingen en het verhaal van de klant dat men ontdekt, benoemt en vertaalt in een creatief concept waaruit de juiste middelen logisch voortvloeien.

Het vaste team bestaat uit een art director, drie creatieve ontwerpers, een DTP-er, drie communicatieadviseurs en een administrateur. Daarnaast beschikt het bureau over een ruim netwerk van freelance art directors, DTP-ers, tektschrijvers, onlinespecialisten, webbouwers, fotografen en andere toeleveranciers.

Tigges medewerker	Functie
Arjen Verduijn	Directeur, eerste bedrijfsbegeleider
Pieter Pijlman	Art director, tweede bedrijfsbegeleider
Paul van Bussel	Administrateur
Hans van Dijk	Ontwerper
Judith van den Akker	Adviseur
Niek Kuling	Ontwerper
Sietse Koenders	Ontwerper
Selma Mulder	Senior communicatieadviseur
Lidy de Leeuw	DTP-er

2.2 Gemeente Vianen



Vianen is een middeleeuws vestingstadje gelegen in het poldergebied De Vijfheerenlanden. Binnen de grachten en stadsmuren is het streng geometrische stratenpatroon uit de middeleeuwen bewaard gebleven. De 15e eeuwse Lekpoort is nog in volle glorie te zien.

Vianen durft te dromen! In de strategische toekomstvisie 'Vianen 2025' heeft de gemeente ambitieuze uitdagingen geformuleerd. Een nog aantrekkelijker woonomgeving, historische en landschappelijke waarden beter zichtbaar maken en gericht investeren in vitaliteit en dynamiek door economie en toerisme te ontwikkelen. Daarbij heeft Vianen oog voor 'social return on investment'

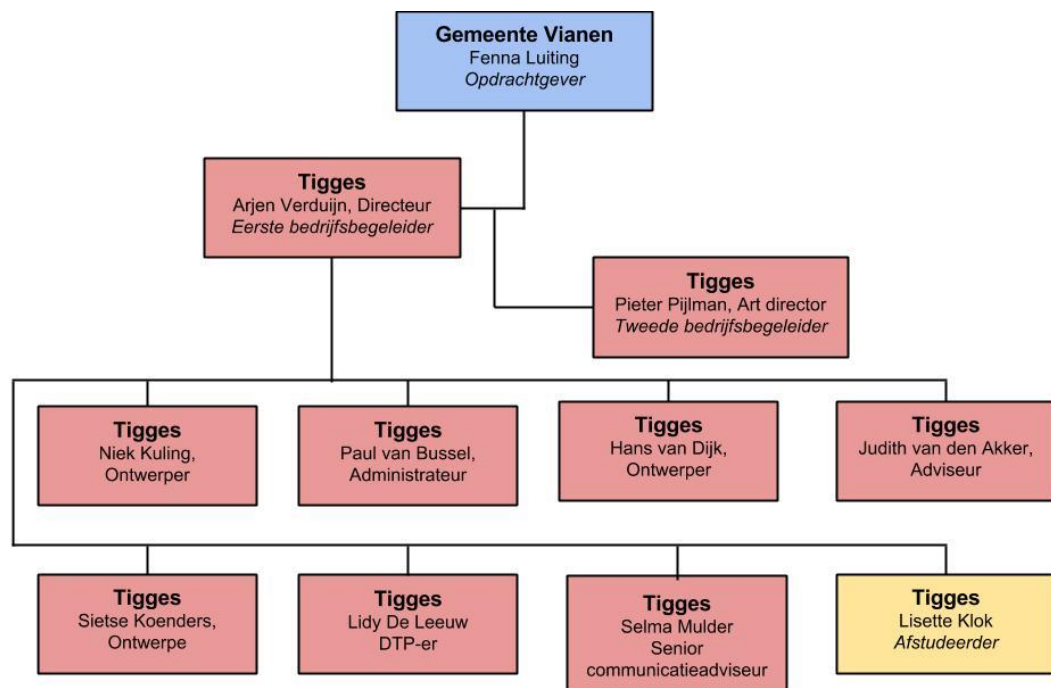
De gemeente is een jaar geleden, overgestapt naar een systeem van online afspraken voor gemeentelijke diensten. Dit is ingevoerd, om de dienstverlening naar zijn inwoners en gebruikers te verbeteren. Lange wachttijden aan de balie zijn hiermee te vervallen.

Fenna Luiting – Opdrachtgever, contactpersoon

Door omstandigheden kreeg ik na week 13 een andere opdrachtgever/contactpersoon, namelijk: Indira Scholtmeijer, Communicatieadviseur; Gemeente Vianen.

2.3 Mijn positie binnen het bedrijf

Ik werkte mee op de afdeling communicatie en advies van Tigges. Mijn opdrachtgever is de gemeente Vianen. Tigges ligt vlakbij een pittoreske winkelstraat: de Herenstraat in Voorburg. Hier werk ik voornamelijk. Als er een test afgenomen moet worden reis ik naar Vianen. Bij Vianen heb ik de beschikking over een ruimte waar ik de testen kan afnemen.



Dit is de werkruimte bij Tigges. Het eerste bureau op de foto is mijn bureau. Naast mij zit ontwerper Hans. Het is een fijne open ruimte waar je altijd iedereen om hulp kan vragen. Soms doe ik ook mee aan een brainstormsessie om zo meer bedrijfservaring te krijgen.



Opdracht

3 Opdracht

3.1 Probleemstelling

Een jaar geleden heeft Tigges voor de gemeente Vianen een nieuwe website ontwikkeld. Nu een jaar later is de vraag, heeft deze website voldaan aan de doelstellingen die destijds zijn gesteld door de gemeente Vianen? Zelf hebben Tigges en de gemeente Vianen hier nog geen tijd voor gehad. Wel willen beide partijen graag antwoord op deze vraag.

De doelstellingen waren:

- Heeft de keuze voor het direct benaderbaar maken op de homepage van de meest gevraagde dienstverlening (vb. 'toptaken', verbeeld door iconen) daadwerkelijk geleid tot een efficiënter gebruik van de website?
- Is de keuze voor het aanbieden van gemeentelijke en toeristische informatie over de gemeente een juiste gebleken?
- Wordt er tussen beide hoofdsegmenten geswitcht of blijven bezoekers vooral binnen het eerste onderdeel van hun keuze?
- Zijn er in functie, vormgeving en techniek keuzes gemaakt die met de kennis van vandaag anders – en beter – kunnen?
- Is de 'responsiviteit' goed? Functioneert de website op kleinere beeldschermen (telefoon, tablet) voldoende?
- Kunnen gebruikers hun weg binnen de website goed vinden?
- Is het taalgebruik voldoende functioneel: begrijpen bezoekers kort en goed wat er wordt bedoeld?

Nu is de taak van de afstudeerder van "Tigges" om dit te onderzoeken. Tigges of de gemeente Vianen hebben hier zelf nog niet aan kunnen werken en willen graag een frisse blik erop.

De hoofd- en deelvragen zijn opgezet door mijn opdrachtgever.

Mede door de gesprekken met de opdrachtgever kwamen ook andere aspecten naar voren waar naast de doelstellingen rekening mee gehouden moest worden.

Dit waren:

1. Hoe beoordelen en waarderen de bevolking van Vianen en andere gebruikers het toeristische deel van de website?
2. Wat voor gevoel roept de website bij gebruikers op? Vertrouwen, trots?
3. Maken de inwoners voldoende gebruik van de digitale aanvraagmogelijkheden?
4. Waar zoeken de meeste gebruikers op? Kunnen zij dit ook makkelijk vinden?

3.2 Doelstelling

Binnen de afstudeerperiode zal de afstudeerder bij het bedrijf "Tigges" door middel van een advies- en ontwerprapport inzicht geven in de behoeften van de bezoeker van de gemeente website van Vianen.

3.3 Resultaat

Aan het einde van de afstudeerperiode wordt een advies- en ontwerprapport opgeleverd. Deze documenten worden versterkt met een testplan, een testrapport en een adviesrapport waarmee de gemeente zelf verder aan de slag kan. De producten geven de gemeente inzicht over hoe de gebruikers van de website denken en staan tegenover de website. Wat is er goed aan de website en waar liggen nog verbeterpunten?

3.4 Werkmethodes

De projectmethode die ik tijdens dit project heb gebruikt is de methode van Roel Grit. Deze methode richt zich op de voorbereiding, uitvoering en afhandeling van projecten en is te gebruiken door zowel projectleiders als opdrachtgevers, projectleden en andere betrokkenen(1). Deze methode bestaat uit een vastgesteld aantal fases om tot het eindproduct te komen. De fases die hij hanteert zijn hieronder in de afbeelding te zien.

Figuur 1.3 Fasering en producten van elke fase



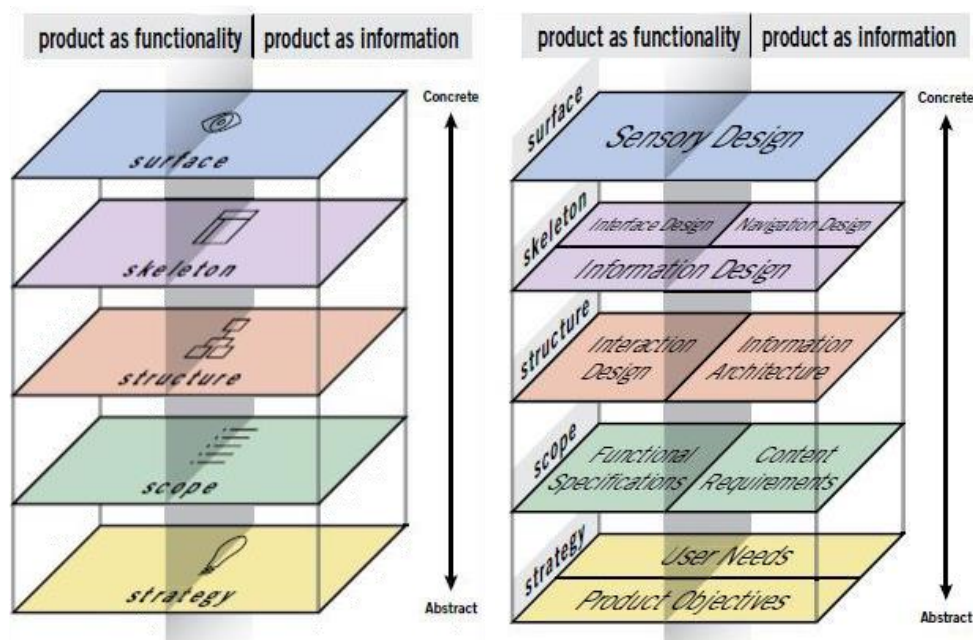
Met Roel Grit methode kunnen de projectactiviteiten worden gestructureerd. Per fase heb ik de betreffende activiteiten gepland. Ik heb voor de methode van Roel Grit gekozen en niet voor de Scrum methode omdat ik dit project alleen uitvoer. De scrum methode waar ik ook bekend mee ben is beter te gebruiken als het project in teamverband wordt gedaan. De scrum methode houdt ook om de twee weken een overleg en elke dag een 'Daily Standup', dit kan ik niet alleen doen. De Roel Grit methode is wel in een eenmansproject toe te passen.

Omdat ik twee keer een test ga uitvoeren met gebruikers, voer ik één test in de 'Ontwerpfase' uit. Ik maak daardoor in één fase mijn ontwerp, namelijk in de 'Vorbereidingsfase'. In de realisatiefase wordt de tweede test uitgevoerd. Deze aanpassing komt omdat ik eerst er achter moet komen hoe de huidige website ligt bij de gebruiker en zo daarop een verbeterd ontwerp kan maken. Dit verbeterde ontwerp wordt getest in de 'Realisatiefase'.

Voor het ontwerpen en verbeteren van het huidige ontwerp heb ik een andere methode nodig. De Roel Grit methode is een projectmethode en gaat niet in op hoe je aan de slag moet gaan tijdens het maken van een ontwerp. Voor mijn ontwikkelmethode maak ik gebruik van de Planes van Jesse James Garrett. De reden dat ik hiervoor gekozen heb, is omdat de traditionele waterval methode van Garrett meer geschikt is voor het project dan een agile werkmethode.

De waterval methode is de methode die op de hogeschool wordt aangeleerd. Met de waterval methode vloeien de fases in elkaar over. Als je bijna klaar bent met de een fase kan je al een opzet gaan maken voor de volgende fase.

Hierdoor is het makkelijker om nog eens terug te vallen op de vorige fase en daarin iets aan te passen, zonder dat het project gelijk vastloopt. De Planes van J.J. Garrett zijn hier een voorbeeld van (2). Ik heb het gebruik ervan als prettig ervaren.



In de eerste plane, de strategie, komen de user needs aanbod. De user needs zijn later terug te vinden in het product: doelgroepsanalyse. De drie middelste planes komen terug in het ontwerpproject en met de laatste plane: surface wordt het prototype gemaakt.

Omdat ik voor de eerste test al te weten moest komen wie de gebruikers zijn, om de test hier op af te stellen, verwerkte ik in de definitiefase de 'User needs'. Deze zijn opgesteld in de doelgroepsanalyse. Dit is de reden dat ik dit onderdeel eerder uitvoerde dan de overige stappen van de planes, die behandeld worden in het ontwerpproject.

3.5 Activiteiten

De activiteiten die ik ga afwerken, doorloop ik door middel van de fasering van Roel Grit. Ik heb mijn producten laten aansluiten bij de fases die hij beschrijft en de producten die hierbij horen.

In de tabel hieronder is te zien hoelang ik van plan was aan een fase te werken. Ook zal ik uitleggen welk product in welke fase gemaakt wordt.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
Initiatiefase	x																
Definitiefase	x	x	x	x	x												
Ontwerpfase					x	x	x	x	x								
Vorbereidingsfase									x	x	x	x					
Realisatiefase												x	x	x	x	x	
Nazorgfase																	x

3.6 Producten

Initiatiefase

Quickscan

In de Quickscan worden met behulp van zorgvuldig gekozen heuristics, die betrekking hebben op de gemeente website, vragen opgesteld. Ik heb deze vragen zelf beantwoord en een waardering mee geven. Als een vraag een waardering '1' krijgt, is dit een punt dat waarschijnlijk verbeterd moeten worden. Deze verbetering zal verderop in het proces plaats gaan vinden.

Definitiefase

Doelgroepanalyse

De doelgroepanalyse geeft een duidelijk beeld van de mensen voor wie de website bedoeld is. Hoe zitten deze doelgroepen in elkaar en wat zijn de verschillen binnen deze doelgroepen? Hoe gaan zij om met technologie, hoe ziet hun leefomgeving eruit, et cetera. Hierbij wordt ook gebruik gemaakt van Persona's.

Ontwerpfase

Testplan deel A

In het testplan komen de onderzoeksvraag en de deel- en meetvragen te staan. Het plan dient voor de uiteindelijke test van de huidige website. In het plan beschrijf ik de testtaken, testscenario's en de testopstelling. Het doel van het testplan is om aan te geven hoe de informatie wordt verkregen. De antwoorden zijn terug te vinden in het testrapport.

Testrapport deel A

Het testrapport is het vervolg van het testplan. In dit document komen de uitkomsten van het testplan testtaken. In het testrapport verwerk ik de uitkomsten van de uitgevoerde test van de website. De analyse geeft inzicht in waar de knelpunten zitten en wat juist goed werkt op de website.

Vorbereidingsfase

Ontwerprapport

In het ontwerprapport wordt aan de hand van de Planes van Jesse James Garret de totstandkoming van het eindproduct uitgelegd.

Realisatiefase

Prototype

De mockups die zijn gemaakt in het ontwerprapport worden gebruikt bij het maken van het prototype. De mockups zullen klikbaar worden om zo de nieuwe navigatie bij de gebruikers te kunnen testen.

Testplan deel B

Hier komen de testtaken, testscenario's en de testopstelling te staan die gebruikt gaan worden voor het testen van het prototype. Hierbij worden evenals bij deel A een onderzoeksvraag en deel- en meetvragen geformuleerd.

Testrapport deel B

Dit deel bevat de resultaten van testplan deel B, de resultaten van het prototype. Door de testresultaten te analyseren kan ik in kaart brengen of de veranderingen naar aanleiding van de eerste test daadwerkelijk verbeteringen zijn ten opzichten van de uitgangssituatie (de huidige website).

Nazorgfase

Adviesrapport

Met de conclusies uit het testplan en de verbetervoorstellen wordt een adviesrapport opgesteld. De opdrachtgever zou alleen dit document kunnen doorlezen en dan precies weten wat er veranderd moet worden.

Initiatiefase

3 Initiatiefase

De initiatiefase is bedoeld om duidelijkheid te krijgen over eventuele problemen binnen de gemeentelijke website van Vianen.

Door dit te analyseren met behulp van een quickscan komen de eventuele moeilijkheden en/of problemen snel aan het licht. De quickscan voer ik uit met de heuristics methode en zal door mij en twee experts worden afgenomen. De heuristics methode zorgt ervoor dat de experts en ik volgens voor opgezette criteria, de website kunnen beoordelen. Deze methode werkt snel en efficiënt. Zo weet ik in een vroeg stadium waar ik verder in het project rekening mee moet houden. Hierna kan ik dieper ingaan op de doelstellingen.

Er is voor gekozen om geen benchmark onderzoek te houden. De gemeente heeft hier zelf al eerder onderzoek naar gedaan, voordat het nieuwe ontwerp online kwam.

Vandaar dat de gemeente er geen meerwaarde in zag om nu een jaar later het zelfde onderzoek nog eens te houden.

Na deze fase ga ik in op mijn onderzoeksvraag en de daarbij horende doelstellingen.

Maken quickscan

Eerst heb ik me ingelezen in wat de heuristics methode inhield en voor dit onderzoek kon betekenen(3). Vervolgens heb ik mij verdiept in welke heuristics het meest geschikt waren, dit om een oordeel over de gemeentelijke website te kunnen geven. Uiteindelijk ben ik op 11 van de 25 aangeboden toepasselijke heuristics voor het beoordelen van de gemeentelijke website uitgekomen. Niet alle heuristics waren toepasbaar op de website, omdat aspecten uit de heuristics niet op de website aanwezig waren, kon men deze dus niet beoordelen.

Het gaat om een overheidswebsite, deze moet voor iedereen beschikbaar zijn.

Daarbij hanteerde ik de hieronder genoemde criteria:

- De website moet begrijpelijk zijn voor iedereen.
 - o Goede leesbaarheid
 - o Begrijpelijk qua informatie
 - o Ondersteunende en heldere vormgeving
- De gebruiker moet zelf zijn eigen keuzes kunnen maken op de website.
- De gebruiker kan gemakkelijk navigeren.
- De gebruiker moet weten waar hij uitkomt na ergens op te hebben geklikt.
- De gebruiker moet door hebben dat het om een gemeentelijke website gaat.
- De gebruiker moet weten waar hij zich in de website bevindt.

Hieronder staat één van de heuristics die ik heb geselecteerd. Voor dit project is het belangrijk dat de gebruiker kan voorspellen wat er zou kunnen gebeuren als er op een knop wordt gedrukt. Het is erg belangrijk dat de gebruiker niet kan/mag verdwalen op de website. Deze heuristic sluit aan op de hierboven genoemde criteria: de gebruiker moet weten waar hij uitkomt na ergens op te hebben geklikt.

- *Predictability*

De interface werkt zodanig dat de gebruiker nauwkeurig kan voorspellen wat er zal kunnen gebeuren.

Bron: externe bijlage, Quickscan

Door het inzien van een quickscan die ik in een van mijn eerdere schoolblokken heb gemaakt, wist ik dat de volgende stap het maken van een vragenlijst zou zijn, waarmee ik de website ging beoordelen. Het probleem was echter dat ik niet meer wist hoe ik die vragen moest opstellen. Daarvoor ben ik internet gaan opzoeken hoe een quickscan werk. Daar vond ik niet de antwoorden die ik nodig had en om deze reden ben ik andere studiegenoten gaan vragen over hun kennis met betrekking tot een quickscan. Zo kwam ik er achter dat ik vragen moest opstellen, die verband houden met de heuristics en bij elke vraag een normering moest opstellen.

De vragen voor de heuristics heb ik gebaseerd op de beschrijving en zo gemaakt dat de vraag toepasselijk was voor de gemeentelijke website. Hieronder is een voorbeeld van zo'n vraag.

15	Ik begrijp waar ik uit kom, na het klikken op een interactief element.	1-2-3-4-5
-----------	--	-----------

Bron: externe bijlage, Quickscan

Door te werken met deze vragen kan ik gericht antwoord geven en laat ik mij zelf en de expert dieper kijken en zoeken in de website. Zelf heb ik deze vraag beantwoord met een '5': 'De titels zijn duidelijk genoeg om te weten waar ik op uit kom nadat ik er op heb geklikt'.

Ik maakte een vragenlijst met maximaal twintig vragen. Niet meer, omdat dan de beantwoording dan te lang zou duren. Overigens was ik ook van mening dat de twintig vragen mij genoeg informatie zouden moeten geven. Met minder zou ik misschien informatie missen en met meer dubbele antwoorden krijgen. Omdat ik twintig vragen heb en elf heuristics, heb ik bij negen heuristic twee vragen bedacht en bij twee, één vraag. Ik heb bij die heuristics maar één vraag, omdat deze ene vraag deze hele heuristic beantwoorde en vandaar geen twee vragen heb gemaakt. Bij het opstellen van de vragen keek ik goed naar wat deze heuristic inhield en naar de gemeente website, zodat de vraag hierop gebaseerd was.

Ook voegde ik een puntennormering toe. Dit heb ik gedaan, omdat ik hiermee later kan bepalen hoe de website in het algemeen had gescoord en hoe er per vraag is gescoord. Ik heb voor een vijfpuntschaal gekozen en niet voor een driepuntschaal, omdat ik die te beperkt vind. Met een driepuntschaal heb je alleen slecht, neutraal en goed. Dit vond ik te weinig. Ik ben van mening dat er tussen slecht en neutraal, neutraal en goed, nog extra mogelijkheden zitten als redelijk en uitstekend.

Later heb ik wel aan de gemiddelde uitkomst kleuren toegekend: rood, oranje en groen. Rood was voor 0 – 2, geel voor 2.1-4 en alles boven 4 werd groen. Door de kleur toekenning kon ik snel en gemakkelijk zien op welke vragen er laag was gescoord. Dit hoeft niet te betekenen dat er iets op de website slecht werkt, het kan ook zijn dat dit punt ontbreekt. Het maximale te behalen aantal punten bij deze test was: 100.

Na het opstellen van de vragen ben ik zelf eerst deze vragen gaan beantwoorden. Tijdens het beantwoorden kwam ik erachter dat ik bepaalde zaken op de website miste of dat links niet klopte. Deze opmerkingen vond ik belangrijk genoeg om mee te nemen in de quickscan en heb ik verwerkt onder mijn antwoorden op de vragen. Ik heb mijn bevindingen ook door mijn bedrijfsbegeleider en tweede bedrijfsbegeleider laten lezen om te kijken of zij zich hierin konden vinden en of zij nog opmerkingen hadden. Zij vonden mijn inzicht erg goed. Door mijn bevindingen kwamen zelf ook achter verbeterpunten die zij nog niet wisten, zoals dat niet alle links in de website klopte. Dat vonden zij zeer nuttig om te weten.

Toen ik al met mijn plan van aanpak, van de volgende fase bezig was, attendeerde een studiegenoot mij erop dat ik een Quickscan vragenlijst die ik had opgesteld, door andere 'experts' moest laten invullen, zodat ik feedback kreeg van meerdere kanten en er een analyse van gemaakt kon worden. Hiervoor heb ik alsnog een vragenlijst naar de experts gestuurd. De experts, die ik had uitgekozen, moesten aan de volgende criteria voldoen:

- Ervaring hebben met beoordelen
- Ervaring hebben met websites,
- Ervaring hebben met interaction design

Op deze punten moeten zij op deskundig niveau scoren. De experts die ik hiervoor geschikt vond en mij hierbij wilde helpen waren mijn eerste bedrijfsbegeleider en een mede afstudeergenoot.

Met deze gegevens heb ik nog een analyse gemaakt en zo heb ik uiteindelijk een betere Quickscan kunnen maken die veel waardevoller is dan die alleen mijn bevindingen had gebruikt. In de analyse is een overzicht gemaakt waarin duidelijk te zien is hoe de vragen zijn beoordeeld (zie externe bijlag: Quickscan). De heuristics die ik met een 1 of 2 had beantwoord werden soms ook beaamd door de andere experts. Dit gaf zo meer kracht om aan te tonen dat hier iets veranderd moet worden. Omdat ik bij elke vraag een normering had toegevoegd, kon ik de score aflezen die elke expert had gegeven. Zelf kwam ik uit op: 76 van de 100 te behalen punten. Mijn bedrijfsbegeleider had 79 punten gegeven en mijn mede afstudeergenoot 71 punten.

De gemeentelijke website scoorde zowel bij mij, als bij mijn mede experts goed. Maar dat betekende niet dat er helemaal niets veranderd hoefde te worden. Het zal hier niet over hele drastische veranderingen gaan, maar wel over kleine elementen die het voor de gebruiker van de website een stuk gemakkelijker en zeker aantrekkelijker zullen maken.

Hieronder is een selectie te zien van de heuristics en de daarbij horende uitslagen.

Nummer	Vraag	Waarde
1	Bij het zien van de website word ik aangetrokken tot het lezen en verder navigeren op de website.	1-2-3-4-5
2	Ik kan zelf overal naartoe navigeren op de website, de website beslist niet voor mij.	1-2-3-4-5
3	Ik herken dat de website, de gemeentelijke website van Vianen is.	1-2-3-4-5
4	Ik snap dat de website uit 2 delen bestaat.	1-2-3-4-5
5	De iconen op de homepage zijn duidelijk vormgegeven.	1-2-3-4-5
6	De vormgeving van de website komt rustig op mij over.	
7	Ik word niet overladen met afbeeldingen en kleurgebruik.	1-2-3-4-5
8	Ik krijg feedback als ik iets verkeerd doe op de website.	1-2-3-4-5
9	Er is een voorleesknop en een Engelstalige optie aanwezig.	1-2-3-4-5
10	Het is duidelijk te zien welke elementen klikbaar zijn.	1-2-3-4-5

Vraag	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Scoren Lisette	3,5	2,5	4	2,5	4	5	1,5	3,5	0	4
Scoren Ilona	4	3	5	1	5	4	4	3	1	4
Scoren Arjen	5	4	5	4	5	5	5	1	3	4
Gemiddelde	4,2	3,2	4,7	2,5	4,7	4,7	3,5	2,5	1,3	4

Vraag 9 over de voorleesoptie en de Engelstalige optie is met een 1,3 beoordeeld. Een opmerking hierbij was: 'Er is geen Engelstalige optie aanwezig, wel een voorlees optie maar deze werkt niet goed'. Dit is geen groot probleem, maar wel een punt om bij stil te staan en in het verbeterde ontwerp toe te passen. Het geeft een meerwaarde aan de website.

Vraag 4 is wel een hele belangrijke vraag: 'Is de tweedeling zichtbaar?'. Daar draait het bij deze website vooral om. Dat hier laag op gescoord is, geeft aan dat dit niet duidelijk is. Als dit ook later zou blijken uit de usability test met de doelgroep, moet dit punt zeker aangepakt worden.

De site behaalde een gemiddelde van 75 punten. De site bevat veel goede elementen, maar er waren ook nog een paar punten voor verbetering vatbaar. Het belangrijkste punt was daarbij het verduidelijken van de tweedeling.

In de initiatiefase heb ik door middel van de ingevulde quickscans een duidelijk beeld gekregen over de gemeentelijke website. Hierdoor ben ik in staat om een inschatting te maken van de problemen die gebruikers kunnen ervaren. Door in de ontwerpfase een test op te stellen die afgenomen zal worden met daadwerkelijke gebruikers, kan ik hier meer zekerheid over krijgen. Maar eerst ga ik in de definitiefase die hierna komt, de doelgroep vaststellen. Wie is de primaire en wie is de secundaire doelgroep?

Definitiefase

5 Definitiefase

De tweede fase is de definitiefase. Hierin wordt duidelijk wat er gaat gebeuren tijdens het project en op wie de nog te ontwikkelen test gericht gaat worden. In het plan van aanpak wordt duidelijk hoe het verloop van het project er uit komt te zien, wanneer welk product wordt gemaakt en wat het product inhoudt. Ook wordt in de definitiefase de doelgroepanalyse gemaakt. Hierbij wordt duidelijk wie de primaire en secundaire doelgroep zijn, met de daarbij behorende kenmerken. Dit is een onderdeel van de plane 'strategie' uit de ontwikkel methode van Jessie James Garrett. Ik moet dit onderdeel eerder uitvoeren om er achter te komen op wie ik de eerste test ga baseren.

Deze doelgroepanalyse wordt opgesteld aan de hand van verschillende bronnen. De bronnen die gebruik zijn: Google Analytics, CBS en SIDN. De gemeente beschikte zelf niet over specifiekere informatie over de inwoners van Vianen, dan wat deze bronnen konden aantonen. Door middel van deze bronnen en overleg met mijn bedrijfsmentor en opdrachtgever ben ik tot een primaire en secundaire doelgroep gekomen. Hierdoor kunnen de latere testtaken beter aansluiten bij de gekozen doelgroepen. Interviews zijn hier niet aan te pas gekomen.

5.1 Opstellen plan van aanpak

Het plan van aanpak heeft veel weg van mijn eerder gemaakte afstudeerplan, dus kon ik delen hieruit overnemen. Het ging om de onderdelen: bedrijf, probleemstelling, doelstelling en resultaat. Verder vulde ik het plan van aanpak aan met de standaard richtlijnen en werkzaamheden. Bij de standaard richtlijnen vermeld ik hoe ik de verdere documentatie ga doorvoeren, de risico's en mijn projectmethode.

Bij het onderdeel risico's staat vermeld wat te doen bij ziek worden of andere problemen. Dit gaf mij een zeker gevoel voor het geval dat er iets mis zou gaan. De projectmethode werd ook al in mijn afstudeerplan uitgelegd. In het plan van aanpak staat een bredere uitleg. Met name mijn eerste bedrijfsbegeleider vond dat handig, zodat hij beter wist hoe ik te werk zou gaan. Ook het hoofdstuk werkzaamheden was een uitbreiding op de vermelde producten in mijn afstudeerplan. Hiermee creëerde ik een duidelijker beeld voor mijzelf, bijvoorbeeld wanneer ik welk product af moest hebben of wat het product precies inhield.

5.2 Opstellen doelgroepanalyse

Dit project is gericht op de gebruikers van de website van de gemeente Vianen. Vastgesteld dient te worden wie deze gebruikers zijn en hoe de gebruiker om gaat met het nieuwe design van de website. Door meer inzicht te krijgen in de doelgroep, kan ik de latere test, die uitgevoerd zal worden op de huidige website, beter op de doelgroep laten aansluiten. De gemeentelijke website is nu gericht op de inwoners en ondernemers en op bezoekers die geïnteresseerd zijn in toerisme in en rond Vianen.

Ik moest als eerste te weten komen wie de primaire en secundaire doelgroep waren. Hierna kon ik dieper ingaan op de kenmerken van deze doelgroepen. Door toegang te verkrijgen tot de Google Analytics van de gemeentelijke website en eventuele documenten van de gemeente, hoopte ik hierachter te komen. Google Analytics kon mij wel laten zien waar de gebruikers vandaan kwamen, voornamelijk uit Vianen, maar gaf geen informatie over bijvoorbeeld: leeftijden en/of geslacht.

Plaats	Sessies	% Sessies
1. Vianen	3.352	 28,36%
2. Utrecht	1.378	 11,66%
3. Houten	1.162	 9,83%

Bron: externe bijlage, Doelgroepanalyse

Doordat ik geen informatie had over de primaire doelgroep van de gemeentelijke website, ben ik met mijn bedrijfsmentoren gaan discussiëren. We zijn gaan nadenken en gaan inschatten wie de primaire en secundaire doelgroep zouden kunnen vormen. Wij kwamen tot de conclusie dat de primaire doelgroep bestaat uit:

- Man / vrouw.
- Woonachtig in Vianen. (Dit komt uit de gegevens van Google Analytics)
- Leeftijd tussen de 30 en 50 jaar.

Wij zijn tot deze doelgroep gekomen omdat wij denken dat deze leeftijdscategorie het meeste baat heeft bij de gemeentelijk informatie. Wij denken dit, omdat deze doelgroep beschikt over een huis en een baan en hiervoor de nodige informatie nodig zullen hebben.

De secundaire doelgroep bestaat uit:

- Man / vrouw.
- Woonachtig in Vianen.
- 50 tot 70 jaar.

Er is voor deze doelgroep gekozen omdat wij denken dat de inwoners onder de 30 jaar, nog bezig zijn met studeren, een eerste baan zoeken enzovoort en daardoor minder interesse hebben in de gemeentelijke informatie. De leeftijdsgroep van 50 tot 70 jaar, zal informatie willen over regelingen voor bejaarden, pensioenen, het bestuur en overige gemeentelijke zaken.

Met deze aannames ben ik naar mijn opdrachtgever gegaan en gevraagd of zij het hier mee eens was. Ik kreeg terug dat zij zich hier inderdaad in kon vinden en omdat er geen specifiekere informatie was, kreeg ik toestemming om met deze aannames verder te gaan werken.

Toen de gemeente en ik het eens waren over wie de doelgroepen zouden worden ben ik gaan na denken wat ik over deze doelgroepen te weten wilde komen. Wat de kenmerken zouden zijn voor deze doelgroep.

De kenmerken waar ik achter wilde komen waren:

- Hoe gaat de doelgroep om met internet?
- Wat is hun interesse in hun eigen omgeving?
- Wat is hun interesse in de gemeentelijke website?
- Waarvoor gebruiken ze de website?
- Wat ze van hun omgeving vinden (zodat als een bezoeker iets extra's zou willen weten over de gemeente Vianen, zij dat via de gemeentelijke website te weten zouden kunnen komen).

Bovenstaande specifieke kenmerken heb ik naar mijn opdrachtgever gestuurd met de vraag of zij hier meer informatie over kon verstrekken.

Mijn opdrachtgever gaf echter aan dat de gemeente niet over deze specifieke informatie beschikte. Wel raadde zij mij de volgende pdf bestaand aan: Gemeente op maat, Vianen(4). Dit pdf bestand bevat de belangrijkste kerncijfers over Vianen die de gemeente zelf ook gebruikt. Helaas vond ik vooral informatie over de bevolkingsdichtheid, sterfte, wegen ect. en geen voor mijn vragen over hoe de bevolking zich gedraagt.

Omdat de gemeente niet veel informatie kon leveren, moest ik mijn specifieke kenmerken (interesse in hun eigen omgeving, interesse in de gemeente website en waarvoor ze die gebruiken) aanpassen. Hierdoor werd het onderzoek een stuk minder specifiek dan ik had gewild. Zo leerde ik de doelgroep minder kennen. Maar dit was nu eenmaal een gegeven. Om toch wat meer informatie over de doelgroep te weten te komen ben ik op de volgende kenmerken uitgekomen.

De volgende kenmerken ben ik gaan onderzoeken:

- Internetgebruik.
- Vrijtijdsbesteding.
- Besteedbaar inkomen.
- Beroep.

Ik heb voor het kenmerk 'Internetgebruik' gekozen, omdat het onderzoek gaat over een website. Door te weten te komen hoe de doelgroep met internet om gaat kan ik beter inschatten hoe zij met de website zullen omgaan. Het kenmerk 'Vrijtijdsbesteding' heb ik gekozen, omdat de website ook een toeristische kant heeft. Als mensen naar de provincie Utrecht komen, waarvoor komen ze dan? En in welke jaargetijde zijn welke activiteiten het meest in trek? Door dit te weten kan de gemeente hierop in spelen.

De kenmerken 'Besteedbaar inkomen' en 'Beroep' heb ik geselecteerd voor de inwoners/ondernemers kant van de website. Mensen met een baan zullen vast willen weten hoe het zit met belastingen of willen misschien wel een eigen bedrijf oprichten. Deze informatie biedt de website ook. Met de informatie van deze kenmerken kan de gemeente de website beter laten aansluiten op de behoeftes van de toekomstige gebruikers.

Internetgebruik

Voor onderzoeken naar het internetgebruik van Nederlanders, zocht ik in Google op de woorden 'Internet gebruik Nederland'. Hierbij kwam ik op de volgende sites:

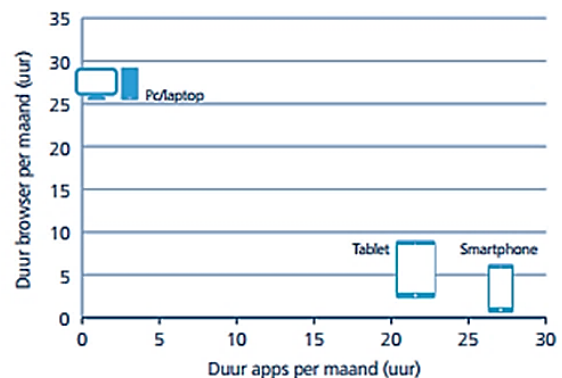
- Het CBS (5).
- Marketingfacts (6).
- En een pdf van SIDN (Stichting Internet Domeinregistratie Nederland) (7).

Ik heb deze bronnen gebruikt omdat het instanties zijn die betrouwbare feiten en cijfers documenteren. Ik ben bij deze drie bronnen gebleven, omdat het anders te veel informatie zou worden en ik het overzicht kwijt zou raken.

Deze websites/onderzoeken toonde de meest recente informatie op het CBS na, dat onderzoek kwam uit 2008 maar er was geen vergelijkbaar recenter onderzoek te vinden. De informatie in dit document vond ik waardevol genoeg om het op te nemen in mijn verslag. SIDN heeft in 2014 een onderzoek gedaan naar de trends in internetgebruik. Dit onderzoek is een vervolg op eerdere onderzoeken die SIDN in 2012 en 2013 had gehouden. Hierdoor wist ik dat zij goede en bijdetijdse informatie leverden. Zo kwam ik er achter dat het formaat, veel uit maakt voor de tijd die mensen achter een beeldscherm zitten. Achter een groot beeldscherm van een desktop computer zitten mensen gemiddeld een half uur en op een klein scherm van een smartphone maar twee minuten.

Dit was algemene informatie die heel Nederland betrof. Specifiekere informatie was er niet. Toch namelijk handig om te weten, want omdat uit gegevens van Google Analytics bleek (zie stukje hierna) dat de website vooral wordt bezocht door middel van computers. De gemeente biedt veel informatie en deze informatie moet voor de gebruiker te vinden zijn binnen het tijdsbestek dat de gebruiker achter de computer zit.

Figuur 3a: gebruik devices o.b.v. duur



Bron: externe bijlage, Doelgroepanalyse

Google Analytics toonde ook aan dat Windows het besturingssysteem is waarmee de meeste sessies worden gedaan. Voor Vianen is dat handig om te weten, want dan kan men er rekening mee houden bij het ontwerp.

Besturingssysteem	Sessies	% Sessies
1. Windows	6.858	58,56%
2. iOS	2.390	20,41%
3. Android	1.612	13,76%

Bron: externe bijlage, Doelgroepanalyse

Vrijtijdsbesteding

Het CBS had een onderzoek 'Toerisme en recreatie in cijfers, 2013'(8). Dit onderzoek kon mij inzicht geven in o.a. dagtochten wanneer wat in trek is en waar. Deze cijfers waren gebaseerd op de provincies en leeftijdsgebonden in Nederland, niet op Vianen zelf. Er was op dit gebied geen specifieke informatie over Vianen zelf te vinden. Hierdoor heb ik gekeken naar de cijfers van de provincie Utrecht. Dat is ook de reden waarom ik de algemene informatie heb gebruikt voor het beantwoorden van het hoofdstuk: Vrijtijdsbesteding. Ik had veel liever gehad dat er wel specifiekere informatie over Vianen was geweest, zodat mijn vervolgonderzoek daar beter op kon aansluiten.

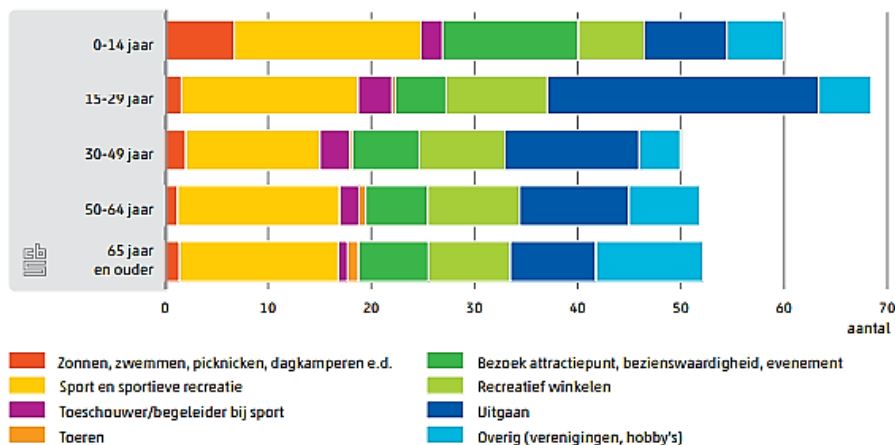
Het CBS gaf mij inzicht in de vrijetijdsbesteding van de Nederlandse bevolking gebaseerd op leeftijdscategorieën. Door dit te weten kan de gemeente inspelen op de toeristische behoefte van de primaire doelgroep, gebaseerd op leeftijd.

De primaire doelgroep waar ik mij op richt zijn mannen en vrouwen tussen de leeftijd van 30 en 50 jaar. Deze groep is in het algemeen het minst actief qua dagtochten. De 30-49 groep houdt zich het meest bezig met sportieve recreatie en uitgaan (de vakken geel en donkerblauw), namelijk 13 keer ongeveer. Deze punten heb ik ook verwerkt in de persona (5.3). Bert houdt van wandelen en gaat graag naar de recreatieplas de Put.

De secundaire doelgroep van 51 t/m 75 jaar doet vaker een dagtocht naar een sportieve recreatie maar gaat minder uit naar bijvoorbeeld cafés.

7.1.3 Gemiddeld aantal dagtochten per persoon naar leeftijd en belangrijkste activiteit¹⁾, 2006/'07

Average number of day trips per person by age and main activity, 2006/'07



Bron: Onderzoek dagrecreatie 2006/'07.

Bron: externe bijlage, Doelgroepanalyse

Verder heb ik gekeken welke dagtochten het meest worden gedaan en welke dagtochten in de provincie Utrecht het meest worden uitgevoerd. Deze gegevens gaan niet specifiek in op de primaire doelgroep, maar het is voor de gemeente wel goed om te weten wat toeristen en de bevolking het liefst in Utrecht doen. Dan kunnen daarvoor eventueel later evenementen of extra recreatie ontwikkeld worden.

Dit zou dan op de website vermeldt kunnen worden. Zodra mensen dit door hebben zullen zij vaker de website gaan gebruiken om dit soort informatie op te zoeken. Zo kan de gemeente meer toerisme aantrekken.

Besteedbaar inkomen en beroep

De kenmerken besteedbaar inkomen en werkzaamheden, moeten inzicht geven in de bevolking van Vianen om het inwoners- en ondernemers gedeelte van de website daarop te laten aansluiten. Als bijvoorbeeld de huurprijs voor winkelpanden omhoog gaat, is het van belang dat de ondernemers deze informatie terug kunnen vinden op de gemeentelijke website. Van mijn opdrachtgever hoorde ik voor het eerst van CBS Statline (9). Met Statline kon ik zelf aanvinken welke informatie ik wilde zien en vervolgens zelf de categorieën erbij uitkiezen. Maar ook hier waren de gegevens niet actueel en er ontbrak soms informatie.

Ik kon wel hele nuttige combinaties maken, maar vaak kreeg ik antwoorden met nul inhoud. Een goed voorbeeld is hieronder te zien. De kolom 'Afstand tussen woon- en werkgemeente' leverde helaas geen gegevens op. Omdat het CBS mij niet kon helpen, moest ik het zonder deze informatie doen.

	Onderwerpen	Banen van werknemers	Afstand tussen woon- en werkgemeente
	Werkregio's	Vianen	Vianen
Woonregio's	Perioden	x 1 000	km
Vianen	2006 december	2,9	0,0
	2007 december	3,0	0,0
	2008 december	3,0	0,0
	2009 december	2,8	0,0
	2010 december	2,5	0,0
	2011 december	2,9	0,0

© Centraal Bureau voor de Statistiek, Den Haag/Heerlen 12-2-2015

Bron: externe bijlage, Doelgroepanalyse

Mijn uiteindelijke doelgroep, na dit onderzoek is:

- De primaire doelgroep:
 - Man / vrouw (aanname: opdrachtgever)
 - Woonachtig in Vianen (Google Analytics)
 - Leeftijd tussen de 30 en 50 jaar (aanname: opdrachtgever)
 - Is geïnteresseerd in sportieve recreatie en uitgaan (CBS: toerisme en recreatie in cijfers, 2013)
 - Werkt in Vianen of omgeving (CBS, Stateline)
- De secundaire doelgroep is:
 - Man / vrouw (aanname: opdrachtgever)
 - Woonachtig in Vianen (Google Analytics)
 - 50 tot 70 jaar (aanname: opdrachtgever)
 - Doet aan dagtocht naar een sportieve recreatie. Gaat minder uit naar bijvoorbeeld cafés. (CBS: toerisme en recreatie in cijfers, 2013)

Voor een uitgebreidere conclusie kunt u de externe bijlage: 'Doelgroepanalyse' lezen.

5.3 Opstellen persona's

Een persona is een fictief persoon die de doelgroep vertegenwoordigt. De gegevens die ik had verzameld in mijn doelgroepanalyse zijn terug te vinden in de persona. Zo zal de primaire persona een baan hebben in Vianen (zie tabel hiervoor) en zal hij ook binnen de leeftijdscategorie van de primaire groep vallen, 30 tot 50 jaar.

En werkt 'Bert' in de agrarische sector in Vianen en gaat hij graag wandelen met zijn vrouw over de dijk. (Zie primaire persona hieronder, de secundaire persona is in de externe bijlage, Doelgroepanalyse te zien)

Ik heb gekozen om zowel voor de primaire als voor de secundaire doelgroep niet meer dan één persona te maken. Meer persona's zouden kunnen afleiden en voor verwarring zorgen. Elke persona bevat informatie als: persoonsgegevens, werk, gezinssituatie, hobby en internetervaring. Deze zijn gebaseerd op de onderwerpen waar ik onderzoek naar heb gedaan. Vooral de internetervaring is erg belangrijk omdat de doelgroep om moet kunnen gaan met de gemeentelijke website.

Door een quote en een foto toe te voegen kreeg de persona meer persoonlijkheid. Door iconen toe te voegen aan de stukken tekst zien lezers snel waar het over gaat. Door te werken met persona's heb ik voor mij een fictief beeld gemaakt waar ik op terug kan vallen en aan terug kan denken tijdens het verdere proces. Door hieraan terug te blijven denken kan ik de volgende producten beter laten aansluiten op de behoeftes en gebruiken van de persona's.



Naam: Bert Duijn
Leeftijd: 46 jaar
Woonplaats: Vianen
Burgerlijke staat: Gehuwd
Beroep: Directeur

Bert Duijn, woont en werkt al zijn hele leven (46 jaar) in Vianen. Hij is hier geboren en getogen. Bert is erg trots op zijn mooie dorp Vianen. Bert werkt als directeur bij zijn eigen agrarische bedrijf. Hier werkt Bert al 13 jaar, met veel plezier.

“Het is hier zalig wonen, iedereen is altijd vriendelijk, het is hier lekker rustig en als je de drukte op wil zoeken ben je zo in Utrecht.”

Vianen

Vianen is het dorp waar de meeste familie van hem woont. Dat is ook een van de grootste redenen waarom hij hier graag wil blijven wonen. Hij is erg betrokken bij zijn gemeente en wilt daarom ook goed op de hoogte zijn van alles wat er gebeurt.

“Het is een familie dorp.”

Het is een fijn dorp met veel natuur. Daarom wandelt Bert graag met zijn vrouw in het weekend. Vroeger gingen we vaak met de jongens naar de recreatieplas de Put.

Werkervaring

Bert begon op zijn 16de met werken bij Café de Rooie Reiger. Hier begon hij als bediende en later stond hij achter de bar. Nadat hij zijn agrarische diploma in zijn zak had is hij gaan werken bij een agrarisch bedrijf buiten Vianen. Toen hij samen met zijn vriend genoeg ervaring had opgedaan, begonnen ze hun eigen agrarische bedrijf in Vianen. Nu 13 jaar verder zijn ze steeds verder uit gegroeid en gaan de zaken goed

Internet

Zijn bedrijf heeft een eigen website. Hij heeft de website laten bouwen, maar beheert hem nu zelf. Hij is er niet heel handig, vandaar dat de site niet erg up-to-date is. Hij vindt de website van de gemeente erg mooi, al kan hier niet altijd alles vinden.

In deze definitiefase is duidelijk geworden wie de primaire en secundaire doelgroep zijn. Dit is aan de hand van overleg tussen mijn bedrijfsmentoren en opdrachtgever vast gelegd. Na het vast stellen hiervan is er naar informatie over deze doelgroepen gezocht, om zo een beter beeld te krijgen van doelgroepen. Deze informatie is noodzakelijkerwijs gebaseerd op globale onderzoeken, er was geen specifieke informatie over de doelgroepen te vinden. Van al deze informatie zijn er persona's gemaakt. De persona's vertegenwoordigen de doelgroepen. Met behulp van deze informatie kan ik de testtaken die in het volgende hoofdstuk worden beschreven, beter op de doelgroepen laten aansluiten.

Ontwerpfase

6 Ontwerpfase

In de ontwerpfase worden testplan A, de eerste test en testrapport A ontwikkeld en uitgevoerd. In deze fase wordt duidelijk waar de huidige website op getest gaat worden, hoe deze test is verlopen en wat de eindresultaten zijn van deze eerste test.

In het testplan A wordt duidelijk gemaakt met welke methode er getest gaat worden en hoe de test eruit komt te zien op het gebied van vragen en testtaken. In het testplan A zullen de deelvragen aan de testtaken worden gekoppeld. Er worden twee soorten testen gehouden:

1. Gebruikerstest
2. Performancetest

In 6.2 beschrijf ik hoe deze testen zijn verlopen. De gebruikerstest is afgenomen in Vianen met inwoners uit Vianen en de performance test heb ik zelf afgenomen. Voor het afnemen van de gebruikerstest gebruik ik het programma Morae (a software solution for usability testing, including recording of the screen and user) (10).

Dit programma biedt twee opties:

- Observer; hiermee wordt de testpersoon gefilmd en het beeldscherm wordt opgenomen.
- Manager; hiermee kunnen de films worden terug gekeken en statistieken worden gemaakt.

De onderdelen die in de performancetest aanbod komen zijn: responsiviteit, laadsnelheid en nieuwe technieken.

De uitwerkingen van deze twee testen worden verwerkt in testrapport A, zie 6.3.

6.1 Opstellen testplan A

Voor het opstellen van het testplan heb ik eerst research gedaan. Ik wilde weten wat voor soort testen zijn er op het gebied van usability en welke test het meest geschikt is voor mijn opdracht. Ik heb via Google gezocht op usability testen en zo kwam ik op de website van Frankwatching.com (11). Dit artikel bevatte 5 tips voor het concreet aanpassen van je website door middel van een usability test.

Tip 1: Reserveer vóór het testen al budget om je website te optimaliseren

Tip 2: Bedenk vooraf goed wie en wat je wilt testen

Tip 3: Kies het juiste moment en de juiste frequentie

Tip 4: Test niet in je torenkamer: laat stakeholders meekijken en meedenken

Tip 5: Prioriteer de bevindingen en verbind ze met organisatiedoelen

De tweede tip geeft aan dat er goed nagedacht moet worden, met wie en wat je wilt gaan testen. Met wie dat wist ik. Mijn centrale vraag was: hoe gaat de gebruiker om met de gemeentelijke website? Deze vraag is erg globaal. Frankwatching vermeldde ook nadrukkelijk dat het onmogelijk is om de hele website in één keer te testen. Ik zag soortgelijke ideeën ook op andere websites. Daarom ben ik goed gaan nadenken over wat de gemeente Vianen precies wilde bereiken met de website. Namelijk: Doet de website wat we ooit hadden bedacht? Bevordert het nieuwe design het gebruiksgemak?

Door de gesprekken die zijn gevoerd aan het begin van mijn project werden er ook andere aspecten duidelijk die naast de doelstelling belangrijk waren, zoals aspecten:

1. Hoe beoordelen en waarderen de inwoners van Vianen en andere gebruikers het toeristische deel van de website?
2. Wat voor gevoel roept de website bij gebruikers op? Vertrouwen, trots?
3. Maken de inwoners voldoende gebruik van de digitale aanvraagmogelijkheden?
4. Waar zoeken de meeste gebruikers op? Kunnen zij dit ook makkelijk vinden?

Om deze vragen en de doelstellingen te kunnen beantwoorden, heb ik deelvragen opgesteld. De deelvragen gebruik ik bij het opstellen van testtaken. Ze geven inzicht in hoe ik antwoord wil krijgen op deze vragen.

Een voorbeeld van een doelstelling met daarbij horende deelvragen:

Heeft de keuze voor het direct benaderbaar maken op de homepage van de meest gevraagde dienstverlening (de toptaken) daadwerkelijk geleid tot een efficiënter gebruik van de website?

- Werkt een gebruiker met de toptaken?
- Snapt de gebruiker dat er ook een toeristisch deel is?
- Kunnen testpersonen gemakkelijk over de website navigeren?

Omdat het bij deze doelstelling gaat over efficiënter gebruik van de website, moet ik te weten komen hoe de gebruiker navigeert op de website. Worden de toptaken gebruikt om sneller bij een onderwerp te komen en zien de testpersonen dat er nog een deel is, zodat er gericht gezocht kan worden? Daar wil ik achter komen.

Testruimte

Frankwatching (12) vermeldde hoe je het beste een test kan voorbereiden. Zelf wist ik vanuit de opleiding al hoe ik een test moest afnemen, maar een stappenplan is altijd handig. Zo voorkwam ik dat ik een stap over zou slaan en werd ik ook nog op een paar punten gewezen, zoals het toepassen van synchroon (tijdens de test hardop praten, ook wel Think aloud genoemd). Dit vind ik een zeer waardevolle techniek, omdat ik naast de antwoorden op papier zo meer te horen kan krijgen van de testpersonen wat hun onderbouwing is bij dat antwoord.

Waar ik de test wilde afnemen wist ik van te voren al, in Vianen met de bevolking daar. Google Analytics had aangetoond dat de grootste groep gebruikers uit Vianen zelf kwam. Wat ik wilde gaan testen was: hoe gaan de gebruikers om met de nieuwe design van de website?

Er zijn verschillende manieren om een gebruikerstest af te nemen:

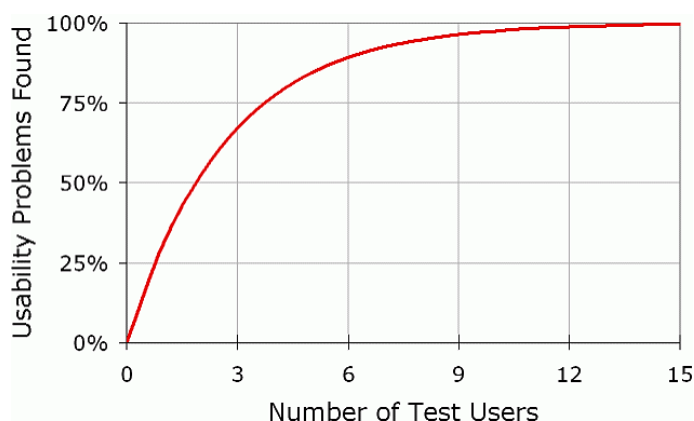
- testen in een lab.
- testen op afstand.
- testen in de gebruikers omgeving etc.

Elke manier heeft zijn voor- en nadelen. In een lab testen zou heel handig kunnen zijn met alle faciliteiten die daar zijn, maar daar is geen geld voor beschikbaar. Ik ging daarom zelf de test afnemen in Vianen. Ik had met mijn bedrijfsbegeleider en opdrachtgever overlegd, waar ik de test het beste zou kunnen uitvoeren. Opties waren ergens in een café, zodat ik het winkelende publiek even van straat kon halen en als vergoeding iets kon aanbieden, of op het gemeentehuis zelf, ergens vlakbij de ingang. Ook werd voorgesteld om aan de gemeente te vragen of ze misschien een bericht konden plaatsen over de test in bijvoorbeeld de lokale krant of op Twitter. Dit heb ik afgeraden, omdat ik vermoedde dat ik daarmee niet de juiste doelgroep zou krijgen voor deze test. De mensen die hierop zouden reageren hebben al veel interesse in de gemeente en weten waarschijnlijk al hoe de gemeentelijke website werkt.

De burger die niet het dagelijks gemeentenieuws leest, maar wel eens gebruik maakt van de website, dat zijn de mensen die ik wil gebruiken voor mijn test. Deze mensen komen niet regelmatig op de website maar als ze er gebruik van maken moet hij wel meteen duidelijk zijn. Daarom wilde ik inwoners van straat halen en vragen een test over hun gemeentelijke website te maken.

Uiteindelijk heb ik in overleg met mijn opdrachtgever besloten dat ik een spreekkamer ter beschikking zou krijgen, in de hal van het gemeentehuis. Hierdoor ben ik makkelijk bereikbaar voor de testpersonen. Deze ruimte is ook rustiger dan de optie om in een café te gaan zitten en zo heb ik echt mijn eigen testruimte.

Frankwatching bespreekt in zijn artikel hoeveel testpersonen je nodig hebt voor een usability test. Hier worden verschillende aannames besproken: Jacob Nielsen zegt dat je met vijf testpersonen 75% van de problemen achterhaalt. Steve Krug meent dat drie testpersonen ook genoeg is. (12)



Bron: externe bijlage, Testplan A

Ik heb de theorie van Nielsen goed bestudeerd om te zien waarom hij er vijf kiest. Ik kon mij erg vinden in zijn onderbouwingen zoals: *Als je meer en meer gebruikers toevoegt, zal je opnieuw en opnieuw dezelfde dingen te zien krijgen en leer je dus niets bij. Er is geen echte noodzaak om te blijven observeren wat uiteindelijk hetzelfde resultaat oplevert. Met 5 testpersonen haal je 75% van de fouten naar boven.*

Daarom heb ik er ook voor gekozen om per persona (ik heb er twee), 5 testpersonen te gebruiken en zo op een totaal van 10 testpersonen te komen en zo van beide kanten 75% van de fouten naar boven te halen.

Operationalisering

In de operationalisering heb ik deelvragen afgeleid van de doelstellingen en aspecten die de gemeente aan mij gaf. Bij de deelvragen heb ik meetvragen gemaakt. Door antwoorden op de meetvragen te krijgen kan ik uiteindelijk de deelvraag beantwoorden.

De deelvraag hieronder is afgeleid van de doelstelling: Heeft de keuze voor het direct benaderbaar maken op de homepage van de meest gevraagde dienstverlening (de toptaken) daadwerkelijk geleid tot een efficiënter gebruik van de website?
Het aspect wat hier ook bij hoort is: Doet het wat we ooit bedacht hebben?

Deelvraag	Meetvraag	Meetmoment	Meeteenheid	Bereik
Werkt een testpersoon met de toptaken?	Snapt de testpersoon het principe van toptaken?	Vragenlijst	Snappen (Ordinaal)	Ja voor.., ja voor.., nee
	Herkent en begrijpt de testpersoon de iconen?	Vragenlijst	Begrijpen	Openvraag
	Mist de testpersoon toptaken?	Vragenlijst	Missen	Openvraag
	Navigeert de testpersoon door middel van de toptaken?	Usability test	Navigeren (Binaire)	Ja / Nee

Bron: externe bijlage, Testplan A

Waar het bij de bovenstaande deelvraag vooral om gaat, is het werken met de toptaken. Hierin spelen verschillende factoren een grote rol:

- Het icoon.
- Het navigeren ermee.
- Worden de toptaken opgemerkt?

Met deze factoren heb ik meetvragen gemaakt. Bij elke meetvraag heb ik bekeken wat het meetmoment zal zijn, de meeteenheid en bereik. Ik had voor de gebruikerstest twee soorten meetmomenten: Vragenlijst en usability test. Omdat sommige meetvragen alleen beantwoord kunnen worden aan de hand van een vragenlijst en sommige alleen aan de hand van een usability test. En combinatie was overigens ook mogelijk.

Voor de performancetest heb ik alleen meetvragen gemaakt. Ik heb hier geen deelvragen omdat er maar 1 doelstelling over de performance ging. Hier deelvragen bij bedenken zou geen toegevoegde waarde geven. Met het beantwoorden van de meetvragen kan ik al de doelstelling beantwoorden. Deze meetvragen zijn afgeleid

van de doelstellingen: 'Zijn er in functies, vormgeving en techniek keuzes gemaakt die nu anders/beter kunnen?' En: 'Is de responsiviteit goed?'.

De meetvragen die ik hierbij heb bedacht waren:

- Zijn er nieuwe technieken die de website zouden kunnen verbeteren?
- Is de responsiviteit goed, op zowel grote als kleine schermen?
- Wat zoeken de gebruikers voornamelijk?
- Welke toptaken worden het meest gebruikt?

Bij de performancetest waren er twee meetmomenten: de vragenlijst en Google Analytics. Google Analytics zie ik als een meetmoment omdat het gegevens kan laten zien op het gebied van bijvoorbeeld de meest gezochte onderwerpen. De vragenlijst is een meetmoment waarmee ik antwoord geef op bijvoorbeeld de vraag: zijn er nieuwe technieken op website gebied?

Testmethode

Aan het begin van mijn onderzoek (wetende wat de opdracht ging worden) wist ik dat mijn testmethode een usability test zou gaan zijn. De website moest getest worden bij de gebruikers, daar ging het om. Google Analytics geeft wel waardes en statistieken over de website, maar laat niet duidelijk genoeg zien hoe de gebruiker daadwerkelijk navigeert en denkt over de stappen die hij maakt binnen de website. Met een usability test kom ik hier wel achter. Ik ben wel gaan uitzoeken welke testmethodes er zijn om zo vast te stellen welke methode het beste past bij mijn test. Om te kijken hoe een gebruiker over de website navigeert en de gedachtegang hierachter, vielen er sowieso technieken af als: Focus group, card sorting, remote testing en flits testen(13). De flits test methode viel bijvoorbeeld af omdat dit een te snelle methode is. Er moet namelijk goed gekeken worden hoe gebruikers de website gebruiken en waar de gebruiker vast loopt en iets mist.

Ik heb ervoor gekozen om geen tijdsplanning te maken (12). Voor mij had dit geen toegevoegde waarde, omdat ik op willekeurige momenten mensen op straat zou aanspreken. Ik was van plan om mensen in en rondom het gemeentehuis aan te spreken en ze dan te vragen of zij bereid waren om mee te werken aan de test. Dat kon ik niet plannen. Ik moest er zelf op dat moment voor zorgen dat ik aan de 10 testpersonen kwam.

Ik besloot de performance test zelf uit te voeren. Dit deel ging puur om de performance, hiervoor had ik geen gebruikers nodig, alleen een computer. Ook heb ik voor deze test een vragenlijst opgesteld om te kunnen controleren of de website hieraan voldeed. Bijvoorbeeld: *Laadt de website binnen 3 seconden?* (14) Deze vraag heb ik met een stopwatch getest. Ik heb de performance test alleen op de computer uitgevoerd, niet op een mobiel of tablet. De gemeente wilde vooral het gebruik via de computer weten.

Testvragen en testtaken

Vervolgens ging ik de testvragen en testtaken opstellen. De testtaken en vragen leidde ik af aan de hand van de meetvragen (zoals eerder genoemd, deze meetvragen zijn afgeleid van de doelstelling). Elke meetvraag moest beantwoord worden in de test.

Bij het opstellen van de testtaken hield ik ook rekening met de kenmerken van mijn persona, 'Wat zou Bert willen opzoeken'. Bert houdt van de natuur die te vinden is in Vianen, hij zou daarom informatie willen over de natuur en de activiteiten. Dit zou hij moeten kunnen vinden aan de 'Ontdek Vianen' kant.

De eerste vragen van de test waren gebaseerd op de eerste gedachte gang van de testpersonen. Dit waren de vragen:

- Vraag 1: Had u al eens van deze website gehoord of hebt u hem al eens gebruikt?
- Vraag 2: Wat voor gevoel roept de website bij u op?
- Vraag 3: Wat verwacht u hier te vinden, als u zo naar het hoofdscherm kijkt?
- Vraag 4: Snapt u de iconen op de hoofdpagina?
- Vraag 5: Zult u de toptaken gebruiken?

Vraag 2 is een hele belangrijke vraag voor de gemeente. Dit was een van de extra aspecten waar ik rekening mee moest houden (zie pagina 34). De website had een heel nieuw design gekregen. De gemeente vroeg zich af of dit niet te nieuw zou zijn voor de gebruikers en of ze met dit nieuwe design nog wel hun vertrouwen hielden in de informatie op de website.

Vraag 2: Wat voor gevoel roept de website bij u op?

- ☐ Betrouwbaar
- ☐ Vertrouwd
- ☐ Zakelijk
- ☐ Simpel
- ☐ Informatief
- ☐ Vrolijk
- ☐ Anders

De gemeente wilde graag weten wat voor gevoel de website oproept bij de gebruikers/testpersonen. Of de testpersonen het gevoel hebben dat het een betrouwbare website is.

Meetvragen:

- *Geeft de website een vertrouwd gevoel bij de testpersonen uit Vianen: herkennen ze hun gemeente daarin?*
- *Geeft de website de testpersonen het gevoel dat de afzender een betrouwbare en 'officiële' instantie (een gemeente) is?*

Bron: externe bijlage, Testplan A

Vraag 4 en 5 waren belangrijke vragen op het gebied van de toptaken. Door middel van de toptaken kunnen gebruikers sneller naar een bepaald onderwerp. Hier draait het bij de website om. Het is daarom belangrijk om te weten of de iconen die de toptaken vertegenwoordigen, begrepen worden door de gebruikers. Daarnaast is belangrijk of de toptaken zo begrepen worden dat de gebruiker ze ook gebruikt voor navigatie.

Bij de meetvragen bedacht ik testvragen en/of testtaken die zouden leiden tot een antwoord hierop. Ook vermeldde ik waarom ik een testvraag of testtaak had opgesteld, zodat als de opdrachtgever de vragen doorleest, zij snapt waarom een bepaalde vraag is gekozen.

Na het opstellen van de eerste vragen ben ik testtaken gaan opzetten. Hiervan heb ik er vijf gemaakt. Met drie testtaken vond ik dat ik te weinig informatie naar boven zou kunnen halen en meer dan vijf zou bij de testpersonen als vervelend beschouwd kunnen worden. Ik wilde testtaken maken die:

- Betrekking hadden op de meeste uitgevoerde handelingen op de website.
- Slaan op de persona.
- En een testtaak waar de gebruiker dieper voor moet zoeken.

Een testtaak die aansluit bij een handeling die vaak voorkomt, zoals paspoort informatie opvragen, is:

- **Testtaak 5: Maak direct een afspraak voor een paspoort aanvragen voor één persoon, kies een tijd en stop waar u, uw gegevens moet invullen.**

Dit is een belangrijke en handige optie die de website bied. De gemeente doelt er op om nog alleen maar online afspraken te maken. Maar gebruiken de testpersonen het en snappen ze de optie.

Maximale duur: 1 minuut

Minimale clicks: 8

Meet vragen:

- *Hoe gaat een testpersoon over de website?*
- *Kan de testpersoon binnen de gegeven tijd de informatie vinden die hij nodig heeft op de website?*
- *Gebruikt de testpersoon de digitale aanvraag optie?*
- *Mist de testpersoon hier informatie?*

Bron: externe bijlage, Testplan A

Bij deze testtaak kwamen de volgende doelstellingen aanbod:

- Het direct benaderbaar maken van meeste gekozen onderwerp door middel van een toptaak.
- Kunnen gebruikers hun weg vinden?

Ook het aspect: 'Doen de mensen digitale aanvragen?' Werd hierin behandeld.

Uit de performancetest bleek ook dat er vaak gezocht werd op 'paspoort'. Vandaar dat ik wilde kijken hoe de testpersonen hiermee omgaan. Wat tevens een belangrijk punt is, dat de testpersonen een afspraak hiervoor moesten maken. Dit kon op verschillende manieren. Via het hoofdscherm met de knop 'Maak direct uw afspraak' of via de toptaak en vervolgens via de groene doorgeef-knop.

De gemeente heeft zich tot doel gesteld dat elke afspraak online wordt gemaakt. Daarvoor is er op de hoofdpagina een directe knop aanwezig. Maar de vraag is of de testpersonen hier gebruik van maken. Als de testpersonen eerst naar de toptak gaan is het belangrijk dat de groene doorgeef-knop duidelijk zichtbaar is. Door middel van de hierboven genoemde testtaak wil ik hier achter komen. Als blijkt dat dit niet het geval is, moet er een oplossing voor bedacht worden.

Een testtaak waar de gebruiker dieper voor moet zoeken is:

- **Testtaak 4: In welk jaar werd een deel van het kasteel in Vianen verwoest door brand. Zoek het juiste jaartal.**

Omdat de toeristische kant ook informatie bied over de stad, is de afstudeerder benieuwd wat de testpersonen vinden van deze informatie. Is het logisch/handig dat dit vermeld staat op de website. Wat verwachten testpersonen hier te vinden. Kunnen ze deze kant vinden.

Maximale duur: 50 seconde

Minimale clicks: 2

Meetvragen:

- *Navigeert de testpersoon door middel van de toptaken?*
- *Zijn de testpersoon uit Vianen geïnteresseerd in het toeristische deel?*
- *Zijn de testpersoon van buiten Vianen geïnteresseerd in het toeristische deel?*
- *Hoe gaat een testpersoon over de website?*
- *Kan de testpersoon binnen de gegeven tijd de informatie vinden die hij nodig heeft op de website?*
- *Hoe zoekt de testpersoon iets op de website?*

Bron: externe bijlage, Testplan A

Door ook dieper gelegen vragen te stellen kon ik goed zien hoe de gebruiker om ging met een moeilijker te vinden antwoord. Deze taak sloot weliswaar niet aan bij de user needs of persona, deze taak moest mij laten zien hoe de testpersonen om gingen met een dieper weg gelegen antwoord. Lukt het de testpersonen dan nog steeds of wordt er niet verder gekeken dan naar de toptaken? Daar wilde ik duidelijkheid over krijgen.

Nadat de testpersonen de taken hadden uitgevoerd en zo de website goed hadden bekeken, stelde ik diepere vragen die op de inhoud en vormgeving van de website betrekking hadden. Een van die vragen was:

Vraag 7: Zag u meteen dat de website uit twee delen bestond, een inwoners kant en een toeristische kant?

- ☐ Ja, dat zag ik meteen
- ☐ Nee, dat zag ik niet meteen
- ☐ Nu pas valt mij dat op

Bron: externe bijlage, Testplan A

Omdat de website twee kanten biedt, wilde de opdrachtgever graag weten hoe gebruikers hierover denken en vooral of de gebruikers snappen dat er twee gedeeltes/kanten zijn. Dit is tevens een doelstelling.

Verder had ik vragen over de vormgeving: wat de testpersonen graag zouden willen zien en wat ze misten op de website. In totaal heb ik dertien vragen gemaakt. De limiet voor het aantal vragen had ik gesteld op vijftien. Door teveel vragen te stellen was ik bang om de belangstelling van de testpersoon kwijt te raken. Ik wilde nuttige informatie ontvangen van de testpersonen. Uiteindelijk kwam ik dus uit op een totaal van dertien vragen (opgeteld met de eerste vijf vragen). Ik meende dat ik hiermee antwoord kon krijgen op de deelvragen.

Bij het beschrijven van de testtakenscenario's, heb ik met opzet zingedeeltes opnieuw gebruikt, zodat duidelijk werd dat die stappen hetzelfde zijn. De website biedt drie manier van navigeren:

- Via de toptaken
- Via de zoekbalk
- Via de A-Z index

Doordat de testpersoon op verschillende woorden in de A-Z index kon kijken, heb ik rekening gehouden met de verschillende mogelijkheden.

Bijvoorbeeld de testtaak: 'U heeft twee honden. Hoeveel betaalt u aan belasting?'. De testpersoon kan op de 'H' zoeken voor 'Hondenbelasting' of op de 'B' voor

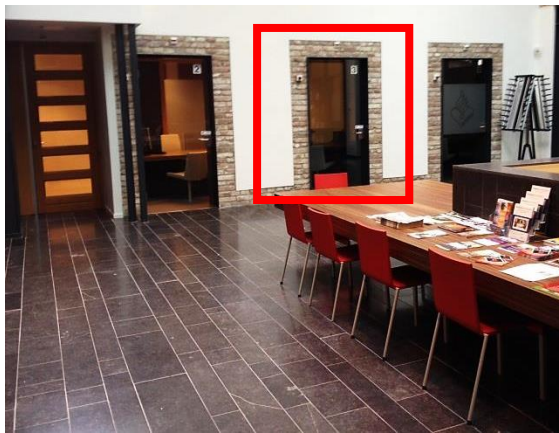
'Belasting'.

6.2 Uitvoeren test A

In dit hoofdstuk wordt uitgelegd hoe het testen is verlopen. Wat er goed is gegaan, wat er fout is gegaan en wat er is opgevallen tijdens het testen. De gebruikerstest werd uitgevoerd in het gemeentehuis van Vianen. De performancetest is op het kantoor van Tigges afgenomen.

6.2.1 Gebruikerstest

10 maart 2015 ging ik naar Vianen om te testen. Voor het geval dat mijn observeer programma Morae zou uitvallen, ging een mede afstudeerder (Ilona van de Coevering) mee. Ook kon zij mij helpen als ik bijvoorbeeld vast liep of ik vergat iets te vragen. Ik kreeg één van de spreekkamers (kamer 3) beneden in de hal. Zo zou ik dicht bij de inwoners zijn en had ik een rustige ruimte om de test af te kunnen nemen.



Na een proeftest om te checken of alles het deed, ging ik de eerste burger aanspreken. Iedereen was heel vriendelijk en wilde ook best mee werken, sommigen hadden echter weinig tijd.

Vooraf had ik bedacht dat de test zo'n 10 á 15 minuten in beslag zou nemen. Dat was echter niet altijd het geval. Vooral de oudere mensen die ik nodig had voor de secundaire doelgroep, zagen het gelijk als een moment om hun hart te luchten en al hun meningen over de gemeente kwijt te kunnen. Hierdoor duurde sommige testen langer dan een half uur. Hierdoor liep ik inwoners mis. Af en toe moest ik aangeven dat de testpersoon door moest gaan met het maken van de test.

Wat ook duidelijk werd, is dat de primaire doelgroep soepeler door de website heen ging dan de secundaire groep. Dit heeft te maken met het gegeven dat de primaire doelgroep meer met computers om gaat dan de secundaire groep.

De methode synchroon (think aloud) zorgde er inderdaad voor dat ik meer informatie kreeg. De testpersonen onderbouwden zo waarom ze voor dat ene antwoord hadden gekozen of juist die weg binnen de website. Deze informatie is zeer waardevol geweest tijdens het verwerken van de testresultaten en bij het verbeteren van de website. Ik kon hun onderbouwingen terug horen met Morae.

Waar ik achter ben gekomen is dat de testpersonen er geen meerwaarde in zien om 'Inwoners & ondernemers' van elkaar te scheiden. De tweedeling 'Inwoners & ondernemers' en 'Ontdek Vianen' gaf verwarring bij de testpersonen. Wat ook werd aangegeven door alle testpersonen, is dat het schuine gedeelte (de tweedeling) niet goed opviel. De testpersonen zagen de oldtimer als een afbeelding waar je niks mee kon, de verdwijning van de lijn onder 'Ontdek Vianen' viel niet op. Het was aan mij om in mijn volgende fase hier een oplossing voor te bedenken.

Nadat uitleg was gegeven over de lay-out, vonden de testpersonen het wel handig dat de gemeentelijke website toeristische informatie bood. Wel gaven de testpersonen aan dat ze dit niet hadden verwacht op de gemeentelijke website. Ook werd er informatie gemist aan de 'Ontdek Vianen' kant, zoals welke winkels, hotels en restaurants etc. zijn er. Dit waren onderwerpen die ook mij waren opgevallen tijdens mijn Quickscan. Dit zijn dan ook zeker opmerkingen die ik wil doorgeven aan mijn opdrachtgever. Voor meer aanpassingen die zijn gedaan na het uitvoeren van de test, zie, hoofdstuk 7, de voorbereidingsfase.

Aan het einde van de test hield ik nog een kort gesprek met de testpersonen (als ze daar tijd voor hadden). Dit om er achter te komen of zij nog meer opmerkingen van algemene aard hadden over de website. Ten slotte zijn er naast mijn vragen en testtaken nog genoeg andere onderwerpen en taken op de website te vinden waar de testpersoon zelf ervaring mee had. Door dit te horen kon ik ook die punten meenemen in mijn verbeterde ontwerp.

Ik heb de test ook afgenomen bij twee baliemedewerkers van de gemeente. Eerst wilde ik dit niet doen omdat zij de website van top tot teen kennen maar achteraf is dit een heel goed besluit geweest. De medewerkers staan elke dag in contact met de inwoners en ontvangen zo ook opmerkingen over de website. Hierdoor kreeg ik een nog breder beeld van hoe de inwoners van Vianen met de website om gingen zonder er 100 man voor te hoeven testen.

6.2.2 Performance test

In de performance test heb ik gekeken naar de responsiviteit van de website. Dit is ook een van de doelstellingen die de gemeente had opgegeven en waar men graag een antwoord op wilde krijgen. De website hoort op elk device (smartphone, tablet, laptop en vaste computer) het zelfde te werken. De test heb ik uit gevoerd op een vaste Windows based computer en op een Apple. Voor dit project heb ik het hierbij gehouden en niet verder gekeken naar de tablet of smartphone verhoudingen. Ook heb ik per computer verschillende resoluties getest om er zeker van te zijn of dit een rol speelt in de weergave van de website.

Ik kwam erachter dat resolutie een grote rol speelt bij de uitstraling van de website. Bij een 27 inch Apple scherm kwam er een blauw vlak aan de zijkanten erbij en viel de website een beetje uitelkaar. Zie hier onder, de A-Z index staat los.



Bron: externe bijlage, Testrapport A

Hoe kleiner het scherm window werd gemaakt hoe meer er weg viel van de oldtimer afbeelding. Op een gegeven moment verdween zelfs het hele schuine gedeelte en kwam de knop 'Ontdek Vianen' onder de toptaken te staan.



Bron: externe bijlage, Testrapport A

Hiervoor weet zelf ik geen oplossing te bedenken alleen dat dit in de HTML code van de website aangepast moet worden. Het lijkt me belangrijk dat de weergave in elke resolutie gelijk blijft en dat ook het schuine gedeelte behouden blijft. Het schuine gedeelte geeft de website iets unieks, iets wat staat voor de gemeentelijke website en het is zonde dat dit wegvalt als het scherm kleiner wordt gemaakt. Het raarste was nog dat als het scherm te klein werd zelfs de footer niet meer te zien was en de knop 'Ontdek Vianen' ineens een nieuwe toptaak was geworden. Ik zou de gemeente aan willen raden dit te voorkomen. Ineens een nieuwe toptaak kan een gebruiker erg afleiden en verwarren.



Bron: externe bijlage, Testrapport A

De overige vragen voor de performancetest gingen over:

- De laadsnelheid.
- Of de website gericht is op de technieken van nu.
- Hoe de gedragsstroom van bezoekers is.

De laadsnelheid van de website is goed. Ik heb dit meerdere malen op verschillende devices getest en de website laadde steeds binnen twee seconden. Na te hebben onderzocht wat de trends zijn op het gebied van websites, concludeerde ik dat de website helemaal van deze tijd is. Wat nu helemaal in is, zijn toptaken. Dat heeft de gemeente goed begrepen. Ook zijn de transparante lagen en schuine lijnen helemaal van nu. Ook zou het plaatsen van afbeeldingen en video's een meerwaarde geven. De mensen van nu kijken graag naar afbeeldingen en video's waarin informatie wordt gegeven i.p.v. erover te lezen.

Door gebruik te maken van Google Analytics kwam ik achter de informatie over 'Meest gezocht', 'Gedragsstroom' en 'Bestemmingspagina'. Wat bleek bij 'Meest gezocht' is dat nieuws twee keer in de top tien stond. De gemeente had mij vooraf verteld (voor de start van mijn project) dat zij nieuws voor deze website niet belangrijk vonden, maar de gebruikers laten een ander beeld zien. Dit kwam ook naar voren in mijn gebruikerstest: gebruikers zien hier graag het nieuws. Dit is ook de reden waarom ik in mijn verbeterd ontwerp, 'Nieuws' als toptaak ga toevoegen.

Uit de gedragsstroom-resultaten bleek dat gebruikers relatief veel de A-Z index gebruiken. Terwijl tijdens mijn test werd maar 3 van de 25 keer dat er een antwoord is gegeven, gebruik gemaakt van de A-Z index. Dit deden de testpersonen omdat ze soms niet wisten hoe ze anders moesten zoeken. Door de zoekbalk beter naar voren

te laten komen, ben ik er van overtuigd dat gebruikers gemakkelijker kunnen zoeken binnen de website. De A-Z index leiden soms tot verwarring.

Later kwam ik er achter dat deze Google Analytics analyse aan het begin van het project gedaan moest worden. De gegevens van Google Analytics hebben niks te maken met de responsiviteit van de website.

6.3 Testresultaten verwerken A

Voor het uitwerken van de vragen werkte ik met tabellen. Elke vraag had op zijn minst drie tabellen. Eén tabel voor het verwerken van het ingevulde antwoord, één tabel voor overige opmerkingen die zijn gemaakt tijdens het beantwoorden van de vraag door de primaire doelgroep en nog een zelfde soort tabel voor de secundaire doelgroep. Ik heb ervoor gekozen om de feedback die de testpersonen tijdens het maken van de vragen gaven, ook te noteren. Met het antwoord op de vraag kan ik al gaan concluderen of het ja of nee wordt, maar de achterliggende gedachte van de testpersonen vind ik het meest interessant en zeker zo waardevol. Vandaar dat ik deze feedback opmerkingen ook een plaats heb gegeven in mijn testrapport.

Dit is ook terug te zien in de tabellen die gaan over de testtaken. In deze tabellen heb ik het volgende aangegeven: naam, behaald, tijdsduur, clicks en opmerkingen. Bij het kopje 'Opmerkingen' vermeldde ik hoe de testpersoon te werk is gegaan, zaken die mij opvielen en eventuele opmerkingen die hij of zij maakte.

Testpersoon	Gehaald	Tijdsduur minuten	Aantal clicks	Opmerkingen
1, Jacqueline	Ja	0:42	2	Zoekt via de zoekbalk op 'evenementenkalender' en vindt zo haar antwoord. Wel zei de testpersoon dat ze het zonder de zoekbalk niet zou kunnen vinden of niet zou weten hoe anders te zoeken.
2, Dennis	Ja	0:19	2	"Ja dat is een goeie. Ik gok eigenlijk, ik ga het via de zoekbalk doen". Typt evenementen in.

Bron: externe bijlage, Testrapport A

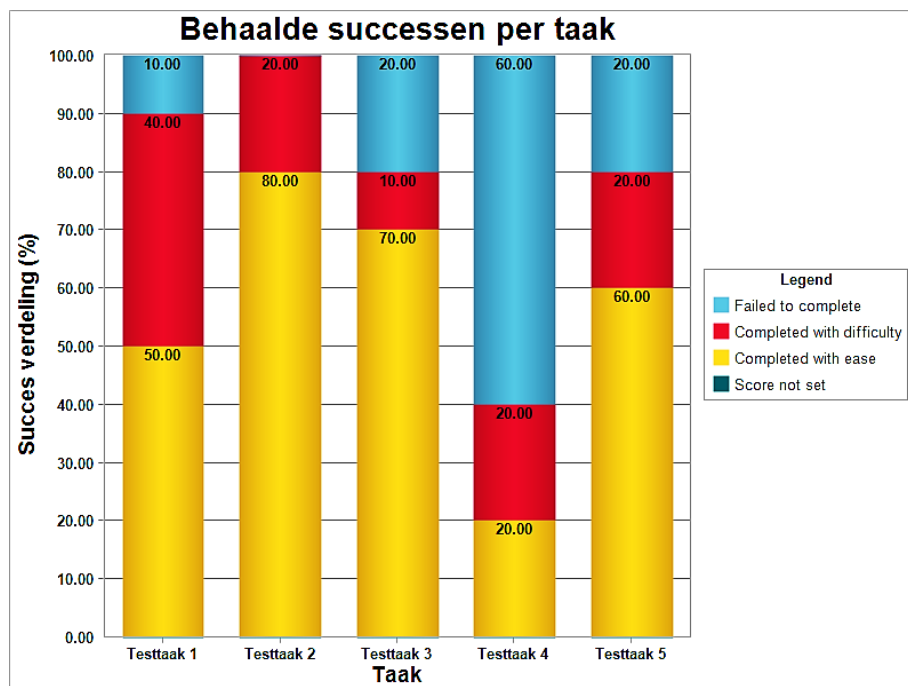
M.b.v. mijn observatieformulieren en het terugkijken van de test, heb ik deze tabellen kunnen invullen.

Tijdens het terug kijken en analyseren van de testgegevens in Morae Manager, kwam ik er al snel achter dat ik een fout had gemaakt tijdens het opstellen van de test. Ik had de testtaken vooraf aangegeven in Morae zodat ik later kon selecteren welk stukje film over welke testtaak ging. Ik was echter vergeten om ook de vragen in Morae aan te geven. Omdat tijdens het beantwoorden van de vragen de testpersonen ook aanvullende feedback gaven, was het handig geweest dat aan te kunnen geven. Morae biedt de optie om met 'diamonds' te werken. Hiermee kan je aspecten aangeven die in de test belangrijk waren. Deze diamonds optie bood niet de mogelijkheid om een begin- en/of eind tijd in te voeren of aan te geven of iets

makkelijk of moeilijk ging. Ik kon de diamonds wel een naam geven. Zo kon ik toch zien wanneer een vraag werd beantwoord en kon ik deze nog eens beluisteren. Ik kon de vragen dus helaas niet zo analyseren als de testtaken.

Bij het selecteren van de testtaken kon ik ook aangeven of de testpersoon de taak had behaald, half had behaald of geheel niet. Nadat ik bij elke testpersoon de testtaken had geselecteerd kon ik in het kopje Analyser, de testtaken analyseren. Ik kon zelf tabellen samenstellen met de gegevens van de test, zoals tijdsduur, of een taak behaald is en aantal clicks.

Hieronder is de tabel te zien, waarin is af te lezen hoe elke taak behaald is.



Bron: externe bijlage, Testrapport A

Hieruit is af te leiden dat testtaak twee het beste is behaald en testtaak vier het slechtste. Hier behaalden maar twee testpersonen de testtaak. Testtaak twee ging over 'Geef online uw honden aan'. Wat belangrijk was bij deze vraag: gebruiken de testpersonen de toptaak 'Belasting' en zien ze de groene 'Online doorgeven' knop. De toptaak werd goed gebruikt en de testpersonen vonden de informatie. De groene 'Online doorgeven' knop werd niet altijd gezien. De testpersonen zagen de groene knop niet als een knop. Vormtechnisch moet hier verandering in komen. Hier wordt naar gekeken in het volgende hoofdstuk.

De vierde testtaak was: 'Wanneer is er brand geweest in het kasteel?'. De testpersonen wisten niet goed waar ze moesten zoeken. Dit had verschillende oorzaken:

- De testpersonen zochten op de woorden brand en kasteel. Deze woorden stonden niet in de zoekbalk.
- De testpersonen zagen het toeristische gedeelte niet. Als ze deze wel zagen wisten ze niet hoe ze hier verder moesten.

- De toptaak historie bevatte nog eens het onderwerp historie. Dit leidde de testpersonen af.

Om dit probleem op te lossen moet de zoekbalk met begrippen worden aangevuld, het schuine gedeelte beter worden aangegeven en de informatie in de toptaak 'Historie' logischer worden neergezet.

Nadat ik alle gegevens per vraag en taak had verwerkt, maakte ik een analyse per vraag en taak. Hierdoor creëerde ik voor mij en mijn opdrachtgever een duidelijk beeld van hoe er op elke vraag werd gescoord en wat er voor feedback er gegeven was. Vervolgens stelde ik aan hand van deze analyse een conclusie op met aanbevelingen. Met behulp van de conclusie en de aanbevelingen kon ik aanvangen met mijn voorbereidingsfase: het opzetten van een verbeterd ontwerp van de website.

De aanbevelingen die ik heb gedaan na het afnemen van de test zijn:

- Het 'Ontdek Vianen' gedeelte moet duidelijker naar voren komen.
 - o Andere titel.
 - o Betere aanduiding van dit gedeelte: mouse-over, iconen laten zien, etc.
 - o Duidelijk blijven weergeven als het scherm kleiner wordt.
- Informatie die werd gemist in het 'Inwoners en ondernemers' gedeelte:
 - o Een plek waar een klacht of compliment ingediend kan worden.
 - o Informatie over de stadswerf, wat mag wel en wat mag niet.
 - o Informatie over de politie.
 - o Nieuws.
- Informatie die werd gemist in het 'Ontdek Vianen' gedeelte:
 - o Informatie over het pondje.
 - o Informatie over de winkels: wanneer zijn er koopzondagen, openingstijden, etc.
 - o Een Twitter feed over de evenementen die in de gemeente actueel zijn.
- De toptaken moeten meer worden gericht op de aspecten waarop het meest gezocht wordt.
 - o De toptaak 'Buiten gewoon', kan weg. Deze levert veel verwarring op en wordt niet begrepen. Ook zoekt hier niemand op.
- De toptaken moeten goed gekoppeld worden: als er een toptaak aan de 'Ontdek Vianen' kant wordt aangeklikt, moet de gebruiker ook aan deze kant blijven. Dit gebeurt niet altijd en dat geeft verwarring. Het gaat op de toptaken: 'Evenementen', 'Vianen 2025' en de 'Webcam Ooievaars'.
 - o De 'Direct een afspraak maken' knop op het hoofdscherm moet groter.
 - o Een extra aanmeld/doorgeef knop onderaan de pagina's opnemen waar het van toepassing is.
 - o Knoppen moeten meer de uitstraling krijgen van knoppen, zodat bezoekers beter begrijpen dat daarop geklikt kan worden.
 - o Het wordt niet als meerwaarde gezien om de inwoners en ondernemers van elkaar te scheiden. De tweedeling wordt als voldoende beschouwd.

In deze fase is duidelijk geworden hoe de eerste test is voorbereid, hoe het afnemen van de test is verlopen en wat de resultaten uit de test zijn. Hiermee zijn er ook antwoorden gekomen op de doelstellingen:

- Heeft de keuze voor het direct benaderbaar maken op de homepage van de meest gevraagde dienstverlening (vb. 'toptaken', verbeeld door iconen) daadwerkelijk geleid tot een efficiënter gebruik van de website?
 - o Ja het direct benaderbaar maken van meeste gevraagde dienstverlening, heeft geleid tot efficiënter gebruik van de website. De toptaken werden vaak gebruikt. Maar zodra het ging over een toptaak die in het andere gedeelte vermeld stond, liepen de testpersonen vast.
- Is de keuze voor het aanbieden van gemeentelijke en toeristische informatie over de gemeente een juiste gebleken?
 - o Acht van de tien testpersonen hadden niet verwacht toeristische informatie te vinden op de gemeentelijke website. Maar toen ze het zagen vonden zij het wel heel handig. Zij zagen hier zeker de meerwaarde van in.
- Wordt er tussen beide hoofdsegmenten geswitcht of blijven bezoekers vooral binnen het eerste onderdeel van hun keuze?
 - o Het switchen tussen beide gedeeltes ging niet gemakkelijk. De testpersonen zagen het schuine gedeelte als een achtergrondfoto. Pas nadat ze hierop gewezen werden, hadden zij dit door. Hier moet duidelijk verandering in komen.
- Zijn er in functie, vormgeving en techniek keuzes gemaakt die met de kennis van vandaag anders – en beter – kunnen?
 - o Nee, de website loopt helemaal mee in de trends van nu. Wel zouden de testpersonen de scheiding duidelijker willen zien, meer afbeeldingen op de website en dat klikbare elementen duidelijker worden aangegeven.
- Is de 'responsiviteit' goed? Functioneert de website op kleinere beeldschermen (telefoon, tablet) voldoende?
 - o Nee. De responsiviteit van de website is niet goed. Er zit een groot verschil tussen de weergave op een 27 inch computer en een van 19 inch. Hier zou geen verschil in moeten zijn. Wat ook vooral zonde is, dat het schuine gedeelte op een bepaald moment wegvalt als het scherm kleiner wordt gemaakt. De knop om naar het andere gedeelte te gaan komt dan ergens onderin te staan en valt zo niet meer op. Om dit op te lossen moet er waarschijnlijk iets in de HTML code worden aangepast.
- Kunnen gebruikers hun weg binnen de website goed vinden?
 - o Als de testpersonen op één gedeelte blijven, kunnen zij gemakkelijk hun weg vinden. Maar zodra de testpersonen informatie nodig hebben van het andere gedeelte wordt het lastiger. Ze vinden het lastig om er te komen en om er weer uit te gaan. Door het schuine gedeelte beter aan te geven zal dit probleem opgelost kunnen worden.
- Is het taalgebruik voldoende functioneel: begrijpen bezoekers kort en goed wat er wordt bedoeld?
 - o De hoeveelheid informatie werd als goed beschouwd. Geen overbodige tekst en alles was overzichtelijk weergegeven.

Met deze conclusies en aanbevelingen ga ik door naar de volgende fase, waar ik het huidige ontwerp ga aanpassen met deze aanbevelingen.

Vorbereidingsfase

7 Voorbereidingsfase

Deze fase in het verslag gaat over hoe het definitieve ontwerp tot stand is gekomen en hoe dit ontwerp is afgeleid uit de voorgaande fases. Dit is vastgelegd in het ontwerprapport. Het ontwerprapport is opgesteld aan de hand van de ontwerpmethode van Jesse James Garrett. Zoals eerder beschreven, werkt Garrett met vijf Planes: Strategy, Scope, Structure, Skeleton en Surface. Door het aflopen van deze planes kan ik via logische weg een ontwerp opstellen. Er wordt duidelijk gemaakt waar de website aan moet voldoen en hoe de interactie gaat zijn. De user needs zijn al vastgelegd in de definitiefase.

7.1 Definiëren concept

Voor dat ik daadwerkelijk begon met het opstellen van mijn ontwerprapport, ben ik mijn op aanraden van mijn tweede bedrijfsmentor gaan inlezen op de website van www.webrichtlijnen.nl. Zelf had ik nog nooit van deze website gehoord. Maar voor een gemeentelijke website moet er rekening worden gehouden met deze regels. Waar ik vooral naar keek was, of ik hovers mocht gebruiken. Ook ben ik gaan kijken naar de eerdere voorstellen die Tigges voor de gemeente Vianen had gemaakt (zie afbeelding hieronder). Wat toen al opviel aan deze ontwerpen, was dat de aanbevelingen die ik had gemaakt in mijn testrapport hierin al eens waren verwerkt. Een voorbeeld hiervan is dat de toeristische kant 'Bezoekers' heette. Dit werd ook feedback door de testpersonen genoemd, dat zij deze naam logischer vonden.

Ik weet door gesprekken met mijn tweede bedrijfsmentor, dat de gemeente sommige aspecten naar hun eigen mening had veranderd. In het oorspronkelijke ontwerp hieronder is te zien dat het toerisme gedeelte de naam 'Bezoekers' heeft en dat er een 'Nieuws' item was.

Deze twee onderdelen heeft de gemeente laten veranderen. Uit de test is gebleken dat de testpersonen dit niet prettig vonden.



Een van de hoofdonderwerpen die verbeterd moet worden, is het duidelijk weergeven van het toerisme gedeelte. Hier in speelt ook de benaming van het andere gedeelte een rol. Zelf heb ik verschillende benamingen hiervoor bedacht:

- Bezoekers Vianen
- Bezoekers
- Toeristen
- Toerisme
- Vrije Tijd

Aan het begin van het opstellen van mijn ontwerpverslag, vroeg de webbouwer hoe het ervoor stond met mijn project. Ik heb hem dit uitgelegd en met toestemming van mijn bedrijfsmentor heb ik hem mijn conclusie en aanbevelingen uit mijn testrapport A gestuurd. De webbouwer gaf toen aan dat hij de website uit drie delen wilde laten bestaan. Inwoners en ondernemers moesten volgens hem los van elkaar een eigen deel krijgen. Ondernemers mochten geen 'Toptaak' worden. Toen ik dit hoorde ben ik met mijn tweede bedrijfsmentor gaan praten. Want uit mijn onderzoek kwam toch duidelijk naar voren dat de gebruikers/testpersonen hier niets in zagen. De tweedeling is al verwarrend genoeg. Ik was ondertussen juist aan het bedenken hoe ik de huidige tweedeling beter zichtbaar kon maken, want de tweedeling werd na enige uitleg wel als handig ervaren. Door de opmerkingen van de webbouwer, raakte ik het overzicht kwijt. Mijn bedrijfsmentor raadde mij aan om bij mijn huidige opdracht te blijven. De webbouwer is immers niet mijn opdrachtgever, vandaar dat ik zijn opmerkingen niet mee heb genomen in mijn ontwerp.

Later kwam de webbouwer met nog een opmerking namelijk dat de wethouder de driedeling graag wilde doorvoeren. Toen werd het nog onduidelijker voor mij waar ik mij nou aan moest houden. Er is toen contact op genomen met mijn opdrachtgever. Hieruit bleek dat dit vooral suggesties waren en nog geen definitieve opdracht. De vraag was er of ik het idee van de driedeling ook zou kunnen onderzoeken, maar dat heb ik afgewezen. Mijn testfase was voorbij en ik ging mij nu bezighouden met het nieuwe verbeterde ontwerp. Ik had geen tijd om hier ook nog onderzoek naar te doen. Dit hoorde overigens ook niet tot mijn opdracht.

Samen met mijn bedrijfsmentor en opdrachtgever is toen besloten dat de tweedeling in de website gehandhaafd blijft, maar dat het toerisme gedeelte wordt vervangen door ondernemers en dat van toerisme een toptaak wordt gemaakt. Dit besluit is genomen omdat Vianen nog een website beheert: <http://www.invianenuit.nl/>. Als de bezoekers op de gemeentelijke website meer willen weten over de activiteiten en/of andere aspecten op toeristisch gebied, zullen zij naar deze pagina worden geleid.

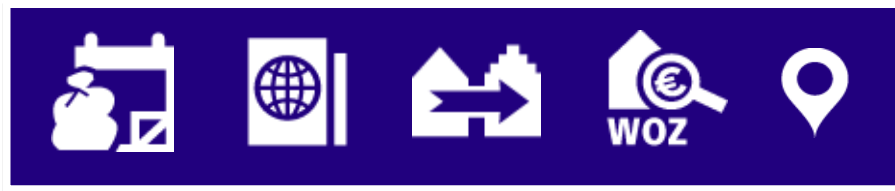
Hierna kon ik door met het opstellen van mijn ontwerprapport. Hoofdstuk 2, de Strategy plane. Hierin kwamen onderdelen voor uit eerder gemaakte stukken zoals: doelgroepanalyse, doelgroep segmentatie en testrapport en aanbevelingen.

Hoofdstuk 3: Scope plane. Ik had een idee hoe ik het ontwerp kon aanpassen en verbeteren. Het invullen van de van de MoSCoW methode ging lastig. Ik wist niet waar ik welke aanbeveling moest onderbrengen. Dit kwam o.a. door het heen en weer mailen met de webbouwer. Het plan was nu wel duidelijk maar toch vond ik het lastig. Met de MoSCoW methode wilde ik voor mijzelf duidelijkheid krijgen wat het

belangrijkst was en wat ik moest aanpassen om zo een effectief mogelijk prototype te maken. Hoe effectiever het prototype wordt, hoe beter ik kan testen of de aanpassingen inderdaad tot verbetering leiden. Ik ben toen heel concreet gaan kijken wat de must en should have van elkaar verschillen en ben zo de aanbevelingen daarop gaan sorteren. De aanbevelingen als: 'Informatie die werd gemist aan de kant', kwamen bij should have. Want ook zonder deze extra informatie bedacht ik mij, is de website nog steeds te gebruiken. Zo kreeg ik uiteindelijk een duidelijke lijst met de punten waarop ik mij kon focussen.

Interaction design

Eén onderdeel dat zeker zou blijven qua navigatie, waren de toptaken. Dat is iets waar de gemeente heel trots op is, wat goed werkt en wat ook nog eens helemaal van deze tijd is (blijkt uit onderzoek, terug te zien in externe bijlage: Testrapport). Ook de iconen die hiervoor een jaar geleden al waren gemaakt, zouden gehandhaafd blijven, op één na, het icoon voor 'Buitengewoon'. De testpersonen snapte niet wat het icoon inhield en waar het voor diende. Omdat dit project is afgelopen zal dit icoon sowieso niet in het vernieuwde ontwerp zitten. Hieronder zijn een paar van de iconen te zien die ik wel ga gebruiken.



Bron: externe bijlage, Ontwerprapport

7.2 Interface design vastleggen

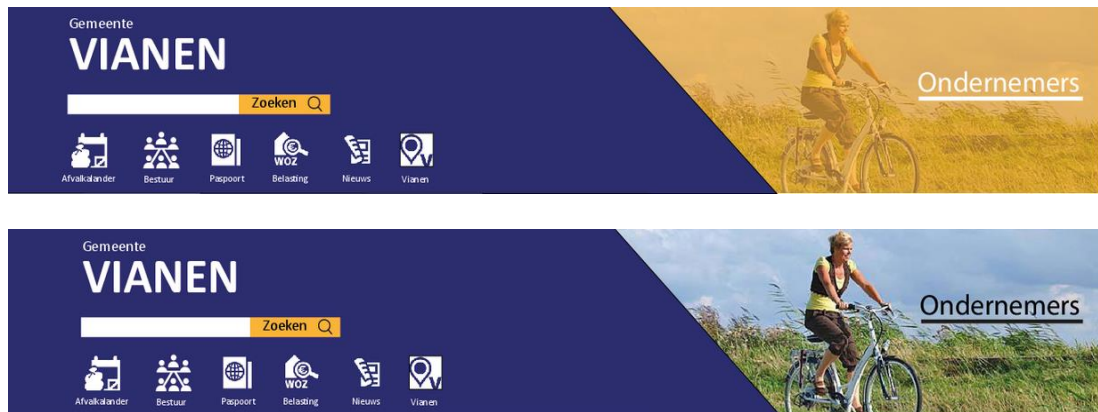
Wat naar voren kwam uit test-deel A, was dat de testpersonen niet altijd goed begrepen waar ze op moesten klikken. Wat ik hiervoor heb bedacht is toepassen van een hover. Het is een simpele maar zinvolle toevoeging aan elementen die klikbaar zijn. De toptaken hadden al een hover.

Maar als de testpersoon op de hoofdpagina stond was het niet duidelijk dat hij of zij via het rechtergedeelte naar een ander deel van de website kon gaan. Hieronder zijn twee afbeeldingen te zien, hoe het verschil er uit ziet als de gebruiker met zijn muis over het rechter gedeelte gaat.



Bron: externe bijlage, Testrapport A

Als een gebruiker op een verdiepende pagina zou zitten en vanuit hier naar het andere gedeelte zou willen gaan, kon dit eerst alleen via een hyperlink die niet op viel. Nu moet het net zo gaan werken als op de hoofdpagina. Zo wil ik er consistentie in brengen en het leerproces van navigeren verkleinen.



Bron: externe bijlage, Testrapport A

Ook heb ik nagedacht om de afbeelding rechts 'in te laten schuiven' op het moment dat een gebruiker met zijn muis eroverheen gaat. Maar ik hoorde van mijn begeleider dat zij dit ook hadden bedacht maar dat dit niet gewenst is volgens webrichtlijnen. Zo viel dat idee dus af.

Te zien is, dat de gele doorzichtige laag verdwijnt als de gebruiker met zijn muis over de afbeelding gaat. De gele laag was al door gevoerd in de huidige website, daarom heb ik deze ook zo gelaten. Wel heb ik daaraan een hover toegevoegd. Door het toepassen van de hover krijgt de gebruiker direct het gevoel dat het iets is waar hij op kan klikken.

Door elke keer het schuine gedeelte van de website te voorzien van een hover blijft er consistentie in de website. Webrichtlijnen.nl vermeldt ook:

Als niet-tekstuele content consistent wordt gebruikt om componenten met dezelfde functionaliteit te identificeren, kunnen mensen die moeite hebben met het lezen van tekst of het herkennen van tekstalternatieven de interactie aangaan met internet zonder afhankelijk te zijn van tekstalternatieven.

Wat ik ook nog als extra navigatie optie heb toegevoegd is een 'Maak afspraak knop op de desbetreffende verdiepende pagina's waar al zo'n knop stond.

Maak nu online uw afspraak >

Maak nu online uw afspraak >

Bron: externe bijlage, Testrapport A

In de huidige website staat deze knop alleen links boven aan de pagina. Uit de test bleek dat deze knop niet opviel en dat de testpersonen de knop ook onder aan de pagina verwachtten. De testpersonen verwachtten dit omdat een online

invulformulier vaak onderaan de pagina een 'Verzend' knop heeft. Dit is ook de reden dat ik een extra knop onderaan heb toegevoegd. Ik heb de knop links bovenin wel laten staan omdat ik merkte als de informatie die de gebruiker nodig had bovenaan stond, wel de knop links gebruikte. Ook voor deze knop heb ik gebruik gemaakt van een hover.

7.3 Navigatie design opstellen

De navigatiearchitectuur van de website verander ik niet. De website bestaat voornamelijk uit een top-down approach. Dit komt door het werken met de toptaken. Ik heb hiervoor gekozen omdat de testpersonen het fijn en ook vooral handig vonden om met toptaken te werken. Door de toptaken komen de gebruikers direct bij de juiste informatie die hoort bij de toptaak. Hierdoor werkt de website ook 'hiërarchisch'.

Wel heb ik de A-Z index weg gehaald omdat uit de test bleek dat de testpersonen deze bijna niet gebruikten. Google Analytics toonde anders aan, maar ik ben er van overtuigd door aanpassingen op interface design gebied door te voeren, zullen de gebruikers gemakkelijker hun weg kunnen vinden binnen de website. Ook heb ik er voor gezocht dat de zoekbalk beter op valt. Hij is groter en er staat tekst in 'Zoek hier uw onderwerp', om zo de gebruiker te ondersteunen in zijn zoek proces. Door de index weg te halen wil ik meer rust creëren op het gebied van zoekmogelijkheden.

De toptaken heb ik ook aangepast. De toptaken op de huidige website sloegen niet aan op de meeste gezochte onderwerpen. Ook bleek uit de test dat testpersonen het handig zouden vinden om voor het item 'Nieuws' een toptaak te hebben. Omdat het 'Ontdek Vianen' gedeelte vervangen is door 'Ondernemers' is het 'Ontdek Vianen' gedeelte een toptaak geworden. Zo gaat de informatie van dit gedeelte niet verloren.

De nieuwe toptaken werden:

- Afvalkalender
- Bestuur
- Paspoort
- Belasting
- Nieuws
- Vianen

Wireframes

Omdat het basis concept van de website behouden bleef, ging het opstellen van de wireframes voorspoedig. Waar ik wel rekening mee moest houden was om de verbeterpunten die uit test A naar voren waren gekomen in dit basisconcept te verwerken. Dit waren de punten als:

- Twee groene 'Online doorgeven' knoppen.
- Zes toptaken
- 'Afspraak maken', verduidelijken

7.4 Definitief ontwerp

Het kleurgebruik heb ik niet veranderd. Dit zijn de kleuren die bij de gemeente horen. Er zijn ook geen opmerkingen geweest van de testpersonen. Voor dat ik begon aan het ontwerprapport had ik na het houden van de test een paar ideeën voor het aanpassen van de website. Er zou verbetering moeten komen in de navigatie en in het 'Online aangeven'. Bij deze ideeën ben ik gebleven. Hoe verder ik in het ontwerprapport kwam en bij het terugkijken van de tests, werd ik meer en meer overtuigd, dat deze aanpassingen voor verbetering zouden gaan zorgen.

Ook heb ik gebruik gemaakt van moodboards. Hierdoor creëerde ik voor mijzelf een duidelijk beeld m.b.t. Vianen, de inwoners van Vianen en de ondernemers. Inwoners was al duidelijk geworden door mijn doelgroepanalyse en de daarbij horende persona's, maar met een moodboard kreeg ik meer een gevoel. Het gevoel dat ik het doe voor deze mensen.

Door het gebruiken van een hover over 'het hele rechte schuine gedeelte', ben ik er van overtuigd dat de scheiding nu beter op gaat vallen. Ook de 'Direct een afspraak maken' knop is nu een stuk groter. Hier valt nu niet over heen te lezen. Door deze knop nog wat groter te maken hoop ik dat deze meer op valt bij de testpersonen.

Ook het ondernemers gedeelte is nieuw. Voor nu heb ik er drie toptaken staan. Ik weet niet welke informatie de ondernemers hier graag zouden willen zien. Door middel van de test hierna wil ik hier achter komen.

Dit was de voorbereidingsfase. Door middel van voorgaande onderzoeken en tests heb ik de website vormtechnisch aangepast. Door een duidelijker gebruik van hovers hoop ik te bereiken dat de testpersonen sneller en makkelijker het schuine gedeelte herkennen. Of dit echt zo is, zal blijken in het volgende hoofdstuk. Daarin wordt de tweede test voorbereid en verteld hoe deze is verlopen.

Realisatiefase

8 Realisatiefase

Dit is de een na laatste fase van het project. In deze fase wordt het prototype aan de hand van het ontwerprapport ontwikkeld. Het prototype wordt gemaakt aan de hand van afbeeldingen die in het programma InVision worden gezet. In InVision kan worden aangegeven wat een knop is en of deze een hover bevat. Door alle afbeeldingen achter elkaar te zetten en te linken, lijkt het een werkende website. Toch is er geen codetaal voor nodig en heb ik wel een prototype. Zo krijgen de testpersonen een indruk van hoe de website zou kunnen zijn. Dit prototype zal vervolgens weer worden getest. Deze keer zal de test bij inwoners van Vianen worden afgenomen en bij ondernemers. Er zal nu ook met ondernemers worden getest omdat de focus tijdens het project meer hierop is komen te liggen door verandering in de tweedeling van de website.

8.1 Low-fi prototype ontwikkelen

InVision is een online programma waarmee je met behulp van afbeeldingen een prototype kan maken. In Illustrator Adobe maakte ik mijn verbeterde ontwerpen. Zodra deze klaar waren zette ik ze in InVision. Ik kon hierdoor snel een beeld krijgen of mijn manier van navigeren goed werkte. Zo zag ik ook gelijk dat ik onderdelen was vergeten door te voeren, zoals een hover of een knop plaatsen. Door alle afbeeldingen aan elkaar te linken, creëerde ik een werkend prototype.

Tijdens het opzetten van mijn prototype ben ik nogmaals mijn onderzoeken gaan doornemen of ik geen verbeterpunten over het hoofd had gezien. Zo heb ik mijn besprekingen (voordat ik begon met afstuderen) met de opdrachtgever nog eens doorgelezen, heb ik mijn testrapport van top tot teen door genomen en mijn Quicksan na gelopen. Hieruit heb ik een lijst gemaakt met de onderwerpen die ik al had opgelost, aanbevelingen die ik zelf niet kan doorvoeren maar waar wel rekening mee gehouden moet worden. Deze heb ik aangevuld met de onderwerpen die ik tegenkwam na het doornemen van mijn eerder gemaakte producten.

Dit is een stuk van de lijst met punten die ik heb verbeterd na de eerste test (voor de gehele lijst zie externe bijlage: Adviesrapport):

Nr.	Probleem	Opgelost door	Van waaruit kwam dit probleem	Opmerkingen
1	Het schuine gedeelte van de website op de hoofdpagina's viel niet op.	Gebruik van een hover. Als een gebruiker met zijn muis over het schuine gedeelte gaat verdwijnt de doorzichtige gele laag.	Quicksan Testrapport, met name vraag 7.	Het hele vlak is nu een knop.
2	De groene doorgeef knoppen op de verdiepende pagina's vielen niet op.	De vorm is aangepast, meer rond. Rond wordt eerder gezien als knop dan vierkant. Er is een knop extra aan de onderkant toegevoegd.	Testrapport	

Aanbevelingen die naar voren zijn gekomen tijdens het project ,maar die ik niet zelf kan aanpassen door technische redenen (voor de gehele lijst zie externe bijlage: Adviesrapport):

Nr.	Probleem	Opgelost door	Van waaruit kwam dit probleem	Opmerking
1	Onderwerpen die werden gemist: winkel informatie, politie, stadswerf.	Deze informatie kan toegevoegd worden aan de bestaande website.	Quickscan, Testrapport	
2	De interface beter laten aansluiten bij de beeldformaten. / De responsiviteit beter maken.	Dit moet in het opmaak programma van de web bouwer worden aangepast.	Quickscan, Testrapport	
3	Engelse optie, omdat de website ook nu meer bedoeld gaat worden voor ondernemers, is een Engelstalige optie erg van belang.	Onderaan in de footer naast adres gegevens is er een talen optie toegepast. Dit wordt uitgebeeld met vlaggen.	Quickscan	De Engelse vlag heb ik wel al toegepast in het ontwerp.

Deze tabellen gaven mij een duidelijk overzicht van waar ik was in het verbeter proces. Zo heb ik geen punt overgeslagen. Tevens zijn dit handige lijsten om aan mijn opdrachtgever te laten zien wat ik precies heb veranderd en waarom.

8.2 Opstellen testplan B

De testmethode en testopstelling zijn (voor een gedeelte) het zelfde gebleven. Ik zou weer de test uit gaan voeren met Morae. Dit programma is mij bij de eerste test goed bevallen en daarom ook de reden dat ik het nog eens gebruik. Tevens zou ik de zelfde soort tabellen op nieuw kunnen maken bij de uitslagen van de tweede test. Van de gemeente zou ik weer de zelfde spreekkamer ter beschikking krijgen voor de test met de inwoners. Wel zou ik de test deze keer alleen gaan uit voeren. Mijn afstudeergenoot kon deze keer niet mee omdat zij te druk was met haar eigen project. De test met de ondernemers zou verschillen qua testopstelling. Omdat ondernemers vanuit heel Nederland kunnen komen, heb ik binnen mijn ouders vrienden kring de test afgenomen bij de ondernemers zelf (op kantoor of thuis). Deze ondernemers zitten verspreid over heel Noord- en Zuid-Holland.

Om te kijken of mijn verbeterde ontwerp beter werkte en aansloot bij de gebruiker heb ik de zelfde vragen en testtaken gesteld als in mijn eerste test. Dit heb ik gedaan zodat ik de testresultaten kon vergelijken met de eerste test om te zien of mijn aanpassingen hebben geholpen. Wel zijn hier en daar veranderingen aan gebracht. De redenen hiervoor zijn:

- Dit heeft te maken gehad omdat het een prototype is en ik niet alles precies het zelfde heb na kunnen bouwen.
- Omdat een heel gedeelte op de website is veranderd, de 'Ontdek Vianen' kant is vervangen door 'Ondernemers'. Hierdoor vervallen alle vragen die betrekking hadden op dit gedeelte.

De vijf testtaken die ik had gemaakt bij de eerste test, waren:

Testtaak 1: Ga op zoek naar de informatie over verhuizen van Vianen naar het buitenland. Vertel wat u moet doen als u gaat verhuizen naar het buitenland

Testtaak 2: U heeft twee honden. Hoeveel betaalt u aan belasting? Als de optie er is, wijs aan hoe u de honden kunt aangeven. Schrijf op hoeveel u aan belasting betaald.

Testtaak 3: Kijk welk evenement er op zaterdag 4 april er is. Schrijf op wat er is.

Testtaak 4: In welk jaar werd een deel van het kasteel in Vianen verwoest door brand. Schrijf dit jaargetal op.

Testtaak 5: Maak direct een afspraak aan voor een paspoort aanvragen voor één persoon, kies een tijd en stop waar uw gegevens moet invullen.

De testtaken die afvielen door de bovengenoemde reden waren: 1 en 4. 1 viel af omdat de toptaak verhuizen niet meer in het prototype zit. Er zijn twee andere toptaken bij gekomen namelijk 'Nieuws' en 'Vianen'. Vandaar dat de vervangende testtaak over de toptaak 'Nieuws' zou gaan.

Ik had de testtaak over het kasteel toegevoegd om te achterhalen of de andere kant werd begrepen door de bezoekers. Om te testen of de scheiding nu wel duidelijk is heb ik deze testtaak veranderd in de volgende testtaak "Zoek de informatie op over het 'Ondernemersplein'". Dit is niet dezelfde taak maar op deze manier kan ik wel achter halen of de scheiding nu duidelijker te zien is bij de testpersonen.

De nieuwe testtaken zijn geworden:

Testtaak 1: Ga op zoek naar het nieuwsbericht over 'Burgemeester sluit hennepanden'.

Testtaak 2: U heeft twee honden. Hoeveel betaalt u aan belasting? Als de optie er is, wijs aan hoe u de honden kunt aangeven. Schrijf op hoeveel u aan belasting betaald.

Testtaak 3: Zoek de informatie op over het 'Ondernemersplein'.

Testtaak 4: Kijk bij de toptaak Vianen naar evenementen. Welk evenement is er op maandag 11 mei.

Testtaak 5: Maak direct een afspraak aan voor een paspoort aanvragen voor persoon, kies een tijd en stop waar u, uw gegevens moet invullen.

Deze aanpassingen heb ik ook door moeten voeren op de testvragen.

8.3 Low-fi prototype testen B

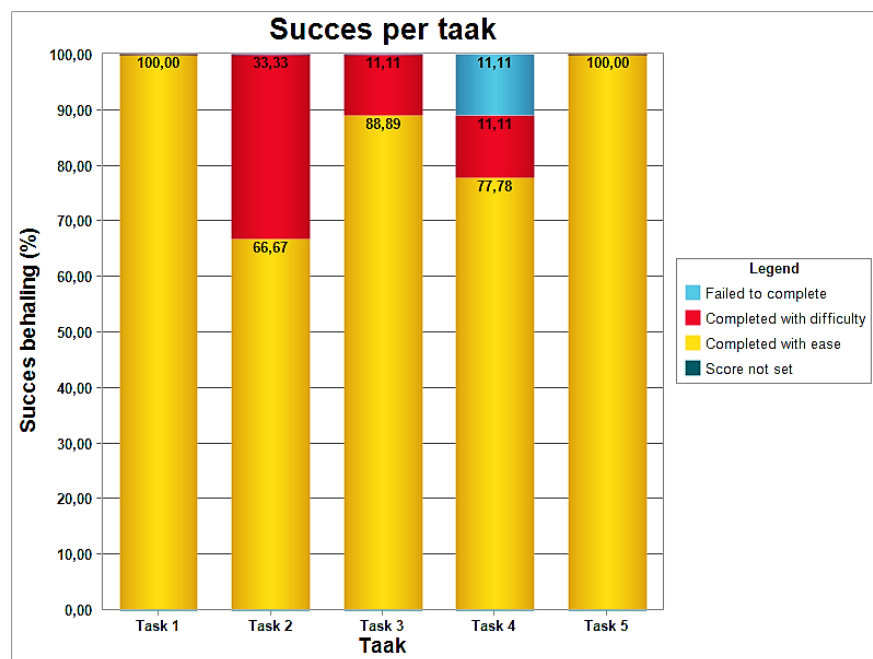
De test afnemen bij de inwoners verliep soepeler dan bij de eerste test. De testpersonen maakten de vragen gemakkelijker. Wat wel moeilijker bleek, was het binnenhalen van de testpersonen. Dat ik nu alleen de test afnam, maakte het voor mij moeilijker om testpersonen aan te spreken, omdat ik niet zomaar mijn spullen in de spreekkamer achter kon laten. Wat tevens tegen mij werkte was dat ik de test afnam in de meivakantie. Elke inwoner in het gemeentehuis had iemand bij zich of had geen tijd. Hierdoor wilden zij de test niet afnemen. Ik heb zeker twintig man aangesproken en maar vier hiervan hadden de tijd en waren bereid om de test te maken. Omdat ik door deze tegenslag maar vier inwoners had die de test wilde doen (waarvan één vrouw alleen tijd had voor de testvragen), heb ik ter compensatie zes ondernemers gebruikt. Zo ben ik toch aan het aantal van tien testpersonen gekomen. Om nog een dag terug te gaan voor één testpersoon, zou ik een hele dag kwijt zijn, die ik niet had.

De test afnemen bij de ondernemers ging voorspoedig. Ook gaven zij mij nuttige feedback hoe ik de ondernemers kant nog aantrekkelijker zou kunnen maken door onderwerpen toe te voegen als:

- Vergunningen.
- Subsidies.
- Alles voor ondernemers in het algemeen.
- Links naar bedrijven en verenigingen.
- Projecten.

8.4 Testresultaten verwerken B

Wat al snel bleek tijdens het analyseren van de testtaken in Morae is dat de testresultaten een stuk positiever waren dan bij de eerste test. De testtaken waren beter behaald en ook de tijdsduur was een stuk korter. Bij de eerste test had altijd minstens één iemand die moeite had met een taak, nu werden er twee taken door iedereen behaald en de overige 3 net niet door iedereen.



Zoals duidelijk te zien is in de grafiek hierboven zijn testtaak 1 en 5 behaald door alle testpersoon. Dit waren de vragen van: “Ga op zoek naar het nieuwsbericht over ‘Burgemeester sluit hennepanden’” en “Maak direct een afspraak aan voor een paspoort aanvragen voor persoon, kies een tijd en stop waar u uw gegevens moet invullen”. Dit is positief nieuws. Mijn aanpassingen hebben dus voor een beter slagingspercentage gezorgd.

Ook is de tijd waarin de testtaken werd behaald een stuk naar beneden gegaan. Zo werd de evenementenkalender in de eerste test met 1,52 minuten gemiddeld gevonden, nu in 0,66 minuten.

Wat sterk naar voren kwam is dat alle testpersonen het er over eens waren dat het schuine gedeelte veel beter opviel. Hierdoor ging het navigeren bij elke testpersoon een stuk makkelijker en kan de website optimaler gebruikt worden. Het leereffect is door het mouse over effect veel sneller geworden.

Wat ik wilde bereiken, heb ik dus bereikt.

Ook werd de tweedeling van ‘Inwoners’ en ‘Ondernemers’ als positief gezien. De website werd als beter verdeeld beschouwt, “Iedereen heeft nu zijn eigen kant”. Deze nieuwe tweedeling viel ook in goede smaak bij de ondernemers “Als ik ooit zaken ga doen in of met Vianen vind ik dit een hele handige en overzichtelijker website”.

8.5 Low-fi prototype verbeteren

Ook al is de test positief gemaakt en kreeg ik positieve feedback toch waren er nog een paar punten die ik moest verbeteren.

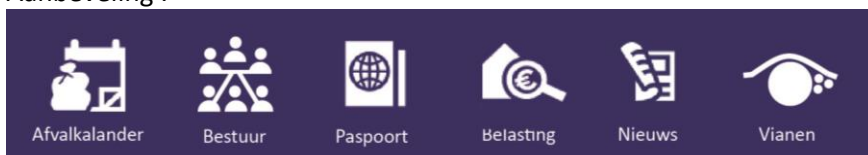
De aanbevelingen die uit deze test nog naar voren kwamen waren:

- Icoon belasting aanpassen
 - o WOZ weg laten
- Icoon Vianen aanpassen
 - o Het gebruiken van het logo van de gemeente
- Aanvullen informatie ondernemers
 - o Vergunningen
 - o Subsidies
 - o Alles voor ondernemers in het algemeen
 - o Links naar bedrijven en verenigingen
 - o Projecten
 - o APV
 - o Ondernemerslijst
- De ‘Kies’ knop bij een afspraak maken, vervangen voor het woord ‘Ga’.

Voor de iconen van 'Belasting' en 'Vianen' heb ik de volgende verandering doorgevoerd:
Zo was het:



Aanbeveling :



De toevoeging WOZ heb ik bij belasting weg gehaald zoals werd aangegeven door de testpersonen. Voor het icoon van de toptak Vianen heb ik het logo van de gemeente toegepast om hiermee meer een band te leggen tussen de gemeente en de toptak.

Dit was de ene laatste fase. De tweede test heb ik uitgevoerd en met verbeterde resultaten ten opzichte van de eerste test afgesloten. De testtaken werden beter gemaakt qua slagingspercentage en qua tijd en wat het belangrijkste was, de testpersonen zagen de tweedeling veel beter. Het toepassen van de hover heeft dus daadwerkelijk geleid tot efficiënter gebruik. Wat ook hielp is dat het hele vlak nu een knop was en niet alleen de naam 'Ondernemers'. Het door voeren van deze hover op de verdiepende pagina's heeft er toe geleid dat de testpersonen van een verdiepende pagina gemakkelijker naar het andere gedeelte konden gaan. De testpersonen waren erg tevreden over het verbeterde resultaat.

Hiermee zijn er ook verbeterde antwoorden gekomen op de doelstellingen die na de eerste test negatief beantwoord waren:

- Heeft de keuze voor het direct benaderbaar maken op de homepage van de meest gevraagde dienstverlening (vb. 'toptaken', verbeeld door iconen) daadwerkelijk geleid tot een efficiënter gebruik van de website?
 - o De toptaken werden al goed gebruikt en ook als erg handig ervaren. Als de iconen: 'Belasting' en 'Vianen' veranderd zullen worden zal hier ook geen verwarring meer over bestaan.
- Wordt er tussen beide hoofdsegmenten geswitcht of blijven bezoekers vooral binnen het eerste onderdeel van hun keuze?
 - o Het andere deel werd niet altijd gezien. Bij de laatste test is het tegendeel bewezen met het verbeterde ontwerp. De testpersonen zagen nu een stuk beter de tweedeling en wisten deze ook te gebruiken.
- Zijn er in functie, vormgeving en techniek keuzes gemaakt die met de kennis van vandaag anders – en beter – kunnen?
 - o Het toepassen van afbeeldingen werd als positief beschouwd. Testpersonen gaven aan het fijn te vinden als er een afbeelding ter verduidelijking bij stond.

- Kunnen gebruikers hun weg binnen de website goed vinden?
 - Door het duidelijker aangeven van het andere gedeelte konden de gebruikers makkelijk hun weg vinden op de website. Ook door het doorvoeren van een extra groene doorgeefknop heeft aangetoond dat de testpersonen makkelijker hun boodschap konden door geven.

De volgende fase is de laatste fase van het project: Nazorgfase; het opstellen van het adviesrapport. In deze fase wordt beschreven hoe ik dit rapport heb opgezet.

Nazorgfase

9 Nazorgfase

Om een duidelijk adviesrapport te krijgen heb ik het rapport in 2 delen opgesteld: knelpunten en advies. Zo kan de lezer/opdrachtgever goed zien wat de knelpunten waren bij de eerste test en bij de tweede test en hoe deze verbeterd moeten worden. Ook leg ik in het hoofdstuk aanbevelingen de nadruk op de doelstellingen. Zo wilde ik een overzicht geven of elke doelstelling is opgelost en hoe.

Knelpunten bij de eerste test waren bijvoorbeeld:

Groene doorgeefknop

Als de testpersonen eenmaal op de bestemmingspagina waren aangekomen, zag niet iedereen de groene knop rechts bovenaan de pagina, waarmee iets online aangegeven kon worden.

Afspraak maken knop (hoofdscherm)

Niet iedereen viel deze knop op. Vooral de secundaire groep, inwoners in de leeftijd van 51 tot 75 jaar, gaven aan dat een groter lettertype beter zou opvallen.

Bron: externe bijlage, Adviesrapport

Als bijlage heb ik de zelfde tabellen zoals hier in hoofdstuk 8.1 weergegeven. Deze tabellen geven het overzicht van alle punten die verbeterd zijn.

Als de aanbevelingen van de tweede test later worden toegepast, zal de website een zeer vriendelijke website worden voor zowel de inwoners in Vianen als voor ondernemers. De website was al overzichtelijk maar de navigatie werd niet door elke gebruiker begrepen. Door mijn aanpassingen ben ik er van overtuigd, dat alleen maar beter gaat worden. De resultaten van mijn tweede test hebben het bewezen.

Na 5 juni 2015 wordt gekeken naar een moment dat ik de producten die ik heb gemaakt, overgedragen kunnen worden met een daarbij horende presentatie.

Evaluatie

10 Evaluatie

De evaluatie bestaat uit twee delen: evaluatie van het proces en een evaluatie van het product. Bij het onderdeel proces ga ik in op hoe ik mijn werkwijze heb doorlopen, of ik er tevreden mee ben of niet en hoe ik het de volgende keer misschien anders ga aanpakken. In de evaluatie over het product ga ik na of het product zijn doel heeft bereikt en hoe ik daar tegen aan kijk.

10.1 Evaluatie proces

Quickscan

De eerste fase van het project verliep soepel. Ik wist goed wat mijn eerste stappen waren. Door te beginnen met een quickscan kreeg ik voor mijzelf een duidelijk beeld van de website. Wel moest ik eerst mijzelf inlezen wat de heuristics inhielden en welke er voor mij van toepassing waren. Ik vond het leerzaam om lezen wat de heuristics ook al weer inhielden.

Na het opstellen van de vragen ben ik eerst zelf deze vragen gaan beantwoorden. Ik vond het erg jammer dat ik dit alleen moest doen. Ik werk het liefst in groepsverband. Later kreeg ik de tip dat de quickscan vragenlijst die ik had gemaakt ook door andere experts moest laten invullen. Door nog twee experts deze vragenlijst te laten invullen kreeg ik inzicht vanuit andere kanten, dat was erg handig. Het schrijven van de conclusie vond ik niet lastig. Ik vond het zelfs bijna leuk om te doen. Steeds per vraag legde ik de ingevulde vragenlijst formulieren naast elkaar en maakte er een conclusie van (als het tenminste waarde bevatten). Ben ik erg blij met de tip die ik toen kreeg anders was het nooit een waardevol rapport geworden.

Plan van aanpak

Na mijn eerste beeld van de website te hebben vastgelegd, ben ik verder gegaan met het plan van aanpak. Omdat ik veel ervaring heb met het opstellen van het plan van aanpak was deze ook zo klaar. Dit kwam mede omdat het plan van aanpak erg op mijn afstudeerplan lijkt. Hierdoor kon ik hoofdstuk 2 wat gaat over de opdracht zo invullen en hoofdstuk 3, de richtlijnen qua documentatie afleiden van eerder gemaakte plannen. Wel vond ik het wat lastiger om alle werkzaamheden zo duidelijk mogelijk uit te leggen. De bijbehorende deadlines erbij maken was niet lastig omdat deze in mijn afstudeerplan al waren vastgelegd.

Doelgroepanalyse

Na het plan van aanpak ben ik een doelgroepanalyse gaan houden. Ik moest voor mijzelf duidelijk krijgen wie de primaire en secundaire doelgroep van de website zijn. De informatie hiervoor vinden verliep niet gemakkelijk. De onderwerpen die ik wilde weten zoals: interesse in eigen omgeving en de leeftijden van de doelgroepen, waren niet te vinden. De gemeente, Google Analytics en het internet wisten hier geen antwoorden op. Hierdoor heb ik mijn punten waar ik achter wilde komen erg aan moeten passen. De punten die ik nu heb onderzocht zijn een stuk globaler dan ik had gewild. Maar het kon niet anders. Samen met opdrachtgever en bedrijfsmentoren hebben we vastgelegd dat de primaire doelgroep zowel man als vrouw zou zijn tussen de 30 en 50 jaar en de secundaire tussen de 51 en 70 jaar. Dit zijn helaas pure aannames.

Met statistieken van het CBS en een rapport over toerisme en recreatie in cijfer heb ik antwoorden op mijn globalere punten gekregen. Ik vond het erg jammer en ook vervelend dat de gemeente niet veel wist over zijn bevolking. Met de antwoorden heb ik bijpassende persona's gemaakt. Ook deze persona's zijn globaler geworden dan ik eigenlijk had gewild.

Testplan

Nadat ik wist wie mijn doelgroepen zouden worden ben ik de eerste test gaan voorbereiden. Ik heb erg veel moeite gehad met het coderen van de operationalisering en dan met name met het bepalen van de meeteenheid en bereik. Ik vond het erg lastig om nominaal en ordinaal te onderscheiden. Om hier wijzer in te worden heb ik veel gekeken naar voorbeelden die ik vond op het internet en in de reader van interaction design CMD-3. Wel kon ik makkelijk bepalen of ik een meetvraag met de usability test wilde gaan beantwoorden of met een vragenlijst. Omdat ik eerst 7 van de 18 meetvragen beantwoordde met een usability test, dacht ik dat dit fout was. Dat dit slecht was, omdat de usability test heel belangrijk is in dit onderzoek en ik maar 7 vragen daarmee beantwoordde. Omdat ik dit dacht heb ik mijn docent Stephanie van der Meer gemaild. Zij vertelde mij dat als ik zelf vind dat een meetvraag beter beantwoord kan worden met een vragenlijst, ik dat vooral moet doen. Door haar antwoord kreeg ik weer mijn vertrouwen terug en ging ik door.

Testen en testresultaten

Eerst wilde ik de test gaan afnemen in een café zodat ik gemakkelijk het winkelende publiek kon aanspreken en een drankje ter vergoeding kon aanbieden. Dit plan is gelukkig niet door gegaan want mijn bedrijfsmentor kwam met het idee om één van de spreekkamertjes in het gemeentehuis te huren. Deze spreekkamers liggen in de hal. Zo zou ik gemakkelijker de inwoners kunnen aanspreken en kon de opdrachtgever langs lopen. Met de eerste test ging een medeafstudeerder Ilona van Coevering met mij mee om mij te ondersteunen als dat nodig zou zijn. Ook kon zij zo bij de spullen blijven terwijl ik testpersonen ging aanspreken. Dat werkte erg handig. Binnen het beschikbare tijdsbestek heb ik mijn tien testpersonen gevonden. Helaas zagen sommige testpersonen het als een moment om al hun opmerkingen over de gemeente kwijt te kunnen. Hierdoor duurde sommige testen erg lang en dat vond ik zonde van mijn tijd.

Ik gebruikte het programma Morae om de test op te nemen. Dit programma nam het beeldscherm en de testpersonen op via beeld en geluid. Hierdoor kon ik na de test alles nog eens rustig en makkelijk terugkijken. Dit programma vond ik erg fijn werken. Ik had de testpersonen gevraagd hardop te denken tijdens de test om zo hun gedachte en redenen te geven waarom ze voor dat antwoord zijn gegaan. Hieruit heb ik echt zinvolle feedback en opmerkingen gekregen. Ook het eind gesprek wat ik hield vond ik zelf erg fijn om te doen om zo net achter die laatste moeilijkheidspunten te komen.

Het beantwoorden van de performancetest verliep ook voorspoedig. Ik heb de responsiviteit test op twee computers gehouden. Op een vaste Windows based computer (21 inch) en een Apple (27 inch). Omdat ik het beperkt heb gehouden bij twee computers, kon ik sneller door werken en kreeg ik toch een effectief resultaat omdat deze twee computer erg verschilden van elkaar qua type en schermgrote. Ik kwam er al snel achter dat de responsiviteit erg slecht is. Op een groot scherm van 27 inch kwam er een blauw vlak achter en als het window te klein wordt gemaakt, verdwijnt het schuine gedeelte. Dat vind ik erg zonde want dat maakt de website zo typerend.

Het zijn dan maar tien testpersonen die ik heb gehad. Maar het terug kijken daarvan nam nog best veel tijd in. Ook moet ik heel eerlijk toegeven dat het terug kijken slaapverwekkend was. Maar met de uiteindelijke conclusie en aanbevelingen kon ik wel goed verder naar de volgende fase: voorbereidingsfase, opstellen ontwerprapport.

Ontwerprapport

Doordat ik mij vast hield aan de planes was het opzetten van het ontwerprapport niet moeilijk. Ik was blij dat ik eindelijk iets leuks mocht doen, mij bezig houden met het ontwerp, na denken over hoe iets beter zou kunnen.

Zelf vond ik het vooral leuk om er over na te kunnen denken om klikbare items zo duidelijk mogelijk te maken. Dit is echt het interaction design gedeelte wat ik het leukst vindt van mijn hele opleiding. Een website of applicatie zo duidelijk mogelijk maken voor de gebruiker.

Helaas kwam er tijdens deze fase erg veel verwarring. Ineens werd er vanuit voor mij onbekende hoek allemaal opmerkingen gemaakt dat het ontwerp helemaal anders zou moeten worden dan wat ik had onderzocht en wat uit mijn test bleek. Ik wist op dat moment niet meer naar wie ik moest luisteren. Gelukkig greep mijn tweede bedrijfsmentor in en kreeg ik te horen dat ik bij mijn idee kon blijven maar dat 'Ondernemers' van 'Inwoners & ondernemers' het toeristische gedeelte kreeg en dat 'Ontdek Vianen' een toptak zou moeten worden. Dit was dan wel anders dan uit de test bleek, maar deze kant wilde de gemeente op. Omdat het niet om drastische veranderingen ging en ik zo de test niet geheel tegen sprak, ben ik hierin mee gegaan. Overigens vind ik het een slim besluit van de gemeente. Ik kwam er toen pas achter dat de gemeente nog een website had met toeristische informatie en snap dat ze daar meer de focus op willen leggen.

Omdat er niets zou veranderen aan de navigatie design of aan de interface design, liep ik zo door deze hoofdstukken heen. Waar ik wel goed op heb gelet is op de interactie en de plaatsing van knoppen en afbeeldingen. Hierbij heb ik vooral teruggekeken naar de test, wat de testpersonen als feedback gaven. Overigens was het wel jammer dat de lay-out van de website gewoon goed was en dat de aanpassingen over kleine elementen gingen.

Low-fi prototype

Nadat ik klaar was met het opzetten van mijn ontwerprapport kon ik het ontwerp gaan uitvoeren. Eindelijk het creatieve gedeelte. Lekker werken met Illustrator. Omdat ik mijn prototype ging maken in InVision, moest ik wel veel afbeeldingen maken om er een werkend prototype van te maken. Als ik een knop een hover wilde geven had ik twee afbeeldingen:

- 1: De gewone afbeelding.
- 2: De afbeelding waar de hover in is toegepast.

Dit kostte me niet erg veel tijd om te maken, maar leuk was het niet. Het leverde mij ook nog eens heel veel afbeeldingen op, 56 stuks. Toen ik bezig was met de afbeeldingen maken heb ik een lijst opgesteld met alle punten die ik had en wilde verbeteren. Zo kreeg ik een handig overzicht, wat ik erg prettig vond werken.

Testplan B

Omdat ik deze test zo veel mogelijk op de eerste test moest lijken was ik zo door het opzetten van dit testplan heen. Dat werkte erg fijn. Waar ik wel rekening mee moest houden was dat nu de test ook op ondernemers gericht moest worden. Omdat ik hier geen onderzoek naar had gedaan en ook geen tijd had om er nog een onderzoek naar te doen, wilde ik door middel van de test erachter komen wat ondernemers zouden willen zien op het 'Ondernemers' gedeelte. Liever had ik de tijd gehad om hier wel onderzoek naar te doen, maar die was er helaas niet omdat ik niet gerekend had op deze wending. Voor een volgende keer zou ik hier wel onderzoek naar willen doen. Met het aanpassen van de testtaken om de taken nu te laten slaan op het 'Ondernemers' gedeelte had ik geen moeite.

Testen

Voor de tweede keer testen ging ik alleen naar Vianen toe. Dit vond ik toch een nadeel, vooral omdat ik daardoor niet mijn spreekkamer kon verlaten om mensen op straat aan te spreken. Wat ook tegen werkte was dat het mei vakantie was. Het was druk in het gemeentehuis, maar er waren heel veel mensen met zijn tweeën of meer en vaak met kinderen erbij. Deze mensen waren niet geschikt voor mijn test, omdat de andere mensen/kinderen mijn testpersoon zouden kunnen afleiden tijdens de test. Dat heb ik namelijk meegemaakt met mijn eerste test en dat werkte niet handig.

Ik had al snel verschillende mensen aangesproken maar iedereen had een afspraak of had iemand mee waardoor hij of zij geen test wilde doen. Voor deze test had ik nu maar vijf mensen nodig en geen tien. Uiteindelijk heb ik binnen het tijdsbestek vier testpersonen gevonden waarvan ik met één alleen de vragen heb kunnen doen en heb gevraagd naar haar mening en ervaring over de website. Ik baalde enorm dat het mij niet is gelukt om meer testpersonen te regelen voor de test. Ik heb zeker 20 man aangesproken maar het zat er niet in. Om toch aan mijn tien testpersonen te komen, heb ik ervoor gekozen om zes ondernemers te vinden voor mijn test. Ik had geen tijd om nog eens terug te gaan naar Vianen voor één test. Dan zou ik een hele dag kwijt zijn voor een test en zoveel dagen had ik niet meer. Met de oplossing die ik had bedacht, was ik echter wel tevreden. Zo kwam ik toch aan de tien testpersonen, bleef

ik mij redelijk aan de methode van Nielsen houden en kreeg ik van beide doelgroepen toch een uitslag.

De tweede test werd vergeleken met de eerste test een stuk beter gemaakt. Zowel op tijd als slagingspercentage. Ik was daar echt trots op. Mijn aanpassingen hebben er dus toe geleid dat gebruikers beter op de website kunnen navigeren. Ook was de feedback die ik kreeg erg positief en daar was ik natuurlijk ook helemaal blij mee. Daar doe ik het voor. Wel waren er nog een paar kleine puntjes.

Verbeteren en advies

Aan de ondernemerskant werden onderwerpen gemist, maar dat is logisch. Ik wist niet wat ondernemers hier wilden zien. Daarom was ik blij met de suggesties die werden gegeven door de ondernemers. De iconen voor de toptaken 'Belasting' en 'Vianen' moesten anders. Ik had hier opmerkingen voor verwacht dus ik vond het ook niet erg om te horen dat deze anders moesten. Samen met de feedback kon ik zo een nieuw ontwerp hiervoor maken.

10.2 Evaluatie product

Quickscan

Omdat ik de Quickscan ook nog door twee experts heb laten invullen, ben ik van mening dat dit zeker een meerwaarde heeft gegeven aan het rapport. Inzicht krijgen van meerdere kanten is toch altijd wel zo fijn en handig om geen tunnelvisie te krijgen. Het rapport is een overzichtelijk document geworden waarin duidelijk is te zien hoe de website heeft gescoord bij de experts. Door dit rapport kreeg ik ook mijn eerste beeld van de website en dat beeld heb ik voor de rest van het project meegenomen. Ik ben daarom erg blij dat ik de reviews van de experts erbij heb opgenomen.

Plan van aanpak

Dit product vond vooral mijn begeleider een handig document, zodat hij zo precies kon zien waar ik mee bezig was en zo hierop kon inspelen.

Doelgroepanalyse

Helaas is dit rapport een stuk globaler qua inhoud geworden dan ik in eerste instantie had gewild. Ik had graag meer specifiekere informatie over de doelgroepen te weten willen komen, maar als de gemeente zelf en het CBS dit niet weten, kon ik niet anders dan globaler informatie te vinden. De leeftijd van de primaire en secundaire groep zijn nu in overleg en in goedkeuring van mijn opdrachtgever vastgelegd. Dit zijn alleen maar aannames. Ik had graag de exacte cijfers willen zien. Als ik die had, was mijn persona ook specifieker geweest en had ik de test nog beter op de doelgroep kunnen laten aansluiten. Dat zou voor een volgende keer handig kunnen zijn.

Testplan A

Omdat ik geen specifieke informatie over de doelgroep heb kunnen vinden en krijgen zijn mijn vragen en taken ook globaler en minder specifiek toepasbaar voor de daadwerkelijke doelgroep. Ik vond dit erg jammer.

Testen en testrapport A

Het testrapport is dan wel een uitgebreid verslag geworden, wat komt omdat ik ook alle opmerkingen van de testpersonen erin heb verwerkt, maar ik vond deze informatie te waardevol om de opmerkingen links te laten liggen.

Vraag 3: 'Wat verwacht u van de website als u er zo naar kijkt?', zou ik een volgende keer niet meer gebruiken. Het verwarde mensen. Het was een te globale vraag waar ik uiteindelijk ook niet veel aan heb gehad qua waardevolle informatie. Met de andere vragen en taken was ik wel tevreden mee. Deze hebben mij voldoende informatie weten te geven.

Ontwerprapport

Ik vind dat mijn ontwerprapport een duidelijk verslag is geworden waarin duidelijk te lezen is hoe het verbeterde ontwerp gaat worden. Door het gebruik van afbeeldingen is het ook voor mensen zonder grafische of interaction design achtergrond nog te begrijpen. Daar ben ik tevreden over. Wel zou ik de volgende keer meer uitdaging op vormgeving gebied willen hebben. Nu ging het alleen om kleine aanpassingen en dat was soms best saai.

Testplan B

Testplan B heeft veel weg van testplan A, alleen bevat het niet de voor liggende informatie zoals de doelgroepsomschrijving. Dat betekent niet dat het product minder waardevol is. Doordat het een vervolgstap is, staat niet alle voor informatie hierin te staan. Dit rapport is meer to-the-point en ik vind dat hij even duidelijk is als testplan A.

Testen en testrapport B

Omdat het test niet zo gegaan is als ik eigenlijk heb gewild, is de inhoud van het testrapport B ook iets anders geworden. Wel ben ik van mening dat deze verandering (4 inwoners en 6 ondernemers) niet nadelig is geweest voor de informatie die uit de test naar voren is gekomen. Ik ben erg blij en trots dat ik in testrapport B verbeterde resultaten heb kunnen vermelden. Soms gaat het om de kleine dingen die het verschil maken en dat is hier wel gebleken. Ik echt blij met de opmerkingen en resultaten van de tweede test.

Verbeteren en advies

Het adviesrapport heb ik zo overzichtelijk mogelijk willen houden met ondersteuning van afbeeldingen en dat is mij gelukt, vind ik. Met een duidelijk overzicht van waar de knelpunten zaten en hoe deze opgelost zijn of kunnen worden, ben ik ervan overtuigd de gemeente zo goed te hebben ingelicht. Vooral door de tabel in de bijlage, bied ik de opdrachtgever een snel en duidelijk overzicht. Ook het overzicht of elke doelstelling is behaald, levert zowel mij als mijn opdrachtgever een overzichtelijk

overzicht. Ik ben er van overtuigd dat de gebruiker met deze aanpassingen gemakkelijker zijn weg op de gemeentelijke website zou kunnen vinden.

De doelstellingen met de daarbij horende eindconclusie:

Doelstelling	Behaald	Waarmee	Hoe
Heeft de keuze voor het direct benaderbaar maken op de homepage van de meest gevraagde dienstverlening (vb. 'toptaken', verbeeld door iconen) daadwerkelijk geleid tot een efficiënter gebruik van de website?	Ja	Gebruikerstest	Door te vragen wat de testpersonen vonden van de toptaken, of ze handig waren. Dit werd ondersteund door de gemaakte testtaken waarin af te zien is hoe de testpersonen navigeerde over de website. Vaak door middel van de toptaken.
Is de keuze voor het aanbieden van gemeentelijke en toeristische informatie over de gemeente een juiste gebleken?	Ja / nee	Gebruikerstest	Uit de eerste test kwam naar voren dat de testpersonen toeristische informatie niet verwachten op de gemeente website, maar wel handig vonden. Echter is er tijdens het project besloten om deze kant te laten vervallen en er ondernemers van te maken. Dit kwam door een voorstel van de wethouder.
Wordt er tussen beide hoofdsegmenten geswitcht of blijven bezoekers vooral binnen het eerste onderdeel van hun keuze?	Ja	Gebruikerstest	In het verbeterde prototype was goed te zien dat de testpersonen gemakkelijker van kant verwisselde door middel van de schuine gedeeltes. Zoals via de hoofdpagina als via het rechte schuine gedeelte aan de bovenkant.
Zijn er in functie, vormgeving en techniek keuzes gemaakt die met de kennis van vandaag anders – en beter – kunnen? Techniek keuzes gemaakt die met de kennis van vandaag anders – en beter – kunnen?	Ja	Performance test	Na onderzoek bleek dat de website erg up-to-date was van alle technieken en trends op website gebied. Te denken aan de toptaken en het gebruiken van het schuine gedeelte om zo de andere kant van de website te belichten. Waar de gemeente wel aan kan denken is het plaatsen van video's. In deze tijd kijken gebruikers liever dan dat ze de informatie moeten lezen.

Is de 'responsiviteit' goed? Functioneert de website op kleinere beeldschermen (telefoon, tablet) voldoende	Probleem gevonden	Performance test	Ik heb kunnen constateren dat er fouten zitten in de responsiviteit van de website. De responsiviteit verschilt per beeldscherm grote. Wat ook apart en vooral zonde is, is dat het schuine gedeelte vervalt naarmate het beeldscherm te klein daarvoor wordt. Dit moment verschilt per beeldscherm grote. Als het scherm nog kleiner wordt komt er ineens een icoon bij. Dit werkt verwarrend.
Kunnen gebruikers hun weg binnen de website goed vinden?	Ja	Gebruikerstest	Door de toptaken meer te laten slaan op de onderwerpen waar de gebruikers nu het meest op zoeken, is deze informatie zo sneller te vinden. Ook door meer gebruik te maken van het mouse-over effect hadden de testpersonen sneller door waar op geklikt kon worden. Dit verbeterde de navigatie.
Is het taalgebruik voldoende functioneel: begrijpen bezoekers kort en goed wat er wordt bedoeld?	Ja	Gebruikerstest	De informatie werd als voldoende en duidelijk beschouwd. Hier ben ik achter gekomen door hier vragen over te stellen.

Literatuurlijst

Literatuurlijst

1. Roel Gritt (2013) *Presentatie over: "1 Boek: Projectmanagement Auteur: Roel Grit Hoofdstuk 3 Van begin tot eind 1. Project organiseren en uitvoeren 2. Projectvoorstel 3. Intakegesprek met."*. Slideside Geraadpleegd op 6 januari, 2015 van <http://slideplayer.nl/slide/2115545/>
2. Jesse James Garrett (2011) *The element of user experience* [United States of America]
3. Jeff Sauro (2 augustus, 2011) *What's the difference between a heuristic evaluation and a cognitive walkthrough?* Geraadpleegd op 10 februari, 2015 <http://www.measuringu.com/blog/he-cw.php>
4. .. Geraadpleegd op 14 februari, 2015 <http://www.cbs.nl/NR/rdonlyres/7E3AF4D5-62CA-4B76-BA0C-A205FDF4C511/0/Vianen.pdf>
5. Centraal Bureau voor de Statistiek (6 mei, 2014) *Internetvaardigheden van Nederlanders boven EU-gemiddelde.* Geraadpleegd op 14 februari, 2015 <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/vrije-tijd/cultuur/publicaties/artikelen/archief/2014/2014-4066-wm.htm>
6. Danny Oosterveer (22 april, 2014) *De laatste cijfers over internetgebruik in Europa.* Geraadpleegd op 13 februari, 2015 <http://www.marketingfacts.nl/berichten/de-laatste-cijfers-over-internetgebruik-in-europa>
7. SIDN (z.d.) *Onderzoek Trends in internetgebruik 2014* Geraadpleegd op 14 februari, 2015 <https://www.sidn.nl/dotAsset/f1c49179-3b54-461e-b1fb-18102d7349a7.pdf>
8. Centraal Bureau voor de Statistiek (2013) *Toerisme en recreatie in cijfers, 2013.* Centraal Bureau voor de Statistiek, Den Haag Geraadpleegd op 12 februari, 2015 <http://www.cbs.nl/NR/rdonlyres/47980AD3-ABB2-4267-9F9E-149DF35103E5/0/2013g82pub.pdf>
9. Statline werk (8 maart, 2013) *Banen werknemers en afstand woon-werk; woon- en werkregio's.* Geraadpleegd op 16 februari, 2015 <http://statline.cbs.nl/Statweb/publication/?DM=SLNL&PA=81251ned&D1=a&D2=464&D3=464&D4=a&VW=T>
10. Tech Smith (z.d) *Morea* Geraadpleegd op 26 februari, 2015 van <http://www.techsmith.com/morae.html>
11. Kirsten Brouwer (19 januari, 2015) *Usabilitytesting, 5 tips voor concrete aanpassingen op je site.* Geraadpleegd op 23 februari, 2015 <http://www.frankwatching.com/archive/2015/01/19/usabilitytesting-5-tips-voor-concrete-aanpassingen-op-je-site/>
12. Lonneke Theelen (27 augustus, 2012) *Usability testing: goede voorbereiding is het halve werk.* [Frankwatching] Geraadpleegd op 23 februari 2015 van <http://www.frankwatching.com/archive/2012/08/27/usability-testing-goede-voorbereiding-is-het-halve-werk/>
13. Bart Hilhorst en Louise Nell (31 januari, 2011) *18 slimme tools voor usability onderzoek.* [Frankwatching] Geraadpleegd op 26 februari, 2015 van <http://www.frankwatching.com/archive/2011/01/31/18-slimme-tools-voor-usability-onderzoek/>
14. Robert Roose (28 augustus, 2014 bijgewerkt) *Hoe snel moet mijn website zijn?* [Vaneldijk] Geraadpleegd op 2 maart, 2015 van <http://www.vaneldijk.nl/artikelen/hoe-snel-moet-mijn-website-zijn>

Bijlage A: Afstudeerplan

Bijlage A: Afstudeerplan

Afstudeerplan

Informatie afstudeerder en gastbedrijf

Afstudeerblok: 2015-1.1 (start uiterlijk 09 februari 2015)
Startdatum uitvoering afstudeeropdracht: 09-02-2015
Inleverdatum afstudeerdossier volgens jaarrooster: 5 juni 2015

Studentnummer: 11011408
Achternaam: mw Klok
Voorletters: L
Roepnaam: Lisette
Adres: Weikamp 3
Postcode: 2264JN
Woonplaats: Leidschendam
Telefoonnummer: 070-3203175
Mobiel nummer: 06-18380309
Privé emailadres: lisetteklok11@gmail.com

Opleiding: CMD
Locatie: Den Haag
Variant: voltijd

Naam studieloopbaanbegeleider: Nienke Hers
Naam begeleidend examiner:
Naam tweede examiner:

Naam bedrijf: Tigges
Afdeling bedrijf:
Bezoekadres bedrijf: Sionsstraat 9-A
Postcode bezoekadres: 2271 CX
Postbusnummer: 9-A
Postcode postbusnummer: 2271 CX
Plaats: Voorburg
Telefoon bedrijf: 070 - 3694647
Telefax bedrijf:
Internetsite bedrijf: <http://www.tigges.nl/>

Achternaam opdrachtgever: mw Luiting
Voorletters opdrachtgever: F
Titulatuur opdrachtgever:
Functie opdrachtgever: Coördinator communicatie, gemeente Vianen
Doorkiesnummer opdrachtgever: 06 15 963 409
Email opdrachtgever: f.luiting@vianen.nl

Achternaam bedrijfsmentor: dhr Verduijn
Voorletters bedrijfsmentor: A
Titulatuur bedrijfsmentor:
Functie bedrijfsmentor: Directeur Tigges, aanstekelijke communicatie
Doorkiesnummer bedrijfsmentor: 06 54 650 882
Email bedrijfsmentor: arjen@tigges.nl

NB: bedrijfsmentor mag dezelfde zijn als de opdrachtgever

Doorkiesnummer afstudeerder: 06 18 38 03 09
Functie afstudeerder (deeltijd/duaal): duaal

Titel afstudeeropdracht: Onderzoeken of de doelstellingen van de nieuwe website van de gemeente Vianen van een jaar geleden zijn behaald.

Opdrachtoomschrijving

1. Bedrijf

Tigges helpt opdrachtgevers bij het kiezen van de juiste positionering, de formulering van het communicatiebeleid en de vertaling daarvan in plannen en middelen. Ze adviseren, maar voeren zelf ook graag 'in de volle breedte' uit. In print en online, van concept tot campagne, van schets tot magazine, van ontwerp tot huisstijl en van beeldmerk tot belettering. Ze werken voor een gevarieerde klantengroep: zakelijke dienstverlening, overheid en industrie. Uitgangspunt voor al onze activiteiten zijn de doelstellingen en het verhaal van de klant, die we ontdekken, benoemen en vertalen in een creatief concept waaruit de juiste middelen logisch voortvloeien.

Het vaste team bestaat uit een art director, drie creatieve ontwerpers, twee communicatieadviseurs en een administrateur. Tel daarbij hun ruime netwerk van freelance art directors, DTP-ers, tekstschrijvers, onlinespecialisten, webbouwers, fotografen en andere toeleveranciers.

De afstudeerder zal werken bij het bedrijf Tigges. Haar opdracht is het onderzoeken van de website voor onze opdrachtgever: gemeente Vianen. Gemeente Vianen heeft vorig jaar een nieuwe website laten bouwen, met behulp van Tigges. Nu is de vraag: 'zijn de doelstellingen van toen behaald met deze website?'.

2. Probleemstelling

Een jaar geleden heeft Tigges voor de gemeente Vianen een nieuwe website ontwikkeld. Nu een jaar later is de vraag, heeft deze website voldaan aan de doelstellingen die destijds zijn gesteld door de gemeente Vianen? Zelf hebben Tigges en de gemeente Vianen hier nog geen tijd voor gehad. Wel willen beide partijen graag antwoorden op dit probleem.

Deze doelstellingen waren:

- Heeft de keuze voor het direct benaderbaar maken op de homepage van de meest gevraagde dienstverlening (vb. 'toptaken', verbeeld door iconen) daadwerkelijk geleid tot een efficiënter gebruik van de website?
- Is de keuze voor het aanbieden van gemeentelijke en toeristische informatie over de gemeente een juiste gebleken?
- Wordt er tussen beide hoofdsegmenten geswitcht of blijven bezoekers vooral binnen het eerste onderdeel van hun keuze?
- Zijn er in functie, vormgeving en techniek keuzes gemaakt die met de kennis van vandaag anders – en beter – kunnen?
- Is de 'responsiviteit' goed? Functioneert de website op kleinere beeldschermen (telefoon, tablet) voldoende?
- Kunnen gebruikers hun weg binnen de website goed vinden?
- Is het taalgebruik voldoende functioneel: begrijpen bezoekers kort en goed wat er wordt bedoeld?

Nu is de taak van de afstudeerder van "Tigges" om dit te onderzoeken. Tigges of de gemeente Vianen hebben hier zelf nog niet aan kunnen werken en willen graag een vernieuwende blik erop.

3. Doelstelling van de afstudeeropdracht

Binnen de afstudeerperiode zal de afstudeerder bij het bedrijf “Tigges” door middel van een advies- en ontwerprapport inzicht geven in de behoefte van de bezoeker voor de gemeente website van Vianen.

4. Resultaat

Aan het einde van de afstudeerperiode wordt er een advies- en ontwerprapport opgeleverd. Deze documenten worden versterkt met een testplan, een testrapport en een adviesrapport waarmee de gemeente zelf verder aan de slag kan. De producten geven de gemeente inzicht over hoe de gebruikers denken en staan tegen over hun website. Wat is er goed aan de website en waar liggen nog verbeterpunten.

5. Uit te voeren werkzaamheden, inclusief een globale fasering, mijlpalen

Voor het onderzoeken van de website van Gemeente Vianen, volgt de afstudeerder de richtlijnen van Jesse James Garret en de methode van Roel Grit. Deze zullen worden aangevuld met onderzoeken als: QuickScan en een gebruikerstest.

Initiatieffase: Wat wilde Gemeente Vianen toen en wat willen ze nu? (3 dagen)

- De **QuickScan** zal hierbij helpen.

Definitieffase: Hoe staat de site onder de gebruikers? (10 dagen)

- Met behulp van de strategy plane van JJG, wordt bepaald wat de doelen toen waren en wat de gemeente nu graag zou willen. Dit wordt duidelijk vast gelegd in het **plan van aanpak**.
- Vaststellen wat de ‘user needs’ zijn.
- Dat gebeurt door middel van een **doelgroepsanalyse**.

Ontwerpfase: Gebruikers test opstellen en afnemen. (14 dagen)

- In deze fase wordt de **huidige website** onderzocht. Dit wordt gedaan met behulp van een **testplan deel A**, in dit testplan bevinden zich onder andere een vragenlijst en testtaken.
- Na het opstellen van het testplan wordt de **huidige website** getest. De test wordt afgenomen bij de gemeente Vianen. Vanuit deze test worden de testresultaten verwoord in een **testrapport deel A**.

Vorbereidingsfase: Vaststellen richtlijnen als infrastructuur. (17 dagen)

- Hierin wordt zowel de functional specifications en content requirements vastgesteld als de interaction design en information design.
- Deze richtlijnen worden vastgelegd (volgens Interaction Design) in het **ontwerprapport**.
- Hierna wordt er gekeken naar de interface design, navigation design en information design. Deze worden versterkt door wireframes.

Realisatieffase: Vaststellen design van het prototype. (22 dagen)

- **Low-fi prototype ontwikkelen.** Voor het ontwikkelen van het prototype worden de testresultaten van de huidige website meegenomen. Deze resultaten zijn terug te zien in **testplan deel B**.
- **Low-fi prototype testen.** De testresultaten zullen worden verwoord in **testrapport deel B**.
- **Low-fi prototype verbeteren.**

Nazorgfase: Adviesrapport overhandigen

(4 dagen)

- In deze fase wordt het **adviesrapport** geschreven en vindt de overdracht van de producten plaats aan de gemeente Vianen.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
Initiatiefase	x																
Definitiefase	x	x	x	x	x												
Ontwerpfase					x	x	x	x	x								
Vorbereidingsfase									x	x	x	x					
Realisatiefase												x	x	x	x	x	
Nazorgfase																	x

6. Op te leveren (tussen)producten

Initiatiefase

- QuickScan

Definitiefase

- Plan van aanpak
- Doelgroepsanalyse

Ontwerpfase

- Testplan deel A, huidige website
- Testrapport deel A, huidige website

Vorbereidingsfase

- Ontwerprapport

Realisatiefase

- Low-fi prototype ontwikkelen
- Testplan deel B, Low-fi prototype
- Testrapport deel B, Low-fi prototype

Nazorgfase

- Adviesrapport

7. Te demonstreren competenties / beroepstaken en wijze waarop

- Analyse-rapportage samenstellen.**
Op basis van interviews en onderzoek zal de afstudeerder de user needs vaststellen in een doelgroepsanalyse. Hiermee worden de belangen van de doelgroep duidelijk gemaakt.
- Usability-test uitvoeren.**
Er worden een testplan (deel A) opgesteld, waarin vermeld staat hoe er getest gaat worden met de huidige site. Vanuit deze test wordt er een testrapport (deel A) opgesteld met de daadwerkelijke testresultaten en conclusie. Er komt een duidelijk beeld naar voren wat de doelgroep vindt van de huidige website en hoe de doelgroep hiermee omgaat.
- Opstellen van een ontwerprapport.**
In het ontwerprapport zal duidelijk komen te staan wat de richtlijnen zullen zijn voor verbetering van de website. Is voor de overdracht naar de ontwikkelaar.

- **Prototype**
Met behulp van een prototype worden de verbetervoorstellen die uit het eerdere onderzoek naar voren zijn gekomen getest. Na de test word het prototype nogmaals verbeterd als blijkt dat er nog verbeterpunten zijn. Dit onderzoek zal worden vastgelegd in het testplan (deel B) en testrapport (deel B).
- **Advies geven.**
De afstudeer geeft advies op basis van het onderzoek die zij heeft gehouden. Dit advies wordt aan het einde van de afstudeerperiode gepresenteerd.